

วิธีวิจัยสนามและผลการวิจัย

หลังจากที่ได้กำหนดขอบข่ายทางทฤษฎี (theoretical framework) และกรอบแนวความคิด (conceptual framework) ตัวแปร (variable) ตลอดจนดัชนี (indicator) ที่จะใช้วัดผลการวิจัย รวมทั้งการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร จึงได้ทำการวิจัยสนาม โดยสร้างเครื่องมือในการวัดข้อมูล ซึ่งได้กล่าวไปแล้วอย่างคร่าว ๆ ในบทนำอย่างไรก็ตามน่าจะ ได้กล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการวิจัยสนาม เพราะกระบวนการดังกล่าวมีความสำคัญต่อการแปลความและการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งในภาพรวมยังมีความสำคัญต่อการกำหนดคุณภาพและความน่าเชื่อถือได้ของผลการวิจัยเป็นอย่างมาก

วิธีวิจัยสนาม

ในการศึกษาพฤติกรรมและการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้น เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษามีเป็นจำนวนมาก วิธีการวิจัยที่เหมาะสมสำหรับงานชิ้นนี้เลือกใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูลตามสัดส่วนของประชากรวิจัยเพื่อใช้เป็นตัวแทนของการวิจัยเรื่องนี้ จึงได้กำหนดกลุ่มประชากร และขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัย ดังนี้คือ

1. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรวิจัยคือผู้ที่มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งในเฉพาะขอบเขตของงานวิจัยชิ้นนี้เจาะจงเลือกอำเภอพระนครศรีอยุธยา เป็นอำเภอที่ได้รับเลือกเป็นตัวอย่างประชากร ทั้งนี้เพราะมีภาพของความแตกต่างตามสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประชากรที่วิจัยที่เด่นชัด และมีสภาพของการแข่งขันในการเลือกตั้งสูง แต่เนื่องจากมีประชากรวิจัยทั้งอำเภอ 68,620 คน ซึ่งมาก

เกินกว่าที่ผู้วิจัยจะใช้เป็นประชากรวิจัยทั้งหมดในการเก็บข้อมูล เนื่องจากจำกัดทั้งในแง่ของเวลาและงบประมาณ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การสุ่มตัวอย่างตามกลุ่มบริเวณ (cluster sampling) เพื่อคัดเลือกจำนวนตัวแทน (size) ในขั้นแรก สุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้ง 400 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งอำเภอ ในขั้นที่สอง เลือกหน่วยเลือกตั้งตัวอย่างจำนวน 15 หน่วยเลือกตั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของหน่วยเลือกตั้งทั้งอำเภอ ซึ่งในหน่วยเลือกตั้งดังกล่าวอยู่ทั้งในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล ในขั้นที่สาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มธรรมดา (simple random sampling) ในการสุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้ง 400 คน การกระจายตามหน่วยเลือกตั้งในอัตราส่วนคือ ในเขตเทศบาล 200 คน และนอกเขตเทศบาล 200 คน ดังรายละเอียดจากตารางต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 การเลือกประชากรวิจัยและหน่วยเลือกตั้งตัวอย่าง

ตำบล	หน่วยเลือกตั้งตัวอย่าง	จำนวนประชากรวิจัย
หัวรอ (ในเขตเทศบาล)	วัดเขียน	20
	วัดแม่นางปลื้ม	20
	วัดอินทราราม	20
	วัดมณฑป	20
	วัดเสนาสนาราม	20
หอรัตนไชย (ในเขตเทศบาล)	โรงรถเทศบาล	20
	วัดประสาธ	20
	ประชาธรรม	20
	วิทยาลัยอาชีวะ	20
	บ่อมเพชร	20
ปากกราน (นอกเขตเทศบาล)	วัดกลาง	40
	วัดท่าใหม่	40
	วัดช้าง	40
สาเกาล่ม (นอกเขตเทศบาล)	วัดพุทธโสภณ	40
	วัดใหม่บางกะจะ	40
รวม	15 หน่วย	400 คน

2. การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การเก็บและรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) และการสัมภาษณ์ (interview) ประกอบกัน

2.1 แบบสอบถาม

แบบสอบถามนั้นได้มาจากการแยกตัวแปรที่ปรากฏในสมมติฐาน และโดยการทำ operational definition ด้วยการกำหนดดัชนี (indicator) สำหรับตัวแปรทั้งนี้เพื่อให้สามารถที่จะวัด (measure) ผลการวิจัยจากเชิงคุณภาพมาสู่เชิงปริมาณได้

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 30 คำถาม กล่าวคือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้และถิ่นที่อยู่อาศัย ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบดูว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นคือ บุคคลกลุ่มใดบ้าง มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างไร (ข้อ 1-6)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่มุ่งสำรวจและวัดพฤติกรรมการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยใช้ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง 2 ตัวแปร คือ ความผูกพันพรรคการเมือง และผลประโยชน์อื่น ๆ ที่คาดว่าจะได้รับเป็นเครื่องวัดพฤติกรรมดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อจะได้เห็นภาพความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปลงคะแนนเสียงกับตัวแปรดังกล่าวข้างต้น (ข้อ 7-30)

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถามนี้ส่วนใหญ่เป็นคำถามที่กำหนดให้เลือกตอบ (closed-end) ผสมกับคำถามแบบเปิดให้เลือกตอบ ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากคำตอบที่กำหนดให้ ข้อเท็จจริงดังกล่าวจะช่วยเพิ่มสีสันให้กับงานวิจัยชิ้นนี้ ตลอดจนเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญของการศึกษาเชิงประจักษ์ (empirical study)

อย่างไรก็ตามแบบสอบถามที่จะนำมาใช้ต้องมีการทดสอบความน่าเชื่อถือ และความสมบูรณ์ (testing of reliability and validity) เสียก่อน กล่าวคือการทดสอบความสมบูรณ์ ซึ่งหมายถึงความสมบูรณ์ในเนื้อหา (content validity) นั้นหมายความว่า แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้น สามารถครอบคลุมขอบข่ายตัวแปรที่ถูกกำหนดโดยสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือไม่วิธีการก็คือ นำแบบสอบถามนี้มาให้อาจารย์ที่ปรึกษา คือ รศ. ดร. พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ซึ่งมีประสบการณ์ทางด้านนี้มานาน ได้ตรวจสอบ วิจารณ์ และแก้ไข เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ขั้นต่อไปหลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ในเนื้อหา และได้จัดการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมแล้ว ก็นำมาทดสอบหาความน่าเชื่อถือ (reliability) ซึ่งหมายถึง ความแม่นยำ มั่นคงและเที่ยงตรง ของเครื่องมือที่ใช้วัด คือชุดแบบสอบถาม เพื่อทดสอบว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้น มีค่าความใดที่เป็นค่าความสองแปร่ง ความ หรือยากแก่ความเข้าใจ เป็นต้น จากเงื่อนไขประการหนึ่งคือ เนื้อหาของงานวิจัยขั้นนี้ค่อนข้างจะอ่อนไหว (sensitive) ต่อกลุ่มประชากรวิจัยอย่างมาก อันหมายความว่าความหวาดระแวงที่จะมีขึ้นขณะตอบคำถาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการทดสอบขณะทำการเก็บข้อมูลในคราวเดียวกัน ขณะเก็บข้อมูลได้ 20 ตัวอย่าง ปรากฏว่าผู้ตอบเข้าใจและตอบคำถามได้ดีในคำถามปิด ขณะที่คำถามเปิดในบางข้อต้องมีการย้ำว่าปลอดภัยทุกประการ จึงได้คำตอบที่แท้จริง

2.2 การสัมภาษณ์

ผู้วิจัยลงมือสัมภาษณ์เองทั้งสิ้น และได้ตั้งคำถามจากสมมุติฐานในการวิจัยเพื่อมิให้หลงประเด็นหรือขาดความสมบูรณ์ในเนื้อหาที่ต้องการสำหรับกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ ก็คือ หัวคะแนนของผู้สมัครที่ได้รับเลือกตั้งทั้งสองคน เพื่อความสบายใจและความปลอดภัยของผู้ตอบ ผู้วิจัยจึงไม่สามารถอ้างถึงนามที่แท้จริงของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ แม้จะเป็นงานวิชาการก็ตาม ดังนั้นจึงจะได้ใช้ชื่อสมมติด้วยเหตุผลดังกล่าว อนึ่งเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกันผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสัมภาษณ์ (interview guide) สำหรับใช้สัมภาษณ์ในทุกประชากรวิจัย ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นคำถามแบบเจาะลึก ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าจะได้ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้สร้างความสนิทสนมคุ้นเคยกับผู้ให้สัมภาษณ์จนเป็นที่ไว้วางใจในระดับหนึ่ง

3. การแปลความและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยการนี้หลังจากที่ได้ทำการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้นำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ตามโปรแกรมสำเร็จรูป spss-x version 2.1 ส่วนเทคนิคทางสถิติประกอบการวิเคราะห์ได้เลือกใช้ตามความเหมาะสมว่ามีจุด

มุ่งหมายที่จะพิจารณาข้อมูลในลักษณะใดเป็นสำคัญ เช่นการคำนวณหาอัตราส่วนร้อยละ (percentage) การทดสอบไค-สแควร์ (χ^2) เพื่อหาค่าความแตกต่างในการกระจายของข้อมูล โดยตั้งระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ (level of significance) ที่ระดับ 0.05 เป็นต้น

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย จะนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis) ประกอบตารางข้อมูลและตารางจำแนกข้อมูลหรือตารางไขว้ (cross tabulation) การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการเสนอข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 เป็นการเสนอผลการวิจัยตามสมมติฐาน ประกอบด้วย

1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเงินกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่น ๆ อันประกอบด้วย การได้รับแจกสิ่งของ สาธารณประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ความเกรงใจ อิทธิพล บารมีของผู้สมัครที่มีต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ได้จากการเก็บข้อมูลจากประชากรวิจัยจำนวน 400 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดผลได้จำนวน 387 ชุด สามารถจำแนกให้เห็นความแตกต่างทางสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตาม	จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	215	55.6
หญิง	172	44.4
<u>อายุ</u>		
21-30 ปี	132	34.1
31-40 ปี	111	28.7
41-50 ปี	77	19.9
51-60 ปี	67	17.3
<u>การศึกษา</u>		
ป.7 และต่ำกว่า	205	53.0
ม.1-ม.6 (ม.ศ.5 เดิม)	72	18.6
อนุปริญญาขึ้นไป	110	28.4
<u>อาชีพ</u>		
เกษตรกร	185	47.8
ธุรกิจการค้าและอาชีพอิสระ	83	21.4
รับจ้าง	104	26.9
รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	3.9
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
ไม่เกิน 3,001 บาท	231	59.7
3,001 บาทขึ้นไป	156	40.3
<u>ถิ่นที่อยู่อาศัย</u>		
ในเขตเทศบาล	201	51.9
นอกเขตเทศบาล	186	48.1
รวม	387	100.0

จากการแบ่งกลุ่มประชากรในการศึกษา ตามฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมดังกล่าวมาแล้ว ก็เพราะว่าบุคคลที่อยู่ในสภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ย่อมได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ประสบการณ์สร้างสมลักษณะ เฉพาะตัวของแต่ละคน ผสมผสานเข้ากับลักษณะที่ติดตัวมาทางพันธุกรรม กลายเป็นบุคลิกภาพและท่าทีต่อการแสดงของบุคคล กล่าวในเชิงสมมุติฐานก็คือ บุคคลที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกันมักจะสนองตอบต่อสิ่ง เจริญในลักษณะที่แตกต่างกัน กล่าวในเชิงพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง ก็คือผู้ลงคะแนนเสียงที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกัน ย่อมมีแบบแผนของพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่นำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบของฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมของผู้ลงคะแนนเสียง เลือกตั้งในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้และถิ่นที่อยู่ ปัจจัยสามประการคือ อาชีพ การศึกษา และรายได้ นั้นมักจะมี ความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะมีอาชีพมั่นคง และมีรายได้มาก ในทำนองเดียวกัน คนที่ครอบครัวมีรายได้ดีก็มักจะมี การศึกษาสูง และมีอาชีพที่มั่นคงด้วย

ทางด้านเพศนั้น จากการวิจัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยทั่วไปพบว่าเพศชายมักจะ เข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าเพศหญิง เพราะส่วนใหญ่นิยมธรรมเนียมของประเทศต่าง ๆ เห็นว่าการเมืองเป็นเรื่องของผู้ชาย การบ้านเป็นเรื่องของผู้หญิง เพศชายจึงมักจะผูกพันทางการเมืองมากกว่า เพศหญิง

ทางด้านอายุ การวิจัยส่วนใหญ่พบว่า อัตราการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองจะ เพิ่มขึ้นตามลำดับการเพิ่มของอายุ เรื่อยขึ้นไปจนถึงวัยกลางคน แล้วอัตรา จะลดต่ำลง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองอีกอย่างหนึ่ง ได้แก่ การศึกษากับอาชีพ โดยทั่วไปแล้วพบว่า พลเมืองที่มีระดับการศึกษาสูง มีอัตราการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าพวกที่มีระดับการศึกษาต่ำ และในขณะที่เดียวกันระดับการศึกษาของพลเมืองแต่ละประเทศนั้น มีอัตราสูงขึ้นเรื่อย ๆ จึงน่าจะกล่าวได้ว่าอัตราการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของพลเมืองในแต่ละประเทศน่าจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเช่นกัน ในด้านอาชีพ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับการศึกษา อาชีพของบุคคลมีผลมาจากการศึกษาอบรม ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีตำแหน่งการงานสูง และอาจจะเป็นส่วนให้การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองสูงตามไปด้วย ในด้านรายได้ก็เช่นกัน บุคคลที่มีรายได้สูง ซึ่งจะสัมพันธ์กับระดับการศึกษาและอาชีพก็จะมีโอกาสมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีรายได้ในระดับต่ำ เพราะผู้ที่มีเงินทองมากมักจะไม่ต้องวิตกกังวลในเรื่องต่าง ๆ ทำให้มีเวลามาสนใจเรื่องการเมืองได้มากขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้ที่แบ่งฐานะทาง เศรษฐกิจ และสังคมตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้และถิ่นที่อยู่อาศัย เพื่อที่จะทราบ ว่าผู้ลงคะแนนเสียงที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมต่างกัน จะมีเหตุผลไปเลือกตั้ง และกระบวนการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ต่างกันบ้างหรือไม่

2. ความสัมพันธ์ระหว่างเงินกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่ถูกกำหนดโดยอิทธิพลของเงินนั้น ในทางวิชาการยังมิได้ถูกทำการศึกษาไว้อย่างเด่นชัด เพียงแต่ได้รับการกล่าวขวัญโดยทั่วไปทางสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางหนังสือพิมพ์มาโดยตลอดในระยยะสิบปีที่ผ่านมา เหตุผลประการหนึ่งที่ความสงสัยในเรื่องนี้ยังมิได้ทำการศึกษาอย่างจริงจัง อาจมีผลมาจากการขาดความร่วมมือในการให้ข้อมูลอย่างแท้จริง เพราะผู้ถูกถามเกรงจะมีความผิดตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย ดังนั้นการหลีกเลี่ยงการให้ข้อมูลที่แท้จริงจึงมีมาก

ด้วยเหตุนี้การศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างเงินกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะปัจจุบันทางราชการได้มีการรณรงค์ในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างสำนึกในการลงคะแนนเสียงโดย

ความสมัครใจ มากกว่าที่จะถูกกำหนดด้วยปัจจัยอื่น อันทำให้เจตนาสมัครใจในการเลือกผู้ปกครองถูกเบี่ยงเบนไป วัตถุประสงค์ของการเลือกตั้งจะกลายเป็นเรื่องของคนมีเงินที่จะกำหนดทิศทางตามแต่ตนจะพอใจ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะหาคำตอบในเรื่องนี้ให้แน่ชัดว่า เงินมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงเพียงใด โดยงานชิ้นนี้จะมุ่งหาคำตอบในประเด็นคนกลุ่มใดได้รับเงินด้วย เหตุผลเช่นไรรับเงินแล้วไปลงคะแนนเสียงให้หรือไม่

2.1 เหตุผลในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งร้อยละ 55.4 ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งด้วย ด้วยเหตุผลที่ว่ารับเงินมาแล้ว รองลงมาร้อยละ 16.8 เป็นเพราะนิยมชมชอบตัวผู้สมัคร หรือนโยบายของผู้สมัคร ร้อยละ 15.3 ได้รับความสิ่งของ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 เหตุผลในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง

เหตุผลในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. นิยมชมชอบตัวผู้สมัครหรือนโยบายของผู้สมัคร	65	16.8
2. ชอบหรือพอใจพรรคและนโยบายพรรคที่ผู้สมัครสังกัด	24	6.2
3. เคยเลือกมาในครั้งก่อน	15	3.9
4. รับเงินเข้ามาแล้ว	214	55.4
5. ได้รับความสิ่งของ	59	15.3
6. ผู้สมัครสัญญาว่าจะสร้างถนน สะพาน สิ่งสาธารณประโยชน์อื่นๆ	7	1.8
7. ผู้สมัครเคยมีบุญคุณหรือเคยเกื้อหนุนกันมาก่อน	3	0.6
รวม	387	100.0



จากตารางดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ในการเลือกตั้งมีการใช้จ่ายเงินเพื่อเสียงเลือกตั้งในเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษจริง จากจำนวนร้อยละ 55.4 ของผู้ตอบ ด้วยเหตุผลที่รับเงินมาแล้วเป็นเครื่องยืนยันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าเงินยังเป็นปัจจัยสำคัญในการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งด้วย

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมกับการรับเงิน

อย่างไรก็ตามตารางข้อมูลดังกล่าวยังไม่สามารถระบุได้อย่างแน่ชัดว่าคนกลุ่มใดรับเงิน ดังนั้นเพื่อให้ได้เห็นภาพที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้ถามคำถามตรง ๆ ว่า ในการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมาได้รับแจกเงินหรือไม่ ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนสูงถึงร้อยละ 94.3 ตอบว่าได้รับแจกเงิน มีเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้นที่ปฏิเสธ (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงการได้รับและไม่ได้รับการแจกเงินจำแนกตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

จำแนกตาม	ได้รับแจกเงิน	ไม่ได้รับแจกเงิน	X ²	SIG
<u>เพศ</u>				
ชาย	53.0	2.6	0.57	0.44
หญิง	41.3	3.1		
<u>อายุ</u>				
21-30 ปี	32.8	1.3	11.35	0.010*
31-40 ปี	25.3	3.4		
41-50 ปี	19.6	0.3		
51-60 ปี	16.5	0.8		
61-70 ปี	10.8	0.5		
<u>การศึกษา</u>				
ป.7 และต่ำกว่า	52.2	0.8	19.78	0.0001*
ม.1-ม.6 (ม.ศ.5 เดิม)	17.6	1.0		
อนุปริญญาขึ้นไป	24.5	3.9		

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

จำแนกตาม	ได้รับแจกเงิน	ไม่ได้รับแจกเงิน	X ²	SIG
<u>อาชีพ</u>				
เกษตรกร	47.3	0.5		
ธุรกิจการค้าและอาชีพอิสระ	20.4	1.0		
รับจ้าง	25.1	1.8		
รับราชการและพนักงาน- รัฐวิสาหกิจ	1.6	2.3	90.17	0.00
<u>รายได้ต่อเดือน</u>				
ไม่เกิน 3,000 บาท	57.6	2.1		
3,001 บาทขึ้นไป	36.7	3.6	4.29	0.38
<u>ถิ่นที่อยู่อาศัย</u>				
ในเขตเทศบาล	51.9			
นอกเขตเทศบาล	42.4	5.7	23.04	0.0
รวม	94.3	5.7		

หมายเหตุ X² = ค่า CHI-SQUARE

SIG = ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ

* = มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อจำแนกตามสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พบว่าปัจจัยทางด้านฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อการตัดสินใจรับเงิน และไม่รับเงินแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้จากปัจจัยด้านสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมที่เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 6 ตัวแปร มีเพียง 2

ตัวแปร เท่านั้นที่จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการรับเงิน
ที่ระดับ 0.05 คือ

ก. ช่วงอายุของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ค่าไค-สแควร์ที่คำนวณได้เท่ากับ
11.35 และมีระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.010 แสดงว่าช่วงอายุของผู้มี
สิทธิเลือกตั้งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการรับแจกเงิน นั่นคือ
ช่วงอายุของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการรับเงิน กล่าวคือ ผู้มีสิทธิเลือก
ตั้งที่มีอายุน้อยจะรับเงินในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุมากกว่า

ข. ระดับการศึกษาของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ค่าไค-สแควร์ที่คำนวณได้
เท่ากับ 19.78 และมีระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.0001 แสดงว่าระดับ
การศึกษาของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการรับแจก
เงิน นั่นคือ ระดับการศึกษาของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับการรับเงิน
กล่าวคือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาดำจะรับเงินในสัดส่วนที่สูงกว่า ผู้มี
สิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาสูง

สำหรับตัวแปรด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อีก 4 ตัวแปร
อันได้แก่ เพศ รายได้ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.4)

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเรื่องของอาชีพ จากตารางจะเห็นได้
ว่าอาชีพเกษตรกรนั้นได้รับแจกเงินสูงถึงร้อยละ 47.3 และอาชีพรับจ้างร้อยละ
25.1 ซึ่งสองอาชีพดังกล่าวได้รับการยอมรับว่ามีสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม
ที่ต่ำกว่าอาชีพอื่น และมีแนวโน้มในการได้รับแจกเงินสูงจึงน่าที่จะพิจารณา
ประกอบข้อมูลสัมภาษณ์จากห้วคณะแนน นอกจากนี้ยังจะได้พิจารณาตัวแปรในเรื่อง
รายได้อีกตัวแปรหนึ่ง เพราะสองตัวแปรดังกล่าวมีความสอดคล้องและเกี่ยว
เนื่องกัน

จากการสัมภาษณ์ นายชาติ (นามสมมติ) หัวหน้าคนหนึ่งในพื้นที่รับผิดชอบหน่วยเลือกตั้งหน่วยหนึ่งในเขตเทศบาล กล่าวว่า¹

"...เรื่องที่ว่าใครจะรับเงินนั้นไม่ยาก เพราะเวลาเราแจกเงินนั้น ทุกคนในเว็จ (พื้นที่) ที่เรารับผิดชอบ ในชุมชนมันมีทุกกลุ่มอาชีพอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ พ่อค้า แม่ค้า คนขับรถตุ๊ก ๆ ไม่จำกัดว่าจะเป็นคนหรือแจกได้เป็นแจก แต่ต้องดูด้วยว่าในเว็จนี้หรือในหน่วยนี้ เรารับผิดชอบในการทำอะไรเสี่ยง ถ้ารับผิดชอบสามร้อยเสี่ยง ก็แจกเพื่อสักสี่ร้อยคนซึ่งเต็มที่แล้วในหน่วยเลือกตั้งหน่วยหนึ่ง แจกพรรคพวกกันเดี๋ยวก็นำลงไปให้แต่จะครบสามร้อยคนหรือไม่ ตรงนี้คือความมีประสิทธิภาพของเราด้วยว่าทำอะไรจากการแจกเข้าเป้าไหม ต้องมีทีมงานที่ดีด้วย ถ้ารับว่าจะให้สามร้อยเสี่ยงนะมาลงได้สองร้อยแปดสิบเสี่ยงนี่ถือว่าสำเร็จแล้ว ไม่เว้นหรือพันตำรวจโทผมยังไปดึงมาลงเลือกได้"

ในทำนองเดียวกัน นายชาย (นามสมมติ) หัวหน้าอาชีพในเขตเทศบาลอีกคนหนึ่ง กล่าวถึงเรื่องนี้คล้าย ๆ กันว่า²

"...กลุ่มคนที่ไปแจกเงินนะ เหมอ ก็แจกคนในพื้นที่ที่เราอยู่นี้แหละ คนมันเห็นหน้ากันอยู่ เจอหน้ากันเกือบทุกวัน ก็รู้จักกันมานานนั่นแหละ ซึ่งเราต้องมีบาร์มีในพื้นที่พอสมควรด้วย เพราะถ้าคนแปลกหน้าไปแจกชาวบ้านเขาก็ไม่รับ หรือถ้ารับเขาก็ไม่ลงคะแนนให้ ก็ไม่ใช้พวกเดียวกันนี่ อย่างผมนี่ ถ้าคนไหนไม่รับเราก็ก่อนแจก เพราะเรารู้ว่าคนไหนควรแจก ทำมาหลายปีไม่ขึ้นจะเป็นหัวหน้าอาชีพไม่ได้หรอก"

¹สัมภาษณ์นายชาติ (นามสมมติ), หัวหน้าคนในเขตเทศบาล, 30 มกราคม 2535.

²สัมภาษณ์ นายชาย (นามสมมติ), หัวหน้าคนในเขตเทศบาล, 30 มกราคม 2535.

หากวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะพบว่า ประเด็นของการแจกเงินให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีสิทธิเลือกตั้งของหัวคะแนนนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะและลีลา (style) ของหัวคะแนนแต่ละคนทั้งนี้มีเกณฑ์อยู่ที่การสร้างสมประสบการณ์ของหัวคะแนน ในลักษณะที่เป็นมืออาชีพหรือไม่ หรือถ้าเป็นมืออาชีพก็จะมีเป้าหมายที่เหมือนกัน คือ การทำคะแนนเสียงให้ได้ตามเป้า แต่จะแตกต่างกันในวิธีการปฏิบัติ โดยสามารถแยกให้เห็นได้เป็น 2 ประเภทคือ

1) ประเภทที่ใช้วิธีการที่เน้นปริมาณ ประเภทนี้เวลาแจกเงินให้กับกลุ่มเป้าหมายจะใช้วิธีการแจกแบบกระจายไปทั่วทุกสาขาอาชีพที่อยู่ในชุมชนนั้น โดยอาศัยความกว้างขวางของตนในระดับหนึ่ง ซึ่งถือว่ามีลักษณะ เป็นผู้นำในชุมชน ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ซึ่งอาจจะ เป็นผู้นำที่มีตำแหน่งที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ หัวคะแนนย่อยเหล่านี้ก็จะแจกเงินกระจายไปสู่ชาวบ้านในชุมชน โดยการอาศัยความรู้จักกันและระดับของความสัมพันธ์ ความเป็นพรรคพวกซึ่ง โอกาสที่จะทำคะแนนเสียงให้เข้าสู่เป้าหมายนั้น ในเวลาแจกต้องแจกให้มากกว่าเป้าที่ตั้งไว้ ในตนเองเพื่อขาดเพื่อเหลือ ดังกรณีของนายชาติ เป็นต้น

2) ประเภทที่ใช้วิธีการที่เน้นคุณภาพ ประเภทนี้เวลาแจกเงินให้กับกลุ่มเป้าหมายจะรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของตนคือใคร อยู่บ้านไหน เรียกว่าแจกเงินแล้วคะแนนจะต้องเข้าบ้านนั้นหมายความว่า แจกแล้วต้องได้ผล ไปลงคะแนนให้แน่นอน บ้านไหนที่ไม่ควรแจกหรือไม่มั่นใจก็จะไม่แจก ไม่มีการแจกเพื่อขาดเพื่อเหลือมากนักเหมือนในประเภทแรก ดังกรณีของนายชาย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับเงินกับสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในชั้นนี้ยังไม่สามารถสรุปได้อย่างเด่นชัด เพียงได้ข้อสรุปเบื้องต้นเชิงสถิติว่า คนกลุ่มที่รับเงินนั้นมีความแตกต่างในบางปัจจัยเท่านั้น เห็นได้ชัดจากช่วงอายุและระดับการศึกษา กล่าวคือผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุน้อยจะรับเงินในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุมากกว่าและผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาค่ำ จะรับเงินในสัดส่วนที่สูงกว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาสูง ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะเป็นฐานในการวิเคราะห์ในส่วนอื่นต่อไป

2.3 เหตุผลในการรับเงินของผู้ลงคะแนนเสียง

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งร้อยละ 44.1 รับเงิน เพราะเกรงใจหัวคะแนน รองลงมา ร้อยละ 27.9 ถือเป็นค่ารถ ค่าเสียเวลา ร้อยละ 15.3 ถือเป็นลากลอย ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 เหตุผลในการรับเงินของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

เหตุผลในการรับเงิน	จำนวน	ร้อยละ
1. เกรงใจหัวคะแนน	161	44.1
2. เป็นค่ารถ ค่าเสียเวลา	102	27.9
3. ถือเป็นลากลอย	56	15.3
4. รับตามผู้อื่น	34	9.3
5. ถือเป็นประเพณีของการเลือกตั้ง	12	3.3
รวม	365	100.0

จากตารางชี้ให้เห็นว่า การที่มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งรับเงินนั้น เหตุผลต่าง ๆ ที่ผู้ลงคะแนนตอบมา อาทิ เป็นค่ารถ ค่าเสียเวลา ลากลอย รับตามผู้อื่น ฯลฯ นั้นถือเป็นเหตุผลในเชิงความรู้สึกที่ไปแล้วได้รับเงินก็ดีกว่าไม่ได้อะไรเลย จึงเป็นเหตุผลที่ค่อนข้างจะปกติธรรมดา ดังนั้นจุดสนใจหลักก็คือ เหตุผลที่ผู้ลงคะแนนเสียงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญคือ การรับเงินเพราะเกรงใจหัวคะแนน นอกจากนี้เหตุผลดังกล่าวยังแสดงให้เห็นว่า หัวคะแนนจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติส่วนตัวบางประการที่มีอิทธิพลมากพอที่จะทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเกิดความรู้สึกเกรงใจ และรับเงินในที่สุด

นายเชี่ยว (นามสมมติ) หัวคะแนนคนหนึ่งในเขตเทศบาล ได้กล่าวถึง
เรื่องนี้ไว้ว่า³

"...เวลาไปแจกนะ เหนอ ชาวบ้านเขาจับอยู่แล้ว เพราะเรา
มันคนในพื้นที่ เห็นหน้าเห็นตากันอยู่ คนเรามันก็ต้องไว้ใจกัน คน
อย่างเราก็ช่วยชาวบ้านเขามาเยอะใครเดือดร้อนก็มา คนเคย
ช่วยกันมา พอเราไปแจกเขาก็เกรงใจ ก็ต้องรับไว้แล้วก็บอก
ช่วยไปลงคะแนนให้หน่อย ถ้าฝ่ายตรงข้ามมาแจก เราก็บอกให้
รับ ๆ ไว้แต่ไม่ต้องเลือก เรียกว่ารับกินเปล่า ถ้าในวงการหัว
คะแนนเขาก็เรียกว่า "เจาะไม่เข้า" หมายความว่า ถิ่นนี้ที่มี
คุมอยู่ หัวคะแนนฝ่ายตรงข้ามอย่ามายุ่ง ชาวบ้านเองเขาก็เอา
กับเรา มันจ้องมองหน้ากันไม่ได้หรอก เคยช่วยเหลือกันอยู่ พอ
หมดเลือกตั้งแล้วก็ยังต้องช่วยกันอีกไม่ได้หนีไปไหนใครเดือดร้อน
ก็มา เราขอให้ช่วยลงให้เบอร์นี้ชาวบ้านเขาก็ต้องช่วย"

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า หัวคะแนนที่มี
ประสิทธิภาพในการแจกเงิน หมายความว่า สามารถแจกเงินให้ชาวบ้านรับได้นั้น
จะต้องมีบาร์มี หรืออิทธิพลในบางเรื่องที่สามารถทำให้ผู้ลงคะแนนเสียง เกิด
ความรู้สึกเกรงใจและรับเงินนั้น หากโยงความคิดเชื่อมต่อกับประเภทของคนที่
เป็นหัวคะแนนในบทที่ 2 กับทฤษฎีโครงสร้างอำนาจชุมชนแล้ว จะพบว่าหัวคะแนน
มีหลายครืออื่น คือผู้นำในชุมชนนั่นเอง ทั้งนี้อาจเป็นได้ทั้งผู้นำแบบที่เป็นทางการ
อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ หรือผู้นำแบบไม่เป็นทางการ เช่น นักเลง พระ ผู้
นำกลุ่มอาชีพ เป็นต้น ซึ่งผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงก็ได้ตั้งใจที่จะรับเงินจากบุคคล
เหล่านี้ เพื่อสนองตอบหรือตอบแทนคุณคุณ ซึ่งนอกจากจะเป็นวัฏจักรแห่งระบบ
ความสัมพันธ์ของคนไทยที่ต้องพบปะกันประจำ และต้องพึ่งพาอาศัยกันแล้วยังอยู่
ภายใต้กรอบความสัมพันธ์ ของระบบอุปถัมภ์-ผู้ต่ออุปถัมภ์ กล่าวคือ เป็น

³สัมภาษณ์นายเชี่ยว (นามสมมติ), หัวคะแนนในเขตเทศบาล, 30
มกราคม 2535.

ความสัมพันธ์ที่มีผลประโยชน์เป็นตัวเชื่อมโยงความผูกพันของทั้งสองฝ่าย การพึ่งพาอาศัยเป็นตัวกำหนดกรอบความสัมพันธ์ ผู้อุปถัมภ์จึงมีทั้งพระเดชและพระคุณต่อผู้ใต้อุปถัมภ์

ข้อสรุปตรงนี้ เมื่อหันไปพิจารณาประเด็นหัวข้อที่แล้วว่า คนกลุ่มใดได้รับเงินข้อมูลจากตรงนี้นั้นยันได้แต่เพียงหยาบ ๆ กลุ่มคนที่รับเงินก็คือกลุ่มคนที่เรียกว่า ผู้ใต้อุปถัมภ์นั่นเอง โดยหวัคະແນเปรียบเสมือนผู้อุปถัมภ์ โดยไม่สามารถเจาะลึกลงไปได้ในขอบเขตงานวิจัยนี้ เพราะผู้วิจัยมิใช่คนที่ถนัดกับข้อมูลที่ลึก ๆ บางด้านนั้นไม่เปิดเผย ประกอบกับการทำความเข้าใจในกระบวนการนี้ต้องใช้เวลาสั่งสมประสบการณ์ทั้งในห้วงระยะเวลา ก่อนหน้าการเลือกตั้ง ช่วงเวลาเลือกตั้ง ตลอดจนหลังจากเลือกตั้งไปแล้ว จนถึง การเลือกตั้งในครั้งใหม่ จึงจะสามารถเห็นภาพรวมทั้งหมดได้ ดังนั้นในประเด็นคนกลุ่มใดได้รับเงินจึงสรุปได้แต่ข้อมูลเชิงสถิติดังกล่าวไปแล้ว ส่วนรับเงินด้วยเหตุผลอย่างไรนั้นคำตอบที่แน่ชัดคือเรื่องของความเกรงใจหวัคະແນ ดังเหตุผลที่ได้อธิบายไว้แล้วในข้างต้น

2.4 อิทธิพลของเงินกับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

เงินกับการเลือกตั้ง หากมองจากทรรศนะของผู้สมัครรับเลือกตั้งถือเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงและเป็นปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการเลือกตั้ง ทั้งนี้ เพราะเงินมีบทบาทในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นักการเมืองที่มีภาพของความสำเร็จในอดีตก็ยังต้องใช้เงินในการหาป้ายโฆษณาหาเสียง ค่าน้ำมันรถ ค่าจีบปากะอื่น ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่ต้องใช้เงินทั้งสิ้น ในทำนองเดียวกันนักการเมืองที่มีภาพของความเป็นเจ้าบุญทุ่มก็ย่อมที่จะใช้เงินเป็นธรรมดา หากแต่ความแตกต่างของการใช้เงินนั้นอยู่ที่จุดมุ่งหมายของการใช้เงินเท่านั้นว่าจะใช้ไปในทางใด ซึ่งนักการเมืองบางคนหรือหลายคน มีความเห็นว่า เงินคือเครื่องมือที่ดีที่สุดในการได้มาซึ่งคะแนนเสียง

อย่างไรก็ตามเพื่อชี้แจงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เงินมีอิทธิพลต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหรือไม่ งานวิจัยชิ้นนี้จะได้หาคำตอบให้แน่ชัด ซึ่งผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า เมื่อรับเงินแล้วไปลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัคร

คนนั้นถึงร้อยละ 97.3 ลงคะแนนเสียงให้คนอื่นร้อยละ 2.5 และมีเพียงร้อยละ 0.3 เท่านั้นที่ตอบว่าไม่ได้ไปใช้สิทธิ์ (รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.6) เนื่องจากข้อมูลมีน้ำหนักไปทิศทาง เดียวดังนั้นจึงไม่มีความแตกต่างทางปัจจัยด้าน สถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมของผู้ลงคะแนนเสียงเลย

ตารางที่ 4.6 แสดงพฤติกรรมลงคะแนนเสียงของผู้รับเงินในการเลือกตั้ง

จำแนกตาม	ได้รับแจกเงินไปลงคะแนนให้ผู้สมัครหรือไม่			ร้อยละ	จำนวน
	ลงให้	ลงให้คนอื่น	ไม่ใช้สิทธิ์		
<u>เพศ</u>					
ชาย	54.5	1.6	0.3	56.3	206
หญิง	42.9	0.8	-	43.7	160
<u>อายุ</u>					
21-30 ปี	33.9	0.8	0.3	35.0	128
31-40 ปี	26.2	0.5	-	26.8	98
41-50 ปี	20.5	0.3	-	20.8	76
51-60 ปี	16.7	0.8	-	17.5	64
<u>การศึกษา</u>					
ป.7 และต่ำกว่า	55.4	0.8	-	55.2	202
ม.1-ม.6 (ม.ศ.5 เดิม)	17.5	1.1	0.3	18.9	69
อนุปริญญาขึ้นไป	25.4	0.5	-	26.0	95
<u>อาชีพ</u>					
เกษตรกร	48.6	1.4	-	50.0	183
ธุรกิจการค้าและอาชีพอิสระ	21.3	0.3	-	21.6	79
รับจ้าง	26.2	0.3	0.3	26.8	98
รับราชการและรัฐวิสาหกิจ	1.1	0.5	-	1.6	6

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

จำนวนตาม	ได้รับแจกเงินไปลงคะแนนให้ผู้สมัครหรือไม่			ร้อยละ	จำนวน
	ลงให้	ลงให้คนอื่น	ไม่ใช้สิทธิ		
<u>รายได้ต่อเดือน</u>					
ไม่เกิน 3,000 บาท	59.3	1.6	0.3	61.2	224
3,001 บาทขึ้นไป	38.0	0.8	-	38.8	142
<u>ถิ่นที่อยู่อาศัย</u>					
ในเขตเทศบาล	54.6	0.3	-	54.9	201
นอกเขตเทศบาล	42.6	2.2	0.3	45.1	165
ร้อยละ	97.3	2.5	0.3	100.0	-
จำนวน	356	9	1	-	366

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เห็นข้อมูลในด้านลึกอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาประกอบการวิเคราะห์ในอีกชั้นหนึ่ง โดยประเด็นที่ว่าเงินมีอิทธิพลต่อการไปลงคะแนนเสียงหรือไม่ กล่าวคือเมื่อรับเงินจากผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดแล้ว จะลงคะแนนให้แก่ผู้สมัครคนนั้นหรือไม่

ในประเด็นนี้ นายชาญ (นามสมมติ) หัวคะแนนนอกเขตเทศบาล กล่าวไว้ว่า⁴

⁴สัมภาษณ์นายชาญ (นามสมมติ), หัวคะแนนนอกเขตเทศบาล, 31 มกราคม 2535.

"...การลงคะแนนให้หรือไม่ลงให้ ก็ขึ้นกับตัวหัวคะแนนเป็นหลัก ว่าชาวบ้านมีความเกรงใจกันไหม มีความผูกพันกันแค่ไหน คุณเคยสนิทสนมกันอย่างไร เคยช่วยเหลือกันมาหรือไม่ ำให้เงินแล้วให้ความสะดวกไหมละ ถ้าฝนตกก็เอารถมารับบริการถึงที่ เรียกว่าหิ้วกันไปเลย ยิ่งในเขตชนบทเรื่องเอารถ เกวียน เรือหางยาวไปรับ ถือเป็นเรื่องปกติว่าจะต้องไปรับ เพราะหน่วยเลือกตั้งบางหน่วยมันไกล สามกิโลห้ากิโล ถ้าเดินไปเสียเวลา ชาวบ้านเขาหามาหากินนะ ไปส่งแล้วก็ต้องรับกลับด้วย...."

นายซีพ (นามสมมติ) หัวคะแนนในเขตเทศบาลอีกคนหนึ่ง กล่าวไว้ในประเด็นเดียวกันนี้ว่า⁵

"...รับเงินไปแล้วเนี่ย จะลงให้ไหม ต้องดูกันหลายอย่าง อย่างแรก ขึ้นกับช่วง เวลาแจก ก็แจกตั้งแต่กลางคืนก่อนวันเลือกตั้ง เพราะไม่งั้นอาจจะไม่ทัน คือแจกได้ไม่ครบทุกหน่วย และก็ต้องแข่งกับฝ่ายตรงข้ามด้วย ถ้าฝ่ายตรงข้ามแจกก่อนเรา จะเสียเปรียบ เพราะอาจจะสัญญาอะไรกัน ทว่าให้ประชาชนเกิดความลังเลที่จะลงให้ใคร อย่างที่สอง ขึ้นกับจำนวนเงินที่แจกด้วย ซึ่งจะเท่าไรนั้น ก็ต้องประเมินจากคู่แข่ง ถ้าคู่แข่งแจกร้อยบาท เราก็ต้องเกทับไปสักร้อยยี่สิบ หรือร้อยห้าสิบ ปกติครั้งที่แล้วถ้านอกเขตเทศบาลก็ห้าสิบถึงหกสิบ ในเขตเทศบาลร้อยหนึ่งบ้าง บางหน่วยก็สองร้อย แล้วแต่พื้นที่ อย่างที่สาม ก็ต้องดูระยะเวลาในการแจก ปกติก็แจกกันครั้งเดียว บางหน่วยก็อาจแจกกันเป็นระลอก เช่น ครั้งแรกอาจแจกหอย (ลือตเตอร์รี่) แต่ยิ่งใกล้เลือกตั้งต้องเงินเท่านั้น อย่างสุดท้าย สำคัญที่สุดเลยว่าเป็น

⁵สัมภาษณ์ นายซีพ (นามสมมติ), หัวคะแนนในเขตเทศบาล, 30 มกราคม 2535.

คนแจก การเลือกตั้งทุกครั้งหัวคะแนนสำคัญมาก คนที่จะลง เป็นผู้
แทนไม่ต้องดูอะไรมากดูว่ามีหัวคะแนนระดับไหน มีประสิทธิภาพ
หรือไม่ ถ้าได้หัวคะแนนอาชีพนี้แน่นอนแจกเงินแล้วต้องลงไปทำไม
ลงไปได้อย่างไร มันเห็นหน้ากันอยู่ทุกวัน ช่วยเหลือกันอยู่พึ่งพากันอยู่
ผมขอแค้นเลือกตั้งช่วยผมแค่นี้ ชาวบ้านก็ต้องช่วย...."

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น จะเห็นได้ว่าในประเด็นอิทธิพลของ
เงินกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง มีองค์ประกอบ
ที่สำคัญอยู่สองประการ ประการแรกคือความเกรงใจหัวคะแนน ซึ่งหมายถึง
บุคคลที่ผู้ลงคะแนนเสียงมี ความเกรงใจ เคารพนับถือ ตลอดจนเคยมีบุญคุณ
เกื้อหนุนกันมาก่อน สามารถโน้มน้าวให้ผู้ลงคะแนนเสียงคล้อยตามตนได้ว่าจะลง
คะแนนให้ผู้สมัครคนใด วิธีการโน้มน้าวก็จะแตกต่างกันไป บางอาจใช้พระเดช
บางคนอาจใช้พระคุณ ซึ่งขึ้นกับท้องถิ่นของตนเป็นสำคัญ ประการที่สอง คืออัตราการ
แจกเงินหมายถึง ปริมาณเงินที่หัวคะแนนแจกให้ผู้ลงคะแนนเสียงแต่ละคนว่ามาก
น้อยเพียงใด และใครเป็นคนแจก (ระดับความสัมพันธ์ของหัวคะแนนกับผู้ลง
คะแนนเสียง) ดังตารางประกอบการวิเคราะห์

ปัจจัยสำคัญของ	องค์ประกอบ	พฤติกรรมการลง คะแนนเสียง
----------------	------------	-----------------------------

- | | | |
|---------------------------|--|---------------------------------|
| 1. ความเกรงใจ
หัวคะแนน | - ความเป็นพวกเดียวกัน
(อยู่ท้องถิ่นหรือหมู่บ้าน
เดียวกัน)
- ความช่วยเหลือซึ่งกัน
และกัน
- การพึ่งพาอาศัยกัน | ลงคะแนนตามที่หัวคะแนน
ร้องขอ |
|---------------------------|--|---------------------------------|

ปัจจัยสำคัญของ	องค์ประกอบ	พฤติกรรมการลง คะแนนเสียง
----------------	------------	-----------------------------

	- การพบปะกันเป็น ประจําสม่ำเสมอ	
	- ความไว้วางใจกัน	
	- ความเคารพนับถือกัน	
2. อัตราการแจกเงิน	- อัตราสูง - อัตราต่ำ - ใครเป็นคนแจก	ลงคะแนนตามอัตราการ การแจกเงินสูงและ พิจารณาว่าผู้แจกมี องค์ประกอบตามข้อ 1 หรือไม่

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ในเชิงพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือก
ตั้งเงินมิได้มีอิทธิพลต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแต่เพียงปัจจัยเดียว ยังมี
ปัจจัยเรื่องหัวคะแนนที่มีอิทธิต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง
อีกด้วยหากซึ่งน้ำหนักวัดความสำคัญของทั้งสองปัจจัยจะพบว่ามีความสำคัญพอ ๆ
กันกล่าวคือหากผู้ลงคะแนนเสียงมีความเกรงใจหัวคะแนนน้อย ก็จะลงคะแนน
เสียงตามอัตราความมากของเงินที่ได้รับแจก ขณะเดียวกันถ้ามีความเกรงใจหัว
คะแนนมาก และรับเงินจากหัวคะแนนผู้นั้นไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตามก็จะลงให้
ตามคำขอของหัวคะแนน โดยที่นัยและความหมายของ "เงิน" เป็นแต่เพียงการ
แสดงออกถึงการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้กับผู้รับ ว่าเป็นพวกเดียวกัน อยู่
ในสังคมเดียวกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่
แน่นแฟ้นและยืนยาวต่อไป

กล่าวในทางกลับกัน ผู้สมัครรับเลือกตั้ง จะได้รับการเลือกหรือไม่ขึ้น
อยู่กับเงินและห้วคะแนที่มีประสิทธิภาพประกอบกัน หากมีเงินมาก แต่ห้วคะแน
ไม่มีประสิทธิภาพการแจกเงินจะไม่ได้ผล คะแนเสียงที่ได้รับก็จะไม่ถึง เป้า ใน
ทานองเดียวกัน หากไม่มีเงินหรือเงินไม่มากพอ ก็จะไม่มีความห้วคะแนที่ดีพอ ดังนั้น
ปัจจัยทั้งสองจึง เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน เสมือน
เป็นปัจจัยจำเป็นและปัจจัยเพียงพอ

หากวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งกับห้วคะแน
เราจะพบว่าความสัมพันธ์จะตั้งอยู่บนกรอบของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ในมิติ
ทางเศรษฐศาสตร์ ห้วคะแนเปรียบเหมือนผู้ซื้อสินค้า ที่ย่อมต้องการสิ่งที่ดีที่สุด
สำหรับตน (ผลประโยชน์ที่คุ้มค่า) ขณะเดียวกันตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งก็อยากได้ห้ว
คะแนที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการเชื่อมต่อกันด้วยผลประโยชน์ที่ทั้งสองฝ่ายต้อง
การ จึงเป็นจุดสมดุลย์ของความสัมพันธ์

ขณะเดียวกันความสัมพันธ์ระหว่างห้วคะแนกับผู้มีสิทธิออกเสียง เลือก
ตั้ง ต้องยอมรับเงื่อนไขประการหนึ่งคือ ห้วคะแนที่มีประสิทธิภาพจะเป็นผู้นำ
ชุมชนหากมองในกรอบของโครงสร้างอำนาจชุมชน ห้วคะแนเหล่านี้ก็คือ ผู้นำใน
ชุมชนที่มีตำแหน่งที่เป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ และผู้นำชุมชนแบบ
ไม่เป็นทางการ เช่น ผู้อาวุโสในท้องถิ่น นักเลง ผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง
ผู้ที่เป็นที่นับถือของชาวบ้าน เป็นต้น ผู้นำชุมชนเหล่านี้เมื่อถึงคราวเลือกตั้งก็จะ
แปรสภาพกลายเป็นห้วคะแนที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะชาวบ้านจะ เกิดความ
รู้สึกเกรงใจเป็นพิเศษ ทั้งในด้านของความใกล้ชิด การพบปะกันเป็นประจำ การ
พึ่งพากัน การช่วยเหลือกัน ความเป็นเพื่อนหรือพวกเดียวกันหรือเป็นลักษณะของ
ระบบความสัมพันธ์ของคนไทยนั่นเอง ประกอบกับห้วคะแนมีความสัมพันธ์กับผู้มี
สิทธิเลือกตั้งในรูปแบบผู้อุปถัมภ์-ผู้ต้ออุปถัมภ์แล้ว ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในฐานะผู้อยู่
าต้ออุปถัมภ์ที่ต้องคอยพึ่งพิง และให้ผู้อุปถัมภ์ขจัดปัดเป่าปัญหาอยู่บ่อยก็ย่อมปฏิเสธไม่
ได้ หากผู้อุปถัมภ์หรือห้วคะแนจะพาให้เลือกใคร ทั้งนี้เพราะความสัมพันธ์ในระบบ

อุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนจะคงอยู่อีกนาน แม้การเลือกตั้งจะผ่านพ้นไปแล้ว ดังนั้นจึงไม่มีใครอยากที่จะมีความรู้สึกที่โดดเด่นยาวนานสังคมชนบทที่ค่อนข้างคับแคบอยู่แล้ว

หากสรุปความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของเงินกับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ตามเหตุผลข้างต้นแล้วพบว่า เงินมิได้เป็นปัจจัยหลักหรือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากพอที่จะทำให้ใครไปลงคะแนนเสียง หากแต่ต้องมีปัจจัยด้านหัวคะแนนเป็นองค์ประกอบด้วย จึงสรุปได้ว่า เงินมิได้มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงโดยตรง เป็นเพียงปัจจัยหนึ่งร่วมกับหัวคะแนนเท่านั้น

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ความผูกพันพรรคการเมืองกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้นในวงการศึกษการเมือง การเลือกตั้งของไทยเป็นสิ่งที่ได้รับการกล่าวถึงกันมานานแล้ว ทั้งนี้เพราะความผูกพันพรรคการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศสหรัฐอเมริกา ถือว่าความผูกพันพรรคการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการตัดสินใจการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และใช้เป็นตัวทำนายผลของการเลือกตั้งว่าจะเป็นอย่างใด พรรคใดหนจะได้รับการเลือกตั้งมากที่สุด และถือว่าเป็นพลังที่สำคัญต่อการทำนายพฤติกรรมทางการเมือง

อย่างไรก็ตาม ความผูกพันพรรคการเมืองนั้นเป็นเรื่องจิตวิทยาของบุคคลที่มีความรู้สึกผูกพันต่อพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงความรู้สึกเป็นเจ้าของ (belongs) ซึ่งอาจแสดงตนเป็นสมาชิกพรรคการเมืองนั้น หรือมีความรู้สึกที่ดี ชอบหรือมีความภักดี ฯลฯ ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้บุคคลจะยึดมั่นพรรค และนำไปสู่พฤติกรรมทางการเมืองในรูปแบบลักษณะและระดับที่แตกต่างกันออกไป

การศึกษาความผูกพันพรรคการเมืองกับการเลือกตั้งไทยนั้นแม้ผลการศึกษาของสุจิต บุษงการและพรรคศักดิ์ ผ่องแผ้ว จะสรุปออกมาว่า "ในการเลือกตั้งของไทยนั้นการลงคะแนนเสียงมักให้ความสำคัญกับตัวผู้สมัครมากกว่าพรรคการเมือง" ก็ตาม ในกรณีที่มีการใช้จ่ายเงินซื้อเสียงสูง จึงน่าจะศึกษาซ้ำให้แน่ชัดว่าความผูกพันพรรคการเมืองในการเลือกตั้งของคนไทย มีอยู่มากน้อยเพียงใด

สำหรับดัชนีที่จะใช้วัดลักษณะของความผูกพันพรรคการเมืองในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้น ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประการด้วยกันคือ

1. ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค หมายความว่า ผู้ลงคะแนนเสียงได้มีความผูกพันหรือจงรักภักดีต่อพรรคการเมืองพรรคหนึ่งพรรคใด โดยการลงคะแนนให้พรรคนั้น ทั้งในการเลือกตั้งครั้งก่อนหน้านั้นและครั้งนี้ ถ้ามีความสม่ำเสมอในการเลือกพรรคใด ก็อาจนำไปสู่ความผูกพันที่มีต่อพรรคนั้นได้

2. ความนิยมนำตัวหน้าพรรค เป็นปัจจัยที่อาจเป็นแรงผลักดันให้ผู้เลือกตั้งลงคะแนนให้กับพรรคใดพรรคหนึ่ง กล่าวคือ ชื่อเสียงของหัวหน้าพรรคถ้ามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีประสบการณ์ มีความสามารถ ความเป็นผู้นำคุณสมบัติเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ลงคะแนนเสียงคาดหวังว่าจะสามารถทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่นได้ หากมีความสามารถได้เป็นรัฐบาล

3. ความพอใจนโยบายพรรค ซึ่งอาจจะเป็นความสนใจนโยบายบางประการของผู้สมัครหรือของพรรคการเมืองในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

3.1 การให้ความสม่ำเสมอในการลงคะแนนเสียงให้พรรค

ประเด็นแรกที่น่าสนใจเรื่องของพฤติกรรมกาเลือกตั้งกับความผูกพันต่อพรรคการเมือง คือผู้ลงคะแนนเสียงได้มีความผูกพันหรือจงรักภักดีต่อพรรคการเมืองพรรคหนึ่งพรรคใด โดยการลงคะแนนให้พรรคนั้นทั้งในการเลือกตั้งครั้งก่อนและครั้งนี้ ถ้ามีความสม่ำเสมอในการเลือกพรรคใดก็อาจนำไปสู่ความผูกพันที่มีต่อพรรคนั้นได้ ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งร้อยละ 78.4 เลือกพรรคเดียวกันกับการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2529 ส่วนอีกร้อยละ 21.6 เลือกคนละพรรค รายละเอียดตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนผู้ให้ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค

จำแนกตาม	ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค		ร้อยละ	จำนวน
	เลือกพรรคเดิม	เปลี่ยนพรรค		
<u>เพศ</u>				
ชาย	43.8	12.2	56.0	215
หญิง	34.6	9.4	44.0	169
<u>อายุ</u>				
21-30 ปี	28.9	4.9	33.9	130
31-40 ปี	20.3	8.3	28.6	110
41-50 ปี	15.9	4.2	20.1	77
51-60 ปี	13.3	4.2	17.4	67
<u>การศึกษา</u>				
ป.7 และต่ำกว่า	41.4	12.2	56.0	202
ม.1-ม.6 (ม.ศ.5 เดิม)	16.4	2.3	18.8	72
อนุปริญญาขึ้นไป	20.6	8.1	28.6	110
<u>อาชีพ</u>				
เกษตรกร	38.0	9.4	47.4	182
ธุรกิจการค้าและอาชีพอิสระ	15.9	5.7	21.6	83
รับจ้าง	23.4	3.6	27.1	104
รับราชการและรัฐวิสาหกิจ	1.0	2.9	3.9	15
<u>รายได้</u>				
ไม่เกิน 3,000 บาท	49.7	9.6	59.4	228
3,001 บาทขึ้นไป	28.6	12.0	40.6	156

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

จำนวนตาม	ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค เลือกพรรคเดิม เปลี่ยนพรรค		ร้อยละ	จำนวน
<u>ที่อยู่อาศัย</u>				
ในเขตเทศบาล	38.5	13.8	52.3	201
นอกเขตเทศบาล	39.8	7.8	47.7	183
ร้อยละ	78.4	21.6	100.0	-
จำนวน	301	83	-	384

จากสภาพการแข่งขันการเลือกตั้งโดยทั่วไปในปี 2529 และปี 2531 ผู้ที่ได้รับการเลือกตั้ง เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้งสองครั้งคือ นายมนตรี พงษ์พานิช แห่งพรรคกิจสังคม และนายประมวลสภาวะสุ แห่งพรรคชาติไทย ซึ่งจะ เห็นได้ว่าตัวผู้สมัครและตัวพรรคการเมืองไม่เปลี่ยนไปจากเดิม ดังนั้น ข้อมูลที่ได้ จากตารางแม้ตัวเลขผู้ที่เลือกพรรคเดิมจะมีสูงถึงร้อยละ 78.4 ไม่อาจยืนยันได้ ว่าเหตุผลที่เลือกนั้นเลือกเพราะผูกพันในตัวพรรคการเมืองหรือเลือกเพราะนิยม ในตัวบุคคลกันแน่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เพื่อให้เห็นเชื่อถือยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้นำตารางข้อมูล การเลือกพรรค หรือ เลือกตัวบุคคลมาเป็นเครื่องยืนยันอีกครั้งหนึ่ง ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดง เหตุผลในการลงคะแนนโดยการคำนึงถึงตัวผู้สมัครและตัวพรรคการเมือง

เงื่อนไข	จำนวน	ร้อยละ
1. คำนึงตัวผู้สมัครมากกว่า	312	80.7
2. คำนึงตัวพรรคการเมืองมากกว่า	13	3.4
3. คำนึงตัวและพรรคของผู้สมัครพอ ๆ กัน	62	16.0
รวม	387	100.0

จากตารางชี้ให้เห็นว่าในการลงคะแนนนั้นผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงคำนึงถึงตัวผู้สมัครมากกว่าถึงร้อยละ 80 ขณะที่คำนึงถึงพรรคการเมืองร้อยละ 3.4 ผลมกันทั้งสองแบบร้อยละ 16 ข้อมูลดังกล่าวยืนยันว่า ผู้มีสิทธิออกเสียงจำนวนน้อยมากที่จะนิยมเลือกพรรค ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อตัวผู้สมัครมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ในหลาย ๆ ครั้งที่ผ่านมา ดังตารางเปรียบเทียบ

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบการคำนึงถึงพรรคหรือตัวบุคคลในการตัดสินใจลงคะแนนเสียง

เกณฑ์การเลือก	ขอนแก่น ¹	บุรีรัมย์ ²	(สุจิต/พรศักดิ์) ³	กรมการปกครอง ⁴	อยุธยา
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	48.6	35.8	47.1	44.6	80.7
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	23.3	25.4	35.6	23.2	3.4
3. คำนึงคละกัน	28.1	38.8	17.3	17.5	16.0
จำนวนผู้ตอบ	1,053	1,271	1,181	1,700	387

- หมายเหตุ 1. ได้จากพรรคศักดิ์ ผ่องแผ้ว, เอกสารการวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดขอนแก่นเขต 3 18 เมษายน 2526, หน้า 132.
2. ได้จาก จรูญ สุภาพ และพรรคศักดิ์ ผ่องแผ้ว, เอกสารการวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแทนตำแหน่งที่ว่างจังหวัดบุรีรัมย์, หน้า 129.
3. ได้จากสุจิตและพรรคศักดิ์, พฤติกรรมการณ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย, หน้า 187.
4. ได้จากกรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย, รายงานการวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ.2526.

จากตารางที่ 4.8 และ 4.9 นี้ว่าสอดคล้องกัน ยืนยันได้ในระดับหนึ่งว่าการคำนึงถึงพรรคการเมืองยังมีค่อนข้างน้อย ขณะเดียวกันความนิยมในตัวผู้สมัครยังมีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงมากกว่า อย่างไรก็ตามจึงน่าจะนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มายืนยันในอีกชั้นหนึ่ง

นายชัย (นามสมมติ) หัวหน้าคนหนึ่งในเขตเทศบาล กล่าวถึงในประเด็นนี้ว่า⁶

"...เรื่องพรรคการเมืองไม่ต้องพูดถึง ไม่มีผลหรอก คนไปเลือกประมวล หรือมนตรี บางคนก็ไม่รู้จักด้วยซ้ำว่าสังกัดพรรคไหน รู้อย่างเดียวว่าประมวลลงไหม มंत्रीลงไหม เบอร์อะไร แจกเท่าไร ที่รู้อย่างนี้เพราะหัวหน้าบอกมาอย่างนี้ เบอร์ 1

⁶สัมภาษณ์นายชัย (นามสมมติ), หัวหน้าในเขตเทศบาล, 31 มกราคม 2535.

กับเบอร์ 8 นะอย่าลืม เท่านั้น ค่าที่เลือกตั้งครั้งนี้ (2535) ประมวลย้ายพรรคก็ไม่มีผล ได้รับเลือกอยู่ดี ชาวบ้านไม่สนใจหรอกว่าจะสังกัดพรรคไหน แต่ถ้าไปเลือกก็ต้องประมวลนะ มนตรีนะ . . ."

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าว ยืนยันได้ว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่ยังนิยมในตัวบุคคลมากกว่าตัวพรรคการเมือง ซึ่งสอดคล้องและสนับสนุนข้อมูลจากตาราง 4.7 และ 4.8 จึงสรุปได้ว่าทุกครั้งที่มีการเลือกตั้ง การตัดสินใจเลือกจะพุ่งเป้าเข้าสู่ตัวบุคคล บางด้านอาจจะได้รับข่าวสารจากห้วคณะแน แต่ต้องยอมรับในประเด็นของความสม่ำเสมอในการเลือกพรรคการเมืองจากข้อมูลตารางที่ 4.7 นั้น เป็นแต่เพียงเหตุบังเอิญเท่านั้น ดังนั้นประเด็นนี้จึงได้รับการปฏิเสธ

3.2 การให้ความนิยมนในตัวหัวหน้าพรรค

หัวหน้าพรรคก็คือผู้นำพรรคการเมือง ผู้นำพรรคการเมืองเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการผูกพันพรรคการเมือง เพราะผู้นำพรรคนอกจากจะเป็นผู้ที่แสดงถึงตำแหน่งสำคัญในโครงสร้างการบริหารแล้ว ยังเป็นผู้แสดงถึงจุดร่วมในพฤติกรรมทางการเมืองของพรรคอีกด้วย หัวหน้าพรรคจะเป็นที่ดึงดูดใจยึดมั่นผูกพันทั้งสมาชิกและบุคคลทั่วไปได้มากน้อยเพียงใด ขึ้นกับบุคลิกภาพของผู้นำเป็นสำคัญ หัวหน้าพรรคบางคนมีลักษณะผู้นำบารมี บางคนแบบประชาธิปไตย บางคนแบบเผด็จการ เป็นต้น ลักษณะเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างในลักษณะและพฤติกรรมของพรรคการเมืองและสมาชิกพรรคด้วย

ประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องของความนิยมนในตัวหัวหน้าพรรคนั้น ได้แก่ "คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงนิยมนในตัวหัวหน้าพรรคเอง อันอาจจะประกอบไปด้วย ความเป็นผู้นำ เป็นบุคคลที่น่านับถือสามารถทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่นของตน มีความสามารถเป็นผู้นำรัฐบาล และมีนโยบายที่ตรงกับความต้องการของตน"⁷

⁷สุจิต บุญบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527), หน้า 206.

คุณลักษณะ เหล่านี้อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่เป็นเหตุให้ผู้ลงคะแนนเสียงตัดสินใจลงคะแนนให้พรรคนั้น ๆ ได้ จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าชื่อเสียงของหัวหน้าพรรคมีส่วนตัดสินใจให้เลือกพรรคร้อยละ 79.8 ร้อยละ 10.3 ให้เหตุผลว่าไม่มีผล ขณะที่ร้อยละ 9.8 ไม่ทราบว่า มีผลหรือไม่ (ดังตารางที่ 4.10)

หากพิจารณาตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมพบว่า ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงอายุน้อย มีการศึกษาค่า รายได้ต่ำ และมีถิ่นฐานในเขตเทศบาล จะตัดสินใจเลือกตามความนิยมในตัวหัวหน้าพรรคมากกว่า ผู้มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง ส่วนปัจจัยทางด้านเพศนั้นอยู่ในสัดส่วนที่พอ ๆ กัน ไม่แตกต่างกันมากนัก ปัจจัยในเรื่องอาชีพนั้นก็แปรผันไปตามอาชีพที่จัดอยู่ในสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำเช่นกัน (รายละเอียดตามตาราง 4.10)

ตารางที่ 4.10 แสดงการลงคะแนนด้วยเหตุผลในความนิยมในตัวหัวหน้าพรรค

จำแนกตาม	ชื่อเสียงของหัวหน้าพรรคมีส่วนที่ตัดสินใจ			ร้อยละ	จำนวน
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ		
<u>เพศ</u>					
ชาย	45.2	5.7	4.7	55.6	215
หญิง	34.6	4.7	5.2	44.1	172
<u>อายุ</u>					
21-30 ปี	26.9	3.9	3.4	34.1	132
31-40 ปี	24.5	2.8	1.3	28.7	111
41-50 ปี	15.2	2.1	2.6	19.9	77
51-60 ปี	13.2	1.6	2.6	17.3	67
<u>การศึกษา</u>					
ป.7 และต่ำกว่า	43.7	2.6	6.7	53.0	205
ม.1-ม.6	13.7	2.7	2.1	18.6	72
อนุปริญญาขึ้นไป	22.5	4.9	1.0	28.4	110

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

จำนวนตาม	ชื่อเสียงของหัวหน้าพรรคมีส่วนให้ตัดสินใจ			ร้อยละ	จำนวน
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ		
<u>อาชีพ</u>					
เกษตรกร	39.3	3.1	5.4	47.8	185
ธุรกิจการค้า	17.8	3.1	0.5	21.4	83
รับจ้าง	19.1	3.9	3.9	26.9	104
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.6	0.3	-	3.9	15
<u>รายได้</u>					
ไม่เกิน 3,000 บาท	47.8	4.4	7.5	59.7	231
3,001 บาทขึ้นไป	32.0	5.9	2.3	40.3	156
<u>ถิ่นที่อยู่</u>					
ในเขตเทศบาล	41.9	8.5	1.6	51.9	201
นอกเขตเทศบาล	38.0	1.8	8.3	48.1	186
ร้อยละ	79.8	10.3	9.8	100.0	-
จำนวน	309	40	38	-	387

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อย่างไรก็ตามน่าจะพิจารณาว่า ผู้มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนด้วยความ
 นิยมในตัวหัวหน้าพรรคจริง ๆ หรือไม่ ในประเด็นนี้ภูมิหลังของพรรคกิจสังคม การ
 เลือกตั้งปี 2531 มี พล.อ.อ.สิทธิ เสาศศิลา เป็นหัวหน้าพรรครับช่วงต่อจาก
 ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ชื่อชั้นของ พล.อ.อ.สิทธิ นั้นเทียบกับ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์
 ไม่ได้เลย การดำเนินบทบาททางการเมืองไม่ได้เด่นมากนัก ขณะที่นายมนตรี
 พงษ์พานิช ได้รับเลือกโดยสังกัดพรรคกิจสังคมนั้น เป็น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
 มาถึงห้าสมัย แสดงว่าความนิยมในตัวนายมนตรี ย่อมมีมากกว่าชื่อเสียงของหัวหน้า
 พรรคแน่นอน เพื่อยืนยันในจุดนี้ จากการสัมภาษณ์ นายชิต (นามสมมติ) หัวหน้า
 ผู้คลุกคลีการเลือกตั้งมาหลายสมัยกล่าวว่าในเชิงข้อเท็จจริงว่า "...ชื่อ เสียง ของ
 หัวหน้าพรรคนี้ไม่มีความหมาย ชาวบ้านบางคนไม่รู้จักเลย สนใจแต่เรื่องทำ
 มาหากินเสียมากกว่า บางคนการศึกษาน้อยก็ไม่สนใจ ส่วนใหญ่เขาเชื่อหัวหน้า
 กันทั้งนั้นว่าจะกาให้เบอร์ไหน"⁸

คำกล่าวดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชื่อเสียงของหัวหน้าพรรคมิได้มี
 ส่วนในการลงคะแนนเลย หัวหน้ายังมีอิทธิพลอยู่มาก นอกจากนั้นบทบาทของ
 ส.ส. ที่มีสิทธิเลือกตั้งเข้าไปนั้น ก็อยู่ในสถานภาพที่เป็นรัฐมนตรีทั้งสองคน
 บทบาทก็มิได้ด้อยกว่าหัวหน้าพรรคเท่าใดนัก ดังนั้นผู้วิจัยเลือกที่จะเชื่อถือข้อมูลที่
 ได้จากการสัมภาษณ์ มากกว่าที่ได้จากแบบสอบถามเพราะแบบสอบถามได้คำตอบ
 ที่เป็นลักษณะปกป้องตนเอง ตรงนี้มีผลให้ปกป้องข้อเท็จจริงไปด้วย โดยสรุปใน
 ประเด็นของการเลือกโดยอาศัยความนิยมในตัวหัวหน้าพรรคนั้นได้รับการ
 ปฏิเสธด้วยเหตุและข้อเท็จจริงดังกล่าว

3.3 การให้ความสำคัญต่อนโยบายพรรคการเมือง

ในประเทศที่มีระบบพรรคการเมืองนั้น นโยบายของพรรคการเมืองมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งและมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของพรรคการเมือง

⁸สัมภาษณ์ นายชิต (นามสมมติ), หัวหน้าเขตเทศบาล, 29 มกราคม 2535.

เมืองเป็นอย่างมาก เพราะนโยบายจะเป็นแนวทางการตัดสินใจเบื้องต้นอย่างกว้าง ๆ ของพรรคการเมืองในการดำเนินการบริหารประเทศ เมื่อพรรคการเมืองนั้นได้เป็นรัฐบาล หรือถ้ามิได้เป็นรัฐบาลก็จะหาทางโฆษณาโยบายของพรรคการเมืองของตนให้ประชาชนมองเห็นความสำคัญอยู่ตลอดเวลา เพื่อหวังจะได้เป็นรัฐบาลในอนาคต⁹ และนโยบายพรรคการเมืองยังเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวสมาชิกพรรคเข้าด้วยกัน

ในการกำหนดนโยบายของพรรคการเมือง เมื่อคำนึงถึงรายละเอียดปลีกย่อยแล้ว พรรคการเมืองจะกำหนดเนื้อหาที่จะใช้บริหารประเทศในโอกาสเป็นรัฐบาลในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญคือ ทิศทางการเมืองทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทางเศรษฐกิจ ทางสังคม ทางการทหาร เป็นต้น แต่รายละเอียดก็น้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับปรัชญาอุดมการณ์ของพรรคการเมืองซึ่งมีแตกต่างกันไป กล่าวโดยหลักของนโยบายพรรคการเมืองตามที่ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ กล่าวไว้มี 11 ประเด็นคือ¹⁰

1. นโยบายทางการเมือง
2. นโยบายทางการบริหาร
3. นโยบายการป้องกันประเทศ
4. นโยบายการยุติธรรม
5. นโยบายการศึกษาและวัฒนธรรม
6. นโยบายสวัสดิการสังคม

⁹ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ, พรรคการเมืองและปัญหาพรรคการเมืองไทย (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2524), หน้า 42.

¹⁰เรื่องเดียวกัน, หน้า 43-44.

7. นโยบายเศรษฐกิจ
8. นโยบายสาธารณสุข
9. นโยบายการต่างประเทศ
10. นโยบายการปกครองท้องถิ่น
11. นโยบายการศาสนา



ดังนั้นนโยบายพรรคการเมืองจึงเป็นแนวทางที่พรรคการเมืองกำหนดขึ้นไว้เพื่อจะนำไปบริหารประเทศ และเป็นเครื่องมือของพรรคการเมืองที่จะใช้ในการระดมประชาชนเข้าสู่การเมืองและสนับสนุนพรรคการเมืองจากประชาชนโดยทั่วไปให้หันมานิยมพรรคการเมืองนั้น ทั้งในระหว่างการหาเสียงเลือกตั้ง ภายหลังกเลือกตั้งที่เป็นเวลาปกติ ซึ่งนโยบายพรรคการเมืองนั้นเองจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญว่าพรรคหนึ่ง ๆ จะได้รับความนิยมมากน้อยเพียงใด

นโยบายพรรคการเมืองจึงเป็นปัจจัยแห่งความผูกพันพรรคการเมืองประการหนึ่งแต่จะยึดมั่นแท้จริงหรือไม่ เป็นเรื่องช่วงสมัยที่นโยบายนั้น ๆ เป็นอย่างไร เมื่อไรก็ตามนโยบายนั้นหากไม่มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงสมัยหนึ่ง บุคคลก็จะสนใจนิยมชมชอบเป็นสมาชิก และลงคะแนนให้พรรคการเมืองนั้น แต่เมื่อไรก็ตามนโยบายแต่ละช่วง เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมสมาชิกอาจเปลี่ยนพรรคก็ได้ ดังนั้นจึงขึ้นกับนโยบายแต่ละช่วงสมัยเป็นสำคัญ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ลงคะแนนเสียงร้อยละ 68.6 ลงคะแนนโดยพอใจนโยบายพรรค ร้อยละ 13.2 ตอบว่านโยบายไม่มีผลต่อการตัดสินใจ ขณะที่ถึงร้อยละ 18.2 ของกลุ่มตัวอย่างตอบว่าไม่ทราบนโยบาย ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงตามความพอใจในนโยบายพรรคการเมือง

จำแนกตาม	เหตุผลที่เลือกพรรคนี้ในนโยบายหรือไม่			ร้อยละ	จำนวน
	พอใจในนโยบาย	นโยบายไม่มีผล	ไม่ทราบนโยบาย		
	ต่อการตัดสินใจ				
<u>เพศ</u>					
ชาย	39.7	7.3	8.6	55.6	214
หญิง	28.8	6.0	9.6	44.4	171
<u>อายุ</u>					
21-30 ปี	21.6	4.9	7.8	34.3	132
31-40 ปี	22.1	3.6	2.9	28.6	110
41-50 ปี	13.0	2.3	4.7	20.0	77
51-60 ปี	11.9	2.3	2.9	17.1	66
<u>การศึกษา</u>					
ป.7 และต่ำกว่า	37.9	3.6	11.4	53.0	204
ป.1-ม.6	9.9	3.6	5.2	18.7	72
อนุปริญญาขึ้นไป	20.8	6.0	1.6	28.3	109
<u>อาชีพ</u>					
เกษตรกร	32.7	4.7	10.4	47.8	184
ธุรกิจการค้า	16.6	4.2	0.8	21.6	83
รับจ้าง	16.1	3.9	7.0	27.0	104
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.1	0.5	-	3.6	14
<u>รายได้</u>					
ไม่เกิน 3,000 บาท	39.2	6.0	14.8	60.0	231
3,001 บาทขึ้นไป	29.4	7.3	3.4	40.0	154

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

จำนวนตาม	เหตุผลที่เลือกพรรคนี้เพื่อจําหน่ายหรือไม่			ร้อยละ	จำนวน
	พอจําหน่าย	นโยบายไม่มีผล	ไม่ทราบนโยบาย		
	ต่อการตัดสินใจ				
<u>ถิ่นที่อยู่อาศัย</u>					
ในเขตเทศบาล	43.4	6.2	2.3	51.9	200
นอกเขตเทศบาล	25.2	7.0	15.8	48.1	185
ร้อยละ	68.6	13.2	18.2	100.0	-
จำนวน	26.4	51	70	-	385

หากพิจารณาตามสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมพบว่า ในเรื่องของ เพศปรากฏว่าไม่มีความแตกต่างแต่อย่างใด การลงคะแนนด้วยความพอใจใน นโยบายพรรค ต่างได้รับการยอมรับทั้งชายและหญิงในระดับที่ใกล้เคียงกัน ส่วน อายุนั้นปรากฏว่า ผู้ลงคะแนนเสียงที่อายุน้อยจะลงคะแนนด้วยความพอใจใน นโยบายมากกว่าผู้ลงคะแนนเสียงที่อายุมาก ส่วนระดับของการศึกษานั้นผู้ลง คะแนนเสียงที่ให้ความสำคัญต่อนโยบายพรรคจะเป็นพวกที่มีระดับการศึกษาต่ำ ใน ด้านอาชีพปรากฏว่ามีเป็นเกษตรกรและรับจ้างซึ่งถือว่ามีฐานะทาง เศรษฐกิจและ สังคมต่ำ ให้ความสำคัญต่อนโยบายมากกว่าพวกที่เป็นข้าราชการและนักธุรกิจ ขณะเดียวกันพวกที่มีรายได้ต่ำก็ ให้ความสำคัญต่อนโยบายพรรคในการลงคะแนน เสียงมากกว่าพวกที่รายได้สูง ส่วนในเรื่องถิ่นที่อยู่ถิ่นนั้นไม่มีความแตกต่างแต่อย่าง ใด การให้ความสำคัญต่อนโยบายพรรคทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขต อยู่ใน ระดับที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้มีสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมต่ำ ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกโดยพิจารณาจากนโยบายพรรคการเมือง

ข้อสรุปเบื้องต้นที่ได้ข้อมูลจากตารางปรากฏว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัจจิต และพรศักดิ์ที่ว่า "นโยบายไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกตั้ง ผู้ลงคะแนนเสียงไม่น้อยที่อ้างว่าตนลงคะแนนเสียงเพราะนโยบายของพรรคเป็นสำคัญ"¹¹ หากพิจารณาในประเด็นนี้มีผู้ลงคะแนนเสียงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถึงแม้ว่าจะอยู่ใกล้กับเมืองหลวง การเปิดรับข่าวสารข้อมูลอาจมีมาก แต่ประเด็นที่ขัดแย้งคือ กลุ่มที่ให้ความสนาใจกับนโยบายพรรคเป็นกลุ่มคนที่จัดได้ว่ามีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ ซึ่งน่าจะมีโอกาสในการเปิดรับข่าวสารได้น้อย ดังนั้นนโยบายพรรคน่าจะเป็นเรื่องของผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงมากกว่า เพราะมีศักยภาพในการเปิดรับข่าวสารข้อมูลและมีโลกทัศน์ที่กว้างขวางกว่า

อย่างไรก็ตามหากนำเอาข้อสรุปที่ได้จากประเด็นศึกษาที่แล้ว เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเงินกับการเลือกตั้ง เราพบว่าหัวคะแนนเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้ลงคะแนนเสียง ดังนั้นน่าจะได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์อีกชั้นหนึ่งเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง และนำมาวิเคราะห์ต่อไป

จากการสัมภาษณ์นายชอบ (นามสมมติ) หัวคะแนนในเขตเทศบาลคนหนึ่งได้กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้อย่างชัดเจนว่า¹²

"...ในเรื่องของนโยบายพรรคนั้น ไม่มีความเกี่ยวข้องกับชาวบ้านที่จะไปลงคะแนนเลย นโยบายของพรรคการเมืองทุกพรรคเป็นเรื่องระดับบน คนระดับล่างอย่างพวกพี่หรือชาวบ้าน ดาลี

¹¹ สัจจิต บุญบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการณ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งคนไทย, หน้า 209.

¹² สัมภาษณ์ นายชอบ (นามสมมติ), หัวคะแนนในเขตเทศบาล, 31 มกราคม 2535.

ตาสา มองว่านโยบายเป็นเรื่องที่เขียนไว้ดูเล่นเฉย ๆ ไม่รู้จะ
 ทาได้ไหม ผู้สมัครเขาไม่เคยมาบอกนี่ว่าพรรคเขามีนโยบาย
 อะไร ปราศรัยหรือก็ไม่เคย ก็ไม่ได้พูดถึงเลย มาที่ก็บอกว่าจะ
 ให้เราเท่าไร จะให้ชาวบ้านเท่าไร ว่ากันมาหน่วยนี้จะให้
 ทาก็คะแนน ไม่ได้พูดถึงนโยบายเลย พี่จะไปบอกชาวบ้านเขาได้
 ยังไง ตัวพี่ยังไม่รู้เลย ชาวบ้านเองเขาก็ไม่รู้ว่าจะรู้ไป
 ทาไหม..."

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่านโยบายมิได้มีความสัมพันธ์กับการเลือก
 ตั้ง ทั้งนี้พิจารณาถึงข้อเท็จจริงที่หัวคะแนน เป็นผู้คลุกคลีกับผู้มีสิทธิออกเสียง เลือก
 ตั้งทั้งหลายเป็นตัวเชื่อมที่อยู่กึ่งกลางระหว่างผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งกับประชาชน
 ดังนั้นประเด็นของการทำให้ความสำคัญต่อนโยบายพรรคในขั้นนี้จึงได้รับการปฏิเสธ

กล่าวโดยสรุปในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันพรรคการเมือง
 กับพฤติกรรมลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่าง
 สั้นเชิงระหว่างตัวแปรทั้งสอง ทั้งนี้เพราะดัชนีทั้ง 3 ประการของความผูกพันพรรค
 การเมือง อันประกอบด้วย 1) ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค 2) ความนิยม
 ในตัวหัวหน้าพรรค และ 3) ความพอใจในนโยบายพรรค ล้วนแต่ได้รับการ
 ปฏิเสธจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งสิ้น แม้ว่าข้อมูลจากแบบสอบถามจะเป็น
 ไปในทางบวกก็ตาม แต่ไม่สามารถยอมรับได้เพราะสภาพการแข่งขันในการเลือก
 ตั้งของพื้นที่ที่ทำการศึกษานั้น มีการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อเสียงสูงมาก เงื่อนไขของ
 การลงคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งยังต้องขึ้นกับหัวคะแนนเป็นหลัก ดังนั้น
 เรื่องความผูกพันพรรคการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตนี้ จึงเป็นเรื่องที่เป็น
 ไปไม่ได้อย่างสิ้นเชิง

กล่าวในมิติของทฤษฎีความผูกพันพรรคการเมือง (party
 identification) แล้ว ในงานวิจัยขั้นนี้จึงต้องปฏิเสธ (reject) แนวทาง
 ศึกษาเพราะ เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ โดยมีปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลมากกว่า

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์อื่น ๆ กับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ในภาพรวมของการซื้อเสียงนั้น ไม่จำกัดเฉพาะการจ่ายเงินซื้อเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ยังมีอีกหลายรูปแบบที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนิยมใช้ ทั้งนี้จะใช้รูปแบบใดนั้นต้องขึ้นกับสถานการณ์ ระยะเวลาช่วงเวลาดำเนินการหรือสภาพท้องถิ่นที่ประเมินแล้วว่าใช้รูปแบบซื้อเสียงนั้น จะไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อตนเอง ตลอดจนยังต้องคำนึงถึงงบประมาณและแรงสนับสนุนที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคนพึงจะมีได้ ในช่วงเวลาของการรณรงค์หาเสียง ซึ่งประเด็นสำคัญคือเรื่องการใช้เงินกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่ทุกฝ่ายยอมรับและรูปแบบการซื้อเสียงก็ได้พัฒนาและวิวัฒนาการในลักษณะที่ทันสมัยมากขึ้น และบางครั้งบางรูปแบบก็เป็นปรากฏการณ์ที่อยู่นอกเหนือความคาดหมาย

อย่างไรก็ตามในงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดดัชนีในเรื่องของผลประโยชน์อื่นที่นอกจากการรับเงินไว้ 3 ประการ ว่าจะมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการไปลงคะแนนเสียงหรือไม่ กล่าวคือ

- 1) การได้รับแจกสิ่งของ ซึ่งเป็นการซื้อเสียงรูปแบบหนึ่ง ซึ่งกระทำในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเลี้ยงสุรา อาหาร โด๊ะจีน การจัดมหรสพ เช่นดนตรี ภาพยนตร์ ฯลฯ ในนามของผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง สิ่งของที่แจกส่วนใหญ่จะเป็นพวก เสื้อผ้า รองเท้า น้ำปลา สุรา บุหรี่ ยาแก้ปวด ข้าวสาร น้ำมันรถ เป็นต้น
- 2) การจัดสร้างสาธารณประโยชน์ เพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนได้สร้างสาธารณประโยชน์ให้กับท้องถิ่นในเขตเลือกตั้งของตน เพื่อให้ประชาชนเห็นว่าคนได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น ถนน สะพาน ศาลาที่พักริมทาง โบสถ์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังหมายความรวมถึง การสัญญาว่าจะสร้างให้ภายหลังที่การเลือกตั้งผ่านไปแล้วกรณีผู้สมัครมีตำแหน่งทางการเมือง เช่น การนำโครงการ สร้างถนน หรือสิ่งสาธารณประโยชน์มาลงในพื้นที่เขตเลือกตั้งของตนด้วย

3) อิทธิพล บุคคล ตลอดจนบารมีของผู้สมัคร หรือในความหมายของการซื้อใจที่มีลักษณะของการตอบแทนบุญคุณกัน เช่น การให้เงินช่วยเหลือแก่ประชาชนนายนามทุกข์ยาก ทั้งในลักษณะการให้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ย หรือการให้เปล่าโดยไม่มีเงื่อนไข การให้เช่นนี้มักจะกระทำโดยผู้มีบารมี มีอิทธิพล หรือมีเงิน เมื่อถึงช่วงเวลาของการเลือกตั้ง ผู้ที่ช่วยเหลือก็จะทุ่มเททั้งกำลังกายและกำลังใจในการหาเสียงเลือกตั้ง การซื้อเสียงวิธีนี้เป็น การซื้อเสียงในระยะยาวที่นิยมกันแพร่หลาย

4.1 การได้รับแจกสิ่งของกับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่ได้รับแจกสิ่งของและไปลงคะแนนให้ผู้สมัครคิดเป็นร้อยละ 99.2 ได้รับแจกสิ่งของแต่ไม่ลงคะแนนให้คิดเป็นร้อยละ 0.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 266 คน นั้นหมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 121 คน ไม่ได้รับการแจกสิ่งของ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนผู้ลงคะแนนเสียงที่ลงคะแนนโดยได้รับแจกสิ่งของ

	แจกสิ่งของ	จำนวน	ร้อยละ
1.	เลือกผู้สมัครที่แจกสิ่งของ	264	99.2
2.	เลือกผู้สมัครคนอื่น	2	0.8
	รวม	266	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนผู้ตอบเพียง 266 จาก 387 คน แสดงให้เห็นว่ามีการแจกสิ่งของน้อย แจกไม่กระจายเป็นแต่เพียงบางจุดเท่านั้น จึงน่าที่จะหาสาเหตุในประเด็นนี้จากการสัมภาษณ์นายช่วย (นามสมมติ) หัวหน้าแผนกในเขตเทศบาล ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า¹³

"...สิ่งของก็มีแจกแต่ไม่มาก ที่แจกก็มี หวย (ลือตเตอร์รี่) เสื่อยี่ตมีชื่อและ เบอร์ของผู้สมัคร ส่วนใหญ่ชาวบ้านจะรับนะ เราแจกก็รับอยู่แล้ว การแจกของนี้เป็นแค่ระลอกแรก หมายถึง ครั้งแรก ๆ แจกของไว้ก่อน เช่น หวยนี้ อย่างนี้เรียกว่า "หมั้น" ไว้ก่อน ครั้งหลังมาผู้ช้อนี่ต้องเงินเท่านั้น ที่พูดถึงนี้ชาวบ้านนะ บางทีก็แจกวงข้าวศึก แจกหวยเป็นตัวหลอกให้ฝ่ายตรงข้ามตายใจ นึกว่าฝ่ายเราไม่แจกเงิน เป็นยุทธวิธีอย่างหนึ่ง ชาวบ้านก็ชอบเพราะรู้ว่าเดี๋ยวยังอีกสัปดาห์เลือกตั้ง เงินก็ต้องมาก่อน..."

จากข้อมูลสัมภาษณ์สอดคล้องกับข้อมูลจากตาราง กล่าวคือ มีการแจกสิ่งของในระหว่างการเลือกตั้งแต่ไม่มากนัก โดยหัวหน้าเป็นตัวกลาง แต่อีกสัปดาห์เลือกตั้งก็มีการแจกเงินตามมาด้วย ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า สิ่งของที่ผู้ลงคะแนนได้รับแจกเป็นส่วนหนึ่งของการซื้อเสียงแต่มีน้ำหนักในการตัดสินใจน้อยมาก เมื่อเทียบกับ "เงิน" และ "คำขอร้องของหัวหน้า"

4.2 การจัดสร้างสาธารณประโยชน์กับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกผู้สมัครที่มาจัดสร้างสาธารณประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 92.1 ขณะที่ไม่เลือกคิดเป็น

¹³สัมภาษณ์ นายช่วย (นามสมมติ), หัวหน้าแผนกในเขตเทศบาล, 31 มกราคม 2535.

ร้อยละ 1.8 และเลือกผู้สมัครคนอื่นที่ให้ประโยชน์มากกว่าร้อยละ 6.1 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 380 คน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนของผู้ลงคะแนนเสียงที่ลงคะแนนให้ผู้สมัครที่มาจัดสร้างสาธารณประโยชน์

เงื่อนไข	จำนวน	ร้อยละ
1. เลือกผู้สมัครที่มาจัดสร้างสาธารณประโยชน์	350	92.1
2. ไม่เลือก	7	1.8
3. เลือกผู้สมัครคนอื่นที่ให้ประโยชน์มากกว่า	23	6.1
รวม	380	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผู้ลงคะแนนเสียงให้ความสำคัญกับผู้ที่มาทำประโยชน์ ให้กับท้องถิ่นเมื่อมีการสร้างสาธารณประโยชน์ เช่น ถนน สะพาน ในเรื่องของการคมนาคม นั่นหมายความว่ามีความเจริญขึ้นในท้องถิ่น มีการสร้างงานขึ้น และคนมีงานทำมากขึ้น ผลประโยชน์และความเจริญ โดยรวมก็จะตกอยู่กับท้องถิ่น หากพิจารณาตามตัวแบบทางเศรษฐศาสตร์ (economic model) ก็คือผู้ลงคะแนนเสียงเป็นผู้ที่มีเหตุผล เพราะรู้ว่าผลประโยชน์ของคนคืออะไร จะประเมินผู้สมัครว่าให้ประโยชน์แก่ตนเพียงใด และลงคะแนนเสียงตามผลของการประเมินนั้น

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาข้อมูลด้านลึกลงไปอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยประเด็นที่ยอมรับว่าเลือกผู้สมัครมาจัดสร้างผลประโยชน์

นั้นมีสาเหตุมาจากอะไร ซึ่งประเด็นนี้ นายชวน (นามสมมติ) หัวคะแนนนอกเขตเทศบาล กล่าวไว้ว่า¹⁴

"...ตรงนี้ผู้สมัครที่เป็น ส.ส. เดิมจะได้เปรียบ เพราะชาวบ้านเขาจะมองว่ามีผลงานเป็นรูปธรรม เช่น ถนน สะพาน ซึ่งมันเป็นสิ่งที่เห็นชัดเจน อันที่จริงก็เป็นหน้าที่ของผู้แทนอยู่แล้วที่ต้องใช้งบประมาณ งบประมาณ เช่น คุณมนตรี สมัยเป็นรัฐมนตรีคมนาคม ก็บ้างๆ ของกรมทางหลวงมาทำสะพานนเรศวร ที่คู่กับสะพานบริดี หรือถนนโรจนะในเขตอำเภอเมือง ถนนสายเอเชีย คู่ขนานจากอยุธยาถึงนครสวรรค์ ถนนในตำบลปากกรานที่เปลี่ยนจากลูกรังเป็นลาดยาง ชาวบ้านจะเข้าใจว่าได้มาเพราะคนที่เป็น ส.ส. ชาวบ้านบางส่วนจะเห็นภาพพจน์ที่ดีตรงนี้ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะตัดสินใจเลือกเพราะสร้างประโยชน์เพียงอย่างเดียว จะขึ้นกับความเกรงใจหัวคะแนน และสิ่งที่จะได้เป็นการแลกเปลี่ยนจากการไปลงคะแนนมากกว่า..."

สรุปได้ว่า การจัดสร้างสิ่งสาธารณะของผู้สมัครรับเลือกตั้งมีส่วนในการทำให้ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงไปเลือก แต่ก็ไม่ใช่ปัจจัยหลักคงเป็นแต่เพียงปัจจัยย่อยปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงนอกเหนือจากปัจจัยหลัก คือ เงินกับความเกรงใจหัวคะแนน

4.3 ความเกรงใจ บุคคล อิทธิพล บารมีของผู้สมัครกับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

¹⁴สัมภาษณ์ นายชวน (นามสมมติ), หัวคะแนนนอกเขตเทศบาล, 30 มกราคม 2535.

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ลงคะแนนเสียงลงคะแนนด้วยความเกรงใจในบุญคุณ อิทธิพล และบารมีของผู้สมัครร้อยละ 92.2 และร้อยละ 7.8 ไม่เห็นด้วยกับเหตุผลดังกล่าว ดังตาราง 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนผู้ลงคะแนนเสียงที่ลงคะแนนเสียงด้วยความเกรงใจและขึ้นกับบุญคุณ อิทธิพลของผู้สมัคร

เงื่อนไข	จำนวน	ร้อยละ
1. อิทธิพล บุญคุณ ตลอดจนบารมีและความเกรงใจ ผู้สมัครมีต่อผลต่อการลงคะแนนเสียง	354	92.2
2. ไม่มีผล	30	7.8
รวม	384	100.0

จากตารางดังกล่าวแสดงว่า ความเกรงใจ บุญคุณ อิทธิพล และบารมีของผู้สมัครเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจลงคะแนนเสียง อย่างไรก็ตามน่าจะพิจารณาข้อมูลสัมภาษณ์ว่าโดยนัยและความหมายของปัจจัยดังกล่าวมีน้ำหนักมากน้อยเพียงใด จากการสัมภาษณ์ นายชูป (นามสมมติ) หัวคะแนนในเขตเทศบาลกล่าวถึงในประเด็นนี้ว่า¹⁵

"...อิทธิพล บุญคุณ บารมี ความเกรงใจอะไรนี้ไม่ใช่ของผู้สมัครหรอก แต่เป็นของหัวคะแนน เพราะหัวคะแนนช่วยเหลือชาวบ้านมากกว่า ผูกพันกับชาวบ้านมากกว่า ส.ส. เขาไม่ค่อยได้มาหรอก ยิ่งเป็นรัฐมนตรีงานยิ่งยุ่ง ถ้าจะผูกพันกับชาวบ้านก็เป็นความผูกพันโดยการผ่านหัวคะแนน อย่างงานศพ งาน

บวช งานแต่งงานเนี่ย ชาวบ้านไม่รู้จะไปติดต่อกับผู้สมัครได้ที่ไหน ก็ต้องติดต่อกับหัวคะแนน ซึ่งหัวคะแนนก็จะไปบอกผู้สมัครอีกทีหนึ่ง ถ้าเป็นเรื่องเร่งด่วน พี่ก็ออกเงินช่วยชาวบ้านไปก่อน ก็ต้องแล้วแต่ความสามารถของหัวคะแนนเป็นหลักด้วยว่ามีความกว้างขวางแค่ไหน เช่น ชาวบ้านถูกตำรวจจับ หัวคะแนนรู้จักตำรวจไหม พอช่วยเหลืออะไรได้บ้าง ซึ่งแบบนี้ชาวบ้านผูกพันกับเรามากกว่าอยู่แล้ว ชาวบ้านเชื่อมต่อกับผู้สมัครไม่ถึงหรอก พวกที่ต้องเกรงใจ ผู้สมัครมากกว่าเลย เขาที่ป็นิ่งก็เยอะ โบนัสก็มีมอเตอร์ไซด์ บ่วยก็ออกค่ารักษาพยาบาลให้อย่างดี แต่ต้องแล้วแต่ระดับความผูกพันด้วย...."

หากพิจารณาข้อมูลตรงนี้ ชี้ชัดว่าชาวบ้านหรือผู้ลงคะแนนเสียงอย่างไรว่าเกรงใจ บุคคล หรืออิทธิพล บารมีของผู้สมัคร แต่โดยแท้ที่จริงแล้วเป็นการเกรงใจในตัวหัวคะแนนมากกว่า แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับผู้ลงคะแนนเสียง เป็นเรื่องของการค้า เป็นเรื่องที่ฉาบฉวยเฉพาะกิจ แต่ในขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างหัวคะแนนกับผู้ลงคะแนนเสียง กลายเป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบผู้อุปถัมภ์และผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับหัวคะแนนเป็นไปได้ทั้งในรูปของธุรกิจและในรูปของระบบอุปถัมภ์ ทั้งนี้ต้องขึ้นกับระดับความสำคัญของหัวคะแนนว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด หากมีประสิทธิภาพมากก็ได้สิ่งตอบแทนมาก ความสัมพันธ์ก็จะแน่นแฟ้นในลักษณะที่อุปถัมภ์กันตามแบบเจ้านายลูกน้อง กล่าวโดยสรุปในประเด็นปัจจัยเรื่องความเกรงใจ อิทธิพล บารมี บุญคุณของผู้สมัคร ไม่มีผลโดยตรงต่อการไปลงคะแนนเสียง ของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งประเด็นนี้จึงได้รับการปฏิเสธ

สรุป

ผลการวิจัยเพื่อพิสูจน์สมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพล ของเงินที่มีต่อพฤติกรรมการของผู้ลงคะแนนเสียงในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคม

และ เปรียบเทียบกับระดับของความผูกพันพรรคการเมือง และผลประโยชน์อื่น ๆ
ที่ได้รับ เช่น การได้รับแจกสิ่งของ การจัดสร้างสาธารณประโยชน์ อธิพิล บุญ
คุณ บารมีของผู้สมัครปรากฏว่าเงินไม่ได้ทำให้เกิดความแตกต่างในตัวแปรทั้งสาม
ประการเลย กล่าวคือ ในวันลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเงินเป็น 1 ใน 2 ปัจจัย ที่
มีอิทธิพลต่อผู้ลงคะแนนเสียงร่วมกับระดับความเกรงใจหัวคะแนน ดังนั้น สมมติ
ฐานที่เกิดขึ้นระหว่างความสัมพันธ์ของเงินกับสามตัวแปรดังกล่าวจึงยังไม่ได้รับ
การยอมรับ ซึ่งจะได้กล่าวถึงโดยละเอียดในบทต่อไป



ศูนย์วิทยพัชยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย