

#### บทที่ 4

#### ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 140 คน โดยมีผลการวิจัยดังจะนำเสนอตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยทางประชากร

ตอนที่ 2 การรับและไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้ง

ตอนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth Interview)

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

Phi Coefficient, Point Biserial Correlation Coefficient, Chi-Square และ Multiple Regression Analysis

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา  
ตอนที่ 1 ปัจจัยทางประชากร

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยทางประชากร

จำแนกตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ตำแหน่งในชุมชน</u>		
ผู้นำชุมชน	21	15.0
ประชาชนทั่วไป	119	85.0
<u>ถิ่นที่อยู่อาศัย</u>		
เขตเทศบาล	35	25.0
เขตสุขาภิบาล	35	25.0
นอกเขตเทศบาล	35	25.0
นอกเขตสุขาภิบาล	35	25.0
<u>เพศ</u>		
ชาย	77	55.0
หญิง	63	45.0
<u>อายุ</u>		
20-30 ปี	24	17.1
31-40 ปี	45	32.1
41-50 ปี	38	27.1
51-60 ปี	21	15.0
61 ปีขึ้นไป	12	8.6

จำแนกตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>การศึกษา</u>		
ไม่เคยเข้าโรงเรียน	6	4.4
ประถมศึกษาตอนต้น (ป.1-ป.4)	80	57.1
ประถมศึกษาตอนปลาย (ป.5-ป.7)	14	10.0
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)	8	5.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6)	10	7.1
อนุปริญญา ปวท. ปวส.	10	7.1
ปริญญาตรี	12	8.6
<u>สถานภาพสมรส</u>		
โสด	18	12.9
สมรสอยู่ด้วยกัน	112	80.0
สมรสแต่นอกกันอยู่	1	0.7
หม้าย	9	6.4
<u>จำนวนสมาชิกในครอบครัว</u>		
1-4 คน	84	60.0
5-10 คน	53	37.8
11 คนขึ้นไป	3	2.2
<u>รายได้ต่อครัวเรือนต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 2,000 บาท	18	12.8
2,001-3,000 บาท	41	29.3
3,001-4,000 บาท	18	12.8
4,001-5,000 บาท	15	10.7
5,001-10,000 บาท	26	18.6
10,001-30,000 บาท	19	13.6
30,001 บาทขึ้นไป	3	2.2

ตารางที่ 1 (ต่อ)

จำแนกตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>อาชีพ</u>		
เกษตรกร	60	42.0
ค้าขาย	21	15.0
รับจ้าง	27	19.3
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	12.9
ให้เช่า/แม่บ้าน	14	10.0

จากตารางที่ 1 แสดงปัจจัยทางประชากร โดยแยกประเภทตามลำดับต่อไปนี้  
ตำแหน่งในชุมชน พบว่าประชาชนเป็นผู้นำชุมชนร้อยละ 15.0 และเป็นประชาชนทั่วไป  
 ร้อยละ 85.0

ถิ่นที่อยู่อาศัย มีประชาชนอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล เขตสุขาภิบาล นอกเขตเทศบาล  
 และนอกเขตสุขาภิบาล จำนวนเท่ากันทั้ง 4 เขต คือร้อยละ 25.0

เพศ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึงร้อยละ 55.0 เป็นเพศหญิงร้อยละ 45.0

อายุ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ  
 อายุระหว่าง 41-50 ปี มีร้อยละ 27.1 อันดับที่ 3 คืออายุระหว่าง 20-30 ปี มีร้อยละ 15.0

การศึกษา พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนต้น (ป.1-ป.4)  
 มีร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-ป.7) มีร้อยละ 10.0 และระดับ  
 ปริญญาตรี ร้อยละ 8.6 เป็นอันดับที่ 3

สถานภาพสมรส พบว่าประชาชนส่วนใหญ่สมรสและอยู่ด้วยกัน มีร้อยละ 80.0 รองลง  
 มาคือ โสด มีร้อยละ 12.9 และหม้าย มีร้อยละ 6.4 เป็นอันดับที่ 3

จำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง  
 1-4 คน ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ระหว่าง 5-10 คน มีร้อยละ 37.8 มีเพียงร้อยละ 2.2  
 ที่มีสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 11 คนขึ้นไป

รายได้ต่อเดือน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 2,001-3,000 บาท ถึงร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 18.3 อันดับที่ 3 คือ ระหว่าง 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 13.6

อาชีพ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมถึงร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้าง มีร้อยละ 19.3 และอาชีพค้าขาย เป็นอันดับที่ 3 มีร้อยละ 15.0



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การรับและไม่รับคำตอบแทนในการเลือกตั้ง

ตารางที่ 2.1 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่รับและไม่รับคำตอบแทนในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามเขต

เขต	การรับคำตอบแทน	รับ	ไม่รับ	รวม
เทศบาล		3 (2.1)	32 (22.9)	35 (25.0)
สุขาภิบาล		9 (6.4)	29 (18.6)	35 (25.0)
นอกเขตเทศบาล		19 (13.6)	16 (11.4)	35 (25.0)
นอกเขตสุขาภิบาล		12 (8.6)	23 (16.4)	35 (25.0)
รวม		43 (30.7)	97 (69.3)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.1 พบว่าประชาชนร้อยละ 30.7 รับคำตอบแทน โดยประชาชนนอกเขตเทศบาลรับคำตอบแทนสูงที่สุดถึงร้อยละ 13.6 ในขณะที่ประชาชนที่ไม่รับคำตอบแทนมีร้อยละ 69.3 โดยประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลไม่รับคำตอบแทนสูงที่สุดมีร้อยละ 22.9

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามตำแหน่งในชุมชน

เขต ตำแหน่งในชุมชน	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
ผู้นำชุมชน	1 (4.8)	3 (14.3)	-	4 (19.0)	2 (9.5)	4 (19.0)	2 (9.5)	5 (23.8)	5 (23.5)	16 (76.2)	21 (100.0)
ประชาชนทั่วไป	2 (1.7)	29 (24.4)	9 (7.6)	22 (18.5)	17 (14.3)	12 (10.1)	10 (8.4)	18 (15.1)	38 (31.9)	81 (68.1)	119 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.9)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.7)	97 (67.9)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.2 พบว่า มีผู้นำชุมชนร้อยละ 23.8 ที่รับค่าตอบแทน และมีร้อยละ 76.2 ที่ไม่รับค่าตอบแทน โดยมีผู้นำชุมชนนอกเขตเทศบาลและนอกเขตสุขาภิบาล รับค่าตอบแทนมากที่สุด ร้อยละ 9.5 เท่ากัน ในขณะที่ประชาชนทั่วไปรับค่าตอบแทนมีร้อยละ 31.9 โดยประชาชนนอกเขตเทศบาลรับค่าตอบแทนสูงสุดถึงร้อยละ 14.3 ในขณะที่ประชาชนทั่วไปที่ไม่รับค่าตอบแทนมีร้อยละ 68.1 โดยมีประชาชนในเขตเทศบาลไม่รับค่าตอบแทนมากที่สุดร้อยละ 24.4

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.3 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามเพศ

เขต \ เพศ	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
ชาย	2 (2.6)	15 (19.5)	3 (3.9)	15 (19.5)	11 (14.3)	11 (14.3)	4 (5.2)	16 (20.8)	20 (26.0)	57 (74.0)	77 (100.0)
หญิง	1 (1.6)	17 (27.0)	6 (9.5)	11 (17.5)	8 (12.7)	5 (7.9)	8 (12.7)	7 (11.1)	23 (36.5)	40 (63.5)	63 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.1)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.7)	97 (67.9)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ประชาชนที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 36.5 รับค่าตอบแทน ซึ่งมากกว่าประชาชนที่เป็นเพศชายที่มีเพียงร้อยละ 26.0 โดยประชาชนเพศหญิงที่รับค่าตอบแทนสูงสุดอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลและนอกเขตสุขาภิบาล ร้อยละ 12.7 เท่ากัน ในขณะที่ประชาชนเพศชายที่รับค่าตอบแทนสูงสุดอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีร้อยละ 14.3

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 2.4 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทน ในการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามช่วงอายุ

เขต ช่วงอายุ	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
20-30 ปี	-	7 (29.2)	1 (4.2)	3 (12.5)	3 (12.5)	1 (4.2)	2 (8.3)	7 (29.2)	6 (25.0)	18 (75.0)	24 (100.0)
31-40 ปี	1 (2.2)	16 (35.5)	5 (11.1)	5 (11.1)	4 (8.9)	2 (4.4)	5 (11.1)	7 (15.6)	15 (33.3)	30 (66.7)	45 (100.0)
41-50 ปี	-	6 (15.8)	1 (2.6)	8 (21.1)	10 (26.3)	6 (15.8)	3 (7.9)	4 (10.5)	14 (36.8)	24 (63.2)	38 (100.0)
51-60 ปี	1 (4.8)	3 (14.3)	2 (9.5)	7 (33.3)	-	5 (23.5)	-	3 (14.3)	3 (14.3)	18 (85.7)	21 (100.0)
61 ปีขึ้นไป	1 (8.3)	-	-	3 (25.0)	2 (16.7)	2 (16.7)	2 (16.7)	2 (16.7)	5 (41.7)	7 (58.3)	12 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.9)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.7)	97 (69.3)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.4 พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป รับค่าตอบแทนสูงสุดถึงร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีร้อยละ 36.3 และอันดับที่ 3 คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีร้อยละ 33.3 โดยมีประชาชนช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี รับค่าตอบแทนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 14.3

ตารางที่ 2.5 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทน ในการ เลือกลงเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามการศึกษา

เขต การศึกษา	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
ไม่เคยเข้า รร.	1 (16.7)	1 (16.7)	-	1 (16.7)	-	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	2 (33.3)	4 (66.7)	6 (100.0)
ป.1-ป.4	1 (1.3)	8 (10.0)	7 (8.8)	12 (15.0)	17 (21.3)	13 (16.3)	6 (7.5)	16 (20.0)	31 (38.8)	49 (61.2)	80 (100.0)
ป.5-ป.7	-	2 (14.3)	1 (7.1)	3 (21.4)	1 (7.1)	-	3 (21.4)	4 (28.6)	5 (35.7)	9 (64.3)	14 (100.0)
ม.1-ม.3	-	4 (50.0)	-	1 (12.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	-	2 (25.0)	6 (75.0)	8 (100.0)
ม.4-ม.6	1 (10.0)	5 (50.0)	-	3 (30.0)	1 (10.0)	-	-	1 (10.0)	2 (20.0)	8 (80.0)	10 (100.0)
ปวส. ปวท.	-	6 (60.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	-	-	-	-	1 (10.0)	9 (90.0)	10 (100.0)
ปริญญาตรี	-	6 (50.0)	-	3 (25.0)	-	1 (8.3)	-	2 (16.7)	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.9)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.7)	97 (67.9)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.5 พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้น (ป.1-ป.4) รับค่าตอบแทนสูงสุดถึงร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนปลาย มีร้อยละ 35.7 แต่ไม่มีประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีรับค่าตอบแทน

ตารางที่ 2.6 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามสถานภาพสมรส

เขต สถานภาพสมรส	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
โสด	-	9 (50.0)	2 (11.1)	-	2 (11.1)	-	2 (11.1)	3 (16.7)	6 (33.3)	12 (66.7)	18 (100.0)
สมรส	3 (2.7)	19 (17.0)	6 (5.4)	22 (19.6)	17 (15.2)	15 (13.4)	10 (8.9)	20 (17.9)	36 (32.2)	76 (67.8)	112 (100.0)
สมรสแต่แยกกันอยู่	-	1 (100.0)	-	-	-	-	-	-	-	1 (100.0)	1 (100.0)
หม้าย	-	3 (33.3)	1 (11.1)	4 (44.4)	-	1 (11.1)	-	-	1 (11.1)	8 (88.1)	9 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.9)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.4)	97 (69.3)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.6 พบว่า ประชาชนที่เป็นโสดรับค่าตอบแทนสูงสุดถึงร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ประชาชนที่สมรสแล้วมีร้อยละ 32.2

ตารางที่ 2.7 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทน ในการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

เขต จำนวนสมาชิก	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
1-4 คน	1 (1.2)	14 (16.7)	6 (7.1)	18 (21.4)	15 (17.9)	11 (13.1)	5 (5.9)	14 (16.7)	27 (32.1)	57 (67.9)	84 (100.0)
5-10 คน	1 (1.9)	17 (32.1)	3 (5.7)	8 (15.1)	4 (7.5)	5 (9.4)	6 (11.3)	9 (17.0)	14 (26.4)	39 (73.6)	53 (100.0)
11 คนขึ้นไป	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	-	1 (33.3)	1	2 (66.7)	1 (33.3)	3 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.9)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.7)	97 (69.3)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.7 พบว่า ประชาชนที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 11 คนขึ้นไป รับค่าตอบแทนสูงสุดถึงร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ประชาชนที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-4 คน รับค่าตอบแทนร้อยละ 32.1 และประชาชนที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-10 คน รับค่าตอบแทนร้อยละ 26.4 เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 2.8 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทน ในการ  
เลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามรายได้ต่อเดือน

เขต รายได้	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
ต่ำกว่า 2,000 บ.	-	3 (16.7)	1 (5.6)	1 (5.6)	2 (11.1)	1 (5.6)	6 (33.3)	4 (22.2)	9 (50.0)	9 (50.0)	18 (100.0)
2,001-3,000 บ.	1 (2.4)	1 (2.4)	3 (7.3)	6 (14.6)	9 (22.0)	4 (9.8)	15 (36.6)	12 (29.3)	18 (43.9)	23 (56.1)	41 (100.0)
3,001-4,000 บ.	-	3 (16.7)	2 (11.1)	4 (22.2)	3 (16.7)	5 (27.8)	-	1 (11.1)	5 (27.8)	13 (72.2)	18 (100.0)
4,001-5,000 บ.	1 (6.7)	5 (33.3)	-	4 (26.7)	2 (13.3)	-	1 (6.7)	2 (13.3)	4 (26.7)	11 (73.3)	15 (100.0)
5,001-10,000 บ.	-	5 (19.2)	3 (11.5)	7 (26.9)	3 (11.5)	4 (15.4)	-	4 (15.4)	6 (23.1)	20 (76.9)	26 (100.0)
10,001-30,000 บ.	1 (5.3)	12 (63.2)	-	4 (21.1)	-	2 (10.5)	-	-	1 (5.3)	18 (94.7)	19 (100.0)
30,000 บาทขึ้นไป	-	3 (100.0)	-	-	-	-	-	-	-	3 (100.0)	3 (100.0)
รวม	3 (2.1)	32 (22.9)	9 (6.4)	26 (18.6)	19 (13.6)	16 (11.4)	12 (8.6)	23 (16.4)	43 (30.7)	97 (67.9)	140 (100.0)

จากตารางที่ 2.8 พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท รับค่าตอบแทนสูงที่สุดถึงร้อยละ 50.0 โดยเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่นอกเขตสุขภาพถึงร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 2,000-3,000 บาท มีร้อยละ 43.9 ที่รับค่าตอบแทน และอันดับที่ 3 คือประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 3,001-4,000 บาท มีร้อยละ 17.8 ที่รับค่าตอบแทน และจะพบว่าผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ไม่รับค่าตอบแทน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.9 จำนวนและร้อยละของประชาชนในแต่ละเขตที่รับและไม่รับค่าตอบแทน ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 โดยแยกตามอาชีพ

เขต อาชีพ	เทศบาล		สุขาภิบาล		นอกเขตเทศบาล		นอกเขตสุขาภิบาล		รวม		
	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รับ	ไม่รับ	รวม
เกษตรกร	-	-	2 (3.3)	4 (6.7)	13 (21.7)	8 (13.3)	12 (20.0)	21 (35.0)	27 (45.0)	33 (55.0)	60 (100.0)
ค้าขาย	-	13 (61.9)	2 (9.5)	3 (14.3)	1 (4.8)	2 (9.5)	-	-	3 (14.3)	18 (85.7)	21 (100.0)
รับจ้าง	2 (7.4)	9 (33.3)	4 (14.8)	7 (25.9)	2 (7.4)	3 (11.1)	-	-	8 (29.6)	19 (70.4)	27 (100.0)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	1 (5.6)	6 (33.3)	-	6 (33.3)	1 (5.6)	2 (11.1)	-	2 (11.1)	2 (11.1)	16 (88.9)	18 (100.0)
ให้เช่า/แม่บ้าน	-	4 (28.6)	1 (7.1)	6 (42.9)	2 (14.3)	1 (7.1)	-	-	3 (21.4)	11 (78.6)	14 (100.0)

จากตารางที่ 2.9 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพเกษตรกรรับค่าตอบแทนมากที่สุดถึงร้อยละ 45.0 โดยอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลถึงร้อยละ 21.7 รองลงมาคือ นอกเขตสุขาภิบาลมีร้อยละ 20.0 อาชีพที่รับค่าตอบแทนเป็นอันดับที่ 2 คือ อาชีพรับจ้างมีร้อยละ 29.6 โดยอาศัยอยู่ในเขตสุขาภิบาลถึง 14.8 อาชีพที่รับค่าตอบแทนเป็นอันดับที่ 3 คือ ให้เช่า/แม่บ้าน มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 2.10 เหตุผลที่ประชาชนในแต่ละเขตรับค่าตอบแทน ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13  
กันยายน พ.ศ. 2535

สาเหตุ	เขต	เทศบาล	สุขาภิบาล	นอกเขต	นอกเขต	รวม
				เทศบาล	สุขาภิบาล	
อยากได้เพราะฐานะยากจน		1 (2.3)	-	1 (2.3)	3 (7.0)	5 (11.6)
เคยรับทุกครั้งที่มีการเลือกตั้ง		-	-	-	1 (2.3)	1 (2.3)
ถูกบังคับให้รับ		-	-	-	1 (2.3)	1 (2.3)
หัวหน้าแนะนำมาให้และเลือก ตามที่เคำบอก		2 (4.7)	8 (18.6)	15 (34.9)	7 (16.3)	34 (79.1)
เป็นหัวหน้าตนเอง		-	-	1 (2.3)	-	1 (2.3)
หัวหน้าแนะนำมาให้รับแต่ เลือกตามใจเรา		-	1 (2.3)	-	-	1 (2.3)
รวม		3 (7.0)	9 (21.0)	19 (44.1)	12 (27.9)	43 (100.0)

จากตารางที่ 2.10 พบว่า ประชาชนรับค่าตอบแทนเพราะหัวหน้าแนะนำมาให้และเลือก  
ตามที่หัวหน้าบอกถึงร้อยละ 79.1 โดยที่ประชาชนนอกเขตเทศบาลได้รับสูงสุดถึงร้อยละ 39.5  
สาเหตุอันดับที่ 2 คือ อยากได้เพราะฐานะยากจน มีร้อยละ 11.6



ตารางที่ 2.11 วิธีการที่ประชาชนในแต่ละเขตได้รับค่าตอบแทนจากการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535

วิธีการ	เขต	เขต	เขต	นอกเขต	นอกเขต	รวม
	เทศบาล	เทศบาล	สุขาภิบาล	เทศบาล	สุขาภิบาล	
โดยการจูงใจของผู้สมัคร รับเลือกตั้ง	-	-	-	-	2 (4.7)	2 (4.7)
โดยการจูงใจของหัวหน้า	4 (9.3)	9 (20.9)	18 (41.9)	9 (20.9)	9 (20.9)	40 (93.0)
โดยได้รับฝากจากเพื่อนบ้าน	-	-	-	-	1 (2.3)	1 (2.3)
รวม	4 (9.3)	9 (20.9)	18 (41.9)	18 (41.9)	12 (27.9)	43 (100.0)

จากตารางที่ 2.11 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รับค่าตอบแทนโดยการจูงใจของหัวหน้าถึงร้อยละ 93.0 โดยมีประชาชนนอกเขตเทศบาลได้รับการจูงใจจากหัวหน้ามากที่สุดถึงร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ประชาชนนอกเขตสุขาภิบาลและเขตสุขาภิบาล มีร้อยละ 20.9 เท่ากัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.12 เหตุผลที่ประชาชนในแต่ละเขตไม่รับค่าตอบแทนแต่ไปเลือกตั้ง ในการเลือกตั้ง  
เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535

สาเหตุ	เขต	เทศบาล	สุขาภิบาล	นอกเขต เทศบาล	นอกเขต สุขาภิบาล	รวม
เห็นผลเสียของการขายเสียง		4	4	-	5	13
		(4.1)	(4.1)		(5.2)	(13.4)
มีสิทธิตั้งใจไปใช้สิทธิ		25	6	6	8	45
		(25.8)	(6.2)	(6.2)	(8.3)	(46.4)
หวัคະແນบອກຈະເອາມາໃຫ້ແຕ່ມໍ່ໃຫ້		-	2	2	7	11
			(2.1)	(2.1)	(7.2)	(11.3)
มีฐานะดีอยู่แล้ว		1	-	1	-	2
		(1.0)		(1.0)		(2.1)
เป็นข้าราชการ/เป็นหน้าที่		-	2	-	1	3
			(2.1)		(1.0)	(3.2)
ไม่ชอบหวัคະແນ		1	-	-	-	1
		(1.0)				(1.0)
เกรงใจผู้มีสมัครรับเลือกตั้ง		1	-	-	-	1
		(1.0)				(1.0)
เลือกคนที่รู้จักและช่วยเหลือหมู่บ้าน		-	12	7	2	21
			(12.4)	(7.3)	(2.0)	(22.6)
รวม		32	26	16	23	97
		(33.0)	(26.8)	(16.5)	(23.7)	(100.0)

จากตารางที่ 2.12 พบว่า สาเหตุที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รับค่าตอบแทนแต่ไปเลือกตั้ง เนื่องจากมีสิทธิ ตั้งใจไปใช้สิทธิถึงร้อยละ 46.4 โดยมีประชาชนในเขตเทศบาลให้เหตุผลถึง ร้อยละ 25.8 สาเหตุอันดับที่ 2 คือ เห็นผลเสียของการขายเสียงมีร้อยละ 13.4 และสาเหตุ อันดับที่ 3 คือ หัวคะแนนบอกจะเอามาให้แต่ไม่ให้มีร้อยละ 11.3 โดยมีประชาชนนอกเขตสุขาภิบาล ให้เหตุผลมากที่สุดถึงร้อยละ 7.2



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.13 เหตุผลของประชาชนในแต่ละเขตที่รับค่าตอบแทนแต่ไม่เลือกผู้สมัครดังกล่าว ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535

เหตุผล	เขต	เทศบาล	สุขาภิบาล	นอกเขต เทศบาล	นอกเขต สุขาภิบาล	รวม
	สิทธิของเราเราเลือกเอง	-	-	2 (50.0)	1 (25.0)	-
เคยลงให้แต่ไม่เคยมาดูแล ชาวบ้านเลย	-	-	-	-	1 (25.0)	1 (25.0)
รวม	-	-	2 (50.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	4 (100.0)

จากตารางที่ 2.13 พบว่า เหตุผลที่ประชาชนรับค่าตอบแทนแต่ไม่เลือกผู้สมัครดังกล่าว เพราะ สิทธิของเราเราเลือกเอง ถึงร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ เคยลงให้แต่ไม่เคยมาดูแลชาวบ้านเลย มีร้อยละ 25.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.14 ค่าตอบแทนที่ประชาชนได้รับในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535

ประเภทค่าตอบแทน	เขต	เทศบาล	สุขาภิบาล	นอกเขต เทศบาล	นอกเขต สุขาภิบาล	รวม
	เงิน	2	9	18	11	40
	(4.7)	(20.9)	(41.9)	(25.6)	(93.0)	
สิ่งของ	1	-	1	1	3	
	(2.3)		(2.3)	(2.3)	(7.0)	
รวม	3	9	19	12	43	
	(7.0)	(20.9)	(44.2)	(27.9)	(100.0)	

จากตารางที่ 2.14 พบว่า ค่าตอบแทนที่ประชาชนได้รับคือ เงิน มีถึงร้อยละ 93.0 โดยประชาชนนอกเขตเทศบาลได้รับมากที่สุดถึงร้อยละ 41.9 รองลงมาคือ ประชาชนนอกเขตสุขาภิบาล มีร้อยละ 25.6 อันดับที่ 3 คือ ประชาชนเขตสุขาภิบาล มีร้อยละ 20.9 สำหรับสิ่งของได้รับเพียงร้อยละ 7.0 เท่านั้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.15 ผู้สมัครที่ได้รับเลือกจากประชาชนทุกเขต (ตอบได้มากกว่า 1 คน)

เบอร์	ชื่อ - สกุล	พรรค	เขต เทศบาล	เขต สุขาภิบาล	นอกเขต เทศบาล	นอกเขต สุขาภิบาล	รวม
1	นายสมควร โอบอ้อม	พลังธรรม	22(5.7)	5(1.3)	8(2.1)	12(3.1)	47(12.2)
2	นายธรรมนุ ปิ่นวัฒนะ	พลังธรรม	12(3.1)	2(0.5)	1(0.3)	3(0.7)	18(4.7)
3	นางกฤตยา ลีลาจักรกุล	พลังธรรม	10(2.6)	3(0.7)	-	3(0.7)	16(4.3)
4	นายสมพล ไกรวิริยะ	ความหวังใหม่	-	3(0.7)	-	-	3(0.7)
5	นายธเนศ เตลาน	ความหวังใหม่	3(0.7)	8(2.1)	13(3.4)	7(1.8)	31(8.1)
6	นายประเสริฐ วิบูลย์รัตน์	ความหวังใหม่	1(0.3)	14(3.6)	3(0.7)	8(2.1)	26(6.7)
7	นายภิญโญ นิโรจน์	ชาติพัฒนา	14(3.6)	18(4.7)	21(5.5)	20(5.2)	73(19.0)
8	นายประสัท ตันประเสริฐ	ชาติพัฒนา	2(0.5)	23(6.0)	13(3.4)	19(4.9)	57(14.9)
9	นายประสิทธิ์ นิตกรกิจจา	ชาติพัฒนา	11(2.7)	5(1.3)	5(1.3)	19(4.9)	40(10.4)
10	นายวิโรจน์ อนุวงศ์นันท์	ชาติไทย	1(0.3)	1(0.3)	1(0.3)	-	3(0.7)
11	นายวีระกร คำประกอบ	ชาติไทย	10(2.6)	18(4.7)	27(7.0)	10(2.6)	65(16.9)
12	นายบุญชู พุ่มสัมพันธ์	ชาติไทย	-	-	-	1(0.3)	1(0.3)
13	นายสมาน ทรัพย์ศรี	กิจสังคม	-	-	1(0.3)	-	1(0.3)
16	นายประดลเดช แก้วมณี	ราษฎร	-	1(0.3)	-	-	1(0.3)
	ไม่เลือกใคร		2(0.5)	-	-	-	2(0.5)
	รวม		88(22.9)	101(26.3)	93(24.2)	102(26.6)	384(100.0)

จากตารางที่ 2.15 พบว่า ผู้สมัครที่ได้รับคะแนนจากประชาชนมากที่สุดคือ นายภิญโญ นิโรจน์ พรรคชาติพัฒนา สูงถึงร้อยละ 19.0 โดยประชาชนนอกเขตเทศบาลเลือกมากที่สุดถึง ร้อยละ 5.5 ผู้สมัครที่ได้คะแนนเป็นอันดับที่ 2 คือ นายวีระกร คำประกอบ พรรคชาติไทย มี ร้อยละ 16.9 โดยประชาชนนอกเขตเทศบาลเลือกมากที่สุดถึงร้อยละ 7.0 อันดับที่ 3 คือ นาย ประสาท ต้นประเสริฐ พรรคชาติพัฒนา มีร้อยละ 14.9 โดยประชาชนในเขตสุขาภิบาลเลือกมากที่สุดถึงร้อยละ 6.0 อันดับที่ 4 ได้แก่ นายสมควร โอบอ้อม พรรคพลังธรรม มีร้อยละ 12.2 โดยประชาชนในเขตเทศบาลเลือกมากที่สุดถึงร้อยละ 5.7



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.16 เหตุผลที่ประชาชนเลือกผู้สมัครดังกล่าว

เหตุผล	เบอร์	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	16	รวม
1 รู้จักกัน		-	3 (0.7)	-	-	-	4 (1.1)	3 (0.7)	6 (1.6)	5 (1.3)	2 (0.5)	6 (1.6)	-	-	-	-	36 (9.4)
2 เป็นคนในชนบท		-	-	-	-	1 (0.3)	1 (0.3)	8 (2.1)	7 (1.8)	10 (2.6)	4 (1.1)	-	8 (2.1)	-	-	-	39 (10.2)
3 คนมีความสามารถ ใจดี		-	9 (2.3)	4 (1.1)	4 (1.1)	1 (0.3)	2 (0.5)	2 (0.5)	10 (2.6)	9 (2.3)	7 (2.6)	1 (0.3)	8 (2.1)	-	-	1 (0.3)	58 (15.1)
4 ช่วยเหลือหมู่บ้าน		-	9 (2.3)	-	-	-	5 (1.3)	2 (0.5)	17 (4.4)	11 (2.9)	11 (2.9)	-	22 (5.7)	-	1 (0.3)	-	78 (20.3)
5 ได้รับเงิน/ทอง		-	5 (1.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	-	16 (4.2)	10 (2.6)	27 (7.0)	17 (4.4)	7 (1.8)	1 (0.3)	19 (4.9)	-	-	-	104 (27.1)
6 ชอบนโยบายของพรรค/หัวหน้าพรรค		-	10 (2.6)	7 (1.8)	6 (1.6)	-	-	-	1 (0.3)	-	2 (0.5)	-	-	-	-	-	26 (6.8)
7 เปิดโอกาสให้คนใหม่เข้ามาทำงาน		-	6 (1.6)	5 (1.3)	4 (1.1)	-	-	-	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	-	-	-	-	-	18 (4.6)



ตารางที่ 2.16 (ต่อ)

เขตผล	เบอร์	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	16	รวม
8	อยากเลือกพรรคประชาธิปัตย์แต่ ไม่ได้เลือกพรรคอื่น	-	4 (1.1)	1 (0.3)	1 (0.3)	-	-	-	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	-	-	-	-	-	9 (2.3)
9	เป็นหัวคะแนน	-	-	-	-	-	1 (0.3)	-	1 (0.3)	1 (0.3)	-	-	-	-	-	-	3 (0.7)
10	ไม่รู้จะเลือกใคร	-	1 (0.3)	-	-	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	-	-	-	-	-	-	-	5 (0.7)
11	ถูกบังคับให้เลือกโดยผู้ในบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	2 (0.5)	2 (0.5)	-	2 (0.5)	-	-	-	6 (1.6)
12	กาชองไม่เลือก	2 (0.5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 (0.5)
รวม		2 (0.5)	47 (12.2)	18 (4.7)	16 (4.3)	3 (0.7)	31 (8.1)	26 (6.7)	73 (19.0)	57 (14.9)	40 (0.7)	3 (16.9)	65 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	384 (100.0)

จากตารางที่ 2.16 พบว่า เหตุผลที่ประชาชนส่วนใหญ่เลือกผู้สมัครคนดังกล่าวเพราะ ได้รับเงินหรือของถึงร้อยละ 27.1 โดยได้รับจากเบอร์ 7 เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือเบอร์ 11 และเบอร์ 5 เป็นอันดับที่ 3 เหตุผลอันดับที่ 2 คือ ช่วยเหลือหมู่บ้านมีร้อยละ 20.3 เบอร์ 11 ได้รับเลือกเพราะเหตุผลเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ เบอร์ 7 อันดับที่ 3 คือ เบอร์ 8 และ 9 มีร้อยละ 2.9 สำหรับเหตุผลอันดับที่ 3 คือคนดีมีความสามารถ ไม่ชื่อเสียง มีร้อยละ 15.1 โดยมีเบอร์ 7 ได้ถึงร้อยละ 2.6 รองลงมาคือ เบอร์ 1 และ 8 มีร้อยละ 2.3 เท่ากัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.17 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ได้ชักจูงใจไม่ให้ผู้อื่นรับค่าตอบแทน

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้ชักจูงใจ	42	30.0
ไม่ได้ชักจูงใจ	98	70.0
รวม	140	100.0

ตารางที่ 2.18 เหตุผลที่ประชาชนชักจูงใจผู้อื่นไม่ให้รับค่าตอบแทน

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นผลเสียของการขายเสียง	27	64.3
เป็นตัวแทนของรัฐ	13	31.0
ดูจากโทรทัศน์	1	2.3
ให้เลือกคนที่ช่วยเหลือหมู่บ้าน	1	2.3
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 2.17 และ 2.18 พบว่า มีประชาชนร้อยละ 30 ที่ได้ชักจูงใจ โดยให้เหตุผลว่า เห็นผลเสียของการขายเสียง มีจำนวนถึงร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ เป็นตัวแทนของรัฐ มีร้อยละ 31.0

ตารางที่ 2.19 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ได้รับคำตอบแทนจากการเลือกตั้งครั้งก่อน

	เขต เทศบาล	เขต สุขาภิบาล	นอกเขต เทศบาล	นอกเขต สุขาภิบาล	รวม
ได้รับคำตอบแทน	10 (7.1)	18 (12.9)	9 (6.4)	8 (5.7)	45 (32.1)
ไม่ได้รับคำตอบแทน	25 (17.9)	17 (12.1)	26 (18.6)	27 (19.3)	95 (67.9)
	35	35	35	35	140

ตารางที่ 2.20 เหตุผลของประชาชนที่รับคำตอบแทนจากการเลือกตั้งครั้งก่อน

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลือกตั้งไปแล้วไม่รู้จะทำประโยชน์อะไรบ้าง เอาเฉพาะหน้าไว้ก่อน	1	2.2
ถูกบังคับให้รับ และรับด้วยความเกรงใจ	1	2.2
หัวคะแนนเอามาให้ และเลือกตามที่หัวคะแนนบอก	27	60.0
หัวคะแนนเอามาให้ แต่ไม่เลือกตามที่บอกให้เลือก	9	20.0
ชื่อของมาเสียง ให้ของเป็นกึ่งกลางของหมู่บ้าน	6	13.3
เป็นหัวคะแนน	1	2.2
รวม	45	100.0

ตารางที่ 2.21 เหตุผลของประชาชนที่ไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งก่อน

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หวัหะแนจคข้อไปขอรับเงินแต่ไม่ได้เอามาให้	10	10.5
ไม่ได้อยู่ในพื้นที่	4	4.2
กลัวบาป กลัวถูกจับได้	6	6.3
เป็นข้าราชการ	6	6.3
ในเมืองหวัหะแนจไม่แจก	12	12.6
ไม่มีใครเอามาให้	39	41.0
ตั้งใจไปใช้สิทธิ	13	13.7
ไม่ได้เข้าทางผู้ใหญ่บ้านแล้ว	1	1.1
เลือกคนช่วยเหลือหมู่บ้าน	3	3.2
เลือกตามที่กำนันบอก	1	1.1
รวม	95	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การรับและไม่รับคำตอบแทนจากการเลือกตั้งครั้งก่อน

จากตารางที่ 2.19 พบว่า ประชาชนที่ได้รับคำตอบแทนจากการเลือกตั้งครั้งก่อน มี ร้อยละ 32.1 โดยเขตสุขาภิบาลได้รับมากที่สุดถึงร้อยละ 12.9 รองลงมาคือ เขตเทศบาล ร้อยละ 7.1 นอกเขตเทศบาล ร้อยละ 64 และนอกเขตสุขาภิบาล ร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

จากตารางที่ 2.20 พบว่า เหตุผลของการรับคำตอบแทนจากการเลือกตั้งครั้งก่อน ประชาชนส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 60 ตอบเพราะหวัะแนนเอามาให้และเลือกตามที่หวัะแนนบอก รองลงมาคือ หวัะแนนเอามาให้แต่ไม่เลือกตามที่หวัะแนนบอก ร้อยละ 20.0 อันดับที่สามคือ ชื่อของมาเลี้ยง และให้ทองเป็นกองกลางแก่หมู่บ้าน ร้อยละ 8.9

จากตารางที่ 2.21 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ที่ไม่ได้รับคำตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งก่อน ด้วยเหตุผลที่ว่า ไม่มีใครเอามาให้ ถึงร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ในเมืองหวัะแนนไม่แจก ร้อยละ 12.6 และอันดับที่ 3 คือหวัะแนนจกดชื่อไปขอรับเงิน แต่ไม่มีคนเอามาให้ มี ร้อยละ 10.5



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.22 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่คาดว่าจะรับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

	เขต เทศบาล	เขต สุขาภิบาล	นอกเขต เทศบาล	นอกเขต สุขาภิบาล	รวม
รับค่าตอบแทน	9 (6.4)	11 (7.9)	16 (11.4)	18 (12.9)	54 (38.6)
ไม่รับค่าตอบแทน	23 (16.4)	18 (12.9)	12 (8.6)	7 (5.0)	60 (42.9)
ไม่แน่ใจ	3 (2.2)	6 (4.3)	7 (5.0)	10 (7.1)	26 (18.6)
	35 (25.0)	35 (25.0)	35 (25.0)	35 (25.0)	140 (100.0)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.23 เหตุผลของประชาชนที่คาดว่าจะรับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถ้ามีคนเอามาให้ก็รับ แต่จะเลือกหรือไม่เป็นสิทธิ์ของเรา	29	53.7
ถ้ามีคนเอามาให้ก็รับ และเลือกตามเค้า	3	5.5
จะเลือกคนที่ตั้งใจและเลือกอยู่แล้ว	5	9.3
ชากจน อยากได้ และเลือกตามหัวคะแนนบอก	8	14.8
ถ้าเป็นของกอกกลาง	2	3.7
อยากได้แต่จะไม่เลือกตามที่หัวคะแนนบอก	1	1.9
ไม่เคยได้ สส. ดีชะที่	3	5.5
คนที่ไม่ชอบจะไม่รับ หรือรับก็จะไม่เลือก	2	3.7
เป็นหัวคะแนน	1	1.9
รวม	54	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 2.24 เหตุผลของประชาชนที่คาดว่าจะไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลือกคนที่ตั้งใจจะเลือกอยู่แล้ว	7	11.7
เลือกคนที่จะช่วยเหลือหมู่บ้าน	3	5.0
รู้จักกัน	2	3.3
กลัวเสียชื่อเสียง กลัวบาป กลัวผิดกฎหมาย	14	23.3
เป็นข้าราชการ	4	6.7
เงินนิติน้อยหาได้มากกว่านี้	9	15.0
ไม่อยากผูกพันที่จะต้องไปเลือก	5	8.3
เห็นผลเสียของการขายเสียง	5	8.3
เพราะมีการรณรงค์ไม่ให้ขายเสียง	2	3.3
หวัศเนนไม่กล้าเอามาให้	3	5.0
มีการศึกษาค้นคว้าที่จะเลือกด้วยตัวเอง	1	1.7
ตั้งใจจะไม่ใช่ไปเลือก	1	1.7
เลือกคนดีมีความสามารถ	4	6.7
รวม	60	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.25 เหตุผลของประชาชนที่ตอบว่าไม่แน่ใจว่าจะรับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หวัหะแนนให้ก็รับ จะเลือกหรือไม่เป็นสิทธิของเรา	9	34.6
เลือกคนที่จะเลือกอยู่แล้ว	5	19.4
ถ้าเป็นกรรมการจะไม่รับ	2	7.7
อยากจน อยากได้ และจะเลือกตามที่หวัหะแนนบอก	1	3.8
เลือกคนที่ช่วยเหลือหมู่บ้าน	3	11.5
ถ้ามากก็รับ ถ้าน้อยไม่รับ แต่ไม่เลือกตามหวัหะแนน	3	11.5
ถ้ามีคนรับก็จะรับด้วย	2	7.7
ไม่ตอบ	1	3.8
รวม	26	100.0



ศูนย์วิจัยประชากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### การรับและไม่รับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

จากตารางที่ 2.22 พบว่า ประชาชนที่คาดว่าจะรับค่าตอบแทนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป มีร้อยละ 38.6 กลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะไม่รับค่าตอบแทน มีร้อยละ 42.9 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจ มีร้อยละ 18.6

และจากตารางที่ 2.23, 2.24 และ 2.25 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ที่คาดว่าจะรับค่าตอบแทน ถ้ามีคนเอามาให้ก็รับแต่จะเลือกหรือไม่เป็นสิทธิของเรา ถึงร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ยากจน อดอยากได้และจะเลือกตามที่หวัคະແນบອກ มีร้อยละ 14.8 อันดับที่ 3 รับแต่จะเลือกคนที่ตั้งใจจะเลือกอยู่แล้ว มีร้อยละ 9.3

สำหรับประชาชนที่คาดว่าจะไม่รับค่าตอบแทน อันดับที่ 1 เพราะกลัวเสียงชื่อเสียง กลัวบาป กลัวผิดกฎหมาย มีถึงร้อยละ 23.3 รองลงมาคือ เงินคืนหน่อยหาได้มากกว่านี้ มีร้อยละ 15.0 อันดับที่ 3 คือ เลือกคนที่ตั้งใจจะเลือกอยู่แล้ว มีร้อยละ 11.7

สำหรับประชาชน ส่วนใหญ่ที่ตอบว่าไม่แน่ใจว่าจะรับค่าตอบแทนหรือไม่ ถ้าหากหวัคະແນบອກให้ก็รับ จะเลือกหรือไม่เป็นสิทธิของเรา ถึงร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ เลือกคนที่เลือกอยู่แล้ว อันดับที่ 3 เลือกคนที่ช่วยเหลือหมู่บ้าน และถ้ามากก็รับ ถ้าน้อยไม่รับ แต่ไม่เลือกตามที่หวัคະແນบອກ มีร้อยละ 11.5 เท่ากัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 3.1 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่เปิดรับสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	วิทยุ	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์
การเปิดรับสื่อ			
เปิดรับ	71	132	46
	(50.7)	(94.3)	(32.9)
เขตเทศบาล	19	35	23
	(13.6)	(25.0)	(16.4)
เขตสุขาภิบาล	13	32	10
	(9.3)	(22.9)	(7.1)
นอกเขตเทศบาล	14	33	8
	(10.0)	(23.6)	(5.7)
นอกเขตสุขาภิบาล	25	31	5
	(17.8)	(22.1)	(3.6)
ไม่เปิดรับ	69	8	94
รวม	140	140	140
	(100.0)	(100.0)	(100.0)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

การเปิดรับสื่อ	สื่อมวลชน	วิทยุ	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง	66	127	38	
เขตเทศบาล	(93.0)	(96.2)	(82.6)	
เขตสุขาภิบาล	18	35	20	
นอกเขตเทศบาล	(25.4)	(26.5)	(43.5)	
นอกเขตสุขาภิบาล	11	31	9	
ไม่เปิดรับ	(15.5)	(23.5)	(19.6)	
	14	32	8	
	(19.7)	(24.2)	(17.4)	
	24	29	2	
	(33.8)	(22.0)	(4.3)	
	5	5	8	
	(7.0)	(3.79)	(17.4)	
รวม	71	132	46	
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

การเปิดรับสื่อ	สื่อมวลชน	วิทยุ	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์
<u>ความถี่</u>				
บ่อย	54 (81.8)	103 (81.0)	28 (73.7)	
ปานกลาง	9 (13.6)	19 (15.0)	7 (18.4)	
น้อย	3 (4.6)	5 (3.9)	3 (7.9)	
รวม	66 (100.0)	132 (100.0)	38 (100.0)	

จากตารางที่ 3.1 พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับวิทยุถึงร้อยละ 50.7 และผู้ที่เปิดรับส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียง โดยเปิดรับบ่อยถึงร้อยละ 93.0 โดยเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่นอกเขตสุขาภิบาลมากที่สุด ร้อยละ 94.3 ส่วนโทรทัศน์พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับโทรทัศน์ และผู้ที่เปิดรับจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง โดยเปิดรับบ่อยร้อยละ 81.1 โดยส่วนใหญ่เป็นประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาล สำหรับหนังสือพิมพ์พบว่าประชาชนเปิดรับเพียงร้อยละ 32.9 และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้งมีร้อยละ 82.6 โดยเปิดรับบ่อยร้อยละ 73.3 และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล

ตารางที่ 3.2 เหตุผลที่ประชาชนไม่เปิดรับสื่อมวลชน

การเปิดรับสื่อ	สื่อมวลชน	วิทยุ	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์
ไม่มีสื่อ	28 (40.6)	6 (75.0)	37 (39.4)	
ไม่มีเวลา	26 (37.7)	2 (25.0)	31 (33.0)	
ไม่ชอบ	13 (18.8)	-	3 (3.2)	
ไม่สนใจ	2 (2.9)	-	-	
อ่านไม่ออก/สายตาไม่ดี	-	-	22 (23.4)	
รวม	69 (100.0)	8 (100.0)	94 (100.0)	

จากตารางที่ 3.2 พบว่า เหตุผลที่ประชาชนไม่เปิดรับวิทยุเพราะไม่มีวิทยุเป็นอันดับที่ 1 ถึงร้อยละ 40.6 รองลงมาคือไม่มีเวลา ร้อยละ 37.7 ส่วนโทรทัศน์นั้นประชาชนไม่เปิดรับเพราะไม่มีโทรทัศน์ถึงร้อยละ 75.0 ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกับหนังสือพิมพ์ที่ประชาชนไม่ได้เปิดรับเพราะไม่มีหนังสือพิมพ์ ถึงร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ ไม่มีเวลามีร้อยละ 33.0 และเหตุผลที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้งทางวิทยุคือ ไม่ชอบ ส่วนโทรทัศน์เพราะไม่สนใจ และสำหรับทางหนังสือพิมพ์เพราะไม่ชอบและไม่สนใจ

วิทยุ

ตารางที่ 3.3 ช่วงเวลาที่ประชาชนเปิดรับฟังข่าวสารทางวิทยุ

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
1.00-6.00 น.	4	5.6
6.00-8.00 น.	28	39.4
8.00-10.00 น.	5	7.1
10.00-12.00 น.	5	7.1
12.00-14.00 น.	3	7.1
14.00-16.00 น.	1	1.4
16.00-18.00 น.	2	2.8
18.00-20.00 น.	10	14.1
20.00-22.00 น.	1	1.4
ทั้งวัน	10	14.1
ไม่แน่นอน	2	2.8
รวม	71	100.0

จากตารางที่ 3.3 ประชาชนส่วนใหญ่เปิดวิทยุในช่วงเวลา 6.00-8.00 น. ถึงร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ ช่วง 18.00-20.00 น. และทั้งวัน ร้อยละ 14.1 เท่ากัน



ตารางที่ 3.4 สปอตโฆษณาเกี่ยวกับการซื้อสายเสียงในการเลือกตั้งที่ประชาชนเปิดรับทางวิทยุ

เรื่อง	จำนวน	ร้อยละ
พ่อบุย	49	36.3
หลวงพ่อบุย	38	28.1
เสี่ย	35	25.9
จำไม่ได้	11	8.2
ไม่เคยเปิดพบ	2	1.5
รวม	135	100.0

ตารางที่ 3.5 ความเข้าใจของประชาชนต่อสปอตโฆษณาที่ได้รับฟัง (ฟังได้มากกว่า 1 สถานี)

ความเข้าใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ให้ขายสิทธิ์ขายเสียง	76	60.3
ไม่เลือกคนซื้อเสียง	19	15.1
คนที่ซื้อเสียงหวังประโยชน์จากการเป็น สส.	14	11.0
อยากให้ให้มีประชาธิปไตยที่แท้จริงและมีการเลือกตั้งที่บริสุทธิ์	7	5.5
ชาวบ้านเหมือนควายไม่มีความรู้	4	3.1
สอนชาวบ้านไม่ให้เห็นประโยชน์ส่วนตน	2	1.6
ไม่ได้ตั้งใจฟังจึงไม่เข้าใจ	4	3.1
รวม	126	100.0

ตารางที่ 3.6 ความคิดเห็นของประชาชนต่อสปอที่ได้รับฟัง

ความเข้าใจ	จำนวน	ร้อยละ
<u>เห็นด้วย</u>		
กระตุ้นไม่ให้ขายเสียง และให้มีประชาธิปไตยที่แท้จริง	57	45.2
การใช้ศาสนาเข้ามาช่วยข่มจิตใจให้เกิดความกลัวบาป	8	6.3
ให้เลือกคนดีไม่ให้เลือกคนชั่วร้าย	27	21.4
ทำให้คนฉลาดขึ้น	25	19.8
จริง ๆ แล้ว ทำไม่ได้เพราะหิวคะแนนเอาชื่อไปรับเงิน จากผู้สมัครรับเลือกตั้ง	6	4.8
<u>รวม</u>	123	97.6
<u>ไม่เห็นด้วย</u>		
มีประโยชน์สำหรับคนในเมือง แต่คนในชนบทฟังผ่าน ๆ ถ้ามี การให้เงินก็รับ	1	0.8
ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดเหมือนตุ๊กตาบ้าน	1	0.8
คนไม่เชื่อเพราะเลือกเข้าไปก็ทะเลาะกัน	1	0.8
<u>รวม</u>	3	2.4
<u>รวม</u>	126	100.0

ตารางที่ 3.4 และ 3.5 พบว่า ประชาชนรับฟังสปอโฆษณาเรื่องพ่อป่วยมากที่สุดถึงร้อยละ 36.3 เรื่องหลวงพ่อมักร้อยละ 28.1 และเรื่องเสียมักร้อยละ 25.9 ตามลำดับ โดยมี  
ความเข้าใจว่าไม่ให้ขายสิทธิ์ขายเสียงถึงร้อยละ 60.3 รองลงมาไม่เลือกคนชั่วร้ายร้อยละ  
15.1 และคนที่ซื้อเสียงหวังประโยชน์จากการเป็น สส. มีร้อยละ 11.0 เป็นอันดับที่สาม

จากตารางที่ 3.6 พบว่ามีประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับสปอศโฆษณฯ ถึงร้อยละ 97.6 โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นประโยชน์ไม่ทำให้ขายเสียงและให้ประชาชนได้โดยที่แท้จริงถึงร้อยละ 45.2 รองลงมาคือเพื่อให้เลือกคนดีไม่ให้เลือกคนชั่วเสียงร้อยละ 21.4 และทำให้คนฉลาดขึ้นมีร้อยละ 19.8 ส่วนประชาชนที่ไม่เห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 2.4 เท่านั้น

### โทรทัศน์

ตารางที่ 3.7 ช่วงเวลาที่ประชาชนเปิดรับโทรทัศน์

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
10.00-14.00 น.	1	0.8
14.00-16.00 น.	1	0.8
18.00-20.00 น.	1	0.8
19.00-20.00 น.	109	82.5
20.00-24.00 น.	14	10.6
16.00-ปิดสถานี	1	0.8
ทั้งวัน	3	2.2
ไม่แน่นอน	2	1.5
รวม	132	100.0

จากตารางที่ 3.7 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ในช่วงเวลา 19.00-23.00 น. มากที่สุดถึงร้อยละ 82.5 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 20.00-24.00 น. มีร้อยละ 10.6

ตารางที่ 3.8 จำนวนประชาชนที่ดูรายการเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง

	จำนวน	ร้อยละ
ดู	103	81.1
ไม่ได้ดู	17	13.4
จำไม่ได้	7	5.5
รวม	127	100.0

ตารางที่ 3.9 รายการเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงที่ประชาชนเปิดรับชม (ตอบได้มากกว่า 1 รายการ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
มองต่างมุม	54	48.6
ประชาธิปไตยรายวัน	2	1.8
เดินหน้าหน้าผู้แทน	5	4.5
ซีพีอาร์ เลือกตั้ง	5	4.5
ขอเวลานอก	19	17.2
เส้นทางสู่สภา	8	7.2
นับถอยหลังวันเลือกตั้ง	5	4.5
เลือกตั้งสัญจรสู่ภูมิภาค	13	11.7
รวม	111	100.0

จากตารางที่ 3.8 และ 3.9 พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ดูรายการที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งถึงร้อยละ 81.1 และรายการที่ประชาชนส่วนใหญ่ดูมากที่สุดคือรายการมองต่างมุม มีถึงร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ รายการขอเวลานอกร้อยละ 17.2 อันดับที่ 3 คือ รายการเลือกตั้งสัญจร สักกัณภาค มีร้อยละ 11.7

ตารางที่ 3.10 สปอตโฆษณาเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้งที่ประชาชนเปิดรับชม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รจนาเลือกคู่	54	17.8
ชักชวนไม่ให้เลือกคนซื้อเสียง	98	32.2
นายกอนันต์กับคาราชักชวนไปเลือกตั้ง	72	23.7
เปรียบเทียบผู้สมัคร สส. 2 คน	21	6.9
พ่อจ๋าแม่จ๋าอย่าขายสิทธิ์	1	0.4
ไอ้จ๋อย	7	2.3
หนังตะลุง (สมพงษ์ พงษ์มิตร) ไม่ให้ขายเสียง	3	1.0
แม่ค้าขายผัก	36	11.8
พ่อบ้าน	12	3.9
รวม	304	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.11 ความเข้าใจสปอตโฆษณาที่ประชาชนเปิดรับชม

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เลือกคนซื้อเสียงให้เลือกคนดีเข้าสภาทำให้บ้านเมืองเจริญ	206	69.6
จงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิใช้เสียง	30	10.1
ไม่ให้ประชาชนขายเสียง	23	7.8
มีการใช้อิทธิพลบังคับข่มขู่	2	0.7
ทำให้รู้วิธีการซื้อเสียงและมีความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยมากขึ้น	10	3.3
ให้ประชาชนเลือกด้วยตนเอง	9	3.0
เงินไม่สามารถซื้อคนได้	14	4.8
อย่าให้ใครมาจงใจให้ขายเสียงได้	2	0.7
รวม	296	100.0

จากตารางที่ 3.10 และ 3.11 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ที่สปอตโฆษณาเรื่อง การชักชวนไม่ให้เลือกคนซื้อเสียงถึงร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ เรื่องนายกอนันท์กับดาราชักชวนไปเลือกตั้งถึงร้อยละ 23.7 อันดับที่ 3 คือ เรื่องรจนาเลือกคู่มี่ร้อยละ 17.8 โดยมีความเข้าใจว่าไม่เลือกคนซื้อเสียงให้เลือกคนดีเข้าสภา ทำให้บ้านเมืองเจริญถึงร้อยละ 69.6 รองลงมาคือ จงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิใช้เสียง มีร้อยละ 10.1 และไม่ให้ประชาชนขายเสียงเป็นอันดับที่ 3 มีร้อยละ 7.8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.12 ความคิดเห็นของประชาชนต่อสภอศโฆฆฆที่เปิดรับชมทางโทรทัศน์

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>เห็นด้วย</u>		
- ไม่ให้เลือกคนชื่อเสียงเลือกคนดีเข้าสภาทำงานเพื่อประเทศชาติ	87	29.3
- ให้ประชาชนรู้มากขึ้นในเรื่องการเลือกตั้ง ไม่ขายสิทธิ์ขายเสียง	130	43.8
- เข้าใจง่าย ตรงกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน	15	5.1
- การใช้คารา คนสำคัญ และการตบ ทำให้น่าสนใจ สามารถโน้มน้าวใจให้ไปใช้สิทธิ์ในการเลือกตั้ง	30	10.1
- บอกให้เลือกด้วยตนเองอย่าให้คนชักจูงได้	9	3.0
- แต่จริง ๆ แล้วทำไม่ได้	9	3.0
- คนไม่รู้หนังสือจะไม่เข้าใจต้องตั้งใจดู	2	0.7
- เพราะเงินไม่สามารถซื้อคนได้	4	1.3
- แต่ยังไม่ดึงดูดใจ	1	0.3
รวม	287	96.6
<u>ไม่เห็นด้วย</u>		
- ชาวบ้านต้องการเงินไม่ให้ก็ไม่ไปเลือก	1	0.3
- มีใครไม่ขายเสียงบ้าง	1	0.3
- คนไม่รู้หนังสือจะไม่เข้าใจ	2	0.7
- ไม่น่าเชื่อถือ บางครั้งฮ้ามักเกินไปทำให้ไม่เข้าใจ	6	2.0
รวม	10	3.3
รวม	297	100.0

จากตารางที่ 3.12 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับสปอตโฆษณาถึงร้อยละ 96.6 โดยมีความคิดเห็นว่า เพื่อให้ประชาชนรู้มากขึ้นในเรื่องการเลือกตั้ง ไม่ให้ชายลึทธิชายเสี่ยงถึงร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ เพื่อไม่ให้เลือกคนชั่วเสี่ยง เลือกคนดีเข้าสภา ทำงานเพื่อประเทศชาติ มีร้อยละ 29.3 และการใช้ดารา คนสำคัญ และการ์ตูน ทำให้น่าสนใจ สามารถโน้มน้าวใจให้ไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง มีร้อยละ 10.1 ส่วนที่ไม่เห็นด้วยนั้นมีเพียงร้อยละ 3.3

#### หนังสือพิมพ์

ตารางที่ 3.13 หนังสือพิมพ์ที่ประชาชนอ่านข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อชายเสี่ยงในการเลือกตั้ง

หนังสือพิมพ์	ข่าวสารทั่วไป	ข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อชายเสี่ยงในการเลือกตั้ง
ไทยรัฐ	39 (58.2)	20 (52.6)
เดลินิวส์	23 (34.3)	13 (34.2)
มติชน	5 (7.5)	5 (13.2)
รวม	67 (100.0)	38 (100.0)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 3.14 เนื้อหาที่ประชาชนเข้าใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์

ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อย่าขายสิทธิ์ขายเสียง	23	60.5
เลือกคนดีไม่โกงชาติ	5	13.2
ทำให้รัฐวิสาหกิจซื้อเสียง	7	18.4
รู้จัก สส. น้าเนา	3	7.9
รวม	38	100.0

จากตารางที่ 3.13 และ 3.14 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุดถึงร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ เดลินิวส์ มีร้อยละ 34.3 และมติชน มีร้อยละ 7.5 เป็นอันดับ 3 ในขณะที่การอ่านข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งก็เช่นกัน ประชาชนจะอ่านจากไทยรัฐถึงร้อยละ 52.6 เดลินิวส์ร้อยละ 34.2 และมติชน 13.2 ตามลำดับ โดยมีความเข้าใจว่าอย่าขายสิทธิ์ขายเสียงถึงร้อยละ 60.5 รองลงมาคือ ทำให้รัฐวิสาหกิจซื้อเสียง มีร้อยละ 18.4

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.15 ความคิดเห็นของประชาชนต่อข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง  
ที่อ่านจากหนังสือพิมพ์

ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>เห็นด้วย</u>		
- คนเริ่มอ่านข่าวมากขึ้น ทาอ่านได้ง่าย ราคาถูก	2	5.2
- ทำให้สังคมไทยดีขึ้น	1	2.6
- ทำให้รู้วิธีการซื้อขายเสียงมากขึ้น	19	50.0
- ทำให้เกิดแนวคิด ปลุกจิตสำนึก	5	13.2
- ไม่ให้ขายเสียง	5	13.2
รวม	32	84.2
<u>ไม่เห็นด้วย</u>		
- ในความจริงทำไม่ได้	4	10.5
- เขียนไม่ชัดเจน	1	2.6
- อ่านแล้วลืมไม่ใส่ใจ	1	2.6
รวม	6	15.8
รวม	38	100.0

จากตารางที่ 3.15 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้งถึงร้อยละ 84.2 โดยมีความคิดเห็นว่าทำให้รู้วิธีการซื้อขายเสียงมากขึ้นถึงร้อยละ 50.0 และประชาชนที่ไม่เห็นด้วยร้อยละ 15.8 มีความคิดเห็นว่าในความจริงทำไม่ได้ถึงร้อยละ 10.5

ตารางที่ 3.16 จำนวนประชาชนที่เป็ได้รับสื่อบุคคลเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง

สื่อบุคคล การเป็ได้รับสื่อบุคคล	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลภายนอก ครอบครัว	เจ้าหน้าที่ องค์การกลาง
เคย	101 (72.1)	121 (86.4)	28 (20.0)
ไม่เคย	39 (27.8)	19 (13.6)	112 (80.0)
รวม	140 (100.0)	140 (100.0)	140 (100.0)
<u>ความถี่</u>			
บ่อย	66 (65.3)	86 (71.1)	8 (28.6)
ปานกลาง	23 (22.8)	25 (20.6)	3 (10.7)
น้อย	12 (11.9)	10 (8.3)	17 (60.7)
รวม	101 (100.0)	121 (100.0)	28 (100.0)

จากตารางที่ 3.16 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่พูดคุยกับคนในครอบครัวเกี่ยวกับการซื้อ  
 เสื้อยางเสื้อยางในการเลือกตั้งถึงร้อยละ 72.1 โดยร้อยละ 65.3 คุยบ่อยมาเป็นอันดับหนึ่ง  
 รองลงมาคือปานกลาง ร้อยละ 22.8 และน้อยมีร้อยละ 11.9 เป็นอันดับสุดท้าย ส่วนการพูดคุย  
 กับคนภายนอกครอบครัวมีประชาชนถึงร้อยละ 86.4 เคยพูดคุยเกี่ยวกับการซื้อเสื้อยางในการเลือก  
 ตั้งโดยคุยบ่อยถึงร้อยละ 71.1 ปานกลาง ร้อยละ 20.6 และน้อย ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ  
 สำหรับการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่องค์กรกลางนั้นมีประชาชนเพียงร้อยละ 20.0 ที่พูดคุย โดยคุยน้อยถึง  
 ร้อยละ 60.7



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.17 เหตุผลที่ประชาชนไม่เปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง

เหตุผล	สื่อบุคคล	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลภายนอก ครอบครัว	เจ้าหน้าที่ องค์กรกลาง
ไม่ชอบ		8 (20.5)	5 (26.3)	6 (5.4)
ไม่มีเวลา		3 (7.7)	6 (31.6)	4 (3.6)
ไม่สนใจ		13 (33.3)	8 (42.1)	-
คุยกับคนอื่น		7 (17.9)	-	-
อยู่คนเดียว		8 (20.9)	-	-
ไม่เคยพบ		-	-	102 (91.0)
รวม		39 (100.0)	19 (100.0)	112 (100.0)

จากตารางที่ 3.17 พบว่า ประชาชนไม่พูดคุยกับบุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง เพราะไม่สนใจถึงร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ไม่ชอบและอยู่คนเดียวร้อยละ 20.9 เท่ากัน ส่วนการที่ประชาชนไม่พูดคุยกับคนภายนอก เพราะไม่สนใจถึงร้อยละ 42.1 รองลงมาคือ ไม่มีเวลา มีร้อยละ 31.6 สำหรับการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่องค์กรกลางนั้น ประชาชนส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ไม่เคยพบถึงร้อยละ 91.0 รองลงมาคือ ไม่ชอบ มีร้อยละ 5.4

ตารางที่ 3.18 บุคคลที่ประชาชนพุดคุยเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จำนวน	บุคคลที่พุดคุย	บุคคลที่เชื่อถือ
เพื่อนบ้าน	111 (82.2)	5 (3.5)
พระ ครู	6 (4.4)	10 (7.1)
เจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ	7 (5.2)	4 (2.8)
ผู้มีสมัครรับเลือกตั้งหรือหัวหน้าคณะ	1 (0.8)	2 (1.4)
ลูกค้า	10 (7.4)	-
ตัวเอง	-	121 (85.2)
รวม	135 (100.0)	142 (100.0)

จากตารางที่ 3.18 พบว่า บุคคลที่ประชาชนพุดคุยด้วยมากที่สุดคือ เพื่อนบ้านมีถึงร้อยละ 82.2 รองลงมาคือ ลูกค้า ร้อยละ 7.4 ส่วนบุคคลที่ประชาชนเชื่อถือมากที่สุดถึงร้อยละ 85.2 คือตัวเอง รองลงมาคือ พระ ครู มีร้อยละ 7.1

ตารางที่ 3.19 จำนวนและเหตุผลที่ประชาชนเชื่อถือและไม่เชื่อถือเจ้าหน้าที่องค์กรกลาง

ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>เชื่อถือ</u>		
- ได้รับการอบรมมาแล้ว	7	25.0
- ทางราชการส่งมาให้สอดส่องดูแล	1	3.6
- มาดูและตอนลงคะแนนเป็นอย่างดี	1	3.6
- เชื่อในหลักการ ไม่ยึดตัวบุคคล	1	3.6
- เป็นคนรักประชาธิปไตย เป็นเพื่อนกัน	2	7.1
รวม	12	42.9
<u>ไม่เชื่อถือ</u>		
- เป็นหัวคะแนน	3	10.7
- มีความรู้เกี่ยวกับการขายเสียงน้อยเกินไป	2	7.1
- ไม่มีอำนาจจะทำอะไรได้	3	10.7
- ไม่ตรงกับที่ใจคิด	1	3.6
- ทำเพราะอยากได้เงิน	1	3.6
รวม	10	35.7
<u>เลข ๆ</u>	6	21.4
รวม	28	100.0

จากตารางที่ 3.19 พบว่า ประชาชนร้อยละ 42.9 เชื่อถือเจ้าหน้าที่องค์กรกลาง โดยให้เหตุผลว่า ได้รับการอบรมมาแล้วถึงร้อยละ 25.0 ส่วนประชาชนที่ไม่เชื่อถือ มีร้อยละ 35.7 โดยให้เหตุผลว่า เป็นหัวคะแนน และไม่มีอำนาจจะทำอะไรได้ มีร้อยละ 10.7 เท่ากัน และเลข ๆ ไม่แสดงความคิดเห็นมีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 3.20 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่เปิดรับสื่ออื่น ๆ

ประเภท การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	หน่วยประชาสัมพันธ์ เคลื่อนที่ขององค์กรกลาง	หอกระจายข่าว เสียงตามสาย	ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือโปสเตอร์
เคย	112 (80.0)	91 (65.0)	122 (87.1)
ไม่เคย	28 (20.0)	49 (35.0)	12 (12.9)
รวม	140 (100.0)	140 (100.0)	140 (100.0)
<u>ความถี่</u>			
บ่อย	78 (69.6)	66 (72.5)	-
ปานกลาง	17 (15.2)	10 (11.0)	-
น้อย	17 (15.2)	15 (16.5)	-
รวม	112 (100.0)	91 (100.0)	-

จากตารางที่ 3.20 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เคยรับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียง ในการเลือกตั้งทางหน่วยประชาสัมพันธ์ขององค์กรกลางถึงร้อยละ 80.0 โดยส่วนใหญ่ฟังบ่อยถึง ร้อยละ 69.6 ส่วนทางหอกระจายข่าวหรือเสียงตามสายมีถึงร้อยละ 65.0 โดยฟังบ่อยถึงร้อยละ 72.5 สำหรับป้ายประชาสัมพันธ์หรือโปสเตอร์ ประชาชนส่วนใหญ่เคยอ่านถึงร้อยละ 87.1



ตารางที่ 3.21 เหตุผลที่ประชาชนไม่เปิดรับสื่ออื่น ๆ

ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>หอกกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย</u>		
- ส่งกระจายเสียงไม่ถึงบ้าน	35	71.4
- เสียงที่ส่งไปไม่ชัดเจน	7	14.3
- ไม่สนใจ	1	2.0
- ไม่อยู่บ้าน	6	12.3
รวม	49	100.0
<u>ป้ายประชาสัมพันธ์หรือโปสเตอร์</u>		
- อ่านไม่ออก	5	28.8
- ไม่ชอบ ไม่สนใจ	12	66.7
- อ่านแล้วไม่เข้าใจ	1	5.5
รวม	18	100.0

จากตารางที่ 3.21 พบว่าเหตุผลที่ประชาชนไม่ได้ฟังข่าวสารทางหอกกระจายข่าวหรือเสียงตามสายเพราะ ส่งกระจายเสียงไม่ถึงบ้านถึงร้อยละ 71.4 รองลงมาคือเสียงที่ส่งไปไม่ชัดเจน มีร้อยละ 14.3 ส่วนการที่ประชาชนไม่อ่านป้ายประชาสัมพันธ์หรือโปสเตอร์ เพราะไม่ชอบ/ไม่สนใจ ถึงร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ อ่านไม่ออก มีร้อยละ 28.8

ตารางที่ 3.22 จำนวนและร้อยละของประชาชน รับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงจากแหล่งต่าง ๆ (เลือกได้ 3 อันดับ)

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ	56	16.0
โทรทัศน์	117	33.5
หนังสือพิมพ์	26	7.4
สมาชิกในครอบครัว	1	0.3
เพื่อนบ้าน	21	6.0
พระ ครู	4	1.2
เจ้าหน้าที่ของรัฐ	9	2.6
เจ้าหน้าที่องค์กรกลาง	1	0.3
หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่	39	11.2
หอกระจายข่าว (เสียงตามสาย)	39	11.2
แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์	36	10.3
	349	100.0

จากตารางที่ 3.22 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รับข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงในการเลือกตั้งจากโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 16.0 อันดับที่ 3 คือ หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ และหอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย ร้อยละ 11.2 เท่ากัน

ตารางที่ 3.23 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่รู้จัก 4 ทหารเสือ

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก	53	37.9
ไม่รู้จัก	80	57.1
รู้จักแต่ชื่อ	7	5.0
รวม	140	100.0

ตารางที่ 3.24 ความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อ 4 ทหารเสือ

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครู ชาวบ้าน 3 คน	4	7.5
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิ ครู ตำรวจ	2	3.8
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู ตำรวจ ทหาร	19	35.8
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู แพทย์ประจำตำบล ผู้ใหญ่บ้าน	9	17.0
คณะกรรมการของกระทรวงมหาดไทย	1	1.9
ทหาร	5	9.5
ไม่เคยมาคุยด้วย	9	17.0
จำไม่ได้	4	7.5
รวม	53	100.0

ตารางที่ 3.25 ความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อหน้าที่ของ 4 ทหารเสือ

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปราบปรามผู้ซื้อสิทธิขายเสียง	6	11.3
ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนต่อต้านการขายเสียง	30	56.6
ดูแลการเลือกตั้ง	1	1.9
ชักชวนไปเลือกตั้งและเผยแพร่ประชาธิปไตย	9	17.0
ไม่ได้ทำอะไร	5	9.4
ไม่สนใจว่าทำอะไร	2	3.8
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 3.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จัก 4 ทหารเสือ มีร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ รู้จัก มีร้อยละ 37.9 และรู้จักแต่ชื่อ มีร้อยละ 5.0 เป็นอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 3.24 และ 3.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รู้จัก 4 ทหารเสือ เข้าใจว่า 4 ทหารเสือคือ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู ตำรวจ และทหาร มากที่สุดถึงร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู แพทย์ประจำตำบล และผู้ใหญ่บ้าน มีร้อยละ 17.0 เท่ากันกับไม่เคยมาคุยด้วย ที่มีร้อยละ 17.0 และกลุ่มตัวอย่างที่รู้จัก 4 ทหารเสือ ว่ามีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนต่อต้านการขายเสียงมากที่สุด ถึงร้อยละ 56.6 รองลงมาคือ ชักชวนไปเลือกตั้งและเผยแพร่ประชาธิปไตย มีร้อยละ 17.0 และอันดับที่ 3 คือ ปราบปรามผู้ซื้อสิทธิขายเสียง มีร้อยละ 11.3

ตารางที่ 3.26 ความคิดเห็นของประชาชนต่อปริมาณข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งที่เผยแพร่ในช่วงเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 เปรียบเทียบกับการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมา

ปริมาณข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
มากขึ้น	119	85.0
น้อยลง	3	2.1
เท่าเดิม	15	10.7
ไม่ตอบ	3	2.1
รวม	140	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.27 ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพของข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งที่เผยแพร่ในช่วงเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 เปรียบเทียบกับการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมา

ปริมาณข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
<u>ดี</u>		
- จูงใจให้ประชาชนตื่นตัวไปเลือกตั้งและไม่ขายเสียง	38	27.1
- ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยและการเลือกตั้งมากขึ้น	57	40.7
- ให้ประชาชนขายเสียงลดลง เลือกคนดีเข้าสภา	9	6.4
- แต่ไม่เกิดผลตามที่การรณรงค์	4	2.9
- แต่อยากให้มีมากกว่านี้	1	0.7
- แค่นี้พอแล้ว	4	2.9
- ไม่ให้เหตุผล	3	2.1
	<u>รวม</u>	<u>82.9</u>
<u>ไม่ดี</u>		
- ไม่เกิดผลตามที่การรณรงค์ซึ่งมีการซื้อเสียงอยู่มาก	6	4.3
- อยากให้มีมากกว่านี้ จะประเมินเฉพาะในช่วงเลือกตั้งเท่านั้น	10	7.1
- ไม่ให้เหตุผล	1	0.7
	<u>รวม</u>	<u>12.1</u>
<u>เฉย ๆ</u>	4	2.9
<u>ไม่ตอบ</u>	3	2.1
	<u>รวม</u>	<u>140</u>
		<u>100.0</u>

จากตารางที่ 3.26 และ 3.27 พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าปริมาณข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งที่เผยแพร่ในช่วงเลือกตั้งในช่วงการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 เปรียบเทียบกับการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมาจนถึงร้อยละ 85.0 โดยประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าได้ถึงร้อยละ 82.9 ด้วยเหตุผลที่ว่า ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยและการเลือกตั้งมากขึ้นถึงร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ จูงใจให้ประชาชนตัดสินใจไปเลือกตั้งและไม่ขาดเสียง มีร้อยละ 27.1 และประชาชนที่เห็นว่าไม่ดีมีเพียงร้อยละ 12.1 ด้วยเหตุผลที่ว่าอยากให้มีความรู้จะประโคมข่าวเฉพาะในช่วงเลือกตั้งเท่านั้นถึงร้อยละ 7.1 รองลงมาคือ ไม่เกิดผลตามที่มีการรณรงค์ ยังมีการซื้อเสียงอยู่มากร้อยละ 4.3



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ส่วนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

### เขตเทศบาล

ในเขตเทศบาลจะเป็นเขตที่มีคะแนนผลิกผัน โดยมีชุมชนคนตลาด (ชื่อสมมุติ) และชุมชนคนแออัด (ชื่อสมมุติ) อยู่ในเขตดังกล่าว สำหรับชุมชนคนแออัดนั้นจะเป็นชุมชนที่ทางเขตเทศบาลมีการส่งเสริมการเพื่อเข้าไปพัฒนาชุมชนจึงมีผู้นำชุมชนที่ชัดเจน เป็นชุมชนที่มีมานานหลายสิบปี เป็น 1 ใน 13 ชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาล โดยมีประธานชุมชนและกรรมการรวม 5 คน ทั้งหมดเป็นผู้หญิง ทำงานมาแล้วประมาณ 5 ปี (กำลังจะหมดอายุในปี 2536) กลุ่มกรรมการเป็นกลุ่มที่มาอยู่ในชุมชนประมาณ 10 ปี โดยทำงานพัฒนาชุมชน อาทิเช่น โครงการอบรมการประดิษฐ์ดอกไม้สำหรับหญิงในชุมชน เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีกลุ่มผู้อาวุโสในชุมชนที่ได้รับความเคารพนับถือจากคนในชุมชน และบางคนก็เป็นหัวหน้า จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้กรรมการที่รับหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่องค์กรกลางในระดับชุมชนไม่กล้าเข้าไปเกี่ยวข้อง คนในชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ มีอาชีพรับจ้าง การตั้งบ้านเรือนติดกันไม่มีรั้ว และยังมี การนั่งรวมกลุ่มเพื่อพูดคุยคล้าย ๆ กับสภากาแฟที่มีอยู่ตามหมู่บ้าน และพบว่าคนในชุมชนส่วนใหญ่ยังคงรับค่าตอบแทนในการไปเลือกตั้ง ซึ่งต่างจากชุมชนคนตลาดที่มีอาชีพค้าขาย อาศัยอยู่ใจกลางเมืองที่มีความเจริญ ส่วนใหญ่จะมีเชื้อสายจีน มีความสัมพันธ์กันโดยผ่านสมาคมที่ก่อตั้งตามเชื้อสาย อาทิเช่น สมาคมชาวจีนไหหลำ สมาคมชาวจีนแต้จิ๋ว เป็นต้น โดยจะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดงานประจำปี เช่น งานฉลองเทศกาลตรุษจีนที่จัดขึ้นทุกปี ความสัมพันธ์จึงมีเฉพาะกลุ่มเท่านั้น การแจกเงินโดยเข้าตามบ้านจะทำให้ยากกว่า กอปรกับมีฐานะค่อนข้างดีทำให้เงินจากการซื้อขายเป็นเงินเพียงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้รับ ทำให้หัวหน้าจะไม่ค่อยกล้านำค่าตอบแทนมาให้ ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนของชุมชนคนแออัด 2 คน และชุมชนคนตลาด 3 คน รวม 5 คน โดยจะนำเสนอต่อไป



การซื้อเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งและการขายเสียงของประชาชน

ชุมชนคนแออัด

ประธานชุมชน

มีคนมาติดต่อให้เป็นหัวหน้าคนแต่ไม่เป็น เพราะช่วยทางราชการอยู่ และกลัวถูกจับแล้วใครจะมาดูแล และยังเป็นตัวแทนองค์กรกลางด้วย แต่ก็ไม่อยากเข้าไปยุ่งกับหัวหน้าเพราะเค้าอยู่ที่มาก่อน หัวหน้าบางคนก็เงินไม่ยอมแจกชาวบ้าน เพราะคิดว่าเบอร์ที่เป็นหัวหน้าต้องนอนมาอยู่แล้ว พวกเรา (กรรมการชุมชน) และชาวบ้านก็เลยรวมกลุ่มไม่ลงให้ ทำให้คะแนนพลิกตลอด ปัญหาก็คือว่า เดี๋ยวถ้าหากชาวบ้านไม่ได้รับเงิน ไม่มีรถรับส่งก็จะไม่ไปเลือกตั้ง แต่ถ้าเงินแค่ 20-30 บาท ก็ไปกันแล้ว แต่สำหรับคนรุ่นใหม่จะเข้าใจ แต่พวกนี้ก็ยังเลือกไม่ได้ ครั้งนี้เบอร์ 5 ทุ่มจริง ๆ แต่ปรากฏว่าไม่ได้ ดูทีวีมากกว่าฟังวิทยุที่เค้าไม่ให้ขายเสียงขายสิทธิ์ แต่จริง ๆ แล้วชาวบ้านก็ยังรับอยู่ แต่จะเลือกหรือเปล่านั้นไม่รู้ ค่ะนะเท่าที่ออกมาทำให้รู้มากขึ้น เห็นพวก สส. เข้าไปแล้วก็ทะเลาะกัน ทำให้รู้ว่าใครดีใครไม่ดี เสียงตามสายส่งมาไม่ถึงหรอก มันมีตามถนนสายใหญ่ ๆ เท่านั้น ส่วนรถขององค์กรกลางไม่ค่อยเห็น เห็นแต่รถของผู้สมัครมากันเยอะ เสียงดังไปหมด

กรรมการชุมชน

เบอร์ 7 มาติดต่อให้เป็นหัวหน้าให้ รู้จักกัน เพราะแฟนทำงานอยู่ด้วย แต่ไม่อยากเป็น กลัวจะไปติดกับหัวหน้าคนอื่น มีคนแนะนำว่าถ้าเป็นก็แบ่งเป็น 50-50 ก็จะได้มากหน่อย แต่ถ้าจะให้กินได้นาน ๆ ก็ 70-30 ที่ไม่อยากเป็นเพราะชาวบ้านเค้าจะหาว่าอมเงิน ผู้สมัครโรงที่ไปจ่ายให้หัวหน้า หัวหน้าพวกนี้เองไม่ถึงชาวบ้านหรอก บางคนเลือกตั้งครั้งหนึ่งได้รถกระบะมา 1 คัน และหัวหน้าบางคนคิดว่าเบอร์ของตัวเองรับผิดชอบจะนอนมา แทนที่จะให้เบอร์ละ 100 บาท กลายเป็น 2 เบอร์ 100 บาท หรือไม่ก็ใช้วิธีเลี้ยงเหล่าแทน กรรมการก็เลยชวนชาวบ้านให้รับเงิน แต่อย่าไปลงให้ คัดสันดานหัวหน้าที่เอาไปกินเอง ส่วนเบอร์ 1 ที่ได้คะแนนมากในเขตเทศบาล เพราะเป็นพี่เมียตำรวจจะใช้วิธีขอร้องและบริจาคทุนให้โรงเรียน จึงได้คะแนนจากครูมาก ส่วนเบอร์ 7, 8 และ 11 แจกเงินแน่นอน แต่ไม่ถึงชาวบ้าน แต่หัวหน้าก็จกดขี่ไปขอรับเงิน แล้วบอกให้ไปลงให้ก่อนแล้วจะเอามาให้ ผลสุดท้ายชาวบ้านก็ไม่ได้เงินเลย แถมต้องไปลง

ให้อีก ที่บ้านเปิดโทรทัศน์ทั้งวันเลย นั่งทำงานไปด้วยดูไปด้วย โฆษณาครั้งนั้น  
ครั้งที่แล้วไม่ได้ (22 มีนาคม 2535) ลูกสาวร้องเพลงชวนให้ไปเลือกตั้งได้เลข  
ครั้งนั้นมันยากขึ้นจำไม่ค่อยได้ เสียงตามสายส่งมาไม่ถึงมันมีเฉพาะถนนสายใหญ่ๆ  
เท่านั้น

#### ชุมชนคนตลาด

##### ประชาชนชาย 1

ผู้สมัครแจกเงินทุกคน เพื่อน เคยไปช่วยผู้สมัครคนหนึ่งในจังหวัดอื่น ทุนเงินเป็น  
กระสอบ โดยมาเบิกที่จังหวัดหนึ่งไปแจกอีกจังหวัด เวลาเข้าไปแจก ถ้าหมู่บ้าน  
นั้นคนอื่นให้ 50 บาท ในหมู่บ้านหน้าจะต้องเก็บเป็น 100 บาท ในเขตนี้เบอร์  
1 ไม่ได้ชื่อ แต่รู้ว่าไปซื้ออำเภออื่น ส่วนหัวคะแนนเบอร์ 7 บอกว่าถ้าอยาก  
ได้เงินก็ให้ไปเอาที่บ้าน การที่มั่วข่าวสารมากขึ้น ดี ทำให้ผู้สมัครแข่งขันสูง  
เสียเงินมากขึ้น ไม่ค่อยได้ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุมากกว่า แต่ก็ไม่ได้ยินโฆษณา  
ทางวิทยุเท่าไร ไม่ได้อยู่บ้านตลอด เสียงตามสายก็ส่งไม่ถึง แต่รถของผู้สมัคร  
นี้เยอะมาก เห็นตลอด มืองค์กรกลางก็ทำให้คนกลัวกัน จะทำอะไรก็ไม่โจ่ง  
แจ้งเกินไป

##### ประชาชนชาย 2

กลุ่มที่มีการศึกษาสูงจะเลือกพรรคสังคมนิยม เพราะเหตุการณ์เมื่อเดือนพฤษภาคม  
ทำให้ในเขตเมืองสังคมนิยมจะได้คะแนนมาเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนการแก้ปัญหา  
เรื่องการขายเสียงผิดจุด ไม่ใช่แก้ที่ปลายเหตุ มาจับประชาชน ควรไปแก้ที่  
ผู้สมัครแล้วแก้กฎหมาย ลงโทษผู้สมัครดีกว่า ส่วนใหญ่ผู้ชายทางโทรทัศน์มาก  
กว่า ทำให้รู้อะไรต่ออะไรมากขึ้น แต่ก็พูดยาก คนยากจนก็ยังรับเงินกันอยู่ ก็  
เอามาให้ก็รับ เสียงตามสายไม่เคยได้ยิน

##### ประชาชนหญิง

ปัจจุบันคนมีความคิดเปลี่ยนไป รับเงินแต่ไม่เลือกก็ได้ ในเขตเมืองจะเลือก  
เป็นพรรคเพราะคนมีความรู้มากขึ้น เพราะเปิดโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์มาก  
ขึ้น พอมีเหตุการณ์พฤษภาคมก็ทำให้คนสนใจการเมือง ทำให้เบอร์ 1 ที่ลง  
สมัครครั้งแรก ก็ได้คะแนนนำในเขตเมืองเพราะพรรค แต่เค้าก็ช่วยเหลือ  
ชาวบ้านดี เอนำไปแจกชาวบ้าน และก็มีการพัฒนาในเขตนี้มากด้วย

### เขตสุขาภิบาล

หมู่บ้านกลางเมือง (ชื่อสมมติ) เป็นหมู่บ้านที่อยู่ใกล้ตลาดใน อ.ลาดยาว กำนันคนเก่า ลาออกไปเพื่อไปสมัครเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้หมายเลข 6 พรรคความหวังใหม่ ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 นี้ ผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านกลางเมืองจึงได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้านขึ้นมาเป็นกำนันแทน จากการพูดคุยกับประชาชนพบว่า แม้แต่ในการเลือกตั้งกำนันก็มีการซื้อเสียงโดยให้เบอร์ละ 20-100 บาท นอกจากนี้ยังมีการจัดเลี้ยงชาวบ้านอย่างใหญ่โต กำนันที่ได้รับเลือกนั้นจัดงานเลี้ยงเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ชาวบ้านยังบอกว่าจะให้เป็นเงินดีกว่า ไม่ต้องเหนื่อยมาก กำนันคนดังกล่าวมีอาชีพเป็นพ่อค้าคนกลางรับซื้อข้าวจากชาวบ้านไปขายต่อให้โรงสี ภรรยาของกำนันได้พูดถึงราคาข้าวที่รับซื้อจากชาวบ้านจะพบว่าเป็นราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด โดยให้เหตุผลว่าเป็นช่วงที่ฝนตกข้าวมีความชื้นสูง แม้ว่าหมู่บ้านนี้จะอยู่ในเขตสุขาภิบาล แต่ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังทำอาชีพทำนา ซึ่งไม่แตกต่างไปจากประชาชนที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล และนอกเขตสุขาภิบาล ดังจะได้กล่าวต่อไป กลุ่มที่มีบทบาทเด่นชัดที่สุดคือ กลุ่มฌาปนกิจของหมู่บ้านที่มีการหารายได้เข้ากลุ่ม โดยการจัดโต๊ะจีน และนำเงินที่ได้มาพัฒนาหมู่บ้าน โดยมีกำนันเป็นผู้นำ และประชาชนจะมาเข้าร่วมประชุมกันอย่างพร้อมเพรียง และผู้วิจัยได้เข้าร่วมในการประชุมชาวบ้านกลุ่มฌาปนกิจ โดยมีผู้สมัครเบอร์ 8 และเบอร์ 11 ที่ได้รับเลือกเป็น สส. แล้วเข้าร่วมประชุมด้วย ได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้นำชุมชนและประชาชนรวม 6 คน

### การซื้อเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งและการขายเสียงของประชาชน

ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ที่ใกล้หมู่บ้านใกล้ตลาดทางอำเภอ แต่มีการแจกเงินชาวบ้าน คนที่มีเงินจะเบียดเลือกใครไปก็ไม่มียะไรขึ้นมากเลยเลือกคนที่คิดว่าน่าจะได้ดีกว่า และบอกคนที่บ้านว่าอย่าไปเลือกคน ๆ เดียวให้เลือกหลาย ๆ คน ที่ทางอำเภอเค้าจะออกเสียงตามสายตอนเช้า ๆ เป็นข่าวเกี่ยวกับการไม่ให้ซื้อขายเสียงในการเลือกตั้ง และมีรถของอำเภอออกไปประกาศตามหมู่บ้าน ไม่ให้ขายเสียงขายสิทธิ์

ชาวบ้านหญิง 1

ในเขตนี้ใกล้ตลาด เบอร์ 11 เขาก็เข้าเฝ้าตามบ้าน ผู้สมัครพวกนี้เค้าจะให้เงินช่วยงานแต่ง งานบวช มันเห็นชัด ๆ ว่าเค้าช่วยเหลือเราที่ต้องเลือกนี่เมื่อเดือนที่แล้วเค้าก็เอาปฏิทินมาแจกให้ ถ้าคนที่เราชอบก็จะรับเงิน แต่ถ้าไม่ชอบก็บอกเค้าว่าจะไม่เลือกนะ หัวคะแนนก็จะคัดชื่อออก แต่คนที่เป็นที่นั่งกับหัวคะแนนก็ต้องเลือกตามที่หัวคะแนนบอก และมีบางคนที่ไม่ได้เงินก็จะตามไปทวงจากหัวคะแนน หรือถ้าหัวคะแนนทำคะแนนไม่ได้ตามเป้า ทางผู้สมัครก็จะส่งคนไปเอาเงินคืน ที่บ้านเสียงตามสายส่งมาไม่ถึง ส่วนใหญ่ก็ดูจากโทรทัศน์ว่าไม่ให้ขายเสียง รถขององค์กรกลางของอำเภอเห็นบ้าง แต่จะเป็นของผู้สมัครมากกว่า

ชาวบ้านหญิง 2

จะเดินแจกกันวันที่ 11-12 ส่วนวันเลือกตั้งจะมาแจกที่บ้านนี้เลย แจกให้เห็น ๆ เรายังยืนอยู่ แต่เค้าไม่ให้เพราะเค้ารู้ว่านี่ไม่เอาเพราะเป็นข้าราชการ แต่ก็พูดอะไรไม่ได้ แจกให้เบอร์ละ 100 บาท บางคนรับ 50 บาท เค้าจะถามว่าใครจะเอามึงก็แจกไป ไม่มีการหลบแจกแล้ว ใจจริงมาก เพราะอำเภอเป็นอำเภอใหญ่ ถ้าได้คะแนนจากนั้นก็จะมีโอกาสที่จะเป็น สส. ผู้สมัครจึงทุ่มเงินกันมาก ส่วนองค์กรกลางมีไปก็ไม่มีประโยชน์ถึงเห็นก็ไม่กล้าพูด เสียงบประมาณเปล่า ๆ บางคนเป็นเด็กก็น่าเป็นห่วงว่าจะเป็นอันตราย ถ้าเป็นอะไรไปใครจะรับผิดชอบ ชาวเกี่ยวกับการเลือกตั้งส่วนใหญ่ดูจากทีวี เสียงตามสายจะส่งมาไม่ถึง ถึงแม้จะมีการรณรงค์ทางโทรทัศน์ เขาก็ยังแจกกันมาก

ชาวบ้านหญิง 2

หัวคะแนนจะแจกได้ไม่ทั่วถึง เพราะเงินไม่พอ อีกอย่างก็คือหัวคะแนนไม่ยอมจ่าย เก็บเอาไว้เอง บางเบอร์คนที่ถูกจัดชื่อไปก็ได้รับครบ บางเบอร์ก็ไม่ครบทุกคน เบอร์ 7, 8 และ 11 จะให้เบอร์ละ 100 บาท ส่วนเบอร์ 11 จะมาเยี่ยมชาวบ้านใกล้ ๆ วันเลือกตั้งด้วย โดยที่หัวคะแนนจะมาขายเสียงก่อน โดยการจัดชื่อไปแล้วก็เอาเงินมาให้ ชาวส่วนใหญ่ก็ดูจากโทรทัศน์ มันก็ดีแต่ก็ยังมีการซื้อเสียงกันอยู่

ชาวบ้านชาย 1

ต่อไปจะยิ่งกว่านี้ ถ้าไม่มีเงินก็จะไม่ไปเลือกตั้ง เพราะชาวบ้านเคยตัวแล้ว เช่น คนอื่นได้ทำไม้มุกไม่ได้ หรือถ้าเงินไม่ถึง อย่างเบอร์ 9 ที่เคยได้เป็น สส. ก็ยังร่วง สู้เงินไม่ได้ พวกที่เป็นหัวคะแนนเค้าจะได้เปอร์เซ็นต์หัวละ 20 บาท ได้กันคนละหลายพัน แต่มักจะไม่ยอมแจกชาวบ้าน เก็บไว้เอง ถ้ารัฐบาลเข้มงวดจริง ๆ ไม่ให้มีการซื้อเสียงก็จะให้คนดีจริง ๆ จะมาจับประชาชนได้อย่างไร เงินใคร ๆ ก็ฮากได้ ต้องจับคนแจกถึงจะถูกต้อง ส่วนองค์กรกลางก็เป็นคนในหมู่บ้าน ใครจะกล้าฟ้อง พ่อแม่ พี่น้องก็รับเงินจริง ๆ แล้วทำอะไรไม่ได้

ชาวบ้านชาย 2

ครั้งนี้หัวคะแนนแจกมากขึ้น แต่เงินก็ไม่ค่อยถึงชาวบ้าน จะถูกกักกลางทางบ้าง บางครั้งหัวคะแนนเข้าไปที่ ถูกเบอร์อื่นแจกไปก่อน พอคะแนนไม่ได้ตามที่รับเงินไป ทางผู้สมัครก็จะมาเอาเงินคืน สมัยก่อนจะเห็นได้ชัด เลือกตั้งครั้งหนึ่งหัวคะแนนออกฤทธิ์ได้ 1 คน เพราะกักเงินไว้เอง โฆษณาไม่ให้ขายเสียง ขาสีทือออกมาเยอะ แต่ก็ทำอะไรไม่ค่อยได้ ยิ่งครั้งนี้แจกเงินมากกว่าครั้งก่อนอีก

นอกเขตเทศบาล

หมู่บ้านทิวไผ่ (ชื่อสมมติ) เป็นหมู่บ้านที่ค่อนข้างไกลจากถนนใหญ่ และมีการตั้งบ้านเรือนที่กระจัดกระจายมาก ผู้ใหญ่บ้านเป็นคนจากหมู่บ้านอื่น จึงทำให้ชาวบ้านบางส่วนไม่ชอบจึงไม่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านมากนัก และยังออกไปทำมาหากินนอกหมู่บ้าน ทำให้ไม่ได้ทำงานเพื่อหมู่บ้านอย่างเต็มที่ งานของหมู่บ้าน เช่น การปิดค่ายลูกเสือของโรงเรียนที่ตั้งในหมู่บ้านนี้ ผู้วิจัยได้เข้าไปร่วมในกิจกรรมด้วย ผู้ใหญ่บ้านไม่ฮากมาเพราะไม่ค่อยได้รับความเคารพจากลูกบ้านเท่าไรนัก ผู้ที่มีบทบาทที่แสดงความสัมพันธ์กับชาวบ้านก็คือ ตัวภรรยาของผู้ใหญ่บ้านที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของหมู่บ้าน เช่น กิจกรรมของวัดและของโรงเรียน เพราะเป็นคนในท้องถิ่น และก็ได้รับความร่วมมือพอสมควร และเป็นตัวแทนของผู้ใหญ่บ้านที่นำเงินไปแจกชาวบ้านในฐานะหัวคะแนนและชาวบ้านก็รับด้วยความเกรงใจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกได้สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและชาวบ้านรวม 5 คน

การซื้อเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งและการขายเสียงของประชาชน

พระอาจารย์ (เจ้าอาวาส) ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกเบอร์ซื้อเสียงทั้งนั้น มีเบอร์ 11 ที่เอาเงินเข้าวัด 7,000 บาท ก็ไม่ใช่อะไร เพราะหัวคะแนนได้รับเงินมาน้อยแจกได้ไม่ทั่วถึง แเค้ตั้งเป้าไว้ 140 คน ตกคนละ 50 บาท ก็เลยมาทอดเป็นผ้าป่าไป ก็ให้ชาวบ้านช่วยเลือกกันไป ส่วนเบอร์อื่น (5,6,7 และ 8) หัวคะแนนได้เงินมามากก็แจกให้ชาวบ้านไปเลย ชาวบ้านส่วนใหญ่ได้รับเงินก็ไปเลือกตามที่ได้รับ เพราะแเค้ก็กลัวบาป

ผู้ใหญ่บ้าน

มีการซื้อเสียงมากขึ้น เบอร์ 5 ให้เงินทั้งตำบล 2 ล้าน บ้านที่ให้ได้ 1 แสน (ผู้ใหญ่บ้านเป็นหัวคะแนนเบอร์ 5) เคยมีคนทซื้อเสียงก็ไม่ได้เป็น หมดเป็นแสน ๆ ก็ไม่ได้เป็น ส่วนใหญ่ชาวบ้านจะเลือกคนที่ช่วยเหลือหมู่บ้าน การแก้ปัญหาการซื้อเสียงน่าจะให้ผู้สมัครไปสอบถามว่าจะไม่ซื้อเสียง ก็ไม่เห็นมีใครกล้าสาบาน คมผู้สมัครรัฐยังทำไม่ได้ แล้วคน 50 กว่าล้านคน จะคมได้อย่างไร และการสมัครควรจะไปสมัครที่ส่วนกลาง ไม่ใช่มาสร้างศาลาสร้างส้วมไว้ให้ หรือจะให้ชาวบ้านไม่ได้รับเงินก็ไม่ได้ ต้องไปแก้กับผู้สมัครไม่ให้มีการแจกองค์กรกลางก็ไม่ได้ผล จับใครก็ไม่ได้ เสียงบเป็นร้อย ๆ ล้าน เอาผู้ใหญ่บ้านไปอบรมให้เบี่ยเสียง 900 บาท หักนั้นหักนี้เหลือแค่ 100 บาทเอง ถ้าคิดวากำนั้น ผู้ใหญ่บ้านช่วยผู้สมัครก็ให้ไปนอนกับนายอำเภอจนกว่าจะเลือกตั้งก็ได้ ชาวสารไม่ให้อาขเสียงผมก็เป็นคนเปิดหอกระจายข่าว และขับรถเปิดเทปที่องค์กรกลางให้รอบหมู่บ้านเอง

ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน

คราวนี้ซื้อเสียงรุนแรงมาก ได้รับเงินจากเมียผู้ใหญ่ด้วยความเกรงใจจากเบอร์ 5 จริง ๆ ไม่อยากรับเลย ได้ 100 บาทเองก็เลยเอามากินและเลี้ยงคนให้หมด ๆ ไป จะได้ไม่รู้สึอะไรมาก เพราะเป็นกรรมการเลือกตั้งด้วย แต่ก็พูดอะไรไม่ได้ เคยบอกหรือเตือนหัวคะแนนคนอื่น ๆ เหมือนกัน แต่แเค้ก็ตอบว่า แล้วใครจะรู้ ส่วนข่าวสารเลือกตั้งทางโรงเรียนแเค้จะเปิดข่าวให้ฟังทุกเช้าที่โรงเรียนเปิดทางหอกระจายข่าวของโรงเรียน ส่วนใหญ่ก็ดูข่าวจากโทรทัศน์มากกว่า แต่ยังมีกรซื้อเสียงมาก

### หัวคะแนน

เป็นหัวคะแนนเบอร์ 7, 8 โดยตั้งเป้าไว้ 70% ของชาวบ้านที่มีสิทธิลงคะแนน แจกเบอร์ละ 100 บาท ได้ 10% เวลาจะให้ก็ไปตามว่าจะเอาเงินไม่ ถ้าไม่เอา ก็ไปบ้านอื่น ครึ่งที่ผ่านมาได้ 65% เอง ก็มาต่อว่าคนที่ไม่เลือกให้แล้วก็ เลิกคบกันไป จะให้เฉพาะคนที่ไว้ใจได้เท่านั้น แต่ก็ต้องไปอธิบายให้หัวคะแนน ใหญ่อีกที แต่เค้าก็ไม่ได้ทวงเงินคืน ที่ไม่ได้ตามเป้า เพราะทำกันมานาน เวลา ไปหาชาวบ้านก็ตอนกลางคืน ชาวบ้านก็ให้ความร่วมมือ เพราะเค้าก็อยาก ได้เงินเหมือนกัน เวลาไปก็กลัวบ้างเหมือนกัน แต่ที่เราไปก็รู้จักกันทั้งนั้น เรา ชาญของก็รู้จักคนมาก แต่หัวคะแนนจะห้ามจ่ายต่อกัน ถือเป็นกติกา เป็น หัวคะแนนเบอร์ไหนแล้ว ห้ามย้ายไปเป็นให้เบอร์อื่น เดี่ยวตายได้ จะมีสิทธิ์ ถอนตัวได้ก็ต่อเมื่อเค้าเลิกสมัครหรือเค้าตัดเราออกไป ก็คิดว่าจะไปเรื่อยๆ ก็ไม่มีปัญหาอะไร การซื้อเสียงที่ใช้เงินไม่มาก ถ้าในเมืองจะใช้เงินมาก กว่า คนหนึ่งจะใช้มากกว่า 50 ล้าน การที่โทรทักสั้น วิทยุ มีการออกข่าว ก็มีผลกระทบ 30% ทำให้ต้องคุยมากขึ้น

### ชาวบ้านชาย

ตอนหลังการซื้อเสียงมีวิธีการมากขึ้น เวลาเอาเงินมาให้ก็บอกว่า คิดหนี้เอา มาใช้ แต่ก็ได้น้อยกว่าที่ควรจะได้ ส่วนใหญ่เวลาที่แจกคือก่อนวันเลือกตั้ง มี หัวคะแนนบางคนจذبเอาไปรับเงินแต่ก็ไม่ยอมเอาเงินมาให้ ที่แจกหลาย เบอร์ 5, 7, 8 และ 11

### นอกเขตสุขภาพ

หมู่บ้านนางาม (ชื่อสมมติ) เป็นหมู่บ้านในกลุ่มหมู่บ้าน (3 หมู่บ้าน) มีครูใหญ่เป็นผู้นำ ชุมชนที่เด่นชัด มีอิทธิพลต่อกำนันและผู้ใหญ่บ้าน เพราะเป็นพี่ชายกำนันและเป็นพี่น้องกับชาวบ้าน ส่วนใหญ่ (นามสกุลเดียวกัน) เป็นกลุ่มหมู่บ้านพัฒนาตัวอย่าง ครูใหญ่ได้รับรางวัลดีเด่น กำนัน ได้เป็นกำนันแทนบทอง ต่อมาภายหลังเกิดความขัดแย้งกับชาวบ้าน ทำให้มีการแบ่งเป็น 2 ฝ่าย คือ กลุ่มผู้นำหมู่บ้าน กับกลุ่มชาวบ้านที่เคารพนับถือเจ้าอาวาส (พระอาจารย์หนุ่ม) โดยมีผู้นำแฝง เป็นคนดำเนินการ เนื่องมาจากชาวบ้านคิดว่าหมู่บ้านและโรงเรียนพัฒนาจนได้รับรางวัลมาแล้ว แต่วัดยังทรุดโทรมจึงอยากพัฒนาให้ดีขึ้นทัดเทียมกัน ซึ่งไปขัดผลประโยชน์ของกลุ่มผู้นำ ทำให้ไม่ลง รอยกัน ประกอบกับการที่ชาวบ้านเริ่มรู้ว่า กลุ่มผู้นำมีการนำรายชื่อชาวบ้านไปรับเงินจากผู้สมัคร

รับเลือกตั้ง แต่ไม่มีการนำไปแจกให้ชาวบ้าน หรือก็เพียงบางส่วนให้กับคนที่สนิทเท่านั้น นอกจากนี้ในกลุ่มผู้นำมักจะมีคดีความกับชาวบ้านอยู่บ่อย ๆ (สัมภาษณ์เจ้าอาวาส เจ้าหน้าที่อนามัยประจำตำบล ผู้นำแดง และชาวบ้านบางส่วน) ต่อมากำหนดได้ป่วยเป็นโรคปอดและเสียชีวิตลง จึงมีการเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้านแทนตำแหน่งที่ว่างลง ซึ่งเป็นการต่อสู้ระหว่างครูใหญ่ที่ผลักดันเด็กหนุ่มในหมู่บ้านเพื่อต่อสู้กับแพทย์ประจำตำบลที่ได้รับความนิยมนับถือจากชาวบ้าน ในวันเลือกตั้งได้มีการเกณฑ์คนๆไปทำงานในที่ต่าง ๆ ให้นำกลับมาเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังพบว่ามีการซื้อเสียงในการเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้านครั้งนี้ด้วย โดยซื้อจากคนที่ไม่แน่ใจว่าจะเลือกใคร โดยให้เบอร์ละ 100 บาท และฝ่ายครูใหญ่ก็ได้รับชัยชนะในที่สุด แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลในกลุ่มหมู่บ้านนี้มีอยู่อย่างเด่นชัด สัมภาษณ์เจ้าอาวาสผู้นำชุมชนและชาวบ้านรวม 4 คน

#### การซื้อขายเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งและการขายเสียงของประชาชน

ครูใหญ่ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเกือบทุกเบอร์ (1, 5, 6, 7, 8, 9 และ 11) มาพูดคุยที่โรงเรียน เพื่อให้ช่วยเหลือ โดยจะถามว่าต้องการอะไรก็บอกมา มีบางเบอร์เสนอให้เงินถึง 200,000 บาท แต่ไม่รับ เบอร์ที่ซื้อเสียงแน่ ๆ คือ เบอร์ 5, 6 และเบอร์ 11 ผู้สมัครคนหนึ่งจะต้องใช้เงินในการเลือกตั้งไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท โดยเฉพาะในอำเภอนี้ เบอร์ 5 และเบอร์ 6 ต้องใช้ไม่ต่ำกว่า 10 ล้าน และการที่จะเป็นหัวหน้าคะแนนนั้นจะต้องมีเครือข่ายญาติเป็นกักใหญ่ถึงจะเป็นได้ เพราะคนที่รับเงินแล้วไปเลือกก็คือญาติกัน คนที่เป็นหัวหน้าคะแนนจะไปพบผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือตัวแทน เพื่อบอกว่ามีเสียงในมืออยู่ที่เสียง แล้วก็รับเงินมา ส่วนชาวบ้านจะซื้อสิทธิ์ ถ้าหากรับไว้ครบ 3 เบอร์แล้ว ก็จะไม่รับเพิ่มอีกเพราะกลัวบาป ได้บอกชาวบ้านว่าหากมีคนมาให้ก็รับไว้ แต่เวลาเลือกก็ขอให้เลือกคนดี บางที่หัวหน้าคะแนนบางคนมาชักว่าคนอื่น แต่ต้องทำให้ได้ตามเป้าก็จะไปบอกชาวบ้านว่าฉันก็เอาเงินที่รับจากคนอื่นมาให้เค้าก็เท่ากับฉันไป แล้วให้รับเงินของเบอร์ที่เค้ารับผิดชอบ โดยการเอาเงินของเบอร์เค้ารวมกับเงินของตนทำให้ได้มากขึ้น แต่ก็มีบางคนให้ก็ไม่รับ แต่บางคนก็ไม่ได้ก็ไปทวงหัวหน้าคะแนนเองก็มี ทั้งที่มีการเปิดโปงทางหอกระจายข่าวให้ประชาชนเลือกคนดี แต่ห้ามไม่ให้



ก่านัน

มีผู้สมัครรับเลือกตั้งมาคุยด้วย โดยจะถามว่า หน่วยงานนี้เสี่ยง จะต้องใช้เงินเท่าไร เท่านี้พอไหม แล้วก็เอารายชื่อไปเพื่อเช็คความมีตัวจริงหรือไม่ เบอร์ 7 และเบอร์ 11 จะให้ชาวบ้านคนละ 100 บาท หัวคะแนนจะได้ 20 บาท ครั้งนี้มาติดต่อทางภรรยา แต่ได้ชื่อว่าไม่ให้รับ ส่วนเบอร์ 1 และเบอร์ 9 ไม่ซื้อเสียงที่นี่ เพราะเค้าช่วยเหลือหมู่บ้าน ให้ของกองกลาง เช่น ยา สมุด ดินสอ นาฬิกา เครื่องกีฬา และทุกหมู่บ้านในเขตที่รับผิดชอบมีการซื้อเสียง แต่ไม่ได้ผ่านก่านันแล้ว และจะซื้อกันตอนค่ำ ๆ ก่อนจะมีการเลือกตั้งในวันรุ่งขึ้น ชาวสารก็ได้เปิดทางทอกระจายข่าวบ้าง แต่ชาวบ้านก็ยังรับเงินกันทั้งนั้น

ผู้นำแฝง

ได้รับเงินจากผู้สมัครหลายคน แต่ได้ไม่เท่ากัน ได้จากเบอร์ 1 10,000 บาท โดยให้ช่วยบอกชาวบ้านให้ไปเลือก หัวคะแนนในหมู่บ้านคือ ผู้ใหญ่บ้านและผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จะรับกันเป็นทีม แต่เงินจะไม่ถึงชาวบ้าน พวกนี้จะจذبซื้อชาวบ้านไปรับเงิน แต่จะไม่แจกชาวบ้าน แจกเฉพาะญาติพี่น้องเท่านั้น แต่จะบอกให้ชาวบ้านเลือกเบอร์ที่ตัวเองเป็นหัวคะแนน ถ้าไม่เลือกก็จะไม่ช่วยเหลือเวลาเลือกตั้งอื่น เพราะชาวบ้านบางส่วนก็หนีสินจากกลุ่มผู้นำ จะไม่ทำเรื่องเกี่ยวกับทะเบียนให้ ทำให้ต้องเลือกด้วยความเกรงใจ พวกครูใหญ่ได้รับเงินอยู่แล้ว ขนาดผมยังได้เลย ทำไมพวกนั้นจะไม่ได้ ชาวเกี่ยวกับการซื้อขายเสียงก็ดูจากโทรทัศน์ ฟังวิทยุ แต่ก็ไม่มีประโยชน์ คนก็ยังซื้อขายเสียงอยู่ ทอกระจายข่าวกันนาน ๆ เปิดที เจ้าหน้าท้องค์กรกลางก็เป็นพวกครูใหญ่ ก็ไม่ได้ทำอะไร

ชาวบ้านชาย

หัวคะแนนจะเอารายชื่อชาวบ้านไปรับเงินจากผู้สมัคร สส. แต่เงินไม่ถึงชาวบ้าน หรือให้กินดินเหนียว ถ้าได้ 100 บาท จะถึงชาวบ้านแค่ 1 บาท และถ้าไม่เลือกก็จะรู้ว่าจะไม่ช่วยเหลือหากมีเรื่องเดือดร้อน พวกผู้นำจะรับเงินเป็นทีม แต่ไม่ถึงชาวบ้าน ชาวเกี่ยวกับการเลือกตั้งก็ดูจากโทรทัศน์ แต่ก็ยังมีการซื้อขายเสียงเงินใครก็อยากได้ เอาเป็นค่ากับข่าวก็ยังดี ไม่เคยเจอเจ้าหน้าที่องค์กรกลางเป็นใครไม่รู้จัก

### ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งใน เขตเทศบาล เขตสุขาภิบาล นอกเขตเทศบาล นอกเขตสุขาภิบาล แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรกับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตต่าง ๆ

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียง			
	เขตเทศบาล	เขตสุขาภิบาล	นอกเขตเทศบาล	นอกเขตสุขาภิบาล
1. ตำแหน่งในชุมชน	-0.534*	0.215*	0.191	0.056
2. เพศ	-0.107	0.218	0.112	0.350*
3. อายุ	-0.460	0.340*	0.100	0.090
4. การศึกษา	6.643	2.162	3.300	5.804
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว	-0.196	-0.060	0.110	0.080
6. รายได้ต่อครัวเรือน	6.207	3.938	7.362	6.513
7. อาชีพ	3.181	3.925	2.149	1.106

\*  $P < .05$

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งในชุมชน มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลและเขตสุขาภิบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพศ มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของประชาชนนอกเขตสุขาภิบาลเท่านั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อายุ มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของประชาชนในเขตสาขาภิบาลเท่านั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษา ไม่มีเขตใดที่การศึกษามีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีเขตใดที่จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ

รายได้ต่อครอบครัว ไม่มีเขตใดที่รายได้ต่อครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ

อาชีพ ไม่มีเขตใดที่อาชีพมีความสัมพันธ์กับการขายเสียงของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาล เขตสาขาภิบาล นอกเขตเทศบาล และนอกเขตสาขาภิบาล แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตต่าง ๆ

ประเภทของสื่อ	ค่าสหสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียง			
	เขตเทศบาล	เขตสาขาภิบาล	นอกเขตเทศบาล	นอกเขตสาขาภิบาล
สื่อมวลชน	0.022	0.300	0.090	0.660*
สื่อบุคคล	0.060	0.390*	0.090	-0.280
สื่อเฉพาะกิจ	-0.060	-0.220	0.010	0.180

\*  $P < .05$

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งนอกเขตสมาชิกสภาท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งเขตสมาชิกสภาท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการไม่ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในทุกเขตอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานข้อที่ 3 สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่ขายเสียงได้มากที่สุด

จากสมมติฐานที่ว่า สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่ขายเสียงได้มากที่สุด ผลปรากฏว่าสื่อมวลชนไม่มีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่ขายเสียง

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย