



ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ เสี่ยง

ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งของคน เชียงใหม่

ปัจจุบัน แม้ว่าการนิยามความหมายของทัศนคติยังไม่เป็นที่แน่นอนชัดเจน แต่อาจกล่าวได้ว่ามีการให้ความหมายไปในแนวทางเดียวกัน คือ ทัศนคติเป็น ความรู้สึกภายในของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง กลุ่มบุคคล สถาบัน แนวความคิด หรือ สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ในการประเมินค่าว่าดีหรือไม่ดี เห็นด้วยหรือไม่เห็น ด้วย ความรู้สึกภายในเหล่านี้ เป็นความพร้อมที่จะทำให้บุคคลแสดงออก หรือมี พฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งนั้น บุคคลนั้น หรือสถานการณ์นั้น ¹ สรุป โดยสั้นๆได้ว่าทัศนคติเป็นการประเมินค่า หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อวัตถุทางจิต วิทยา ดังนั้นทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งของคน เชียงใหม่ หมายถึง การประเมินค่าหรือความรู้สึกของคน เชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งว่าเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ซึ่งจะเป็นแรงขับให้คน เชียงใหม่มีพฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อ ต้านการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้ง

บุคคลจะเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดได้บุคคลจะต้องมีความรู้ ความคิดเกี่ยวกับสิ่ง นั้น และมีแนวโน้มของพฤติกรรมจะตอบสนองต่อสิ่งนั้น ฐานของทัศนคติคือ ความเชื่อ

¹ รัชนีกร สิริธรรังศรี, " ผลกระทบของภูมิหลัง ทัศนคติทางการเมืองและ แรงจูงใจทางการเมืองที่มีต่อบทบาททางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัด ภาคกลาง" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530) หน้า 10.

ค่านิยม กล่าวคือ ทัศนคติเป็นผลรวมของความเชื่อ ค่านิยมที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหลายความเชื่อ หลายค่านิยมต่อสิ่งเดียวกัน ดังนั้นบุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบขึ้นอยู่กับว่าบุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมที่เกี่ยวกับสิ่งนั้นอย่างไร ถ้าความเชื่อและค่านิยมที่บุคคลยึดถือไปในทางที่สนับสนุนต่อสิ่งนั้น บุคคลก็จะมีทัศนคติว่าสิ่งนั้นดีและมีพฤติกรรมในทางสนับสนุน ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมในทางที่ไม่สนับสนุนต่อสิ่งนั้น บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นว่าเป็นสิ่งไม่ดีและมีพฤติกรรมในทางต่อต้าน

ในการพิจารณาชื่อเสียงเลือกตั้ง นักวิชาการทางด้านรัฐศาสตร์และสังคมวิทยาการเมืองเห็นว่า เหตุที่การชื่อเสียงสามารถเกิดขึ้นได้เพราะมีค่านิยมและความเชื่อบางประการที่เอื้อต่อกิจกรรมดังกล่าว² อาทิเช่น ระบบความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ ความเชื่อทางศาสนา การยอมรับในอำนาจ เป็นต้น ถ้าในพื้นที่ใดประชาชนมีการยึดค่านิยมดังกล่าว ประชาชนย่อมมี ทัศนคติในทางสนับสนุนการชื่อเสียง การชื่อคะแนนเสียงย่อมเกิดขึ้นได้ ในทางตรงกันข้ามถ้าประชาชนไม่ยึดถือในค่านิยมเหล่านั้น ประชาชนก็จะมีทัศนคติในทางต่อต้านหรือไม่สนับสนุนการชื่อเสียง การชื่อเสียงย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้

ในการนี้ของจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการชื่อเสียง ทั้งนี้เพราะเชียงใหม่มีแบบแผนวัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่เรียกกันว่า "วัฒนธรรมของชาวเหนือ" ซึ่งประกอบไปด้วยความเชื่อและค่านิยมหลายประการ เช่น เคารพผู้อาวุโส ยอมรับในอำนาจ รักพวกพ้อง เป็นต้น ค่านิยมเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะทำให้บุคคลที่ยึดถือ มีทัศนคติที่ดีต่อการชื่อเสียง คือยอมรับกระบวนการชื่อเสียง ดังนั้นจึงน่าจะจะได้มีการศึกษาดูว่าคนเชียงใหม่โดยทั่วไปมีทัศนคติอย่างไรต่อ

²อนัญญา อังภากร เอกสารประกอบการอภิปรายการชื่อเสียงในการเลือกตั้ง
ณ ห้องเกษมอุทยานิน คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันที่ 7 มีนาคม 2535

การซื้อเสียง ค่านิยม ความเชื่อแบบชาวเหนือมีผลต่อทัศนคติต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่หรือไม่ เพราะถ้าพิจารณาจากเงื่อนไขทางวัฒนธรรมแล้วจะเห็นได้ว่า คนเชียงใหม่น่าจะมีทัศนคติที่ยอมรับการซื้อเสียง ถ้าเป็นจริงควรที่จะให้มีการแก้ไข เพราะการซื้อเสียงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อกระบวนการเลือกสรรบุคลากรทางการเมืองของไทย

แง่มุมทางด้านอำนาจของศาสนา

ประเด็นแรกที่น่าสนใจมาพิจารณา คือ ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ ในแง่มุมอิทธิพลของศาสนา คำสอนทางศาสนาส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นคนดี เป็นคนซื่อสัตย์ ละเว้นการทำชั่ว ซึ่งนักรัฐศาสตร์บางท่านเห็นว่าเป็นคำสอนที่เอื้อต่อการซื้อเสียง กล่าวคือถ้าคนมีความยึดมั่น ในคำสอนทางศาสนา เขามีแนวโน้มที่จะยอมรับการซื้อเสียง อาทิเช่น คำสอนศีล หน้า ข้อ 4 ซึ่งเป็นเรื่องการห้ามพูดโกหก ทำให้เมื่อคนพูดอะไรก็ต้องทำตามคำพูดที่ให้ไว้ในกรณีของการซื้อเสียง ผู้สมัครจะให้เงินหรือสิ่งของอื่น ๆ แก่ผู้ลงคะแนนเสียงเพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง การแลกเปลี่ยนดังกล่าวเปรียบเสมือนเป็นสัญญา ดังนั้นเมื่อบุคคลรับเงินและรับปากว่าจะลงคะแนนให้แกผู้สมัครแล้ว ก็ต้องไปลงคะแนนให้กับผู้ที่ให้เงินแก่ตน ในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถาม 4 ข้อเพื่อพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรม ต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ในแง่มุมนี้ (โปรดดูตารางที่ 5.1)

ผลการศึกษา ค่านิยมและความเชื่อทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อเสียงของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงของคนเชียงใหม่ในแง่มุมของศาสนา มีลักษณะไม่เห็นด้วยค่อนข้างไปทางไม่มีความคิดเห็น (โปรดดูตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.44) นั้นหมายความว่าเราไม่อาจกล่าวได้ว่าศาสนามีอิทธิพลทำให้คนเชียงใหม่ มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงยอมรับการซื้อเสียงเลือกตั้ง และเมื่อพิจารณาจากคำถาม ข้อที่ 1 และ 2 (โปรดดูตารางที่ 5.1) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของศาสนา ศีลหน้า ข้อ 4 เรื่องการห้ามพูดโกหกโดยข้อที่ 1 ถามว่า

จากหลักคำสอนเกี่ยวกับศีลห้า ข้อ 4 เมื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งนำเงินและสิ่งของมาแจก
ให้กับท่านและท่านก็รับปากกับเขา แล้วว่าจะไปลงคะแนนเสียงให้ท่านก็จะต้องปฏิบัติ
ตาม ปรากฏว่าจากกลุ่มตัวอย่างคนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยคือ ร้อยละ 58.0 ส่วนที่
ไม่มีความเห็นมีประมาณร้อยละ 16.9 และที่เห็นด้วยมีเพียง ร้อยละ 25.1 เมื่อ
สอบถามต่อไปในข้อที่ 2 ว่า การไม่ไปลงคะแนนเสียงให้เขาถือว่าเป็นเรื่องที่ทำให้
เราผิดคำพูด ปรากฏว่าผู้ที่เห็นด้วย มีเพียงร้อยละ 31.1 ในขณะที่ไม่เห็นด้วยมี
ประมาณร้อยละ 48.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในกรณี
ของการซื้อเสียงแม้เราจะไม่ทำตามที่ได้พูดไว้ ก็ไม่ถือว่าเป็นสิ่งที่ผิด อย่างไรก็ตาม
มีข้อที่น่าสังเกตจากคำถามในข้อ 4 ที่ว่า โดยทั่วไปแล้วการซื้อเสียงก็ตีการขายเสียง
ก็ตีเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทางศาสนา ซึ่งปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับ
คำถามดังกล่าว คือมีประมาณร้อยละ 59.7 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นเป็นกลาง
มีร้อยละ 18.5 และเห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 21.5 เท่านั้น นั่นหมายความว่า ในขณะที่
ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการรับเงินแล้วไม่ไปลงให้ เป็นสิ่งที่ไม่ผิดในแง่มูมศาสนา
กลุ่มตัวอย่างก็ ยังมีความเห็นอีกด้วยว่าการซื้อเสียงไม่ใช่สิ่งผิดทางศาสนาเช่นกัน
อย่างไรก็ตาม ในประเด็นนี้อาจสรุปได้ว่า คนเชียงใหม่โดยทั่วไปมีทัศนคติและ
พฤติกรรมในทางที่ไม่เห็นด้วยกับการซื้อเสียง

ตารางที่ 5.1 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมมองความเชื่อทางศาสนา

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X	SD
	+2	+1	0	-1	-2		

1) จากหลักคำสอนทางศาสนาพุทธ เกี่ยวกับศีล 5 ข้อ 4 เมื่อผู้สมัคร รับเลือกตั้งนำเงินและสิ่งของมา แจกให้กับท่านและท่านก็รับปาก กับเขาแล้วว่าจะไปลงคะแนน เสี่ยงให้ ท่านก็จะต้องปฏิบัติตาม						2.51	1.28
2) การไม่ไปลงคะแนนเสี่ยงให้เขาถือ ว่าเป็นเรื่องที่ทำให้เราผิดคำพูด	9.8	15.3	16.9	32.7	25.3	2.71	1.37
3) ผู้สมัครที่ได้รับการรับรองหรือ ยืนยันว่าเขาเป็นคนที่สมควรจะ เลือก ท่านจะเลือกผู้สมัครคนนั้น ทั้งนี้ตามคำรับรองจากเจ้าอาวาส หรือคนที่ท่านนับถือ	14.2	16.9	19.9	24.3	24.5	2.50	1.17
4) อดยั่วไปแล้วการซื้อเสียงก็ดี การขายเสียงก็ดี เป็นสิ่งที่ไม่ สมควรทางศาสนา	5.7	14.4	28.1	27.2	24.3	3.59	1.37

แง่มุมทางด้านอำนาจของเงิน

ประเด็นต่อมา เป็นการพิจารณาทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ ในแง่มุมทางด้านอำนาจของเงิน จากโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยกำลังพัฒนาเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ สิ่งที่มาพร้อมกับความเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ก็คือ ค่านิยมที่เน้นวัตถุมากกว่าจิตใจและที่น่ายินดี คือ การให้ความสำคัญกับเงิน กล่าวคือคนโดยทั่วไปเห็นว่าเงินเป็นสิ่งสำคัญ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าสามารถแลกเปลี่ยนกับอะไรที่ต้องการได้ คนมีเงินถือว่าเป็นคนมีเกียรติ จึงมีผลทำให้บุคคลพยายามดิ้นรน ทำทุกอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินโดยไม่คำนึงว่าจะได้มาด้วยวิธีการใด ถูกต้องหรือไม่

จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าเงินมีอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อเสียงเลือกตั้ง³ กล่าวคือ ถ้าบุคคลเห็นว่าเงินเป็นสิ่งสำคัญ บุคคลมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมในทางที่ยอมรับการซื้อเสียงในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถาม 6 ข้อ (โปรดดูตารางที่ 5.2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการยึดถือค่านิยม ในเรื่องเงินกับทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งว่า ทำให้เกิดการยอมรับจริงหรือไม่ ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยเฉลี่ยคนเชียงใหม่มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงค่อนข้างไม่เห็นด้วย ต่อการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้ง (โปรดดูตารางที่ 5.9) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.45) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจาก คำถามที่น่ายินดีปรากฏว่าต่อคำถามที่ว่า การซื้อเสียงเลือกตั้งเป็นพฤติกรรมของนักการเมืองที่ เลวที่ไม่สนับสนุนประชาธิปไตย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 83.3 เห็นด้วยกับคำถามดังกล่าว โดยแยกเป็นเห็นด้วยทุกประการ ร้อยละ 62.4 และ เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ

³ พงศธร จันทรแก้ว "ผลกระทบของการใช้เงินซื้อเสียงต่อพฤติกรรม การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา" บทคัดย่อ.

19.9 นั้นหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการซื้อเสียงเป็นสิ่งที่ไม่ดี ส่วนในคำถามที่ว่า จนเมื่อเราไม่ได้ประโยชน์อะไรจาก ส.ส. เราจึงควรรับเงินใน ช่างหาเสียงเลือกตั้ง ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 65.7 ไม่เห็นด้วย โดยแยก เป็นไม่เห็นด้วยบางส่วน ร้อยละ 37.9 และไม่เห็นด้วยโดยสิ้นเชิงร้อยละ 27.2 และจากคำถามที่ว่าผู้สมัครที่มีเงินมากสามารถแจกจ่ายให้ชาวบ้านได้ แสดงว่าเขา เป็นคนดี มีเกียรติและใจกว้าง ปรากฏว่ามีผู้ไม่เห็นด้วยถึงร้อยละ 77.9 นั้นหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการซื้อเสียงเป็นสิ่งที่ไม่ดีไม่เหมาะสม ดังนั้น ในประเด็นนี้จึงอาจสรุปได้ว่า โดยทั่วไปในแง่มุมมองของเงิน คนเชียงใหม่มีทัศนคติและ พฤติกรรมในเชิงต่อต้านการซื้อเสียง หรืออีกนัยหนึ่งเงินมิได้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและ พฤติกรรมของคนเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อเสียง

อย่างไรก็ตามมีข้อน่าสังเกตในประเด็นนี้จากคำถามที่ว่า การรับเงินจากผู้ สมัครไม่ถือว่าเป็นสิ่งไม่ดี เพราะใคร ๆ ก็ยอมรับ แม้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วคนส่วนใหญ่ จะไม่เห็นด้วยแต่ก็ค่อนข้างไปทางไม่มีความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.45) แม้ว่ากลุ่ม ตัวอย่างร้อยละ 46 จะระบุว่าไม่เห็นด้วยแต่อีก ร้อยละ 33.3 ซึ่งเป็นจำนวนไม่น้อยที่เห็นด้วยต่อประเด็นนี้ ดังนั้นจึงควรจะได้มีการพิจารณาโดยละเอียดว่าใครคือ คนที่ไม่ยอมรับ เพราะเป็นเรื่องที่น่าจะมีผลกระทบต่อ ทัศนคติและพฤติกรรมของ คนเชียงใหม่ที่มีต่อการเลือกตั้ง

ตารางที่ 5.2 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของอำนาจเงิน

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X
	+2	+1	0	-1	-2	

1) ถ้ามีผู้สมัครรับเลือกตั้ง 2 คน						
ท่านไม่รู้จักเลย คนหนึ่งแจกเงิน						
อีกคนมีนโยบายดี ท่านจะเลือก						2.10
ใครก็เหมือนกันเพราะไม่รู้จัก	1.6	5.4	19.9	47.1	25.6	0.90
2) ผู้สมัครที่มีเงินมากสามารถแจกจ่าย						
ให้ชาวบ้านได้ แสดงว่าเขาเป็น						1.93
คนดี มีเกียรติและใจกว้าง	4.6	7.4	10.1	32.7	45.0	1.12
3) การรับเงินจากผู้สมัครไม่ถือว่าเป็น						2.76
เป็นสิ่งไม่ดีเพราะใคร ๆ ก็รับ	12.0	21.3	20.7	23.7	22.3	1.33
4) เงินเมื่อเราไม่ได้ประโยชน์						
อะไรจาก ส.ส. เราจึงควร						2.33
รับเงินในช่วงหาเสียงเลือกตั้ง	6.9	11.5	16.5	37.9	27.2	1.88
5) การซื้อ-ขายเสียงไม่ดีแน่						
เพราะหากซื้อเสียงได้ย่อมซื้อ						1.89
อย่างอื่นในการเมืองไทยได้อีก	46.8	29.3	15.1	4.93	3.8	1.08
6) การซื้อเสียงเป็นพฤติกรรมของ						
นักการเมืองที่เลวที่ไม่สนับสนุน						1.67
ประชาธิปไตย	3.5	4.6	9.5	19.9	62.4	1.05

แง่มุมทางด้านอำนาจและอิทธิพล

ประเด็นที่ 3 เป็นการพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ ในแง่มุมทางด้านอำนาจและอิทธิพล คนไทยยอมรับในอำนาจมาตั้งแต่อดีต อำนาจนี้เดิมอิงอยู่กับระบบราชการอย่างเดี่ยวแต่ในปัจจุบัน อำนาจมีแหล่งที่มาจากความมั่งคั่งร่ำรวย ด้วยการยอมรับในอำนาจ ทำให้บุคคลที่มีอำนาจอิทธิพลมากสามารถสั่งการให้บุคคลอื่นปฏิบัติตาม ผู้มีอำนาจสิ่งอะไรให้ทำอะไรก็จะยอมทำตาม ในการซื้อเสียงเลือกตั้งหัวคะแนนส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีอำนาจเป็นชนชั้นนำของชุมชน ซึ่งทำให้ประชาชนยอมคล้อยตามที่จะไปลงคะแนนตามที่มีอำนาจร้องขอ โดยอาจรับเงินหรือสิ่งของอื่น ๆ เป็นค่าตอบแทน นั่นคือถ้าประชาชนยึดถือค่านิยมในเรื่องอำนาจประชาชน มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมยอมรับการซื้อเสียง ในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถาม 3 ข้อ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ กับอิทธิพลของความเชื่อที่เกี่ยวกับอิทธิพลและอำนาจ (โปรดดูตารางที่ 5.3) ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยเฉลี่ยคนเชียงใหม่มีทัศนคติและพฤติกรรม ในเชิงไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่กับการซื้อเสียงเลือกตั้ง (โปรดดูตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.40) เมื่อพิจารณาประกอบกับคำถาม (โปรดดูตารางที่ 5.3) ปรากฏว่าต่อคำถามท่านจะเลือกผู้สมัครตามที่กำหนดหรือผู้ใหญ่บ้านแนะนำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือร้อยละ 69.2 ไม่เห็นด้วย โดยแยกเป็นไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 33.2 และไม่เห็นด้วย โดยสิ้นเชิงร้อยละ 36.0 ได้ถามต่อไปถึงการยอมรับในอำนาจของผู้มีอำนาจอื่น ๆ ในคำถามที่ว่าถ้าผู้มีอำนาจมาก ๆ หรือที่ท่านเกรงใจ เช่น นายอำเภอ ปลัดอำเภอ ทหาร ตำรวจ ในท้องที่ของท่าน เขาสนับสนุนผู้สมัครคนใด ท่านจะเลือกตามเขา ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.1 ไม่เห็นด้วย โดยแยกเป็นไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 25.1 และไม่เห็นด้วยโดยสิ้นเชิง ร้อยละ 33.6 คำถามสุดท้ายได้สอบถามว่าการเลือกผู้สมัครตามผู้มีอำนาจในสังคม ย่อมเป็นหลักประกันได้ว่าเราจะได้ผู้แทนที่ดี เพราะผู้มีอำนาจย่อมรู้ว่าใครดีหรือไม่ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

ร้อยละ 56.9 ไม่เห็นด้วย โดยแยกเป็นไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 26.8 และไม่เห็นด้วยโดยสิ้นเชิง ร้อยละ 30.1 จากคำตอบคำถามทั้ง 3 ข้อ อาจกล่าวได้ว่าคนเชียงใหม่โดยทั่วไปมีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิง ไม่ยอมรับต่อการซื้อเสียงในแง่มุมของความเชื่อเรื่องอำนาจ นั้นหมายความว่าเราไม่อาจสรุปได้ว่าความเชื่อเรื่องอำนาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคนเชียงใหม่ในเรื่องการซื้อเสียง

ตารางที่ 5.3 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่างในแง่มุมของอิทธิพลของอำนาจในสังคม

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X	SD
	+2	+1	0	-1	-2		
1) ท่านจะเลือกผู้สมัครตามที่						2.14	
กำนัน หรือผู้ใหญ่บ้านแนะนำ	4.6	10.4	15.8	33.2	36.0	1.15	
2) ถ้าผู้มีอำนาจมาก ๆ หรือที่ท่าน							
เกรงใจ เช่น นายอำเภอ ปลัด-							
อำเภอ ทหาร ตำรวจ ในห้องที่							
ของท่านเขาสันับสนุนผู้สมัครคนใด						2.29	
ท่านจะเลือกตามเขา	5.5	10.4	25.4	25.1	33.6	1.19	
3) การเลือกผู้สมัครตามที่มีอำนาจใน							
สังคม ย่อมเป็นหลักประกันได้ว่า							
เราจะได้ผู้แทนที่ดี เพราะผู้มี						2.29	
อำนาจย่อมรู้ว่าใครดีหรือไม่	3.6	9.6	30.1	26.8	30.1	1.04	

แง่มุมเกี่ยวกับการนับถือบุคคลและอุดมการณ์

ประเด็นที่สำคัญต่อมา คือทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ ในแง่มุมการนับถือบุคคลมากกว่าอุดมการณ์ ค่านิยมในเรื่องการถือตัวบุคคลนั้นเป็นผลมาจาก ค่านิยมในเรื่องอำนาจ บุคคลในที่นี่คือบุคคลที่มีอำนาจวาสนาหรือบุญบารมี ที่จะทำให้คนเชื่อถือ เคารพยำเกรงเพราะบุคคลผู้มีอำนาจเป็นผู้สามารถ ดลบันดาล หรือให้ผลประโยชน์อะไรก็ได้ตามที่ต้องการ ดังนั้นจึงมักถือบุคคลเป็นหลักอุดมการณ์เป็นรอง ในกรณีของการซื้อเสียง โดยตัวมันเองแล้วตามอุดมการณ์ประชาธิปไตยเป็นสิ่งที่ดี แต่เนื่องจาก การซื้อเสียงมักกระทำโดยบุคคลหรือผ่านบุคคลที่เป็นที่เคารพยำเกรงดังนั้นถ้าประชาชนยึดถือบุคคลมากกว่าอุดมการณ์ จึงมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรม ในทางที่ยอมรับการซื้อเสียง การวิจัยในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถามเพื่อวิจัยจำนวน 5 คำถาม (โปรดดูตารางที่ 5.4) ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยเฉลี่ย ในแง่มุมค่านิยมการนับถือบุคคล คนเชียงใหม่มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ ก่อนไปทางเห็นเป็นกลาง ๆ ต่อการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้ง (โปรดดูตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51) และเมื่อพิจารณาในประเด็นคำถาม (โปรดดูตารางที่ 5.4) ต่อคำถามที่ท่านนิยมเลือกผู้สมัครจากคนที่มีฐานะ ร่ำรวย มีชื่อเสียง ปรากฏว่าร้อยละ 65.3 ไม่เห็นด้วยที่เห็นด้วยมีเพียง ร้อยละ 14.8 และต่อคำถามที่ว่าท่านจะเลือกผู้สมัคร ดังนั้นจึงอาจกล่าว ได้ว่าทัศนคติและพฤติกรรมของคนเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อเสียงในแง่มุมการนับถือบุคคล มีลักษณะไม่สนับสนุนต่อการซื้อเสียง นั่นคือ ค่านิยมในการนับถือบุคคลมิได้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสียง

ตารางที่ 5.4 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมเกี่ยวกับการนับถือบุคคลและอุดมการณ์

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X	SD
	+2	+1	0	-1	-2		
1) ท่านนิยมเลือกผู้สมัครจากคน ที่มีฐานะร่ำรวย มีชื่อเสียง	2.2	12.6	19.9	38.8	26.5	2.25	1.05
2) ท่านจะเลือกผู้สมัครที่มีนโยบายที่ดีก่อนโดย ไม่สนใจว่าเขามีชื่อเสียงหรือไม่	23.4	33.8	29.2	9.0	4.6	2.37	1.07
3) การเลือก ส.ส. ควรเลือกคนที่ เห็นว่าเขาจริงเอาใจสั่งงานและ เข้าใจประชาชน	1.1	1.6	12.5	32.4	52.3	1.07	1.07
4) ควรเลือกผู้ที่เคยเป็น ส.ส. มาก่อนและ หากเป็น ส.ส. มาหลายครั้งยิ่งดี	10.7	18.4	40.3	22.7	7.9	3.01	1.07
5) ควรเลือก ส.ส. ที่มีตำแหน่งในคณะ รัฐบาลด้วยเพราะต้องกินจะได้						3.14	
ประโยชน์มาก	11.7	21.9	42.6	16.9	6.8	1.05	1.05

แง่มุมด้านการเคารพนับถือผู้อาวุโส

ประเด็นที่ 5 ที่นำมาพิจารณาคือ ทศนคติและพฤติกรรมต่อการชื้อเสียงเลือกตั้งของคนเชียงใหม่ ในแง่มุมด้านการเคารพนับถือผู้อาวุโส คนไทยยึดถือหลักความเป็นผู้ใหญ่ที่มีอายุสูงกว่าผู้น้อยต้องปฏิบัติตามผู้ใหญ่ ทำให้ขาดความเป็นตัวของตัวเอง ได้มีการปลูกฝังความเชื่อแบบนี้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ที่เห็นได้ชัดในระบบราชการไทย ความมีอาวุโสเป็นหลักสำคัญ ในการพิจารณาเลื่อนขั้นไปดำรงตำแหน่งหน้าที่ การยึดอาวุโสเป็นหลักทำให้หลักความสามารถส่วนตัวมีความสำคัญรองลงมา และเช่นเดียวกันกับความเชื่ออื่น ๆ การให้ความเคารพนับถือ ผู้อาวุโสมีอิทธิพลต่อทศนคติและพฤติกรรมต่อการชื้อเสียง ในเชิงทำให้เกิดการยอมรับกล่าวคือในกระบวนการชื้อเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครหรือไม่ก็หัวหน้าคณะแนวมักเป็นผู้อาวุโสที่คนให้ความเคารพยำเกรง ดังนั้นเมื่อไปขอร้องใคร ถ้าบุคคลนั้นยึดมั่นในอาวุโส ก็มีแนวโน้มที่จะทำตาม นั่นคือยอมรับเงินหรือสิ่งของและไปลงคะแนนให้กับผู้สมัครที่ผู้อาวุโสแนะนำ ในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถาม 2 ข้อ เพื่อพิจารณา (โปรดดูตารางที่ 5.5) ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยเฉลี่ยในแง่มุมของการเคารพนับถือผู้อาวุโส คนเชียงใหม่มีทศนคติและพฤติกรรม ในเชิงไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่กับการชื้อเสียงเลือกตั้ง (โปรดดูตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50) เมื่อพิจารณาคำถามประกอบ (โปรดดูตารางที่ 5.5) ต่อคำถามแรก ท่านจะไปลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครคนใด ขึ้นอยู่กับผู้ใหญ่ในครอบครัว เช่น พ่อ-แม่ ญาติ พี่ ป้า น้า อา ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 56.4 ไม่เห็นด้วย ที่เห็นเป็นกลางๆ มีจำนวนร้อยละ 28.6 และที่เห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 15 ส่วนคำถามที่ 2 ถ้ามีคนที่ท่านนับถือและเกรงใจมาขอให้ท่านไปเลือกผู้สมัครคนใด ท่านจะไปเลือกตามที่เขาขอร้อง ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 62.4 ไม่เห็นด้วย ที่เห็นเป็นกลาง ๆ มีจำนวน ร้อยละ 27.5 และที่เห็นด้วยมีเพียง ร้อยละ 10.2 นั่นคือ ทศนคติและพฤติกรรมต่อการชื้อเสียงเลือกตั้ง ของคนเชียงใหม่มีลักษณะไม่เห็นด้วย กับการชื้อเสียงเลือกตั้ง หรืออีกนัยหนึ่ง เราไม่อาจกล่าวได้ว่าความเคารพอาวุโสมีอิทธิพล

เพียงพอ ที่จะทำให้คนเชียงใหม่โดยรวมทั้งทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงยอมรับการ
ซื้อเสียง

ตารางที่ 5.5 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมเกี่ยวกับการเคารพผู้อาวุโส

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X
	+2	+1	0	-1	-2	

1) ท่านจะไปลงคะแนนเสียงให้กับ						
ผู้สมัครคนใด ก็ขึ้นอยู่กับผู้ใหญ่น						
ครอบครัว เช่น พ่อ-แม่ ญาติ						2.36
พี่ป้า น้าอา	5.7	9.3	28.9	28.9	27.5	1.14
2) ถ้ามีคนที่ท่านนับถือและเกรงใจ						
มาขอให้ท่านไปเลือกผู้สมัครคนใด						2.18
ท่านจะไปเลือกตามที่เขาขอร้อง	2.7	7.4	27.5	30.2	32.2	1.05

แง่มุมด้านความรักพวกพ้อง

ประเด็นที่น่าสนใจต่อมาคือ ทศนคติและพฤติกรรมของคนเชียงใหม่ต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งในแง่มุมความรักพวกพ้อง ความรักพวกพ้องเป็นค่านิยมที่เกิดจากความสัมพันธ์ส่วนตัวอาศัยความรู้สึกมักคุ้นเกี่ยวดองเป็นเครือญาติกัน จนทำให้เกิดการเล่นพรรคเล่นพวกกัน ให้อภิสิทธิ์แก่บุคคลพวกพ้องของตนเหนือบุคคลอื่น ในกรณีของการซื้อเสียงเลือกตั้ง การซื้อเสียงกระทำผ่านความสัมพันธ์แบบส่วนตัวและที่สำคัญคือผ่านพวกพ้อง หัวคะแนนจะจ่ายเงินหรือซื้อเสียง เฉพาะกับบุคคลที่ตนรู้จัก และคุ้นเคยนั่นคือบุคคลที่เป็นพวกพ้องของตน ในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถาม 3 ข้อเพื่อศึกษา (โปรดดูตารางที่ 5.6) ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยเฉลี่ยในแง่มุมของความรักพวกพ้อง ทศนคติและพฤติกรรมของคนเชียงใหม่ต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งมีลักษณะไม่เห็นด้วย (โปรดดูตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.54) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากคำถาม (โปรดดูตารางที่ 5.6)ที่ว่าถ้ามีผู้สมัคร 2 คน คนหนึ่งเป็นญาติมีความสามารถแต่ไม่ประทับใจมากนัก กับอีกคนไม่รู้จัก แต่มีคนบอกว่าเขาเก่งมาก ท่านจะเลือกคนที่เป็นญาติเพราะยังเป็นญาติ. กับ คำถามที่ว่า ท่านจะเลือกผู้สมัครตามที่เพื่อน ๆ ของท่านลงมติหรือเห็นพ้องกันว่าดีเท่า นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับคำถามดังกล่าวคือ ไม่เห็นด้วยร้อยละ 40 และ 49.3 ตามลำดับ ดังนั้นในประเด็นนี้อาจจะสรุปได้ว่า ความรักพวกพ้อง คนเชียงใหม่มีทศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งในเชิงต่อต้าน นั่นคือ ความรักพวกพ้องมิได้มีอิทธิพลกำหนดทศนคติและพฤติกรรมของคน เชียงใหม่โดยรวมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง

ตารางที่ 5.6 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมมองของอิทธิพลของความรักพวกพ้อง

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X	SD
	+2	+1	0	-1	-2		
1) ถ้ามีผู้สมัคร 2 คน คนหนึ่งเป็นญาติ กันมีความสามารถไม่ทั้บใจท่านมากนัก แต่อีกคนไม่รู้จัก แต่มีคนบอกว่าเขา เก่งมาก ท่านจะเลือกคนที่เป็นญาติ เพราะยังงี้ก็เป็นญาติ	5.4	14.7	33.8	26.7	19.3	1.11	2.60
2) ท่านจะลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัคร ที่ให้ผลประโยชน์แก่ท่านเท่านั้นโดย ไม่สนใจว่าเขาจะรู้จักกับใครที่ท่าน รู้จักหรือไม่	6.8	14.4	30.8	24.3	23.7	1.19	3.43
3) ท่านจะเลือกผู้สมัครตามที่เพื่อน ๆ ของท่านลงมติหรือเห็นพ้องกันว่าดี เท่านั้น	2.7	13.9	34.1	27.5	21.8	1.06	2.48

แง่มุมด้านความกตัญญูรู้คุณ

ประเด็นที่ 7 ในเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของชนชั้นงาใหม่ในแง่ความกตัญญูรู้คุณ ความกตัญญูรู้คุณคือการสำนึกในบุญคุณหรือผลประโยชน์ที่ผู้อื่นกระทำให้ต่อเราและเราต้องตอบแทนการกระทำดังกล่าว ความกตัญญูเป็นอีกค่านิยมที่นักวิชาการเห็นว่า เชื้อต่อการซื้อเสียง กล่าวคือ คนที่ยึดมั่นในความกตัญญูมีแนวโน้มที่จะยอมรับการซื้อเสียง ทั้งนี้เพราะ การซื้อเสียงมักทำผ่านบุคคลที่เป็นผู้กระทำประโยชน์หรือให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่นๆ เสมอ ในประเด็นนี้ได้ตั้งคำถาม 5 ข้อ (โปรดดูตารางที่ 5.7) ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วในแง่มุมความกตัญญู คนชนชั้นงาใหม่มีทศนคติและพฤติกรรมในเชิงไม่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่กับการซื้อคะแนนเสียง (โปรดดูตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.60) เมื่อพิจารณาคำถามประกอบ (โปรดดูตารางที่ 5.7) ในคำถามที่ 1 ท่านคิดว่าการลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครที่แจกเงินให้เราถือเป็นการตอบแทนบุญคุณที่เราต้องให้เขา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 76.6 ไม่เห็นด้วย เช่นเดียวกับในข้อที่ 5 ท่านเลือกคนบางคนเพื่อเป็นการตอบแทนบุญคุณที่เขาเคยมีให้กับท่านมาก่อน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 41.2 ไม่เห็นด้วย นั้นหมายความว่า ในการเลือกตั้งนั้นบุคคลไม่ได้ใช้ความกตัญญูเป็นเหตุผลกำหนด ในการเลือกใครเป็นผู้แทนราษฎรในการเลือกตั้ง ดังนั้นในประเด็นนี้จึงอาจสรุปได้ว่า ทศนคติและพฤติกรรมของคนชนชั้นงาใหม่มีลักษณะที่ไม่เห็นด้วยกับการซื้อเสียงเลือกตั้ง

ตารางที่ 5.7 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมมองของอิทธิพลของความมกัฒนรัฐบุณคุณ

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X
	+2	+1	0	-1	-2	

1) ท่านคิดว่าการลงคะแนนเสียงให้ กับผู้สมัครที่แจกเงินให้เราก็คือเป็น						1.95
การตอบแทนที่เราต้องให้เขา	0.8	7.4	15.3	39.5	37.1	0.94
2) การตอบแทนบุญคุณต่อผู้สมัครที่ให้ เงินเรา โดยการไปลงคะแนนเสียง ให้เขา ถือว่าไม่ถูกต้อง เพราะ						2.35
การแจกเงินไม่ใช่วิธีการที่สุจริต	33.2	32.7	9.0	15.5	9.5	1.33
3) การรับเงินแจกเป็นเรื่องผลได้ชั่วครั้ง ชั่วคราวไม่ใช่เป็นเรื่องบุญคุณ	29.3	33.2	23.3	8.8	5.5	1.13
4) เรื่องบุญคุณเป็นเรื่องศีลธรรม แต่ การแจกเงินในการเลือกตั้งเป็นเรื่อง						2.15
การเมืองไม่ใช่เรื่องศีลธรรม	36.2	33.0	15.5	9.30	6.0	1.18
5) ท่านเลือกคนบางคนเพื่อเป็น การตอบแทนบุญคุณที่เราเคยมี						2.69
กับท่านมาก่อน	7.6	13.2	37.9	21.5	19.1	1.15



แง่มุมด้านการขาดความกระตือรือร้น

ประเด็นสุดท้ายคือ ทศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคน เชียงใหม่ ในแง่มุมด้านการขาดความกระตือรือร้น คนไทยโดยทั่วไปจะพอใจในสภาพความเป็นอยู่ของตนเอง ยอมรับสภาพที่เสียเปรียบของตนเอง โดยถือว่าตนมีบุญวาสนาหรือโชคชะตาเพียงแค่นั้น เป็นกรรมเก่าของตน จึงไม่ชอบกระตือรือร้น ขวนขวาย เกี่ยวกับการเมืองก็ถือว่าเป็นสิ่งสกปรก ไม่ก่อให้เกิดผลดีกับตัวเองยิ่งไปกว่านั้นคนส่วนใหญ่ถือว่า การแก้ปัญหาสังคมเป็นเรื่องของชนชั้นปกครอง จึงสนใจเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองน้อย เมื่อไม่สนใจไม่กระตือรือร้น การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองส่วนใหญ่จึงเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วมแบบถูกกระดม สำหรับการซื้อเสียงเลือกตั้งเป็นกลวิธีหนึ่งที่ผู้สมัครใช้ในการระดมคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ไม่สนใจการเมือง ไม่เห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง เมื่อมีการซื้อเสียงก็มีแนวโน้มที่จะรับเงิน ผลการวิจัยนี้ได้ตั้งคำถามเพื่อศึกษาประเด็นนี้ 4 ประเด็น ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ย ในแง่มุมนี้ เชียงใหม่มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (โปรดดูตารางที่ 5.8 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ) เมื่อพิจารณาประกอบจะเห็นได้ว่า ในคำถามที่ว่า ท่านจะไม่ไปเลือกตั้งแน่นอน หากไม่ใช้เพราะรับเงินเขาไว้แล้วและคำถามที่ว่า มีคนจำนวนมากไปเลือกตั้งแล้ว หากขาดท่านคนเดียวก็ไม่เห็นเป็นเรื่องเสียหายอะไร และคำถามท้ายสุดในประเด็นนี้ที่ว่า การเลือกตั้งยังมีอีกหลายครั้ง ไม่ไปเลือกตั้งคราวนี้ไปคราวหน้าแทนได้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 70 ไม่เห็นด้วยกับคำถาม นั้นหมายความว่า ในแง่มุมของการขาดความกระตือรือร้น คน เชียงใหม่มีทัศนคติและพฤติกรรม ในเชิงไม่ยอมรับการซื้อเสียงเลือกตั้ง

กล่าวโดยสรุป จากการพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมของคนเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งภายใต้กรอบความคิดของความเชื่อและค่านิยมของคนไทย ที่เชื่อว่าเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการซื้อเสียง พบว่า ทัศนคติและพฤติกรรมของคนเชียงใหม่ต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งในเชิงสนับสนุนและคัดค้านโดยปรากฏส่วนใหญ่เป็นเชิงคัดค้าน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการวิจัยของ สุวิทย์ รุ่งวิสัย⁴ ซึ่งทำการศึกษการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2526 พบว่า ทัศนคติของคนเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง ส่วนใหญ่เห็นว่าการซื้อเสียงเป็นสิ่งไม่ดีและไม่เหมาะสม ส่วนที่เห็นว่าการซื้อเสียงเป็นสิ่งที่ดีและเหมาะสมมีเพียงเล็กน้อย

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยครั้งนี้จะชี้ให้เห็นว่า คนเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงในเชิงที่คัดค้าน แต่ในส่วนที่สนับสนุนก็มีจำนวนไม่น้อย ซึ่งจำเป็นต้องให้ความสนใจ ดังนั้นในส่วนต่อไปจะได้วิเคราะห์เพื่อพิจารณาดูว่า ในแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง ของคนเชียงใหม่ทั้งสองแบบแผนนั้น ใครคือผู้ที่มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงสนับสนุนและใครคัดค้าน ตลอดจนผู้ที่เห็นด้วยและคัดค้านนั้น มีลักษณะเหมือนกันหรือแตกต่างกันหรือไม่ โดยเฉพาะในแง่อายุ และปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคม

⁴สุวิทย์ รุ่งวิสัย, พฤติกรรมการณ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 2526 (กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528), หน้า 31.

ตารางที่ 5.8 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง
ในแง่มุมมองของอิทธิพลของการขาดความกระตือรือร้นต่อการมีส่วนร่วม

ประเด็น	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ					X SD
	+2	+1	0	-1	-2	
1) ท่านจะไม่ไปเลือกตั้งแน่นอน หาก ไม่ใช้เพราะรับเงินเขาไว้แล้ว	3.3	5.4	13.4	31.6	46.3	1.87 1.04
2) ท่านคิดว่าการไปเลือกตั้งเป็น เรื่องรองลงมาจากเรื่องการ ประกอบอาชีพของท่าน ถ้าไม่ ว่างก็ไม่ต้องไป	3.3	6.0	18.3	26.7	45.8	1.94 1.08
3) มีคนจำนวนมากไปเลือกตั้งกัน อยู่ ขาดท่านไปคนเดียวไม่ เสียหายอะไร	1.6	7.1	14.7	33.5	43.1	1.90 1.00
4) การเลือกตั้งยังมีอีกหลายครั้ง ไม่ไปเลือกตั้งคราวนี้ไปคราว หน้าแทนได้	1.9	6.3	13.9	30.8	47.1	1.85 1.00

ตารางที่ 5.9 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อเสี่ยงเลือกตั้ง กลุ่มตัวอย่าง
โดยสรุป

ประเด็น	จำนวนผู้ตอบ	X	SD
1. แง่มุมทางศาสนา	367	1.44	0.50
2. แง่มุมทางด้านอำนาจของเงิน	367	1.45	0.50
3. แง่มุมทางด้านอำนาจและอิทธิพล	367	1.40	0.49
4. แง่มุมเกี่ยวกับการนับถือบุคคลและอุดมการณ์	367	1.51	0.50
5. แง่มุมด้านการเคารพนับถือผู้อาวุโส	367	1.50	0.50
6. แง่มุมด้านความรักพวกพ้อง	367	1.54	0.49
7. แง่มุมด้านความกตัญญูรู้คุณ	367	1.60	0.50
8. แง่มุมด้านการขาดความกระตือรือร้น	367	1.49	0.50

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในตารางนี้คำนวณโดยการรวมคะแนนความคิดเห็นต่อแบบสอบถามและแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ค่า 1, 2 (1= คัดค้าน; 2= สนับสนุน และมีค่ากลางที่ 1.5) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสะดวกในการพิจารณา.

แบบแผนของทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงของคนต่างวัย

จากการวิเคราะห์ประเด็นที่แล้ว ปรากฏว่า เราสามารถจัดคนเชียงใหม่ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่มีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงคัดค้านการซื้อเสียงเลือกตั้ง และกลุ่มที่มีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมเชิงสนับสนุนการซื้อเสียงเลือกตั้ง ดังนั้นประเด็นที่น่าสนใจต่อมาคือ ใครคือบุคคล 2 กลุ่มดังกล่าว

ในทางรัฐศาสตร์ อายุ(age) และกลุ่มรุ่นวัย(generation) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจและใช้เป็นกรอบ ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการไปออกเสียงเลือกตั้งโดยถือว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของอิทธิพลทางสังคม(social influence) ที่มีต่อพฤติกรรมการไปออกเสียงเลือกตั้ง ทั้งนี้ตามแนวความคิดที่ว่าด้วยฐานะทางเศรษฐกิจกับสังคมเห็นว่า บุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมเหมือนกันจะมีความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองคล้ายคลึงกัน ดังนั้นในกรณีของวัยซึ่งเป็นตัวแปรทางสังคมอย่างหนึ่ง คนที่อยู่ในวัยเดียวกันน่าจะมีความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองคล้ายคลึงกันและตาม แนวความคิดที่ว่าด้วยการกล่อมเกลாதทางการเมือง(political socialization) ที่ว่าบุคคลแต่ละรุ่นวัยจะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่างกัน เพราะบุคคลแต่ละรุ่นวัย ต่างได้รับประสบการณ์หรือได้รับการอบรมกล่อมเกลாதทางการเมืองที่แตกต่างกัน กล่าวโดยสรุปคือ คนที่อยู่ในวัยหรือรุ่นเดียวกันน่าจะมีความคิดและความรู้สึกเหมือนกัน และคนที่รุ่นและวัยแตกต่างกันน่าจะมีความรู้สึกนึกคิดต่างกันตามไปด้วย

ดังนั้นในการวิจัยนี้ บุคคล 2 กลุ่ม ที่กล่าวมาข้างต้น น่าจะเป็นบุคคลที่มีรุ่นวัยแตกต่างกัน โดยตามแนวความคิดที่กล่าวมาแล้วบุคคล ที่มีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งในเชิงสนับสนุนน่าจะเป็นบุคคลที่มีอายุหรืออยู่ในช่วงวัยสูงอายุเพราะจากพัฒนาการของวัย ประสบการณ์ และกระบวนการเรียนรู้ น่าจะ

ทำให้คนกลุ่มนี้ยึดมั่นในค่านิยมหรือความเชื่อที่เอื้อต่อการซื้อเสี่ยง และบุคคลที่มีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสี่ยงเลือกตั้ง ในเชิงคัดค้านน่าจะเป็นบุคคลที่มีอายุน้อยหรืออยู่ในช่วงวัยรุ่น เพราะจากพัฒนาการของวัย ประสบการณ์ และกระบวนการเรียนรู้ น่าจะทำให้คนกลุ่มนี้ไม่ยึดถือในค่านิยมหรือความเชื่อที่เอื้อต่อการซื้อเสี่ยง

ผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างปรากฏ (โปรดดูตารางที่ 5.10) กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นคือ ช่วงอายุ 18-19 และ 20-25 ส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสี่ยงเลือกตั้งในเชิงคัดค้านค่อนข้างไปทางไม่มีความคิดเห็น ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยของทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสี่ยง ในแง่มุมมองของความเชื่อและค่านิยมต่างๆ มีค่าประมาณ 1.50 แต่มีข้อน่าสังเกตบางประการ คือ ในแง่มุมมองของศาสนา คนวัยนี้จะมิตทัศนคติและพฤติกรรม ในเชิงคัดค้านการซื้อเสี่ยงเลือกตั้งค่อนข้างสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.32 และ 1.44) ส่วนในแง่มุมมองเกี่ยวกับความรักพวกพ้องและความกตัญญู เป็นความเชื่อและค่านิยมที่มีผลทำให้คนวัยนี้ให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ อีกทั้งได้รับการเน้นย้ำอบรมในเรื่องความกตัญญู

ส่วนในช่วงวัยผู้ใหญ่ คือ 26-50 ส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงคัดค้านการซื้อเสี่ยงเลือกตั้ง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยมีค่าประมาณเท่ากับ 1.4 โดยมีข้อน่าสังเกตคือ ความเชื่อในเรื่องอำนาจมีแนวโน้มที่จะทำให้คนกลุ่มนี้มีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงคัดค้านการซื้อเสี่ยงค่าเฉลี่ยโดยประมาณ 1.3 ส่วนในความกตัญญูมีแนวโน้มที่จะทำให้คนกลุ่มนี้สนับสนุนการซื้อเสี่ยง (ค่าเฉลี่ยโดยประมาณ 1.6)

ตารางที่ 5.10 ค่านิยมและความเชื่อที่มีต่อการซื้อสิ่งของเลือกตั้ง จำแนกตามวัย

วัย	ประเด็น (ค่าเฉลี่ย)								
	ศาสนา	เงิน	อำนาจ	บุคคล	อาวุธ	พวกพ้อง	กตัญญู	ไม่กระตือรือร้น	เฉลี่ย
18-19	1.32	1.55	1.41	1.53	1.51	1.58	1.60	1.56	1.50
20-25	1.44	1.55	1.52	1.42	1.50	1.60	1.52	1.55	1.51
26-30	1.36	1.42	1.34	1.46	1.42	1.42	1.61	1.50	1.44
31-35	1.43	1.47	1.34	1.50	1.45	1.54	1.60	1.52	1.48
36-40	1.52	1.42	1.36	1.59	1.50	1.63	1.68	1.38	1.51
41-45	1.46	1.42	1.36	1.44	1.57	1.53	1.61	1.48	1.48
46-50	1.40	1.22	1.34	1.48	1.37	1.40	1.62	1.37	1.40
51-55	1.60	1.66	1.53	1.66	1.53	1.60	1.53	1.46	1.57
56 +	1.54	1.45	1.68	1.63	1.68	1.63	1.50	1.50	1.57
เฉลี่ย	1.43	1.45	1.40	1.51	1.49	1.54	1.60	1.49	
SD	0.49	0.49	0.48	0.50	0.50	0.49	0.49	0.50	
F	1.422	2.080	2.807	1.373	1.317	0.681	1.021	0.387	
Sig.	0.185	0.037	0.005	0.314	0.233	0.717	0.419	0.926	
	-	*	*	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ย ได้จากการปรับข้อมูล โดยที่ให้ค่าสูงสุดเท่ากับ 2
ค่าต่ำสุดเท่ากับ 1 โดยมีค่ากลางเท่ากับ 1.5
ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการพิจารณา.

2. ใช้การวิเคราะห์ Analysis of Variance.

ในช่วงวัยสุดท้ายหรือวัยสูงอายุ คือช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จะเห็นว่าคนวัยนี้มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงสนับสนุนการซื้อเสียงเลือกตั้ง จะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยของทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง ในแง่ต่างๆของคนวัยนี้มีประมาณ 1.57 เมื่อพิจารณาโดยละเอียดแต่ละแง่มุมจะเห็นได้ว่า คนวัยนี้มีแนวโน้มที่ค่อนข้างไปทางสนับสนุนการซื้อเสียง (ค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่สูงกว่า 1.50)

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า คนที่มีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งในเชิงคัดค้านคือคนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ โดยมีข้อสังเกตว่าคนวัยรุ่นมีแนวโน้มของการคัดค้านค่อนข้างไปทางไม่มีความคิดเห็น ส่วนคนที่มีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งในเชิงสนับสนุนคือ คนวัยสูงอายุ

อาจกล่าวได้ว่า ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับข้อสังเกตของ Lane และ Baradat กล่าวคือ Lane กล่าวว่าคนวัยรุ่นเป็นวัยที่มีความขัดแย้ง ยังไม่มีความลงตัวในทุกๆด้าน โดยเฉพาะในด้านการเมือง แม้จะตระหนักในหน้าที่พลเมือง รับทราบข่าวสารทางการเมืองสูง แต่จะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองต่ำ และ Baradat ให้ข้อสังเกต คนวัยรุ่นว่าเป็นวัยที่มีแนวโน้มจะเป็นเสรีนิยมทำให้ไม่ให้ความสำคัญกับค่านิยมเดิมของสังคมมากนัก ดังนั้นเมื่อพิจารณาในประเด็นการซื้อเสียงของคนกลุ่มนี้จึงมีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงเห็นเป็นกลางค่อนข้างไปทางคัดค้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความสับสน ในการพิจารณาการซื้อเสียงว่าควรจะใช้เหตุผลเชิงการเมืองที่ว่า การซื้อเสียงเป็นสิ่งไม่ดีหรือใช้เหตุผลจากค่านิยมที่เอื้อต่อการซื้อเสียงดี

ส่วนคนวัยผู้ใหญ่ เป็นวัยที่มีความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมืองสูง เนื่องจากมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคม สนใจข่าวสารการเมือง จึงมีแนวโน้มที่จะคัดค้านการซื้อเสียง

สุดท้ายคนวัยสูงอายุ เป็นวัยที่ความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมืองสูญเสียไป ประกอบกับคนวัยนี้มีแนวโน้มของการเป็นอนุรักษ์นิยมสูง ซึ่งจะให้ความสำคัญกับค่านิยมความเชื่อดั้งเดิมของสังคม ดังนั้นในการพิจารณาการซื้อเสียงจึงน่าจะพิจารณาด้วยเหตุผลของค่านิยม ความเชื่อดั้งเดิมที่เอื้อต่อการซื้อเสียงมากกว่า ด้วยเหตุผลเชิงการเมืองที่ว่า การซื้อเสียงเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องจึงทำให้มีแบบแผนของทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงสนับสนุนการซื้อเสียง

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า คนที่รุ่นวัยต่างกัน จะมีแบบแผนการซื้อเสียงต่างกันโดย คนวัยรุนมีแนวโน้มที่จะคัดค้านการซื้อเสียง เลือกตั้งในขณะที่คนวัยสูงอายุมีแนวโน้มที่จะสนับสนุน.

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม กับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียง

เลือกตั้งของคนต่างวัย

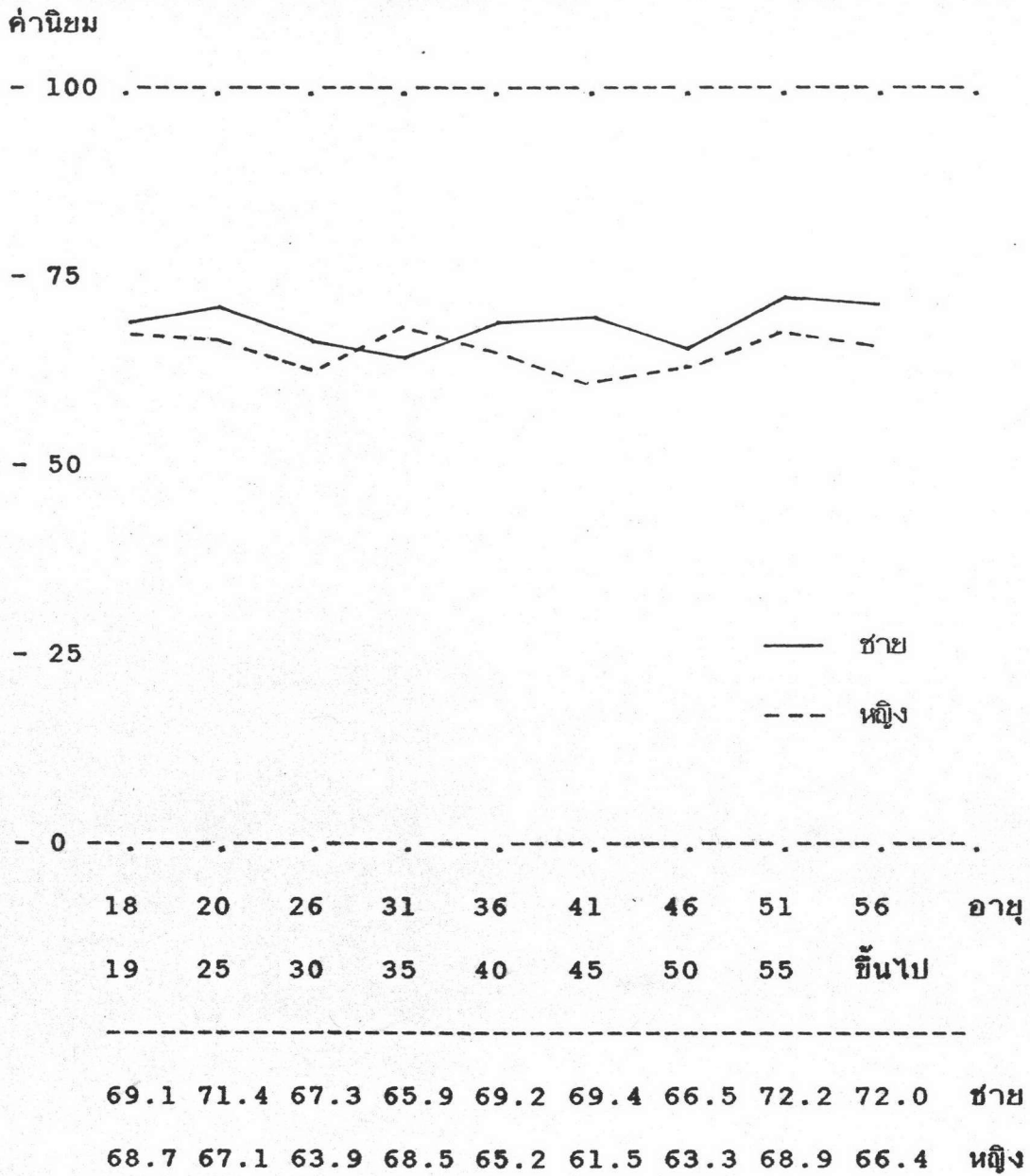
เมื่อพิจารณาถึง ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนต่างวัยซึ่งได้ข้อสรุปว่า บุคคลที่วัยต่างกันมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน โดยที่คนวัยหนุ่มสาวจะมีทัศนคติเชิงต่อต้านการซื้อเสียงเลือกตั้งมากกว่าคนที่สูงอายุ ดังที่กล่าวไปแล้ว ยังมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมที่น่าจะนำมาพิจารณาด้วย เพื่อตรวจสอบดูว่าแบบแผนความสัมพันธ์ดังกล่าว ยังคงสภาพเดิมหรือเปลี่ยนแปลงไป ตามอิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมหรือไม่ อันเป็นการตรวจสอบถึงเงื่อนไขหรือคุณลักษณะรายละเอียดของความสัมพันธ์ระหว่างวัยกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียงโดยที่ตัวแปรปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจสังคม ที่จะนำมาพิจารณามี 6 ประเภทคือ เพศ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ศาสนา และอาชีพ

เพศกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งของคนต่างวัย

สังคมไทยกล่าว ได้ว่าเป็นสังคมประเพณีนิยมที่มีลักษณะของวัฒนธรรมซึ่งผู้ชายเป็นผู้นำ หญิงเป็นผู้ตาม ดังนั้นผู้ชายจึงมักมีบทบาททางสังคมและการเมืองมากกว่าผู้หญิง ประกอบกับการอบรมสั่งสอนให้เด็กผู้ชาย มีบทบาทอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ให้เด็กผู้ชายตระหนักถึงการสร้างความสำเร็จในชีวิต ในด้านอาชีพการงาน เป็นเหตุให้ผู้ชายต้องสนใจความเป็นไปของสังคมมากกว่าผู้หญิง สิ่งเหล่านี้เป็นผลให้ผู้ชายมีทัศนคติและพฤติกรรมเชิงต่อต้านการซื้อ เสี่ยง สูงกว่าผู้หญิง

ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างแต่มีแนวโน้มที่ตรงกันข้ามกับที่กล่าวมาของทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งของบุคคลที่มีเพศต่างกัน กล่าวคือ จากรูปที่ 5.1 จะเห็นว่า เพศชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงสนับสนุนการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งมากกว่าเพศหญิง

แต่มีข้อสังเกตคือ สำหรับเพศชายแล้ว แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างวัยยังคงเดิมคือ วัยหนุ่มมีแนวโน้มที่จะต่อต้านการซื้อ เสี่ยง มากกว่าวัยสูงอายุ ส่วนของเพศหญิงกลับเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม คือวัยสูงอายุมีแนวโน้มที่จะต่อต้านการซื้อ เสี่ยง มากกว่าวัยสาว (โปรดดูตารางที่ 5.1) นั่นหมายความว่า มีความเปลี่ยนแปลงของแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งของคนต่างวัยเมื่อเพศต่างกัน



รูปที่ 5.1 ค่านิยมและความเชื่อของชาวเชียงใหม่ที่เื้อ้อานายต่อการซื้อเสียง
เลือกตั้ง จำแนกตามเพศ ควบคุมโดยกลุ่มอายุ

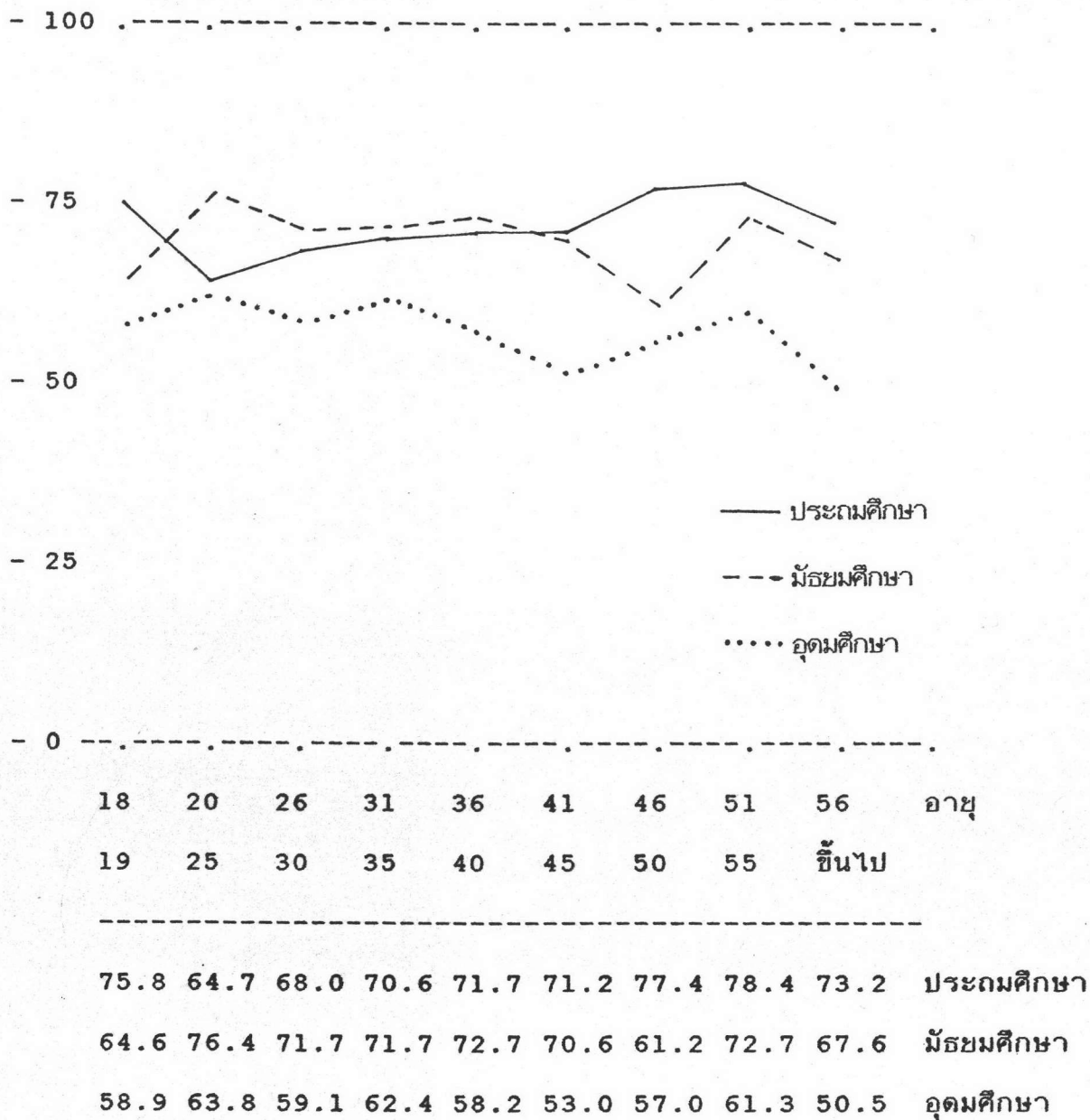
การศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัย

จากการศึกษาวิจัยในประเทศตะวันตก พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความมั่นใจในตนเองทางการเมืองสูง มีความสนใจทางการเมืองสูงและมีข่าวสารทางการเมืองมาก ดังนั้นน่าจะมีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงที่คัดค้านการซื้อ-เสี่ยงมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

ผลการวิจัยพบว่า (โปรดดูรูปที่ 5.2) มีความแตกต่างกันของทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัย เมื่อบุคคลมีการศึกษาต่างวัย โดยที่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา มีแนวโน้มที่จะต่อต้านมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า และ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ก็มีแนวโน้มที่จะต่อต้าน มากกว่าระดับประถมศึกษา ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะต่อต้านการซื้อ-เสี่ยงมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการตัดสินใจหรือพิจารณาการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้ง ผู้ที่มีการศึกษาสูงน่าจะใช้เหตุผลเชิงการเมืองมากกว่าเหตุผลเชิงสังคม กล่าวคือ ด้วยเหตุผลที่ว่า การซื้อ-เสี่ยงเป็นสิ่งไม่ดีต่อระบบการเลือกตั้งมากกว่าจะใช้เหตุผลที่เป็นค่านิยมซึ่งเอื้อต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้ง

สำหรับการมีความแตกต่างของการศึกษามีผลให้เกิดความแตกต่างของแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัยหรือไม่ ผลการวิจัยปรากฏว่า ในระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (แบบแผนที่การวิจัยครั้งนี้พบกล่าวคือ คนยิ่งอายุมากจะยิ่งสนับสนุนการซื้อ-เสี่ยงมาก) แต่สำหรับระดับประถมศึกษาและอุดมศึกษา ยังไม่อาจกล่าวได้ว่าจะเป็นไปตามนั้น เพราะมีแนวโน้มว่าผู้ที่มีการศึกษาทั้ง 2 ระดับนี้ เมื่อสูงอายุจะมีทัศนคติและพฤติกรรมเชิงต่อต้านกว่าในวัยหนุ่มแต่ก็ไม่แตกต่างกันมากนัก (โปรดดูรูปที่ 5.2).

ค่านิยม



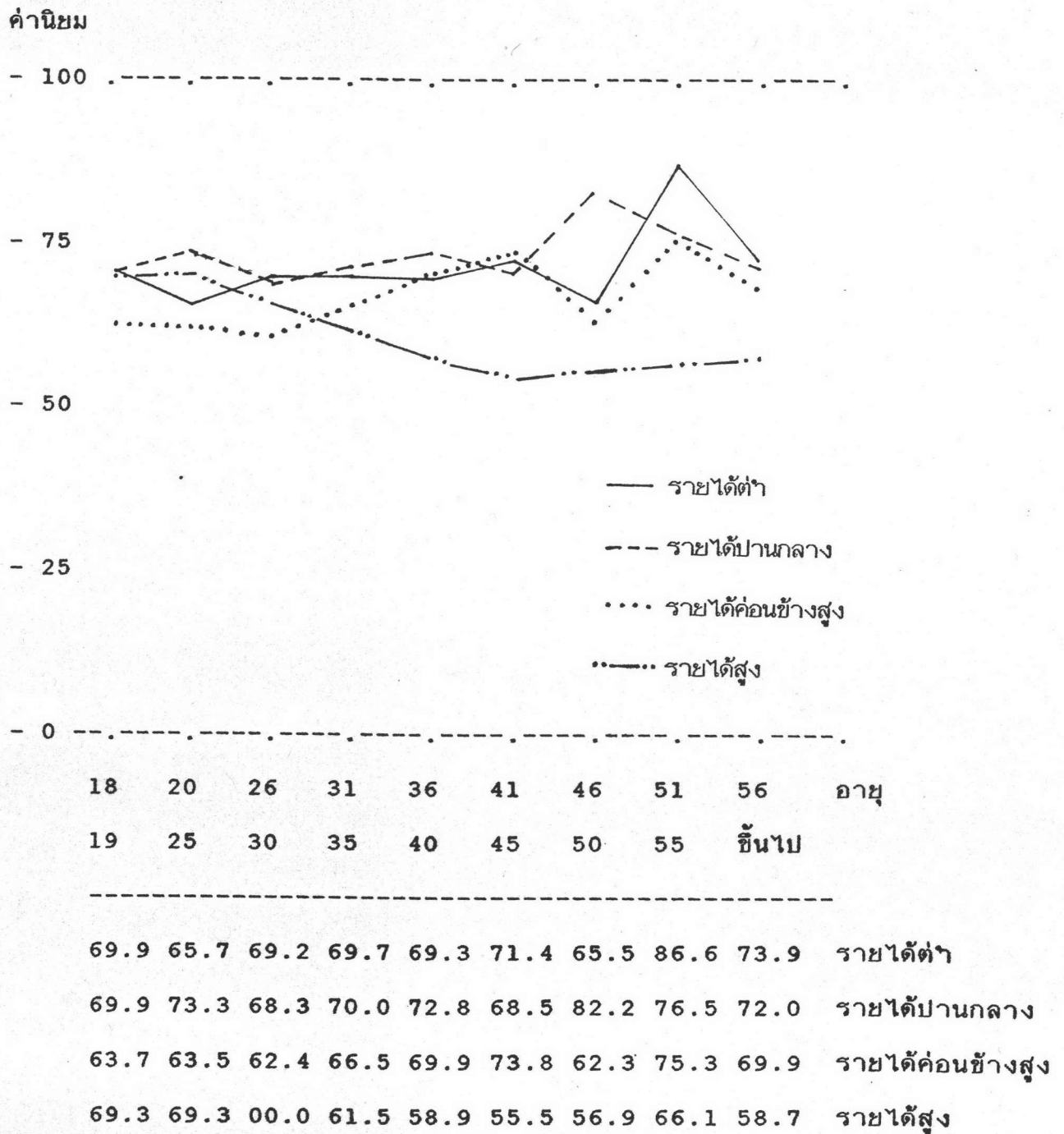
รูปที่ 5.2 ค่านิยมและความเชื่อของชาวเชียงใหม่ที่เื้อ้อ่านายต่อการซื้อเสียง
เลือกตั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา ควบคุมโดยกลุ่มอายุ

รายได้กับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนต่างวัย

โดยทั่วไป ผู้ที่มีรายได้ดีจะมีความสนใจทางการเมืองสูงและมีความมั่นใจทางการเมืองสูงด้วย จึงน่าจะมีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองสูงกว่าคนที่มีรายได้ต่ำ ในส่วนของการซื้อเสียงเลือกตั้ง ผู้ที่มีรายได้สูงน่าจะมีความรู้ความเข้าใจว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ส่วนผู้ที่มีรายได้น้อยซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีเวลาและไม่สนใจการเมืองน่าจะไม่ทราบว่า การซื้อเสียงเป็นสิ่งไม่ถูกต้องหรือทราบแต่ไม่ให้ความสำคัญมากนัก เพราะไม่ทราบผลเสียที่จะเกิดขึ้น

ผลการวิจัยปรากฏว่า มีความแตกต่างกันของทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง ในแต่ละระดับรายได้ โดยผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมคัดค้านการซื้อเสียงมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ (โปรดดูรูปที่ 5.3) และโดยทั่วไปกล่าวได้ว่า แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งยังคงมีแบบแผนเดิมที่ค้นพบ คือคนวัยหนุ่มมีแนวโน้มที่จะคัดค้านกว่าวัยสูงอายุ แม้ว่าจะมีรายได้ต่างกัน แต่มีข้อแตกต่างสำหรับผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มแบบแผนจะเป็นไปในทางตรงกันข้าม คือ คนสูงอายุมีแนวโน้มที่จะคัดค้านมากกว่าคนวัยหนุ่ม (โปรดดูรูปที่ 5.3) นั่นหมายความว่า มีความเปลี่ยนแปลงของแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนต่างวัย เมื่อรายได้ต่างกัน.



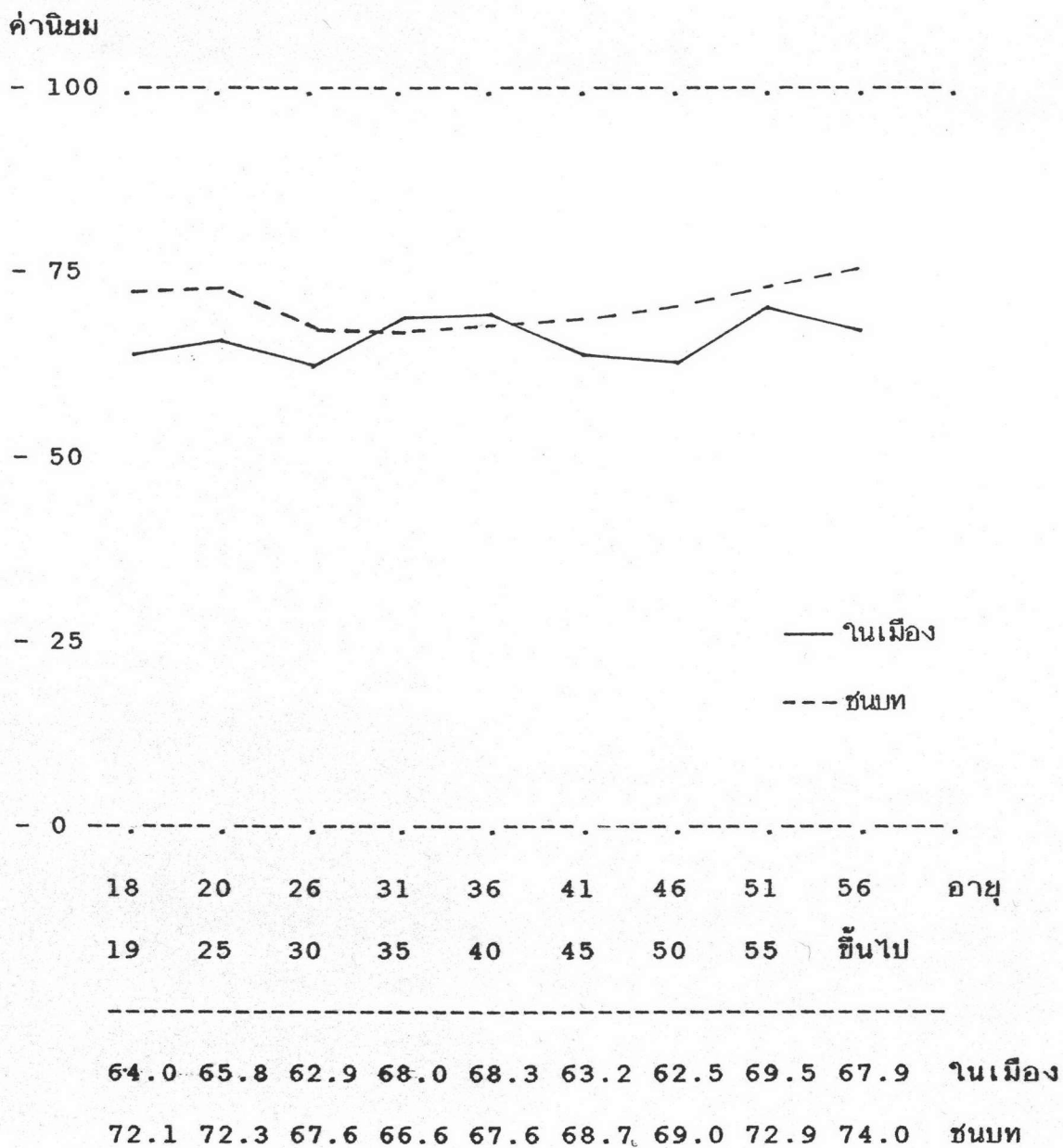


รูปที่ 5.3 ค่านิยมและความเชื่อของชาวเชียงใหม่ที่เฝ้าอ่านนิตยสารต่อการซื้อเสียง
เลือกตั้ง จำแนกตามรายได้ ความคุมโดยกลุ่มอายุ

ที่อยู่อาศัยกับทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ เสี่ยง เลือกตั้งของคนต่างวัย

สังคมทุกสังคมประกอบด้วยชุมชนมากมาย มีทั้งที่เป็นเมืองและชนบท เมื่อบุคคลอาศัยในชุมชนใด ก็จะมีบุคลิกลักษณะและมีนิสัยของชุมชนนั้น ๆ เมื่อบุคคลอยู่ต่างชุมชนกันก็就会有ความแตกต่างในทางพฤติกรรมด้วย เหตุผลก็คือ สภาพแวดล้อมชุมชนเมืองกับชนบทแตกต่างกัน สิ่งที่น่าจะมีความแตกต่างกันมากระหว่างชุมชนเมืองกับชุมชนชนบทคือที่พักสถานและค่านิยม เมื่อที่พักสถานทำให้อยู่ในสองชุมชนนี้ไม่เหมือนกัน ค่านิยมก็แตกต่างกันออกไปด้วย พฤติกรรมและความคิดของบุคคลทั้งสองชุมชนจะแตกต่างกันออกไป สำหรับการซื้อเสี่ยงเลือกตั้ง มีแนวโน้มเป็นไปในทางที่คนในชนบทจะยึดมั่นค่านิยมที่เอื้อต่อการซื้อเสี่ยงเลือกตั้งมากกว่าคนในเมือง เพราะเป็นค่านิยมเดิมของสังคม สังคมชนบทยังเปลี่ยนแปลงไม่มาก ในทางตรงกันข้ามสังคมเมืองมีความเจริญก้าวหน้า มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมสูง ย่อมทำให้คนในชุมชนเมืองคลายความยึดมั่นในค่านิยมเดิมของสังคม ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่คนในเมืองจะคัดค้านการซื้อเสี่ยงเลือกตั้งมากกว่าคนในชนบท

ผลการวิจัยปรากฏว่า คนในเมืองมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมคัดค้านการซื้อเสี่ยงเลือกตั้งมากกว่าคนที่อยู่ในชนบท(โปรดดูรูปที่ 5.4) และสำหรับประเด็น แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างวัย เมื่อพิจารณาภายใต้ความแตกต่างของที่อยู่อาศัยพบว่า ยังคงสภาพเดิมคือ คนวัยหนุ่มมีแนวโน้มที่จะคัดค้านสูงกว่าวัยสูงอายุ (โปรดดูรูปที่ 5.4)



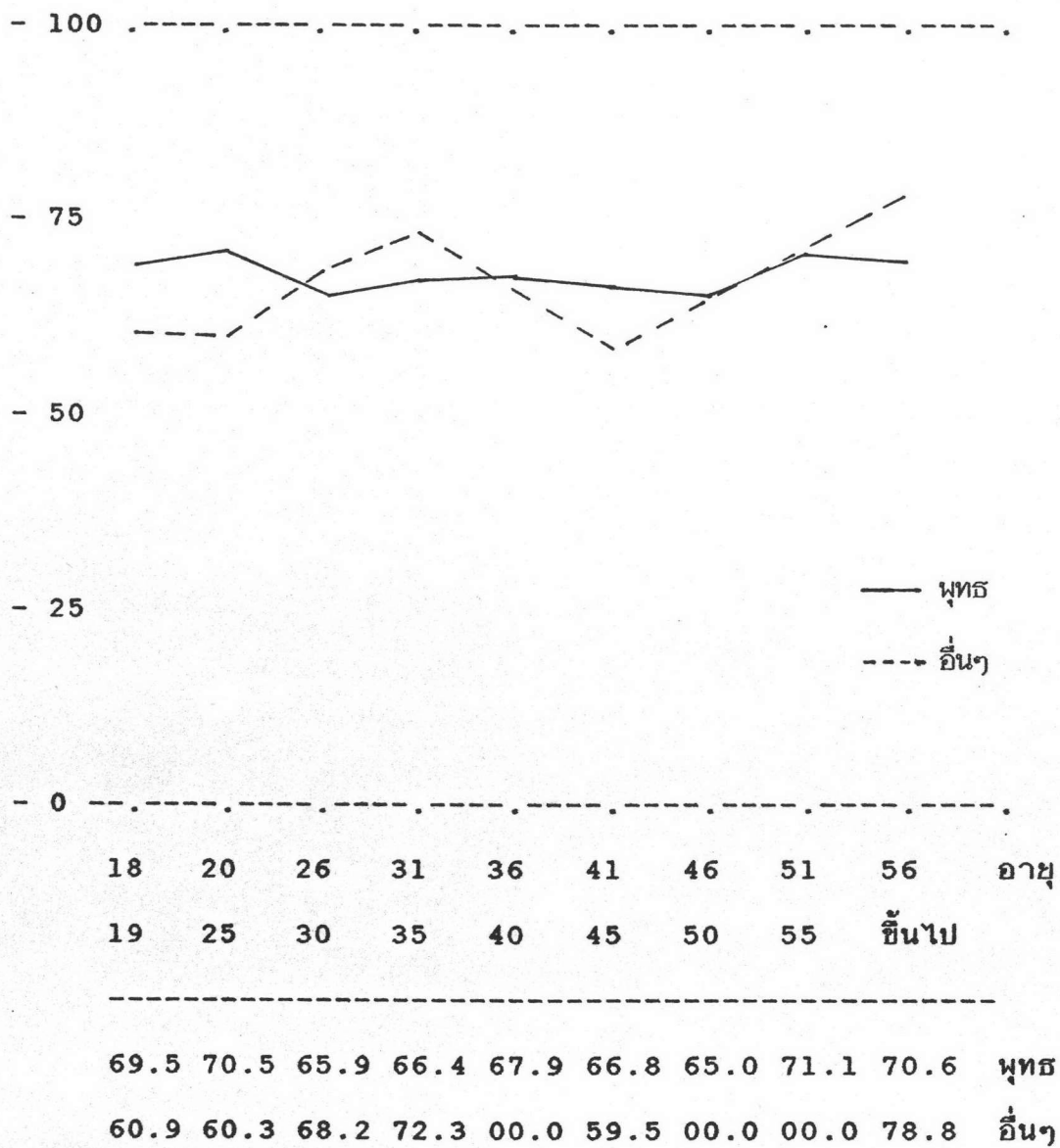
รูปที่ 5.4 ค่านิยมและความเชื่อของชาวเชียงใหม่ที่เฝ้าอ่านวยต่อการซื้อเสี่ยง
เลือกตั้ง จำนวนตามที่อยู่อาศัย ความคุมโดยกลุ่มอายุ

ศาสนากับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัย

ศาสนาเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่บุคคลยึดถือศาสนา ไม่ว่าจะศาสนาใดๆโดยทั่วไปก็จะสอนให้คนเป็นคนดี แต่สำหรับศาสนาพุทธ นักวิชาการเห็นว่า เป็นศาสนาที่เอื้อต่อการซื้อ-เสี่ยงมากกว่าศาสนาอื่น เพราะมีคำสอนหลายประการที่สามารถสอดแทรกและเพิ่มความเข้ม ทำให้บุคคลมีทัศนคติและพฤติกรรมในทางที่สนับสนุนการซื้อ-เสี่ยง เช่น ศิล 5

ผลการวิจัยปรากฏว่า มีแนวโน้มที่ศาสนาอื่นจะมีอิทธิพลทำให้คนยอมรับหรือสนับสนุนการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งมากกว่าศาสนาพุทธ แต่ก็ไม่แตกต่างกันเท่าไรนัก ขึ้นอยู่กับช่วงอายุว่าอยู่ในช่วงใด (โปรดดูรูปที่ 5.5) สำหรับแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัย ที่นับถือศาสนาต่างกันพบว่ายังคงเดิม คือ คนหนุ่มมีแนวโน้มที่จะคัดค้านมากกว่าคนสูงอายุ.

ค่านิยม



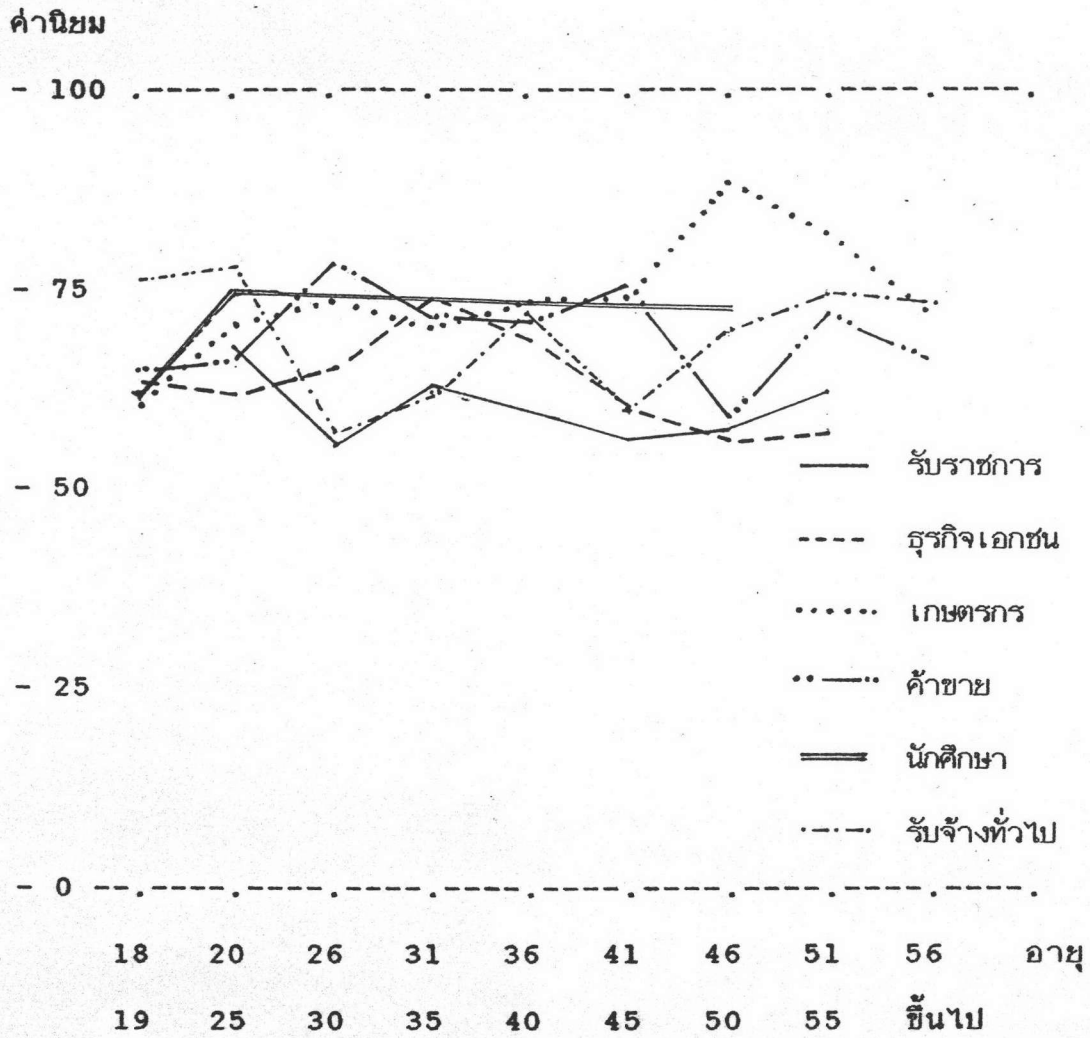
รูปที่ 5.5 ค่านิยมและความเชื่อของชาวเชียงใหม่ที่เลือกอ่านนิตยสารต่อการซื้อเสียง
เลือกตั้ง จำแนกตามศาสนา ความคุมโดยกลุ่มอายุ

อาชีพกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัย

อาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล อาชีพมีผลมาจากการศึกษาอบรม กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีตำแหน่งการงานสูง อาชีพเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลนั้นจะทำงานอยู่กับกลุ่มใด ประเภทการงานสามารถกำหนดความแตกต่างในระดับความรู้ ความเข้าใจ การมองโลก และพฤติกรรมของบุคคล ประสพการณ์ด้านการศึกษา เมื่อได้รับแรงหนุนจากประสพการณ์ที่ทำงานจะทำให้คนมีทักษะทั้งในด้านส่วนตัว สังคม และสติปัญญา ที่จะทำกิจกรรมทางการเมืองได้ ในการวิจัยได้จำแนกอาชีพของบุคคลตัวอย่างเป็น 6 กลุ่มอาชีพคือ รัฐบาลการ ธุรกิจ เอกชน เกษตรกร ค้าขาย นักศึกษา และรับจ้างทั่วไป

ผลการวิจัยปรากฏว่า โดยทั่วไปเมื่อเปรียบเทียบระหว่างอาชีพทั้งหมด สามารถจัดเรียงลำดับความมากน้อยของการคัดค้าน ที่คนแต่ละกลุ่มอาชีพจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ รัฐบาลการ ธุรกิจเอกชน นักศึกษา ค้าขาย รับจ้าง และ เกษตรกร นั่นคืออาชีพที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งในเชิงคัดค้านในระดับที่ต่างกัน โดยกลุ่มอาชีพมีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมสูงคือ รัฐบาลการและนักธุรกิจเอกชน มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ-เสี่ยง ในเชิงคัดค้านมากกว่าอาชีพอื่นที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมต่ำกว่าคือ ค้าขาย รับจ้างและ เกษตรกร ตามลำดับ(โปรดดูรูปที่ 5.6)

สำหรับอิทธิพลของปัจจัยด้านอาชีพ ที่มีต่อแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัยพบว่า สำหรับอาชีพที่มีสถานภาพสูงคือ รัฐบาลการ และธุรกิจเอกชน มีแนวโน้มที่แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อ-เสี่ยง-เลือกตั้งของคนต่างวัยมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม คือคนในวัยสูงอายุมีแนวโน้มที่จะคัดค้านการซื้อ-เสี่ยงมากกว่าวัยหนุ่มสาว แต่กลุ่มอาชีพที่มีสถานภาพต่ำ คือ ค้าขาย รับจ้างและเกษตรกร มีลักษณะของแบบแผนคงเดิมคือ คนวัยหนุ่มสาวมีแนวโน้มที่จะคัดค้านมากกว่าคนวัยสูงอายุ(โปรดดูรูปที่ 5.6) .



รูปที่ 5.6 ค่านิยมและความเชื่อของชาวเชียงใหม่ที่เฝ้าอ่านนวยต่อการซื้อเสียง
เลือกตั้ง จำแนกตามกลุ่มอาชีพ ความคุมโดยกลุ่มอายุ

สรุป

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งได้แก่เพศ การศึกษา รายได้ ศาสนา และอาชีพ จะเห็นได้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว ปัจจัยดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนต่างวัย ในแนวทางที่สอดคล้อง กับการวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมต่อการเลือกตั้งโดยทั่วไป ยกเว้นเพศกับศาสนา กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษา รายได้ และ อาชีพที่มีสถานภาพสูง จะมีแนวโน้มที่จะคัดค้านการซื้อเสียงเลือกตั้งมากกว่าผู้ที่มีการศึกษา รายได้ และอาชีพ ที่มีสถานภาพต่ำ และผู้ที่อาศัยอยู่ในเมือง มีแนวโน้มที่จะคัดค้านการซื้อเสียงมากกว่าคนที่อยู่ในชนบท สำหรับเพศนั้น ปรากฏผลในทางตรงกันข้ามคือ เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะคัดค้านมากกว่าเพศชาย และเช่นกัน ในปัจจัยทางศาสนาพบว่าศาสนาพุทธกลับมีแนวโน้มที่จะคัดค้านการซื้อเสียงมากกว่าศาสนาอื่น

สำหรับแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างวัย เมื่อจำแนกด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม 6 ประการ ดังกล่าวพบว่า มีเพียงปัจจัยทางศาสนาเพียงประการเดียวเท่านั้นที่ แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนต่างวัยคงเดิม คือ คนวัยหนุ่มต่อต้านมากกว่าวัยสูงอายุ ส่วนปัจจัยอื่นๆได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย และอาชีพ พบว่ามีความเปลี่ยนแปลงในแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างวัยโดยบางปัจจัยทำให้เกิดผลตรงกันข้าม กล่าวคือ คนวัยหนุ่มต่อต้านน้อยกว่าวัยสูงอายุ เช่น เพศหญิง ผู้มีระดับการศึกษาระดับอุดมศึกษา รายได้สูง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสนใจคือระดับการคัดค้านแม้จะแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย แต่ก็ไม่อาจกล่าวได้ว่า แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการถ่ายทอดวัฒนธรรมของคนไทยที่ผ่านกระบวนการอบรมกล่อมเกลามา โดยตัวการต่างๆตลอดจน

การเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคลในสังคมไทย ไม่แตกต่างกันมากนัก เช่นของ
ต่างประเทศโดยเฉพาะตะวันตก ที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของวัฒนธรรมในคน
แต่ละวัยหรือช่วงวัย อันจะมีผลให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติและพฤติกรรม.