ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียงเลือกตั้ง ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2535 : ศึกษาเฉพาะกรณีของเทศบาลนครเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวนิศารัตน์ วัชรีวงศ์ ณ อยุธยา

รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฏฐ์ ชพานนท์ ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.พันธุ์สุรย์ ลดาวัลย์ กรรมการ

อาจารย์ ดร.ธนัน อนุมานราชธน กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียงเลือกตั้ง ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2535 ซึ่งกระทรวงมหาดไทยมีนโยบายในการส่งเสริมเผยแพร่ความรู้และสร้างจิตสำนึกทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยให้แก่ประชาชน รวมทั้งจัดให้มีและควบคุมการเลือกตั้งให้เป็นไปโดยบริสุทธิ์ ยุติธรรม ตามโครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยระดับหมู่บ้าน (ผปม.) โดยมอบหมายให้ จังหวัด อำเภอ/กิ่งอำเภอ และเทศบาล มีหน้าที่รับผิดชอบและดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ ดังนั้น การศึกษาการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียงเลือกตั้งของเทศบาลนครเชียงใหม่ครั้งนี้จึงเป็นการศึกษารูปแบบ และวิธีการดำเนินงานตามโครงการของชุดปฏิบัติการเผยแพร่ประชาธิปไตยระดับหมู่บ้านในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากเอกสาร สถิติ ข้อมูลและรายงานผลการปฏิบัติงานของชุดปฏิบัติการดังกล่าว

นอกจากวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาดังกล่าวข้างต้นแล้ว การวิจัยครั้งนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและจิตวิทยา ที่มีผลกระทบต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้วิจัยต้องการทราบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนหรือไม่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย การศึกษา และปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความรู้ทางการเมือง ความสนใจทางการเมือง ทัศนคติและความเชื่อต่อนักการเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ หัวหน้าชุดปฏิบัติการเผยแพร่ประชาธิปไตยระดับหมู่บ้านและที่ปรึกษาประชาธิปไตย จำนวน 14 คน กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 421 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการปฏิบัติงานของชุดปฏิบัติการเผยแพร่ประชาธิปไตยระดับหมู่บ้าน และผู้บริหารองค์กรกลางภาค 5 จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลใช้ทั้งแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบถามจด สถิติที่ใช้ในการอธิบายข้อมูลในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่กำหนดขึ้นได้ทำการทดสอบด้วยค่าไคสแคว์ (Chi-Square) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การศึกษาปรากฏผลดังนี้

1. การปฏิบัติงานเพื่อการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียงเลือกตั้ง มีลักษณะเป็นการสั่งการจากเบื้องบนลงมา รูปแบบและวิธีการดำเนินงานตามโครงการดังกล่าว กระทรวงมหาดไทยเป็นผู้กำหนดเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้รับผิดชอบ และชุดปฏิบัติการเผยแพร่ประชาธิปไตยระดับหมู่บ้านดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย ในกรณีนี้เทศบาลนครเชียงใหม่จึงขาดความเป็นอิสระในการกำหนดรูปแบบและวิธีการดำเนินงาน ซึ่งขัดแย้งอย่างสิ้นเชิงกับหลักการปกครองท้องถิ่นที่ต้องการกระจายอำนาจให้กับเทศบาล

2. การทำงานซ้ำซ้อนกับอำเภอเมืองเชียงใหม่และนอกเหนือความรับผิดชอบของเทศบาลนครเชียงใหม่ เพราะการดำเนินงานเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของจังหวัดเชียงใหม่ โดยอำเภอเมืองเชียงใหม่เป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานในเขตพื้นที่ของอำเภอเมืองซึ่งรวมถึงพื้นที่เขตเทศบาล เทศบาลนครเชียงใหม่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาล แต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2535 เทศบาลนครเชียงใหม่ต้องเข้าไปดำเนินการตามโครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยระดับหมู่บ้าน ซึ่งถือว่าอยู่นอกเหนือความรับผิดชอบของเทศบาลนครเชียงใหม่ และคงเป็นปัญหาเดียวกันกับเทศบาลเมืองอื่นๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ความไม่สัมฤทธิ์ผลของโครงการ ผปม. ปกติการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและวัฒนธรรมทางการเมืองของประชาชนในประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป และจะต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ยาวนานในการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งมีระเบียบแบบแผนในการดำเนินชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในระบอบประชาธิปไตย แต่เนื่องจากการดำเนินงานตามโครงการดังกล่าวใช้ช่วงระยะเวลาในการดำเนินสั้นๆ ดังนั้น จึงไม่สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และ จิตวิทยา มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชน ในประเด็นนี้พบว่า โดยแท้จริงแล้วผู้ที่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากที่สุด ได้แก่ ผู้ที่มีระดับการศึกษา ป.6 หรือต่ำกว่า การที่คนที่มีการศึกษาระดับดังกล่าวไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมาก อาจจะเป็นเพราะคนกลุ่มนี้ได้รับอิทธิพลจากการชักชวนให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและรายได้แล้ว ผู้ที่มีการศึกษาระดับดังกล่าวเป็นผู้ที่มีรายได้น้อย คือต่ำกว่า 3,000 บาท/เดือน ทำให้มีโอกาสเป็นไปได้ว่า การไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนอาจถูกแลกด้วยทรัพย์สิน เงินทองเป็นสิ่งตอบแทน และในด้านวัฒนธรรมทางการเมือง การไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนยังยึดถือตัวบุคคลเป็นสำคัญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study:	Campaigns against Vote-buying in the Election on March 22, 1992 : A Case Study of Chiang Mai Municipality
Author	Miss Nisarat Watchareevong Na Ayudhaya
M.A.(Political Science)	Politics and Government
Examining Committee:	Assist. Prof. Nat Chapanond Chairman
	Assist. Prof. Dr. M.L. Bhansoon Ladavalya Member
	Lecturer Dr. Tanun Anumanrajadhon Member

Abstract

This research has the objective to study the campaign to suppress vote buying in the general election on March 22, 1992. Ministry of Interior has formulated the policy of promoting and disseminating political knowledge and consciousness to Thai voters including providing supervision on the election to make it clean and just according to the project of democracy dissemination at village level of which Changwat, Amphoe, Sub-Amphoe and Municipality are assigned to carry out the task as planned.

The scope of this study is to examine the format and the methods of conduction the work of the operational groups which disseminate democratic ideologies in Chiang Mai Municipal area. Data are collected from pperational reports, statistics, documents pertaining to the tasks of the operatinal groups.

Apart from the above mentioned objective, the study also has the purpose to study the effects of socio-economic and psychological factors which affect the rate of turn out of voters in Chiang Mai Municiplity area.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

These factors are namely:

economic factors sush as occupations, levels of income.

social factors such as sex, age, residence, education.

psychological factors such as knowledge in politics, levels of interest in politics, political attitudes and faith in politicians.

The study's samples are: 14 leaders of democracy dissemination groups, 421 residents of municipal area and 2 administrators of poll watch organization, region 5.

Data are collected by using questionaires, interviews and use Chi-Square test to analyse the data.

The finding are as follow:

1. the operations to suppress vote buying has a characteristic of giving order from top of pyramid. Ministry of Interior is the core of the power with out delegating the power to Chiang Mai Municipality. Thus, Chiang Mai Municipality lacks the autonomy in doing its task.

2. there are work duplications between Amphoe Muang Chiang Mai and Chiang Mai Municipality.

3. owing to the short duration of time, the democracy dissemination project lacks orientations to change political cultures and attitudes which bring about its failure.

4. it is found that certain socio-economic and psychological factors have impacts on the pattern of vote casting of the people. Most of the eligible voters who cast their votes receive only compulsory edcation and earn less than 3,000 Baht a month. Therefore, vote buying would be most effective among this group of voters.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved