

พัฒนาการรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียงในประเทศไทย

THE EVOLUTION OF VOTING BUYING AND SELLING MODELS IN THAILAND

พินิจ บำรุง¹ ลัญญา เคนาภูมิ^{*2}

Phinit Bamrung¹ Sanya Kenaphoom^{*2}

^{1,2}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{1,2}D.P.A. (Public Administration), Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand

*Corresponding author's E-mail: phinit08@gmail.com¹ ORCID ID : <https://orcid.org/0009-0001-4974-9755>,
zumsa_17@hotmail.com^{*2}, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9833-4759>

Received: June 10, 2023

Revised: July 01, 2023

Accepted: July 16, 2023

บทคัดย่อ

การเลือกตั้งเป็นหลักการสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตยโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยให้มีสิทธิมีเสียงในการปกครองตนเองโดยเลือกตัวแทนเข้าไปทำหน้าที่แทนตน สำหรับประเทศไทยนั้นเป็นที่รู้กันว่าที่ใดมีเลือกตั้งที่นั่นมีการซื้อสิทธิ์ขายเสียง จะเห็นว่าการซื้อสิทธิ์ขายเสียงเป็นหนึ่งในพฤติกรรมทุจริตการเลือกตั้ง โดยใช้เงิน การเสนอสิ่งตอบแทนในรูปแบบผลประโยชน์ หรือทรัพย์สินต่าง ๆ แลกเปลี่ยนกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง อย่างไรก็ตามผลการศึกษาพัฒนาการรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียง ประกอบด้วย (1) การซื้อเสียงในลักษณะของการให้เงิน (2) รูปของการให้คำมั่นสัญญาว่าจะช่วยเหลือ (3) รูปแบบของนโยบายพัฒนาพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน (4) การซื้อสิทธิ์ในทางนโยบายขายฝัน และ (5) การซื้อสิทธิ์ในเชิงหุ้นส่วนธุรกิจการเมือง

คำสำคัญ: การซื้อสิทธิ์; การเลือกตั้ง; ขายเสียง

Abstract

Election is an important principle of democracy which allows the people is sovereignty to have a voice by choosing representatives to act on their behalf. As for Thailand, there are elections where votes are bought. It can be seen that vote buying is one of the electoral fraud practices where money is offered in return in the form of benefits or properties in exchange for voting for a particular person, or a political party. However, the results of the study consisted of developmental patterns of buying rights and selling voices; (1) buying votes in the form of giving money (2) an image of a promise to help (3) form of area and infrastructure development policy (4) purchasing rights in the way of dream sales policy and (5) purchase of political business partnership rights.

Keywords: Election; Rights purchase; Rights sell

บทนำ

การปกครองตามระบอบประชาธิปไตยเป็นการปกครองที่ให้ความสำคัญต่ออำนาจและความชอบธรรมจากประชาชนในการบริหารประเทศ ดังที่นายอับราฮัม ลินคอล์น (Abraham Lincoln) อดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวสุนทรพจน์ไว้ว่า การปกครองของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน (government of the people, by the people and for the people) (Helena Catt, 1999 อ้างอิงใน ก่อพงศ์ สุวรรณจุฑะ, 2560) จะเห็นว่าประชาธิปไตยสมัยใหม่ยึดประชาชนเป็นหัวใจสำคัญในการปกครอง เนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยที่มีสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาค และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน สำหรับรูปแบบการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยมีสองรูปแบบ คือ ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Democracy) ซึ่งเป็นการให้อำนาจในการปกครองแก่ประชาชนโดยตรงในการใช้สิทธิตามรัฐธรรมนูญกำหนดโดยการเข้าชื่อเสนอกฎหมาย การทำประชามติ หรือประชาวิจารณ์ เป็นต้น และประชาธิปไตยแบบมีผู้แทน (Representative Democracy) เป็นรูปแบบการปกครองที่ประชาชนมอบอำนาจให้แก่ตัวแทนในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาและการบริหารบ้านเมืองแทนตน โดยตัวแทนนั้นได้มาจากการเลือกตั้งของประชาชนอันเป็นการแสดงเจตจำนงค์ของประชาชน ดังนั้น ระบอบประชาธิปไตยแบบมีผู้แทนจึงจำเป็นต้องมีการเลือกตั้งเนื่องจากเป็นหลักการสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยให้มีสิทธิมีเสียงในการปกครองตนเอง โดยเลือกตั้งตัวแทนเข้าไปทำหน้าที่แทนตน (เชษฐา ทองยิ่ง, 2564) ซึ่งการเลือกตั้งที่เสรีและเป็นธรรมได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญและได้รับการกล่าวถึงในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนข้อ 21(1)(3) ระบุว่า “ทุกคนมีสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศโดยตรงหรือผ่านผู้แทนซึ่งได้รับเลือกตั้งโดยอิสระ” และ “เจตจำนงค์ของประชาชนจะต้องเป็นพื้นฐานแห่งอำนาจการปกครอง ทั้งนี้ เจตจำนงค์ดังกล่าวจะต้องแสดงออกทางการเลือกตั้งตามกำหนดเวลา และต้องเป็นการออกเสียงโดยอิสระเสมอภาคและเป็นการลงคะแนนโดยลับ” (จารุวรรณ แก้วมะโน, 2565, หน้า 22) และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 50 (7) บุคคลมีหน้าที่ไปใช้สิทธิเลือกตั้งหรือลงประชามติอย่างอิสระโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเป็นสำคัญ (ราชกิจจานุเบกษา, 2560) การเลือกตั้งจึงเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่กระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแทนของประชาชนอย่างเป็นทางการ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีโอกาสเลือกตั้งผู้แทนของตนเองเข้ามาบริหารท้องถิ่น โดยการยอมรับในเสียงส่วนใหญ่ที่ประชาชนผู้มีสิทธิในการเลือกตั้งมาใช้สิทธิอย่างถูกต้องตามกฎหมาย (โกวิท พวงงาม, 2546 อ้างอิงใน สุทธิ นະที และสุริยะ ประกายสาธิต, 2564, หน้า 173)

อุปสรรคของการปกครองในระบอบเช่นว่านี้ คือการทำให้การแสดงเจตจำนงค์ไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องดังที่ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ ได้กล่าวในเฟซบุ๊กส่วนตัว ชื่อว่า Prof. Sombat Thamrongthanyawong, Ph.D เกี่ยวกับผลกระทบของการซื้อสิทธิขายเสียงว่า เมื่อสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ส่วนใหญ่ต้องใช้เงินจำนวนมากในการซื้อเสียงให้ชนะการเลือกตั้ง ดังนั้นเมื่อมีเสียงข้างมากจะได้อำนาจในการจัดตั้งรัฐบาล เพราะระบบรัฐสภาให้อำนาจสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) เสียงข้างมากเป็นผู้เลือกนายกรัฐมนตรี และนายกรัฐมนตรีเป็นผู้จัดตั้งรัฐบาล จึงเป็นที่ปรากฏชัดมาโดยตลอดในการเมืองไทยว่าทั้งรัฐบาลและส.ส.ที่สนับสนุนรัฐบาลล้วนสมคบกันทุจริตคอร์รัปชันอย่างมโหฬาร คิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่าปีละสามแสนล้านบาททั้งฉ้อราษฎร์และบังหลวง ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องจมปลักอยู่กับความยากจนและกลายเป็นเหยื่อของนักเลือกตั้งมาโดยตลอด มีแต่คนรวยเท่านั้นที่ยิ่งร่ำรวยขึ้น ส่วนคนจนยิ่งจนลง เพราะคนรวยจำนวนไม่น้อยได้ประโยชน์จากนักการเมืองที่ทุจริตคอร์รัปชัน (สมบัติ ชำรงธัญวงศ์, 2557) ดังนั้น การซื้อสิทธิขายเสียงจึงเป็นหนทางที่นำไปสู่การคอร์รัปชันและขัดขวางโอกาสในการพัฒนาท้องถิ่นและพัฒนาประเทศ ทำลายการพัฒนากระบวนการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทั้งนี้ เพราะเมื่อมีการลงทุนซื้อเสียงของ

ผู้สมัครรับการเลือกตั้งแลกกับการเข้าการดำรงตำแหน่งที่มีอำนาจทางการเมือง เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับการค้าขายลงทุน ผู้ลงทุนต้องมุ่งหวังผลตอบแทนหรือกำไรที่จะได้รับการการลงทุนนั้น เมื่อซื้อเสียงได้สำเร็จจนได้มีตำแหน่งทางการเมือง มีอำนาจที่จะแสวงหาผลกำไร ก็ย่อมจะแสวงหาผลประโยชน์จากตำแหน่งหน้าที่ทางการเมือง เพื่อที่จะให้ได้เงินลงทุนที่จะซื้อเสียงคืนกลับมาพร้อมด้วยกำไร และยิ่งรวมไปถึงการแสวงหาผลประโยชน์ในรูปตัวเงิน เพื่อที่จะสะสมไว้สำหรับการซื้อเสียงในการเลือกตั้งครั้งต่อไปอย่างไม่จบไม่สิ้น ส่งผลให้ประชาชน ชุมชน สังคม จะไม่ได้รับบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพอย่างแน่นอน

สำหรับกรณีการซื้อสิทธิขายเสียงในต่างประเทศ อาทิเช่น ในพื้นที่บางส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกาในกลางถึงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 สมาชิกพรรคการเมืองที่ลงสมัครรับเลือกตั้งจะซื้อขายคะแนนเสียงกันอย่างโจ่งแจ้งและบางทีอาจกระทำในทางลับ ซึ่งผู้ลงคะแนนเสียงจะได้รับการชดเชยด้วยเงินสดหรือได้รับจ่ายค่าบ้านหรือภาษีเพื่อปิดการซื้อเสียงเป็นความลับ และพรรคการเมืองจะเปิดร้านซื้อคะแนนเสียงกันโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำคอยดูแล นอกจากนี้พรรคการเมืองยังมีการว่าจ้างนักส่งข่าวเพื่อไปหาผู้ออกเสียงในที่สาธารณะและต่อรองเอาคะแนนเสียง (วิกิพีเดีย, 2566) และสำหรับการเลือกตั้งกลางเทอมในประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2561 ที่ผ่านมารัฐบาลท้องถิ่นในมลรัฐนอร์ทแคโรไลนาสามารถจับกุมผู้กระทำความผิดฐานการปลอมแปลงบัตรลงคะแนนเลือกตั้งทางไปรษณีย์ โดยพบว่ามีความผิดปกติด้านตัวเลขจากการปลอมแปลงลายเซ็นของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง ในประเทศคาบองก็มีการทุจริตการเลือกตั้งเช่นกัน โดยสัญญาณที่นำไปสู่การทุจริตการเลือกตั้ง ได้แก่ จำนวนผู้มาใช้สิทธิมากผิดปกติ สถิติผู้มาใช้สิทธิในบางเขตสูงกว่าเขตอื่น ๆ บัตรเสียเกินกว่าร้อยละ 5 ของบัตรทั้งหมด จำนวนผู้มาใช้สิทธิและจำนวนบัตรเลือกตั้งไม่ตรงกัน ผลนับคะแนนรวมคลาดเคลื่อนจากหน่วยเลือกตั้ง และการประกาศผลนับคะแนนล่าช้า (วอยซ์ออนไลน์, 2562) ในประเทศอินเดียมักมีการซื้อเสียงด้วยการแจกเงินสด เหล้า และเฮโรอีน นอกจากนี้ยังพบว่าบางพรรคมีคำมั่นสัญญาว่าจะให้ของแก่ประชาชนหากชนะการเลือกตั้ง เช่น การแจกจักรเย็บผ้า เครื่องปั่นอาหาร ทองทำว้าว แพะ พัดลม ข้าวสาร คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป เป็นต้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2557) และสำหรับการทุจริตเลือกตั้งในประเทศไทยส่วนใหญ่พบว่าการเสนอสิ่งตอบแทนในรูปผลประโยชน์หรือทรัพย์สินต่าง ๆ แลกเปลี่ยนกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง (ณัฏพร นามเมือง, 2566) จะเห็นว่า การทุจริตการเลือกตั้งของประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ มีความคล้ายคลึงกันเนื่องจากการแจกจ่ายเงินหรือสิ่งของ หรือสัญญาว่าจะให้เป็นวิธีที่ผู้ลงสมัครหรือพรรคการเมืองเห็นว่าสามารถเข้าถึงประชาชนและสร้างชัยชนะให้แก่ตนได้ และวิธีเหล่านี้สามารถนำไปสู่การทุจริตการเลือกตั้งภายหลังการลงคะแนนเสียง เช่น ตัวเลขผู้มาใช้สิทธิกับตัวเลขบัตรที่ถูกใช้ไปไม่ตรงกัน หรือที่เรียกว่าบัตรเข่ง การเปลี่ยนหีบบัตรขณะขนส่ง การเกลี้ยรวมคะแนนผิด สอดคล้องกับชาญชัย จิตรเหล้าอาพร (2561, หน้า 13-16) ที่เห็นว่า เงินสามารถทำให้เกิดการทุจริตการเลือกตั้งตั้งแต่การทุจริตในส่วนภาครัฐหรือเจ้าหน้าที่รัฐด้วยการเสนอเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งการทุจริตแบบต่าง ๆ การข่มขู่ การซื้อคู่แข่งพรรคอื่น ๆ โดยเสนอให้มีการถอนตัวหรือสละสิทธิในการเป็นผู้สมัครรับเลือกตั้ง การอาศัยหัวคะแนนในการรวบรวมฐานเสียง เป็นต้น การทุจริตการเลือกตั้งด้วยการซื้อสิทธิขายเสียงดังกล่าวจึงเป็นบ่อนทำลายความเป็นประชาธิปไตยอย่างหนึ่ง ส่งผลให้ประเทศไม่ได้รับการพัฒนาอย่างที่เป็น และจากการสำรวจของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เรื่อง การเมือง เศรษฐกิจ และโควิด-19 ในปี 2566 ผลสำรวจด้านความคิดเห็นของประชาชนต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ที่เกิดขึ้นในปี 2566 พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 62.60 ระบุว่า มีแนวโน้มว่าจะมีการซื้อเสียงเลือกตั้ง รองลงมา ร้อยละ 36.56 ระบุว่า มีแนวโน้มว่าจะมีการใช้สิทธิพล และ/หรือ อำนาจอธิปไตยในการหาเสียง ร้อยละ 33.74 ระบุว่า จะมีการโกงการเลือกตั้ง แต่ไม่สามารถเอาผิดผู้บงการได้ ร้อย

ละ 29.39 ระบุว่า จะมีการใช้เงินในการหาเสียงมากกว่าที่คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) กำหนด และจะมีแค่การทำผิดกฎหมายการเลือกตั้งในเรื่องเล็ก ๆ ในสัดส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 20.23 ระบุว่า จะไม่มีการซื้อเสียงเลือกตั้ง ร้อยละ 16.95 ระบุว่า จะไม่มีการใช้อิทธิพล และ/หรือ อำนาจรัฐในการหาเสียง ร้อยละ 12.82 ระบุว่า จะมีการใช้เงินในการหาเสียงตามที่คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) กำหนด ร้อยละ 11.30 ระบุว่า จะไม่มีการทำผิดกฎหมายการเลือกตั้ง ร้อยละ 4.05 ระบุว่า จะมีการโกงการเลือกตั้ง และสามารถเอาผิดผู้บงการได้ และร้อยละ 0.53 ระบุว่า เคย/ไม่ตอบ/ไม่สนใจ (ไทยรัฐออนไลน์, 2566)

การซื้อสิทธิขายเสียงในประเทศไทยเกิดขึ้นมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของไทยมากกว่า 9 ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งชาญชัย จิตเหล้าอาพร (2561, หน้า 6-8) เห็นว่า การทุจริตการเลือกตั้งดังกล่าวเกิดจากสาเหตุหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) วัฒนธรรมทางการเมืองแบบอำนาจนิยมภายใต้ระบบอุปถัมภ์ที่อิงอาศัยนโยบายประชานิยม โดยเป็นรูปแบบการครอบงำประชาชนให้เกิดการพึ่งพิงพรรคการเมืองในการกระทำการต่าง ๆ 2) การปรับเปลี่ยนบทบาททางการเมืองของกลุ่มทุนโดยกลุ่มนักธุรกิจที่เข้ามาเล่นการเมืองมักจะแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ธุรกิจตนเอง และ 3) ความอ่อนแอของกลไกในกระบวนการตรวจสอบจากการที่องค์การภาครัฐที่มีหน้าที่ในการตรวจสอบถูกแทรกแซงจากผู้ลงรับสมัครการเลือกตั้งด้วยวิธีต่าง ๆ ประกอบประเทศไทยพบปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น และภาคส่วนต่าง ๆ รวมทั้งภาคประชาชนยังคงเห็นการคอร์รัปชันเหล่านี้เป็นเรื่องปกติของสังคม เช่น การทุจริตการเลือกตั้ง การรับของขวัญ การให้สินบน เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้อาจเกิดขึ้นจากปัญหาสภาพสังคมที่ยังมองว่าการทุจริตเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ไม่อาจเลือนหายไปจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ยังคงปฏิบัติมาโดยตลอด ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจที่ยังคงอยู่ในสภาวะถดถอยจึงทำให้ประชาชนในสังคมยังมองเรื่องของการทุจริตเป็นเรื่องปกติ สาเหตุเหล่านี้ล้วนส่งผลทำให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นในสังคมไทย นอกจากนี้ได้เกิดขึ้นกับทุจริตการเลือกตั้งด้วยการซื้อสิทธิขายเสียงของผู้ลงรับสมัครการเลือกตั้งและพรรคการเมืองเพื่อให้ตนเข้ามามีตำแหน่งและบทบาทในการบริหารประเทศ รวมทั้งหาช่องว่างในการทุจริตคอร์รัปชันเพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองและพวกพ้อง สำหรับวิวัฒนาการของการซื้อสิทธิขายเสียงสามารถอธิบายภายใต้กรอบระยะเวลาที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงโดยสังเขป ดังนี้

ก่อนปี พ.ศ. 2490-2500 พรรคการเมืองนิยมซื้อสิทธิขายเสียงด้วยการใช้ไฟฟ้า คือบัตรเลือกตั้งที่มีการพิมพ์และกาล่งหน้าไว้แล้ว เข้ามาสอดแทรกลงในกล่องบัตรเลือกตั้งจำนวนมาก และพลร่ม คือรูปแบบการทุจริตการเลือกตั้ง โดยผู้ไม่มีสิทธิเลือกตั้งในหน่วยเลือกตั้งมาใช้สิทธิเลือกตั้งในหน่วยเลือกตั้ง มาใช้ทุจริตการเลือกตั้ง เห็นได้จากกรณีของพรรคเสรีมนังคศิลา โดยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่เริ่มหมดความนิยมเนื่องจากเคยปกครองภายใต้ระบอบอำนาจสามฐาน (Triumvirate rule) ซึ่งมีรูปแบบการปกครองแบบเผด็จการมาโดยตลอด ประกอบกับการเคยทำการรัฐประหารในปี พ.ศ. 2490 และเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองประเทศจึงได้ใช้วิธีไฟฟ้าและพลร่มในการโกงการเลือกตั้งครั้งดังกล่าว (กษภพ กรเพชรรัตน์, 2566)

ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2520 การซื้อสิทธิขายเสียงถูกสร้างให้เป็นวาทกรรมไม่ไว้วางใจผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งจากชนบท มองว่าเสียงของพวกเขาไม่ใช่เสียงคุณภาพ และการเลือกตั้งเป็นอิทธิพลของเรื่องเงินดังนั้น จึงมีการใช้เงินเป็นเครื่องมือในการซื้อสิทธิขายเสียงจากประชาชน ซึ่งเห็นได้จากกรณีการเลือกตั้งในคราวต้นปี พ.ศ. 2520 มีการแจกเงินพร้อมบัตรแนะนำตัวที่เป็นเบอร์ลงคะแนนให้แก่ประชาชนโดยหวัคคะแนน นอกจากนี้ยังมีการแจกสิ่งของ เช่น ข้าวสาร รองเท้า น้ำปลา ปลาหู อีกด้วย ส่วนการเลือกตั้งในช่วง พ.ศ. 2544 - 2554 พรรคการเมืองมีการสร้างความหวังกับประชาชนว่าจะพัฒนาระบบสาธารณูปโภคบริโภคดียิ่งขึ้น ดังคำที่ว่า “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี” (ธัญพร

บัวทอง, 2563) นอกจากนี้ พรรคการเมืองยังมีการชูนโยบายต่าง ๆ เช่น 30 บาทรักษาทุกโรค กองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น และการใช้ผู้มีอำนาจในท้องถิ่นเข้ามาบีบคั้นในการสร้างฐานเสียงให้แก่พรรคการเมือง

สำหรับ ปี พ.ศ. 2562 - ปัจจุบัน พบว่า การซื้อสิทธิ์ขายเสียงยังคงใช้ผู้มีอำนาจในท้องถิ่น อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรืออาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เข้ามาบีบคั้นในการเป็นหัวคะแนน เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับประชาชนที่ตนเองดูแล โดยใช้วิธีการโน้มน้าวให้ประชาชนเห็นถึงนโยบายของพรรคการเมืองที่ตนเองถูกรับเลือกให้เป็นหัวคะแนน และการใช้เงินสดยังคงนิยมในการซื้อสิทธิ์ขายเสียงมากกว่าการโอนเงินซึ่งมีหลักฐานที่สามารถเชื่อมโยงการกระทำความผิดหากถูกร้องเรียน นอกจากนี้ยังใช้วิธีการให้คำมั่นสัญญาว่าจะกระทำหรือพัฒนาประเทศจากพรรคการเมืองหากชนะการเลือกตั้ง และการสร้างนโยบายสาธารณะที่ประชาชนให้ความสนใจเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดกระแสความนิยมและจงรักภักดีต่อพรรคการเมือง เช่น แก้มอากาศ 112 นโยบายแจกเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาท เป็นต้น

จึงเห็นได้ว่า การปกครองระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ซึ่งมี 1 สิทธิ 1 เสียง ในการลงคะแนนคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติและอุดมการณ์ตรงกับความต้องการเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการปกป้องผลประโยชน์และให้บริการสาธารณะที่มีคุณภาพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชน สำหรับการเลือกตั้งครั้งหนึ่ง ๆ มักจะมีประชาชนบางกลุ่มที่เห็นเพียงสิ่งตอบแทนเพียงฉาบฉวย เช่น เงิน สิ่งของ การสัญญาว่าจะให้ เป็นต้น จากผู้สมัคร มักทำให้ผู้ที่มิอุดมการณ์ที่เป็นคู่แข่งเกิดความพ่ายแพ้และไม่ได้เข้ามาเป็นผู้ใช้อำนาจในการออกเสียงเพื่อปกป้องผลประโยชน์แทนตน ตรงข้ามกับผู้สมัครที่ได้รับคะแนนเสียงจากการทุจริต มักจะหาประโยชน์ให้แก่ตนเองและพวกพ้องเท่านั้น อันจะนำไปสู่บริการสาธารณะที่ด้อยคุณภาพและเกิดการคอร์รัปชันในที่สุด ปัญหาการซื้อสิทธิ์ขายเสียงนั้นไม่เพียงเกิดขึ้นกับประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นกับหลาย ๆ ประเทศที่กำลังพัฒนาและพัฒนาแล้ว อาทิเช่น ประเทศอินเดีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะนำเสนอพัฒนาการรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียงที่เกิดขึ้นในสังคมไทย เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียง และสามารถตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการซื้อสิทธิ์และขายเสียง

พัฒนาการรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียง

การซื้อสิทธิ์ขายเสียงไม่ได้เป็นปัญหาในการพัฒนาระบอบประชาธิปไตยของไทย แต่เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติของชนชั้นกลางที่มีต่อชนชั้นล่างอย่าง “เป็นอื่น” โดยไม่ทำความเข้าใจในฐานะของมนุษย์ที่เท่าเทียมและยังสะท้อนถึงโครงสร้างสังคมการเมืองที่ไม่เป็นธรรม (นิรุฒ นิยมทรัพย์, 2550) ซึ่งเห็นได้จากการที่คนจนมักจะฝากความหวังไว้กับนักการเมืองที่ไร้อุดมการณ์และแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองและพวกพ้อง ด้วยเหตุนี้จึงเกิดช่องว่างในการซื้อสิทธิ์ขายเสียงด้วยการเสนอให้ค่าตอบแทนเพียงเล็กน้อย และคำมั่นสัญญาแก่ประชาชน ปัจจุบันยังมีการซื้อสิทธิ์ขายเสียงหลงเหลืออยู่ในสังคมไทย และได้พัฒนาการรูปแบบให้มีความแนบเนียนมากขึ้น การซื้อสิทธิ์ขายเสียงถือว่เป็นการกระทำความผิดกฎหมายที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั้งผู้ที่ซื้อเสียงและผู้ขายเสียงตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 มาตรา 101 ห้ามมิให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเรียกรับ หรือยอมจะรับเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดสำหรับตนหรือผู้อื่น เพื่อลงคะแนนหรืองดเว้นไม่ลงคะแนน และมาตรา 164 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 95 วรรคสอง มาตรา 96 มาตรา 98 มาตรา 100 หรือ มาตรา 101 ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งปีถึงห้าปี หรือปรับตั้งแต่ สองหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ศาลสั่งเพิกถอนสิทธิเลือกตั้งของผู้นั้นมีกำหนดสิบปี (สุนทรี ทับมาโนช, 2562) การจ่ายเงินเพื่อซื้อเสียงเลือกตั้งกลายเป็นข้อ

กล่าวหาหลักของความล้มเหลวของกระบวนการเลือกตั้งในบางครั้งหรือการเอาชนะคู่แข่งทางการเมืองและถือเป็นสาเหตุที่ยังคงเป็นปัญหามาโดยตลอด เนื่องจากพบว่าสถิติความเคลื่อนไหวของการใช้เงินซื้อเสียงยังคงมีปริมาณที่สูงส่งผลให้จำนวนเงินที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นปัจจัยสำคัญของการแข่งขันในเวทีการเมือง ซึ่งกลายเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาทางการเมือง (ชาญชัยจิตร เหล่าอาพร, 2561, หน้า 2-3) การทุจริตดังกล่าวจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ขัดขวางความสำเร็จ เหนียวรั้ง และบ่อนทำลายการพัฒนากระบวนการปกครองระบอบประชาธิปไตยอย่างใหญ่หลวง เพราะเมื่อมีการลงทุนซื้อเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เพื่อเข้าสู่อำนาจทางการเมืองด้วยแนวคิดเดียวกับการลงทุนในลักษณะเดียวกับการค้าขาย ซึ่งผู้ลงทุนย่อมมุ่งหวังผลตอบแทนหรือกำไรที่จะได้รับการการลงทุนนั้น ผู้ลงทุนซื้อเสียงย่อมต้องหวังผลกำไรเช่นกัน ดังนั้น เมื่อซื้อเสียงได้สำเร็จจนได้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ก็ย่อมจะแสวงหาผลประโยชน์จากตำแหน่งหน้าที่ทางการเมืองนั้น เพื่อให้ได้เงินลงทุนที่ซื้อเสียงคืนกลับมาพร้อมด้วยกำไร รวมไปถึงการมุ่งแสวงหาผลประโยชน์ในรูปตัวเงิน เพื่อจะสะสมไว้สำหรับการซื้อเสียงในการเลือกตั้งครั้งต่อไป เป็นต้น (โอฬาร ถิ่นบางเตียว และนครินทร์ เมฆไตรรัตน์, 2566) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้แบ่งพัฒนาการรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียงในปัจจุบันออกเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การซื้อเสียงในลักษณะของการให้เงิน

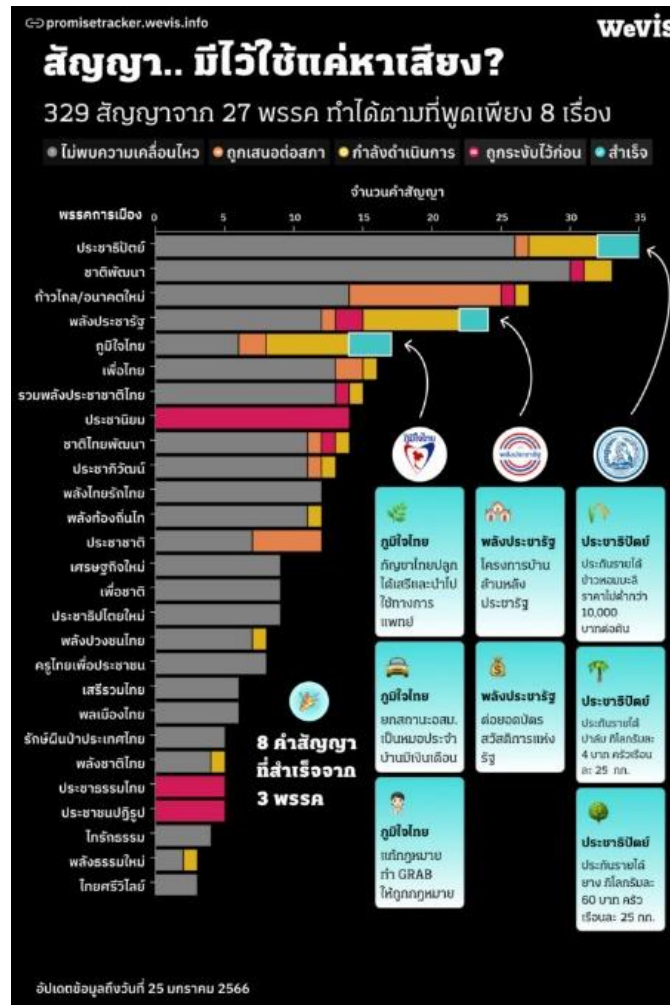
การจ่ายเงิน คือ วิธีการคลาสสิกที่ใช้ได้ในทุกยุคสมัย ไม่จำเป็นต้องเย็บแบงค์ติดเบอร์ผู้สมัครและพรรคอย่างยุคที่เรียก “ยี่ห้อย 120” การสแกนจ่ายเงินแบบพร้อมเพย์ หรือ โอนเงินผ่านเน็ตแบงก์กิ้ง ก็เสี่ยงต่อการถูกตรวจสอบเส้นทางการเงินและส่อผิดกฎหมายเลือกตั้ง ดังนั้น การกำเงินสด แล้วใช้ยุทธวิธียิงกระสุนให้เข้าไป ใช้ทั้งอาวุธหนักอาวุธเบา โดยกลยุทธ์แชร์ลูกโซ่แบบขายตรง ให้ “หัวคะแนน” ในพื้นที่เป็นแม่ข่าย นำเงินสดไปซื้อเสียงจึงได้ผลมากกว่า โดยปัจจุบันมีการใช้วิธีซื้อคะแนนจากหัวคะแนนแบบตัดยอด ซึ่งเป็นวิธีการของพรรคการเมืองทุนหนา หากพบว่ากลุ่มหัวคะแนนของพรรคใดมีการเก็บบัตรประชาชนไปแล้ว หรือมีคะแนนในมือมากกว่า ก็จะเข้าไปประมูลซื้อคะแนนจากหัวคะแนนกลุ่มนั้น มาให้พรรคของตัวเองแทน (ไทยพีบีเอส, 2566) สอดคล้องกับวรลักษณ์ พุ่มพวง และสมเกียรติ วันทะนะ (2556, หน้า 146-159) ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทหัวคะแนนกับการเลือกตั้งในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า วิธีการหนึ่งที่ผู้สมัครนิยมใช้ในการซื้อสิทธิ์ขายเสียงกันมากคือการใช้บุคคลเป็นหัวคะแนนในการช่วยเหลือตนในการหาเสียงเพื่อขอความสนับสนุนจากประชาชน โดยหัวคะแนนมักอยากได้ผลตอบแทนจากผู้สมัครเป็นเงินสด รองลงมาคือการสร้างความนิยมให้กับผู้สมัครที่ตนสนับสนุนด้วยการกล่าวถึงคุณงามความดีและผลงานที่ผ่านมาและเรื่องการสร้างความนิยมให้กับผู้สมัครที่ตนสนับสนุนด้วยการกล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นของผู้สมัครที่ตนสนับสนุน จึงเห็นว่า ผู้สมัครมักใช้หัวคะแนนเป็นเครื่องมือในการสร้างเครือข่ายและการจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทน เนื่องจากเงินเป็นสิ่งที่เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและยังได้รับความนิยมในปัจจุบัน

ยกตัวอย่าง

การให้เงินนี้เกิดขึ้นในช่วงของการเลือกตั้งในระดับ อบจ. พื้นที่ในการเลือกตั้งมีขนาดใหญ่ทั้งจังหวัด การหาเงินของผู้สมัครที่ต้องการใช้เงินซื้อเสียงนั้นต้องทำอย่างระมัดระวัง ต้องมั่นใจว่า เงินที่ลงไปจะนำไปสู่ฐานคะแนนเสียงของตนจริงๆ มิเช่นนั้นเงินนั้นจะสูญเปล่า จากการสำรวจ พบว่า มีการจ่ายในอัตราที่แตกต่างกันไป องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ไนน์ที่มีการแข่งขันกันรุนแรงจะมีอัตราการจ่ายเงินมากถึงคนละ 500 - 1,000 บาท ซึ่งอาจมีการจ่ายทีละหลายรอบ เช่น จ่ายตอนที่มีการจัดเวทีปราศรัย มีการให้ลงชื่อผู้ที่มาฟัง และจ่ายอีกทีใกล้เลือกตั้งเพื่อรักษารฐานคะแนนไม่ให้อีกฝ่ายมาชิงไปได้ ส่วนในระดับเทศบาล ถึงแม้จะบอกว่า เป็นพื้นที่เมือง คนมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่าในชนบท การซื้อเสียงของนักการเมืองยังคงมีอยู่ อัตราการจ่ายเงินก็ขึ้นกับความเข้มข้นในการแข่งขัน โดยเฉพาะ

อยู่ที่ 500-2,000 บาท ยิ่งมีการแข่งขันกันดุเดือดเงินที่สูงไปยังสูงมากขึ้น แต่ทั้งนี้เทศบาลสามารถจ่ายเงินได้มากกว่า อบจ. นั่นเพราะว่ามีพื้นที่เล็กกว่าทำให้ลงเงินไปได้มากกว่า สำหรับในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) การใช้เงินซื้อเสียงในพื้นที่กลับมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าในระดับ อบจ. และเทศบาล ทั้งนี้ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หนึ่งมีพื้นที่ขนาดเล็ก มีประชากรไม่ถึง 5,000 คน ตามที่กฎหมายกำหนด ส่งผลให้นักการเมืองที่จะใช้เงินในการซื้อเสียงสามารถทุ่มเงินลงไปได้ เพราะสามารถที่จะคาดคะเนคะแนนที่ตัวเองจะได้รับจากการใช้เงินในการหาเสียงได้ (ปฐวี โชติอนันต์, 2564) รูปแบบนี้เกิดขึ้นตั้งแต่การเลือกตั้งเมื่อปี 2522 ยุคที่ประชาธิปไตยเริ่มฟื้นตัวกลับมาเป็นประชาธิปไตยครึ่งใบ ซึ่งทำให้การเลือกตั้งมีความหมายก่อนยุคที่เดิมที่ใครจะขึ้นสู่อำนาจต้องทำรัฐประหาร การเลือกตั้งปี 22 เป็นครั้งแรกที่เริ่มมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด แต่ตอนนั้นพรรคการเมืองไม่มีนโยบาย ก็เกิดสิ่งที่เรียกว่า ไรครอยเอ็ดเกิดขึ้น เคารองเท้าแตะไปแจก แต่ว่าแจกให้ข้างเดียว แล้วก็บอกว่าถ้าเลือกผมเฉย ผมจะเอาอีกข้างหนึ่งที่เหลือมาแข่งให้ หรือว่าแจกน้ำปลาแจกปลาหู ยุคนั้นเป็นยุคที่โบราณไม่ได้ซับซ้อน ก็คือแจกส่งของอย่างนี้ หรือไม่ก็แจกเงิน 100-200 เราเรียกว่ามันเป็นการพุ่งเป้าไปที่ Individual voter (ผู้เลือกตั้งเป็นรายบุคคล) (ธวัชชัย ศุภดิษฐ์, 2557) สอดคล้องกับวิไลวัจส์ ฤกษ์ระฤติ (2557, หน้า 64) ที่กล่าวว่า วิธีการซื้อสิทธิขายเสียงเลือกตั้ง ตามความคิดเห็นของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า หัวคะแนนของผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ให้สิ่งของแก่ผู้เลือกตั้ง เช่น เสื้อผ้า ของใช้ ให้เงิน ในการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นหัวคะแนนจะให้เงินประมาณคนละ 500 บาท ถึง 1,000 บาท และ 2,000 บาทมากกว่าการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สส.) สมาชิกวุฒิสภา (สว.) วิธีให้เงินได้ให้หลายครั้ง คืนใกล้วันเลือกตั้งก็จะให้เงินอีกเพื่อการย้ำความแน่นอน การให้อาหารแก่ผู้เลือกตั้ง เช่น ข้าว ข้าวเหนียว แบ่งเนื้อวัวเนื้อหมู ให้ไปบริโภคก่อน นอกจากนี้มีการให้บริการ เช่น การนำหัวคะแนนไปทัศนศึกษา ทั้งส่งพาหนะไปรับ-ส่งผู้เลือกตั้ง และให้ความช่วยเหลือไปร่วมงาน บวชงานงานแต่งงาน งานศพ มีการพนันคู่แข่ง และนโยบายประชานิยม ของพรรคการเมืองถือว่าเป็นการซื้อสิทธิขายเสียงอีกวิธีหนึ่ง จะเห็นได้ว่า ในการแจกเงินซื้อเสียงนั้น ผู้สมัครจะส่งเงินไปเป็นทอด ๆ จากผู้มีอิทธิพลในระดับอำเภอหรือจังหวัดผ่านหัวคะแนนในระดับหมู่บ้านไปยังชาวบ้านที่จะใช้สิทธิเลือกตั้ง ในที่สุด องค์ประกอบที่ทำให้เกิดการซื้อสิทธิขายเสียงในกระบวนการเลือกตั้งนั้น มี 3 ฝ่าย ได้แก่ ประชาชน ผู้สมัครรับเลือกตั้ง และตัวแทนของทางราชการประชาชนเกี่ยวข้องกับการซื้อสิทธิขายเสียง เพราะประชาชนที่อยู่ตามชนบทหรือพื้นที่ที่ห่างไกลความเจริญมักจะขาดแคลนสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โรงพยาบาล โรงเรียน หรือบางแห่งขาดแคลนปัจจัยในการดำรงชีวิตประจำวัน ดังนั้น เมื่อมีการเลือกตั้งประชาชนมักจะเลือกผู้สมัครที่มีอุดมการณ์และเน้นประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวม สิ่งจูงใจคือตำแหน่งที่ได้รับหลังจากการเลือกตั้งสามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมอย่างมหาศาล ส่งผลให้บรรดาผู้สมัครต่างยอมทุ่มเงินหลายหมื่นล้านบาทเพื่อซื้อเสียง หวังชนะเลือกตั้งได้รับเลือกตั้ง เมื่อประชาชน รับผู้สมัครที่ใช้เงินซื้อเสียง และการได้รับผลตอบแทนก็กลายเป็นประเพณีนิยมไปแล้วนั้น ผู้สมัครที่ไม่แจกเงินจึงกลายเป็นคนแล้งน้ำใจ ในขณะที่ตัวแทนของทางราชการ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน สมาชิกสภาเทศบาล นักการเมืองท้องถิ่น รวมทั้งข้าราชการ ที่มีอำนาจหน้าที่ ที่จะให้คุณให้โทษแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นกลุ่มบุคคลที่มักจะได้รับผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากผู้สมัคร นอกจากจะได้เงินเป็นค่าตอบแทนแล้วยังเอื้อผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน (วิชัย โสสุวรรณจินดา, 2557)

2. รูปของการให้ค้ำประกันสัญญาว่าจะช่วยเหลือ



ภาพที่ 1 สถิติคำมั่นสัญญาของพรรคการเมืองในสมัยการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2562

ที่มา : <https://wevis.info/promise-tracker-summary/>

จากสถิติเกี่ยวกับคำมั่นสัญญาของพรรคการเมืองที่ได้รับเลือกเป็นรัฐบาลหรือร่วมรัฐบาลหรือพรรคฝ่ายค้านในสมัยการเลือกตั้งครั้งเมื่อปี พ.ศ. 2562 จำนวน 329 คำมั่นสัญญา จาก 27 พรรคการเมือง พบว่า คำมั่นสัญญาที่ดำเนินการได้จริง คือ นโยบายที่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตเนื่องจากเป็นเรื่องปากท้องและการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น สำหรับ 238 คำมั่นสัญญา ไม่มีการหยิบยกขึ้นมาดำเนินการเพื่อประชาชน และอีก 30 คำมั่นสัญญาถูกระงับไป โดยพรรคภูมิใจไทยทำสำเร็จ 3 คำมั่นสัญญา จากที่หาเสียงไว้ 17 คำมั่นสัญญา ได้แก่ รักษาไทย ปลูกได้เสรี และนำไปใช้ทางการแพทย์ แก้กกฎหมายที่เป็นอุปสรรค sharing economy (ทำ Grab ให้ถูกกฎหมาย) และยกสถานะอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นหมอประจำบ้านได้ค่าตอบแทน 2,500-10,000 บาท และหมอประจำหมู่บ้านได้ค่าตอบแทน 5,000-10,000 บาท พรรคประชาธิปัตย์ทำสำเร็จ 3 คำมั่นสัญญา จากที่หาเสียงไว้ 35 คำมั่นสัญญา ได้แก่ ประกันรายได้ข้าวหอมมะลิ ราคาไม่ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อตัน ประกันรายได้ปาล์ม กิโลกรัมละ 4 บาท ครึ่งลิตรละ 25 กิโลกรัม และประกันรายได้ยาง กิโลกรัมละ 60 บาท ครึ่งลิตรละ 25 กิโลกรัม พรรคพลังประชารัฐทำสำเร็จ 2 คำมั่นสัญญา จากที่หาเสียงไว้ 24 คำมั่นสัญญา ได้แก่ โครงการบ้านล้านหลังประชารัฐ และต่อ ยอดบัตร

สวัสดิการแห่งรัฐ (เป็นคำสัญญาที่ต่อเนื่องมาจากคำสัญญาในสมัยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช.) สำหรับคำมั่นสัญญาที่ไม่พบความเคลื่อนไหว ได้แก่ พรรคพลังไทยรักไทย พรรคประชาธิปัตย์ใหม่ พรรคเศรษฐกิจใหม่ พรรคครูไทยเพื่อประชาชน พรรคพลเมืองไทย รักษ์ฝันป่าประเทศไทย และพรรคไทรักธรรม ซึ่งสิ่งที่ประชาชนทุกคนทำได้ คือการติดตามและตรวจสอบการทำงานของนักการเมืองและพรรคการเมืองที่อยู่ในสภาผู้แทนฯ โดยอย่าปล่อยให้คำมั่นสัญญาเป็นของฟุ่มเฟือยในการหาเสียง และอย่าปล่อยให้การผิดสัญญาเป็นเรื่องที่ยอมรับได้

ยกตัวอย่าง

สมจิตต์ รัตนอุดมโชค (2552) ทำการศึกษาเรื่อง การซื้อสิทธิขายเสียง ในจังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อสิทธิขายเสียงในจังหวัดสกลนคร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในจังหวัดสกลนครกับรูปแบบ และความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อสิทธิขายเสียง และศึกษาแนวทางการป้องกันการซื้อสิทธิขายเสียงในจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษารูปแบบและความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อสิทธิขายเสียงในจังหวัดสกลนครพบว่า โดยผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในเขตจังหวัดสกลนครคำนึงถึงภาพรวมในการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเรียงตามลำดับ ความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) พรรค 2) ผู้สมัครเป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม 3) หัวหน้าพรรค 4) ผู้สมัครมีผลงาน 5) ผู้สมัครมีความรู้และในการเลือกส.ส. แบบสัดส่วนเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ได้แก่ 1) ชอบนโยบายของพรรค 2) ชอบพรรค 3) ชอบหัวหน้าพรรค โดยรูปแบบการซื้อเสียงของผู้สมัครในเขตจังหวัดสกลนครส่วนใหญ่จะใช้วิธีให้สัญญาว่าจะผลักดันงบประมาณเข้าพื้นที่มากที่สุด รองลงมาสัญญาว่าจะพัฒนาสิ่งก่อสร้างในหมู่บ้านพื้นที่และสัญญาว่าจะให้สวัสดิการต่าง ๆ

3. รูปแบบของนโยบายพัฒนาพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน

“นโยบาย” เปรียบเสมือนสินค้าที่พรรคการเมืองเสนอขายต่อให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อด้วยการลงคะแนนให้ การเสนอนโยบายในกระบวนการเลือกตั้งอาจมีใช้เครื่องมือการันตีว่านโยบายเหล่านั้นจะเกิดขึ้นจริง แต่เป็นเพียงสิ่งเดียวที่จะทำให้ประชาชน รู้ว่าพรรคการเมืองที่พวกเขาจะลงคะแนนให้นั้นมีความตั้งใจที่จะนำพาประเทศไปสู่ทิศทางใด ขณะเดียวกันก็เป็นกระจุกสะท้อนแนวคิด วิสัยทัศน์ของพรรคการเมืองว่าคำนึงถึงคนทุกกลุ่มในสังคมมากน้อยเพียงใด สำหรับการเลือกตั้งปี 2566 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคมที่ผ่านมา ประเด็นที่พรรคการเมืองเสนอนโยบายร่วมกันมากที่สุดคือ นโยบายการจัดการมลพิษทางอากาศ เช่น ฝุ่น PM2.5 กำมะถันรั่วไหล โดยพรรคนำเสนอเสนอนโยบายที่เกี่ยวกับประเด็นนี้ มีทั้งหมด 8 พรรค ได้แก่ พรรคก้าวไกล พรรคชาติไทยพัฒนา พรรคไทยสร้างไทย พรรคพลังประชารัฐ พรรคเพื่อไทย พรรคภูมิใจไทย พรรครวมไทยสร้างชาติ และพรรคเสรีรวมไทย อันเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อน SDGs จำนวน 2 เป้าหมาย ได้แก่ SDG3 โดยเฉพาะเป้าหมายย่อยที่ 3.9 ลดจำนวนการตายและการเจ็บป่วยจากสารเคมีอันตรายและจากมลพิษและการปนเปื้อนทางอากาศ น้ำ และดิน ให้ลดลงอย่างมาก และได้แก่ SDG11 โดยเฉพาะเป้าหมายย่อยที่ 11.6 ลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมต่อหัวประชากรในเขตเมือง รวมถึงการให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อการจัดการคุณภาพอากาศ การจัดการของเสียของเทศบาล และการจัดการของเสียอื่น ๆ

ขณะที่ประเด็นที่พรรคการเมืองมีการเสนอนโยบายน้อยที่สุด มีทั้งสิ้น 1 ประเด็น คือ ประเด็นนโยบายปรับปรุงเมืองให้เอื้อต่อการดำรงชีวิตของคนทุกกลุ่ม (universal design) โดยมีพรรคเสนอนโยบายเพียง 1 พรรค คือ พรรคเพื่อไทย ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อน SDG10 โดยเฉพาะเป้าหมายย่อยที่ 10.2 ให้อำนาจและส่งเสริมความครอบคลุมด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมืองสำหรับทุกคน โดยไม่คำนึงถึงอายุ เพศ ความบกพร่องทางร่างกาย หรือสถานะทางเศรษฐกิจหรือสถานะอื่น ๆ และ SDG11 โดยเฉพาะเป้าหมายย่อยที่ 11.3 ยุกระดับการพัฒนาเมืองและขีด

ความสามารถให้ครอบคลุมและยั่งยืน เพื่อการวางแผนและการบริหารจัดการการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์อย่างมีส่วนร่วม บูรณาการและยั่งยืน

จากข้อสังเกตพบว่ามีเพียงพรรคการเมืองเท่านั้นที่เสนอนโยบายข้างต้น ซึ่งปรับปรุงเมืองให้เอื้อต่อการดำรงชีวิตของคนทุกกลุ่มเป็นประเด็นขับเคลื่อนที่สำคัญที่กระทรวงคมนาคม ได้สนับสนุนการจัดระบบเมือง โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในภาคขนส่งสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุที่จะเป็นกรอบในการดำเนินงานแก่ทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นการออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อทุกคนและไม่เลือกปฏิบัติต่อใครคนใดคนหนึ่ง เพื่อส่งเสริมให้คนกลุ่มนั้นเข้าถึงการใช้งานพื้นที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองต่อการดำรงชีวิตในสังคมของคนทุกกลุ่ม (พิมพ์นารา อินตะประเสริฐ แพรพรรณ คิริเลิศ และอดิรุจ เตชะ, 2566) จะเห็นว่า นโยบายที่พรรคการเมืองได้กำหนดขึ้นมานั้นได้เสนอเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานของสังคมเป็นสำคัญเนื่องจากเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของประชาชน หากประชาชนเล็งเห็นได้ว่านโยบายของพรรคการเมืองสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมมีโอกาสที่พรรคการเมืองนั้นจะถูกเลือกมากขึ้น แต่การเสนอนโยบายก็ไม่ว่าจากริเริ่มที่ว่าพรรคที่ชนะการเลือกตั้งจะหยิบยกขึ้นมาดำเนินการได้ ซึ่งอาจทำให้ประชาชนผิดหวังและขาดความเชื่อมั่นต่อพรรคการเมือง

ยกตัวอย่าง

เมื่อเข้ามาดำรงตำแหน่งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สิ่งสำคัญที่นักการเมืองต้องทำคือการออกนโยบายเพื่อพัฒนาพื้นที่ นโยบายที่ออกมานั้นด้านหนึ่งเอื้อประโยชน์ให้ชาวบ้านในพื้นที่ในการทำมาหากิน แต่อีกด้านหนึ่งเอื้อประโยชน์ให้กับนักการเมืองโดยเฉพาะที่ดินที่ตนถือครองไว้มีราคาสูงขึ้นเพราะมีถนนตัดผ่าน หรือได้รับสัมปทานรับเหมาก่อสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในชุมชน การทำแบบนี้เรียกได้ว่าเป็นการครองอำนาจทางจิตใจในระดับโครงสร้างมากกว่าที่จะมีอิทธิพลในระดับปัจเจกบุคคล (ปฐวี ไซตอนันต์, 2564) จะเห็นว่า การเลือกตั้งหลังปี พ.ศ. 2540 แต่ละพรรคจะมีชุดนโยบายที่ต่างกัน พรรคไทยรักไทยก็มาชุดหนึ่ง มี 30 บาทรักษาทุกโรค มีกองทุนหมู่บ้าน พรรคประชาธิปัตย์ก็มีอีกชุดหนึ่งต่างกันไป ใครหาเสียงด้วยการแจกเงินอย่างเดียว อันนี้ไม่จริงแล้ว เงินไม่ใช้ปัจจัยที่เพียงพออีกต่อไปแล้ว ถ้าหาเสียงด้วยวิธีแบบนี้แบบนั้นอย่างเดียวยกสอบตกด้วย (วัชรชัย ศุภดิษฐ์, 2557) ประกอบกับวัชรชัย โสสุวรรณจินดา (2557, หน้า 5-1 – 5-2) กล่าวว่า ปัจจุบันมีการซื้อเสียงผ่านทางนโยบายประชานิยม/กลไกทางนโยบายรัฐ โดยเฉพาะโครงการสวัสดิการต่าง ๆ ของรัฐอย่างชัดเจน มีการสร้างระบบอุปถัมภ์ต่อเนื่อง เพื่อสร้างบารมีแบบยังรากฝังลึกในพื้นที่ รวมทั้ง การเผยแพร่ข่าวปลอม (Fake news) ทางสื่อสังคมออนไลน์ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีบทบาทของพลเมืองในการป้องกันและแก้ไขปัญหาซื้อสิทธิ์ขายเสียงที่สำคัญ คือ บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) อันเป็นผลจากการทำงานในอดีตที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีการทำงานล่าช้า มีการปฏิบัติสองมาตรฐาน และไม่เกิดกรณีของการถูกดำเนินการจากการซื้อเสียง จึงส่งผลให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นและไม่เข้ามามีส่วนร่วม

4. การซื้อสิทธิ์ในทางนโยบายขายฝัน

ทุกครั้งที่มีการเลือกตั้งเกิดขึ้น นักการเมืองและพรรคการเมืองมักจะคิดค้นนโยบายและวาทกรรมสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจประชาชนเพื่อคาดหวังให้ตนเองและพรรคได้คัดเลือกเข้ามาเป็นตัวแทนประชาชน เมื่อได้รับเลือกเข้ามาแล้ว นโยบายต่าง ๆ ที่นำเสนอให้แก่ประชาชนจะทำตามได้ดังที่ปราศรัยไว้ตอนหาเสียงหรือไม่นั้นเป็นเรื่องของอนาคตว่าจะผลักดันให้นโยบายเหล่านั้นนำมาใช้ได้จริง ซึ่งลักษณะเหล่านี้เรียกว่าเป็นนโยบายขายฝันที่มักจะเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า เช่น นโยบายทำถนนที่ต้องกลายเป็นรอ 10 ปี อาทิ รถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสาย รวมไปถึง

นโยบายขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททันทีทั่วประเทศ หรือ การคืนภาษีรถยนต์คันแรก ซึ่งในที่สุดแล้วก็ทำไม่ได้อย่างที่โฆษณาหาเสียงเอาไว้ เพราะเต็มไปด้วยข้อจำกัด นโยบายบางอย่างที่ปราศจากการกลั่นกรอง เช่น การถมทะเลสร้างเมืองใหม่ ถึงแม้อาจทำได้จริงแต่ก็อาจนำไปสู่ปัญหาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และอื่น ๆ ที่มีความสลับซับซ้อนอีกมากมาย (รณพงศ์ คำนวนนิตพิทย์, 2554) ดังนั้น ประชาชนในฐานะเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยจะต้องรับฟังเหตุผลของนโยบายที่นักการเมืองและพรรคการเมืองนำเสนอแล้วนำมาพิจารณาความเป็นไปได้ว่านโยบายที่ถูกนำมาหาเสียงมีความเป็นไปได้ที่จะสำเร็จหรือไม่ ในคราวการเสวนาวิชาการเนื่องในวันสัญญา ธรรมศักดิ์ ประจำปี 2566 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดร.กิตติพงศ์ แนวมาลี หัวหน้าทีมการปฏิรูปกฎหมาย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) กล่าวว่า TDRI ได้ทำการศึกษานโยบายของ 9 พรรค รวม 87 นโยบาย ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 20 ก.พ. 2566 โดยพบว่าภาพรวมนโยบายครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา สุขภาพ ธุรกิจ SME ตลอดจนการปฏิรูปกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ทั้งนี้ พบว่าหลายนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเป็นนโยบายระยะยาวกลับไม่ค่อยเห็นภาพความชัดเจนของงบประมาณเท่าใด โดยพบอีกว่าหากพรรคการเมืองมีการทำตามนโยบายที่หาเสียงจริงจะต้องใช้งบประมาณสูงถึง 3 ล้านล้านบาท ที่สุดแล้วรัฐบาลเสี่ยงไม่ได้ที่จะก่อหนี้สาธารณะเพิ่ม (สยามรัฐออนไลน์, 2566) จะเห็นว่านโยบายของรัฐต่าง ๆ ล้วนทำให้เกิดหนี้สาธารณะเพิ่มมากขึ้น โดยงบลงทุนของประเทศจะมีจำนวนลดลงเนื่องจากจะต้องนำเงินไปใช้หนี้ที่กู้ยืม ในระยะยาวอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน และอาจจะต้องใช้เงินนอกงบประมาณผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ (มาตรการกึ่งการคลัง) โดยไม่ต้องผ่านการพิจารณาของสภา และอาจเกิดปัญหาเรื่องความโปร่งใสของการใช้เงินงบประมาณดังกล่าว ดังนั้น เมื่อมองถึงศักยภาพเงินงบประมาณของรัฐแล้ว นโยบายต่าง ๆ ที่พรรคการเมืองนำเสนออาจจะไม่สามารถดำเนินการได้ทุกนโยบาย ในการเลือกตั้งทุกครั้งประชาชนควรพิจารณา ดังนี้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2566)

- 1) นโยบายแต่ละด้านที่แต่ละพรรคการเมืองนำเสนอสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศในปัจจุบัน รวมถึงอนาคตอีก 4 ปีข้างหน้าหรือไม่
- 2) บุคลากรของพรรคมีศักยภาพ โดยเฉพาะผู้ที่พรรคเสนอให้เป็นแคนดิเดตนายกรัฐมนตรีมีศักยภาพทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติเพียงพอที่จะนำนโยบายที่นำเสนอไว้ในแต่ละด้านไปดำเนินการให้บรรลุผลตามที่กำหนดไว้ได้หรือไม่ และมากน้อยเพียงใด
- 3) เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบทางการเมืองรอบด้านแล้ว พรรคการเมืองเจ้าของนโยบายมีโอกาสได้รับเลือกเข้ามามากพอที่จะเป็นรัฐบาลพรรคเดียวได้หรือไม่ ถ้าไม่สามารถเป็นรัฐบาลพรรคเดียว เป็นพรรคแกนนำได้หรือไม่ ถ้าไม่สามารถเป็นได้โอกาสที่จะนำนโยบายไปดำเนินการให้บรรลุผลในทางปฏิบัติเป็นไปได้ยาก
- 4) ในอดีตที่ผ่านมา พรรคการเมืองได้นำเสนอนโยบายต่อนหาเสียง ครั้นได้เป็นรัฐบาลไม่ได้ดำเนินการตามนโยบายที่บอกไว้หรือนำมาดำเนินการแล้วไม่เป็นไปตามที่ให้คำมั่นสัญญาไว้ อนุমানได้ในครั้งนี้ก็คงไม่ต่างไปจากอดีตคือ พูดได้ ทำไม่ได้เหมือนเดิม

ยกตัวอย่าง

ภูริวัจน์ ภูณยุตติปริดา (2564, หน้า 269) ทำการศึกษาเรื่อง การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองไทยตามรัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2560 ผลการศึกษา พบว่า การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองไทยมีเหตุปัจจัยที่มีความซับซ้อน และหลากหลายกระจายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะต่อเหตุผลที่ยึดโยงอยู่กับขบวนการทางสังคม การเมืองภายนอกมากกว่ายึดโยงอยู่กับตัวผู้นำและแกนนำภายในพรรค ขณะเดียวกันการวัดผลสำเร็จก็จะถ่ายเทน้ำหนักไปที่การสร้างอิทธิพลต่อสังคม การเมือง และเป้าหมายคือการได้รับเลือกตั้งเพียงประการเดียว นโยบายพรรคการเมืองมี

ลักษณะ “ขายฝัน” ไม่สามารถแก้ไขปัญหของประชาชนได้จริง ในการทำความเข้าใจสภาพการณ์หรือปัญหาของการกำหนดนโยบาย อาจมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจขั้นตอนและโครงสร้างของพรรคการเมืองอย่างถ่องแท้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ที่ผ่านมามีการกล่าวหาว่า การศึกษาเรื่องกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองมีเพียงความมุ่งหมาย หรือมีเป้าหมายเพียงผลได้/เสียในการเลือกตั้งมากกว่าการกำหนดนโยบายที่สามารถแก้ไขปัญให้กับท้องถิ่นหรือสังคมได้จริง จึงประสบกับปัญหาของการเหมารวมและไม่สามารถอธิบายปัญหาที่เกิดขึ้นจริงได้ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองไทย คือ 1) นโยบายเหล่านั้นทำให้เกิดปัญหาหรือภาระหนี้สินแก่ประชาชนในระยะยาว เช่น นโยบายลดค่าน้ำที่ให้ผู้ที่ยังไม่เคยมีรถยนต์ซื้อรถยนต์ แม้รัฐบาลจะมีเงินช่วยเหลือแต่ก็ก่อให้เกิดภาระหนี้สินแก่ประชาชนเกินจำเป็น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักศึกษาที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาใหม่และเพิ่งเข้าสู่ระบบงาน และผู้ที่ได้ผลประโยชน์โดยมาก ก็คือกลุ่มบริษัทค้ารถยนต์ใหม่ เป็นต้น 2) นโยบายส่วนใหญ่ถูกกำหนดมาเพื่อผลลัพธ์ คือ คะแนนเสียง บางนโยบายก็ไม่สามารถทำได้จริงเพราะไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เช่น กำหนดนโยบายให้ค่าแรงขั้นต่ำที่สูงเกินไป ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง

นอกจากนี้ขอยกตัวอย่างกรณีพรรคเพื่อไทยที่ได้เสนอนโยบายเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาท ให้ประชาชนทุกคนที่มีอายุเกิน 16 ปีขึ้นไป เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งมีรายละเอียดของนโยบาย ดังนี้ (มติชนออนไลน์, 2566)

- 1) เป็นการให้เงินดิจิทัลที่ไม่ใช่เงินสด เนื่องจากสามารถใช้เทคโนโลยีเข้ามาควบคุมการใช้จ่ายเงินผิดประเภท เช่น การพนัน ยาเสพติด หนี้นอกระบบ
- 2) สามารถนำไปชำระค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันได้
- 3) กำหนดระยะเวลาให้ใช้จ่ายใน 6 เดือน และจำกัดรัศมีการใช้งานตามที่อยู่ที่ปรากฏในบัตรประจำตัวประชาชนหรือทะเบียนราษฎรระยะทางไม่เกิน 4 กิโลเมตร หากพื้นที่ไหนไม่มีร้านค้าสามารถขยายได้ เหตุที่ไม่อนุญาตให้ใช้นอกพื้นที่เนื่องจากต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน
- 4) เป็นนโยบายระยะสั้นเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ
- 5) เป็นการสร้าง Blockchain โดยใช้เงื่อนไขเป็นตัวควบคุมรัศมีและระยะเวลาของการใช้จ่ายเงิน ระยะยาวทำให้ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินยุคใหม่ที่อิงอยู่บน central bank digital currency (CBDC)

สำหรับนายนิมิตร์ เทียนอุดม เครือข่ายภาคประชาชนเห็นว่า นโยบายเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาทดังกล่าวเป็นเพียงนโยบายระยะสั้นเท่านั้น ซึ่งเสนอให้นโยบายสามารถแก้ปัญหาในระยะยาวของประชาชนได้อย่างแท้จริง เนื่องจากเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาทนั้น หากทำได้จริงรัฐจะต้องใช้งบประมาณถึง 4 – 5 แสนล้านบาท ดังนั้นควรทบทวนนโยบายเกี่ยวกับบำนาญประชาชนแทน เพราะใช้งบประมาณที่ใกล้เคียงกันแต่เป็นการแก้ปัญหาที่ยาวนานกว่า ในส่วนของการใช้งานเห็นว่าประชาชนในเขตชนบทยังไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถรองรับการใช้งานของนโยบายเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาทได้ทุกคน (เดลินิวส์ออนไลน์, 2566) นอกจากนี้ ร้อยเอกธรรมนัส พรหมเผ่า ผู้สมัคร ส.ส.พะเยา พรรคพลังประชารัฐ เห็นว่านโยบายเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาทที่พรรคเพื่อไทยเสนอขึ้นมานั้นอาจมีปัญหาระยะทางในการใช้งานโดยเฉพาะชาติพันธุ์ที่อยู่ตามที่สูงที่มีปัญหารัศมีห่าง 4 กิโลเมตร (Spacebar, 2566) ดังนั้น นโยบายเงินดิจิทัล 1 หมื่นบาทของพรรคเพื่อไทยที่ได้เสนอขึ้นมานั้นจะเป็นไปได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับศักยภาพพรรคว่าจะผลักดันให้รัฐบาลหยิบยกนโยบายนี้ไปดำเนินการได้มากหรือน้อยเพียงใด หากทำไม่ได้ก็จะกลายเป็นนโยบายขายฝันที่อาจจะลดความเชื่อมั่นจากประชาชนในการนำมาพิจารณาเลือกนักการเมืองและพรรคการเมืองในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

5. การซื้อสิทธิในเชิงหุ้นส่วนธุรกิจการเมือง

“ธุรกิจการเมือง” เป็นคำที่ถูกบัญญัติขึ้นและนำมาใช้อธิบายระบบความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการเมืองในแง่ของผลประโยชน์อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โดยที่กลุ่มธุรกิจซึ่งในอดีตเคยเป็นเพียงผู้สนับสนุนอยู่เบื้องหลังนักการเมืองได้เข้ามามีบทบาทและอำนาจทางการเมืองโดยตรงมากขึ้นตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 2520 และมีการพัฒนารูปแบบอย่างเด่นชัดในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมามาภายหลังการเลือกตั้งเมื่อปี 2544 (ประเวศ วะสี, 2549 อ้างอิงในวิชิตา สาริตพร, 2556, หน้า 25) สอดคล้องกับคำกล่าวของนายสังคิด พิริยะรังสรรค์ ที่กล่าวว่า ธุรกิจการเมืองเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับการเมืองทั่วโลก โดยกลุ่มทุนจะหนุนหลังการก้าวสู่อำนาจของพรรคการเมืองต่าง ๆ ทั้งนี้คำว่าธุรกิจการเมืองเป็นคำศัพท์ที่เกิดขึ้นในการเมืองไทยตั้งแต่ปี 2540 ที่นักธุรกิจเริ่มหันผันตัวมาเล่นการเมืองมากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดตั้งพรรคการเมืองเป็นของตัวเอง แต่จุดเริ่มต้นที่นักธุรกิจเริ่มเข้ามาเล่นการเมือง คือตั้งแต่หลังยุค 14 ตุลา หลังจากหตุยุคการครองอำนาจของทหาร (วอยซ์ออนไลน์, 2565) นอกจากนี้ จุมพล นิยมพานิช (2548, อ้างอิงในสุตาวรรณ ประชุมแดง และคณะ, 2565, หน้า 105) กล่าวว่า กลุ่มนักธุรกิจที่เป็นนายทุนไทยได้เริ่มเข้ามามีบทบาททางการเมืองของไทยมากขึ้นในช่วงหลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 จากการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางเศรษฐกิจที่เน้นเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเป็นหลัก ซึ่งส่งผลให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทยเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบทุนนิยมอย่างรวดเร็ว ดังนั้นกลุ่มนายทุนขนาดใหญ่จึงมีอำนาจผูกขาดทางเศรษฐกิจมากขึ้นและเริ่มมีอำนาจเหนือกลุ่มอำนาจเก่าด้วย กลุ่มนักธุรกิจได้ใช้วิธีการพัฒนาเกี่ยวกับการเมืองโดยการสนับสนุนนักการเมืองหรือพรรคการเมือง โดยได้รับผลตอบแทนคือประโยชน์ในทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นอกจากนี้นักธุรกิจบางคนบางกลุ่มก็เข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการเมืองโดยตรงมากขึ้น โดยเข้าไปเป็นผู้บริหารโดยใช้อำนาจเงินเป็นฐาน ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าธุรกิจการเมืองมีความหมายในเชิงลบโดยการเมืองเป็นต้นตอสำคัญของการทุจริตคอร์รัปชันทั้งในวงการเมืองและราชการ ผลการสำรวจความเห็นประชาชนหลายครั้งยืนยันตรงกันว่าต้นตอสำคัญที่สุดของการฉ้อราษฎร์บังหลวง คือนักการเมือง เนื่องจากระบบธุรกิจการเมืองทำให้มีความจำเป็นต้องใช้เงินเอกอัครมหาศาล เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจจึงต้องสะสมทุนเพื่อซื้ออำนาจในรอบต่อ ๆ ไปด้วยการทุจริตจากโครงการต่าง ๆ ของรัฐ กลายเป็นวงจรอุบาทว์ทางการเมืองที่ไม่มีวันจบสิ้น เงินอาจจะจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แต่เงินอาจจะเป็นตัวการบ่อนทำลายการเมืองไม่ให้ประชาชนได้ (ไทยรัฐออนไลน์, 2557)

ยกตัวอย่าง

สุตาวรรณ ประชุมแดง และคณะ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง การขัดกันของผลประโยชน์ของกลุ่มธุรกิจการเมืองไทย ผลการศึกษาด้านแรงจูงใจจึงมีผลต่อพัฒนาการธุรกิจการเมือง พบว่า เป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการเมืองในเชิงผลประโยชน์ เช่น ทางการเมือง ทุนการเมือง ธานีปไตย เป็นต้น ธุรกิจการเมืองเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โดยที่กลุ่มธุรกิจได้เข้ามามีบทบาทและอำนาจทางการเมืองเพื่อหวังสร้างความมั่งคั่งให้กับตนเองและคนรอบข้างโดยเฉพาะเพื่อรับผลประโยชน์การรับของขวัญจากบริษัทธุรกิจ บริษัทขายยาหรืออุปกรณ์การแพทย์สนับสนุนค่าเดินทางให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ไปประชุม เรื่องอาหารและยาที่ต่างประเทศ หรือหน่วยงานราชการรับเงินบริจาคสร้างสำนักงานจากนักธุรกิจหรือบริษัทธุรกิจที่เป็นลูกค้าของหน่วยงานหรือแม้กระทั่งในการใช้งบประมาณของรัฐเพื่อจัดซื้อจัดจ้าง แล้วเจ้าหน้าที่ได้รับของแถมหรือผลประโยชน์อื่นตอบแทน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับเกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม (2522, อ้างอิงในวิชิตา สาริตพร, 2556, หน้า 27) ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทของชนชั้นนายทุนต่อการพัฒนาประชาธิปไตย พบว่า นายทุนไทยเริ่มเข้ามาเริ่มเข้าสู่กระบวนการเลือกตั้งด้วยการทุ่มเงินในการเลือกตั้งเพื่อชื่อเสียงจากประชาชน ทำให้เงินมีความสำคัญต่อพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งมากขึ้น

โดยเฉพาะหลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 นักธุรกิจชั้นนำของไทยมักจะมีบทบาททางการเมืองโดยตรงมากกว่า เพราะได้เปรียบในการแข่งขัน มีฐานะการเงินดีกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ



ภาพที่ 2 พัฒนาการรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียง

บทสรุป

การเลือกตั้งเป็นหลักการสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่ประชาชนทุกคนล้วนมีสิทธิเท่าเทียมกัน และเป็นกิจกรรมทางการเมืองเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแทนของประชาชนในการใช้สิทธิแทนตน ปัจจุบันการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2566 พบว่า มีแนวโน้มจะมีการซื้อเสียงเลือกตั้งจำนวนร้อยละ 62.60 ซึ่งให้เห็นว่า การทุจริตดังกล่าวสามารถทำให้ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองสามารถเอาชนะคู่แข่งและเข้ามาบริหารประเทศได้ ซึ่งคะแนนเสียงที่เกิดจากการซื้อสิทธิ์ขายเสียงย่อมทำให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันอย่างมโหฬารประชาชนส่วนใหญ่ต้องจมปลักอยู่กับความยากจนและกลายเป็นเหยื่อของนักเลือกตั้งมาโดยตลอด มีแต่คนรวยเท่านั้นที่ยิ่งร่ำรวยขึ้น ส่วนคนจนยิ่งจนลง เพราะคนร่ำรวยจำนวนไม่น้อยได้ประโยชน์จากนักการเมืองที่ทุจริตคอร์รัปชัน ดังนั้น สิ่งเดียวที่จะทำให้ประชาชนได้ประโยชน์จากการเลือกตั้งคือจะต้องตระหนักถึงผลเสียของการซื้อสิทธิ์ขายเสียงและต่อต้านการทุจริตการเลือกตั้งทุกรูปแบบ

ผู้ศึกษาได้รวบรวมรูปแบบการซื้อสิทธิ์และขายเสียงที่มักเกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งเป็นการจุดรั้งการพัฒนาและเอื้อประโยชน์ให้แก่นักการเมืองจากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งยังเป็นบ่อนทำลายการพัฒนากระบวนการปกครองระบอบประชาธิปไตยอย่างใหญ่หลวง ได้แก่ 1) การซื้อเสียงในลักษณะของการให้เงิน เป็นวิธีการคลาสสิกที่ใช้ได้ในทุกยุคสมัยและนิยมมากที่สุด ปัจจุบันนิยมใช้หัวหน้าคณะเป็นผู้ล่ารายชื่อให้แก่พรรคการเมืองทุนหนาในรูปแบบกลยุทธ์แชร์ลูกโซ่แบบขายตรง 2) รูปของการให้คำมั่นสัญญาว่าจะช่วยเหลือ เป็นการแสดงเจตนาหรือการตกลงโดยรับปากว่าจะกระทำการใดอย่างหนึ่งให้หากได้เลือกเข้ามาเป็นตัวแทนของประชาชน จากสถิติคำมั่นสัญญาของพรรคการเมืองที่ได้รับเลือกเป็นรัฐบาลหรือร่วมรัฐบาลหรือพรรคฝ่ายค้านในสมัยการเลือกตั้งครั้งเมื่อปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา พบว่าสามารถทำตามคำมั่นสัญญาได้เพียง 8 เรื่อง จาก 329 คำมั่นสัญญา ดังนั้น ประชาชนอย่าปล่อยให้ความสัญญาของนักการเมืองเป็นของฟุ่มเฟือยในการหาเสียง และอย่าปล่อยให้การผิดสัญญาเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ 3) รูปแบบของนโยบายพัฒนาพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน นโยบายเปรียบเสมือนสินค้าที่พรรคการเมืองเสนอขายต่อให้ประชาชน

ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อ อนาคตหากได้รับเลือกเข้ามาบริหารประเทศจะกระทำหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลากหลายอย่าง และไม่อาจจะการันตีได้ว่านโยบายที่เสนอขึ้นมาจะประสบความสำเร็จได้ตามที่ได้หาเสียงหรือไม่ ปัจจุบันมีการซื้อเสียงผ่านทางนโยบายประชานิยม/กลไกทางนโยบายรัฐโดยเฉพาะนโยบายด้านสวัสดิการแห่งรัฐระยะสั้นมากขึ้น 4) การซื้อสิทธิในทางนโยบายขายฝัน เป็นนโยบายที่กำหนดขึ้นมาเพื่อจูงใจให้ประชาชนเกิดความต้องการ แต่เมื่อนักการเมืองได้เข้ามาทำหน้าที่แล้วไม่สามารถดำเนินการตามนโยบายนั้นได้ซ้ำแล้วซ้ำเล่าก็ถือว่าเป็นการตอกย้ำหรือหลอกหลวงประชาชน และ 5) การซื้อสิทธิในเชิงหุ้นส่วนธุรกิจการเมือง เกิดจากกลุ่มธุรกิจได้เข้ามามีบทบาทและอำนาจทางการเมืองเพื่อหวังจะสร้างความร่ำรวยให้กับตนเอง และคนรอบข้าง โดยนายทุนใหญ่จะเข้ามาซื้อสิทธิด้วยการทุ่มเงินในการเลือกตั้งเนื่องจากนักธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงความเป็นอยู่ของชาวบ้านได้อย่างแท้จริง จึงหาทางออกด้วยการใช้อำนาจของเงินอุดหนุนเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จในการเลือกตั้ง

จะเห็นได้ว่า การซื้อสิทธิและขายเสียงยังคงเกิดขึ้นในสังคมไทยหากประชาชนยังคงหลับหูหลับตา หรือยังเห็นอำนาจของเงินหรือสิ่งของต่าง ๆ จากผู้สมัครเป็นสิ่งตอบแทนให้แก่ตนเองในระยะสั้น ๆ เท่านั้น เท่ากับว่าประชาธิปไตยซึ่งเป็นสิทธิของตนเองได้หายไป และในอนาคตเราไม่สามารถเรียกร้องผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ไม่ได้บัญญัติให้ประชาชนสามารถถอดถอนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้อีกต่อไป ดังนั้น ประชาชนจึงต้องรับสภาพต่อความเป็นจริงที่เกิดขึ้นและรอคอยการเลือกตั้งในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กษภพ กรเพชรรัตน์. (2566). จากบทเรียนกรณีทุจริตการเลือกตั้งด้วย 'ไฟไฟ-พลร่ม' ปี 2500 ถึงการเลือกตั้งปี 2566. สืบค้น 27 มิถุนายน 2566. เข้าถึงได้จาก <https://thestandard.co/election-fraud-lesson-2500/>.
- ก่องพงศ์ สุวรรณจุฑะ. (2560). หลักประชาธิปไตย: ว่าด้วยหลักนิติธรรมในบริบทของศาลยุติธรรมไทย. สืบค้น 27 มิถุนายน 2566 จาก http://elibrary.constitutionalcourt.or.th/document/read.php?bibid=11794&cat=4&typ=4&file=IS6D_610601.pdf.
- จารุวรรณ แก้วมะโน. (2565). การเลือกตั้งสมานฉันท์และไม่ซื้อสิทธิขายเสียง กรณีศึกษาการเลือกตั้งท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ: เติบโตมุ่งจรรยาบรรณการเลือกตั้งโดยส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง. วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 20(2).
- ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร. (2561). การทุจริตการเลือกตั้ง: อุปสรรคการทำให้เป็นประชาธิปไตยของไทย. วารสารรัฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2(2).
- ชาญชัยจิตร เหล้าอาพร. (2561). การทุจริตการเลือกตั้ง: อุปสรรคการพัฒนาประชาธิปไตยของไทย. วารสารรัฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2(2).
- เชษฐา ทองยิ่ง. (2564). การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร. สืบค้น 30 เมษายน 2566 จาก <https://parliamentmuseum.go.th/2564/ar64-election-01.html>.
- ณัฏฐพร นามเมือง. (2566). ทำไมนโยบายอัดฉีดเงินให้ประชาชน จึงไม่ใช้การซื้อสิทธิขายเสียง. สืบค้นวันที่ 30 เมษายน 2566 จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/spark/103027>.
- เดลินิวส์ออนไลน์. (2566). ภาค ปชช. ชำแหละนโยบายขายฝัน. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.dailynews.co.th/articles/2212942/>.

- ไทยพีบีเอส. (2566). เลือกตั้ง 2566: เปิดกลเม็ด “เคล็ดกลโกง” โค้งสุดท้าย. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/327686>.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2557). ธุรกิจการเมืองคือปัญหา. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/441198>.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566). โพลชี้การเมืองไทยปี 2566 คนกว่า 62% มีแนวโน้มซื้อเสียงเลือกตั้งเพิ่ม. สืบค้น 30 เมษายน 2566 จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2597121>.
- อัมพร บัวทอง. (2563). เลือกตั้ง 2562: ซื้อเสียง ไม่ใช่เพียงใช้เงินพาดพิง. สืบค้น 27 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-47520169>.
- นิรุฒ เนียมทรัพย์. (2550). บทวิเคราะห์: ซื้อสิทธิขายเสียง: ปัญหาหรือมายาภาพของสังคมไทย?. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2566 จาก <https://prachatai.com/node/14740/talk>.
- ปฐวิ โชติอนันต์. (2564). ซื้อ-ขายเสียงในการเลือกตั้งท้องถิ่น. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2566 จาก <https://theisoanrecord.co/2021/12/23/buying-votes-in-local-elections/>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557). จัดเลี้ยง-ให้เงิน-แจกของ การซื้อเสียงสโตนเดียว ประเทศประชาธิปไตยใหญ่ที่สุดในโลก. สืบค้น 27 มิถุนายน 2566 จาก <https://mgronline.com/around/detail/9570000042561>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2566). นโยบายขายฝัน: เหลือล่อประชาชน. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2566 จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9660000014124>.
- พิมพ์นารา อินตะประเสริฐ แพรพรรณ ศิริเลิศ และอดิรุจ ตือระ. (2566). SDG Policy Focus: เลือกตั้ง 66 นโยบายพรรคไหนตอบโจทย์ SDGs ที่สุด. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.sdgmove.com/2023/05/11/sdg-policy-focus-thailand-election-66/>.
- ภูริวัจน์ ภูณวุฒิปรีดา. (2564). การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองไทยตามรัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2560. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม. 6(3).
- มติชนออนไลน์. (2566). เศรษฐา ศิระฉาย 1 ม.ค.67 ถ้าเพื่อไทยชนะ ได้ตั้งรัฐบาล เริ่มโอนเงินดิจิทัลได้ทันที. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2566 จาก https://www.matichon.co.th/politics/news_3916132.
- รณพงศ์ คำนวนทิพย์. (2554). ตื่นเถิดชาวไทย นโยบายขายฝัน. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2566 จาก <https://thaipublica.org/2011/09/dream-policy/>.
- ราชกิจจานุเบกษา. 2560. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 134 ตอนที่ 40ก วันที่ 6 เมษายน 2560
- วรลักษณ์ พุ่มพวง และสมเกียรติ วันทะนะ. (2556). บทบาทห้วคณะแนกับการเลือกตั้งในจังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 2(2).
- วอยซ์ออนไลน์. (2562). ประเทศอื่นจับสัญญาณ 'โกงเลือกตั้ง' กันอย่างไร?. สืบค้น 27 มิถุนายน 2566 จาก <https://voicetv.co.th/read/cLUgkb9en>.
- วอยซ์ออนไลน์. (2565). ธุรกิจการเมืองกับบทบาทในพรรคการเมือง. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.voicetv.co.th/read/58946>.
- วิกิพีเดีย. (2566). การโกงเลือกตั้ง. สืบค้น 27 มิถุนายน 2566 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2557). การซื้อเสียงในการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาในประเทศไทย. วารสารเกษมบัณฑิต 15(2).

- วิชุดา สาธิตพร. (2556). เครือข่ายธุรกิจของนักการเมืองไทย. วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 11(2).
- วิไลวัจน์ ฤทธิษณภูติ. (2557). แนวทางการป้องกันการซื้อสิทธิขายเสียงในการเลือกตั้งตามความคิดเห็นของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์, 1(2).
- สมจิตต์ รัตนอุดมโชค. (2552). การซื้อสิทธิขายเสียง ในจังหวัดสกลนคร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 1(2).
- สมบัติ ชำรงธัญวงศ์. (2557). การซื้อสิทธิขายเสียงในการเลือกตั้งของไทยเป็นความผิดของใคร. สืบค้น 30 เมษายน 2566 จาก https://web.facebook.com/Prof.SombatThamrongthanyawong/posts/864505393590453/?locale=th_TH.
- สยามรัฐออนไลน์. (2566). จุดจบนโยบายขายฝัน. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2566 จาก <https://siamrath.co.th/c/439295>.
- สุดาวรรณ ประชุมแดง และคณะ. (2563). การขัดกันของผลประโยชน์ของกลุ่มธุรกิจการเมืองไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5(6).
- สุนทรี ทับมาโนช. (2562). ผู้ว่าราชการจังหวัดพะเยา เตือนซื้อสิทธิขายเสียงมีโทษตามกฎหมาย เลือกตั้ง ส.ส. 2562. สืบค้น 30 เมษายน 2566 จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG190317082411748>.
- สุกั ณะที และสุริยะ ประกายสาธก. (2564). การตัดสินใจในการเลือกตั้งของประชาชนแขวงบ้านพานถม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7(10).
- โอฬาร ถิ่นบางเตียว และนครินทร์ เมฆไตรรัตน์. (2566). การซื้อสิทธิขายเสียง. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2566 จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title>.

