

## บทที่ 2

### สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีผลต่อ การสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง

การทำความเข้าใจในเรื่อง “การสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง” นั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาปัจจัยแวดล้อม อันประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### สภาพแวดล้อมทางการเมือง

พรรคประชาธิปัตย์ เป็นพรรคการเมืองที่เก่าแก่ที่สุดที่ได้มีการก่อตั้งก่อนที่จะมีพระราชบัญญัติพรรคการเมืองโดยก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 เมษายน 2489 โดยมี นายควง อภัยวงศ์ เป็น หัวหน้าพรรคคนแรก และ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นเลขาธิการพรรคคนแรก ตลอดระยะเวลา 60 ปีที่ผ่านมาพรรคประชาธิปัตย์ได้ดำเนินการต่อสู้ทางการเมืองใน ระบอบประชาธิปไตยอย่างต่อเนื่องซึ่งพอจะจำแนกออกได้เป็น 4 ยุค กล่าวคือ

#### ยุคที่หนึ่ง (2489-2501)

ยุคแห่งการสร้างพรรค และสร้างประชาธิปไตย ต่อต้านเผด็จการ ในระยะต้นสภาพการเมืองของประเทศไทยมีความผันผวนเนื่องจากอยู่ใน ระหว่าง การเริ่มต้น การดำเนินงานทางการเมืองอยู่ในวงแคบพรรคประชาธิปัตย์ได้มีการดำเนินการ ทางการเมืองที่สำคัญ คือ ปฏิบัติหน้าที่เป็นพรรคฝ่ายค้านรัฐบาลนายปรีดี พนมยงค์

#### ยุคที่สอง (2511-2519)

ยุคแห่งการฟื้นฟูพรรค และเชิดชูประชาธิปไตย ภายหลังจากประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2511 ทางพรรคฯ ได้มีการ ดำเนินการทางการเมืองที่สำคัญ คือ ปฏิบัติหน้าที่เป็นพรรคฝ่ายค้านรัฐบาลจอมพล ถนอม กิตติขจร ปฏิบัติหน้าที่เป็นรัฐบาลหลังการเลือกตั้ง

พ.ศ. 2518 ปฏิบัติหน้าที่เป็นฝ่ายค้ำรัฐบาล ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช และปฏิบัติหน้าที่เป็นรัฐบาล หลังการเลือกตั้ง พ.ศ. 2519

### ยุคที่สาม (2522-2533)

ยุคแห่งการปรับปรุงนโยบาย และเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารบ้านเมือง ในปี พ.ศ. 2521 ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญใหม่ และจัดให้มีการเลือกตั้งในวันที่ 22 เมษายน 2522 นับเป็นการเข้าสู่ยุคที่สามทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งทางพรรคฯ ได้มีการดำเนินการทางการเมืองที่สำคัญ คือ ปฏิบัติหน้าที่เป็นพรรคฝ่ายค้ำรัฐบาลพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์, ปฏิบัติหน้าที่เป็นพรรคร่วมรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ (1, 2, 3, 4, 5) และปฏิบัติหน้าที่เป็นพรรคร่วมรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ

### ยุคที่สี่ (ปลายปี 2533-ปัจจุบัน)

ยุคแห่งการเป็นรัฐบาลของประชาชนและฝ่ายค้านที่มีประสิทธิภาพ ในวันที่ 12 ธันวาคม 2533 พรรคประชาธิปัตย์ได้ประกาศถอนตัวจากการเป็นพรรค ร่วมรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ซึ่งหลังจากนั้นได้เกิดผันแปรทางการเมืองอย่างรุนแรง นำมาซึ่งเหตุการณ์ยึดอำนาจของ “คณะ รสช.” และเหตุการณ์ “พฤษภาทมิฬ” ในที่สุด ท่ามกลางวิกฤติทางการเมืองในยุคที่สี่นี้ พรรคประชาธิปัตย์ได้เข้ามามีบทบาทในการต่อต้านเผด็จการเคียงป่า เคียงไหล่กับประชาชนจนกระทั่งเหตุการณ์สงบและนำไปสู่การเลือกตั้งในเดือนกันยายน 2535 ซึ่งพรรคประชาธิปัตย์ได้รับชัยชนะขาดลอย มี ส.ส. ได้รับเลือกตั้ง มากที่สุดเป็นจำนวน 79 คน และได้เป็นพรรคแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาลโดยมีนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรีคนแรกที่มาจากการเลือกตั้งของประชาชนดำเนินการบริหารบ้าน เมือง มาเป็นระยะเวลา 2 ปีครึ่ง จนมาถึงกลางปี 2538 ซึ่งมีเหตุการณ์พลิกผันทางการเมืองจน นำมาสู่ การยุบสภาทำให้มีการจัดการเลือกตั้งใหม่ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2538 ซึ่งสมาชิกพรรค ประชาธิปัตย์ได้ รับเลือกตั้งเข้ามาเป็น ส.ส. 86 คน และดำเนินการทางการเมืองเป็นฝ่ายค้ำ รัฐบาลนายบรรหาร ศิลปอาชา

พรรคประชาธิปัตย์ ผ่านการเป็นรัฐบาลมาแล้ว 7 สมัย และเป็นฝ่ายค้านมา 11 สมัย นับตั้งแต่ก่อตั้งพรรคในปี 2489 เคยผ่านความรุ่งเรืองด้วยการชนะเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคสามารถเข้ามานั่งในสภาผู้แทนราษฎรได้ 123 คน ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2539 และผ่านความตกต่ำโดยได้ที่นั่งในสภาเพียง 5 คนในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2500 จนกระทั่ง

ในยุค 6 ปีหลังนับตั้งแต่การเลือกตั้งเมื่อปี 2544 ที่ไม่ว่าพรรคประชาธิปัตย์จะพยายามเท่าไร ก็ไม่สามารถหาจังหวะเข้ามาเป็นรัฐบาลได้ แม้อุดมการณ์จะยังคงชัดเจน

ภายหลังการทำหน้าที่ฝ่ายรัฐบาลในปี พ.ศ. 2540 ถือเป็นการทำหน้าที่ฝ่ายบริหารในบทบาทรัฐบาลเป็นครั้งสุดท้ายของพรรคประชาธิปัตย์ โดยใน 8 ปีที่ผ่านมาพรรคประชาธิปัตย์ได้ทำหน้าที่ฝ่ายค้านในรัฐสภาและได้แสดงบทบาทการทำหน้าที่ฝ่ายค้านตามรัฐธรรมนูญเพื่อควบคุมการบริหารราชการแผ่นดินตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล แต่ในขณะเดียวกันทางพรรคประชาธิปัตย์เองมองว่าการตรวจสอบ จะใช้รูปแบบที่อิงอยู่กับการใช้อำนาจนิติบัญญัติอย่างเดียวคงไม่ได้

ทำให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ประกาศตั้ง “รัฐบาลเงา”<sup>1</sup> เต็มรูปแบบเพื่อตรวจสอบการทำงานของคณะรัฐมนตรีในรัฐบาลภายใต้การนำของนายสมัคร สุนทรเวช โดยตรวจสอบการทำงานของรัฐมนตรีอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องแบบตัวต่อตัว หวังสร้างความเชื่อมั่นในสายตาของประชาชน โดยมีหัวหน้าพรรคการเมืองฝ่ายค้านเป็นหัวหน้าคณะรัฐมนตรีเงา นี้ จะทำให้การทำงานของระบบรัฐสภาไทย มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยได้นำเสนอผ่านสื่อ นั้นก็เรียกความสนใจจากประชาชนได้เป็นอย่างมากไม่แพ้กัน (พรสันต์ เลี้ยงบุญเลิศชัย, 2552, ย่อหน้าที่ 2) รวมทั้งการให้คำมั่นสัญญาของหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ในการทำหน้าที่ฝ่ายค้านที่มีคุณภาพ

ผมและพรรคประชาธิปัตย์ในฐานะฝ่ายค้าน ขอยืนยันว่าเราจะทำงานหนักเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประชาชน และจะทำให้คนไทยทุกคนมีที่พึ่งที่หวังและในฐานะพรรคการเมือง เราก็จะไม่หยุดการผลักดันให้ระบบรัฐสภาและประชาธิปไตยของไทยมีพัฒนาการและความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นต่อไป (อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ, 2552, ย่อหน้าที่ 1)

---

<sup>1</sup> “รัฐบาลเงา” (The Shadow Cabinet หรือ The Shadow Front Bench) เป็นแนวความคิดทางการเมืองที่หลายประเทศได้นำเอาไปประยุกต์ใช้ในการเมืองของตน อาทิเช่น ประเทศต่าง ๆ ในเครือสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส แคนาดา นิวซีแลนด์ ฯลฯ เป็นต้น ระบบรัฐบาลเงานี้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน และในที่สุดแนวความคิดดังกล่าวได้เป็นที่ยอมรับนับถือและรู้จักกันของนานาประเทศในฐานะจารีตประเพณีทางการเมืองของประเทศอังกฤษในช่วงปี ค.ศ. 1880-1889

ซึ่งถือว่าเป็นการสะท้อนถึงบทบาททางการเมืองในการทำหน้าที่ฝ่ายค้านของพรรคประชาธิปัตย์ ที่สามารถตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลได้อย่างดี เนื่องจากการตรวจสอบการทำงานรัฐบาลของพรรคประชาธิปัตย์ เน้นการมีข้อมูลและหลักฐาน ที่สามารถนำออกมาแสดงให้ประชาชนเห็นได้อย่างชัดเจน (สุวิชา ธีราช, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2552)

รวมไปถึงแสดงบทบาททางการเมืองอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการตอกย้ำอุดมการณ์ประชาธิปัตย์ ดังกรณีตัวอย่าง ท่ามกลางวิกฤตการเมืองตั้งแต่ปี 2548 ที่ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ยุบสภาคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)<sup>1</sup> กำหนดวันเลือกตั้งเป็นวันที่ 2 เมษายน 2549 พรรคประชาธิปัตย์ร่วมกับพรรคชาติไทยและมหาชน คำว่าบัตรเลือกตั้งโดยไม่ส่งผู้สมัครลงรับเลือกตั้ง นำไปสู่การวินิจฉัยการเลือกตั้งอันเป็นโมฆะและสะท้อนให้เห็นถึงความซอมนั่นของอดีตคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ที่สนับสนุนพรรคประชาธิปัตย์

ประกอบกับที่ผ่านมามีการทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงฝ่ายค้านของพรรคประชาธิปัตย์เองได้รับผลกระทบจากอำนาจการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองอย่างพรรคประชาธิปัตย์ด้วยเช่นกัน ทำให้การประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ข้อมูลของพรรคประชาธิปัตย์เองในสื่อกระแสหลักที่มีอยู่หลากหลายเป็นไปได้ยาก เพราะข้อมูลฝ่ายค้านทุกยุคทุกสมัย มักถูกปิดกั้นไม่ว่าจะโดยโครงสร้างอำนาจ หรือ โดยสื่อมวลชนกระแสหลัก ส่วนมากจะเกรงออกเกรงใจรัฐบาลอยู่บ้างไม่มากนักน้อย แต่ที่ยืนยันชัดเจน ทำหน้าที่ตรวจสอบแทนประชาชนมาตลอดก็ให้เห็น

ปัญหาคือว่า 3-4 ปีที่เขาดูจากข่าวที่มีการแทรกแซงสื่อ เราถูกกีดกันจากสื่อทีวี ประชาชนเห็นพรรคหนึ่งทำงานตลอดเวลา และอีกพรรคหนึ่งก็พูดเฉย ๆ พูดอะไรก็ไม่รู้ พูดเรื่องการเมือง และสิ่งที่เขาเห็นเรา ก็มักเป็นเวลาที่เรามีข่าวสั้น ๆ ว่าเราค้านรัฐบาล เราก็ค้นพบว่าประชาชนส่วนใหญ่เขามีความรู้ดีกว่า แล้วประเด็นที่เป็นปัญหาของเขา พรรคประชาธิปัตย์ยื่นตรงไหน ของแพง พรรคประชาธิปัตย์ยื่นตรงไหน ลูกหลานเขาจะได้รับการศึกษาอย่างไร ทำงานได้ค่าแรงต่ำ น้ำมันแพง สิ่งเหล่านี้ เขาไม่มีโอกาสสัมผัสเลยที่เราคิดยังไง เพราะว่าเขาคงไม่ได้ติดตามฟังอภิปรายในสภา และคนอ่านหนังสือพิมพ์ในเมืองไทยก็ยังมีน้อย เขาจะดูจากข่าวที่วีมากกว่า (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552, น. 93) ทำให้ประชาชนบางส่วนในสังคมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อรัฐบาล นับเป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งผลเชิงลบให้กับพรรคประชาธิปัตย์ในการสร้างตราสินค้าทางการเมือง

<sup>1</sup> คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) คือ ผู้ควบคุมและดำเนินการจัดหรือจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น ให้เป็นไปโดยสุจริตและเที่ยงธรรม

## สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ประเทศไทยได้ประสบกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจหลายครั้ง แต่วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี 2540 นับได้ว่ามีความร้ายแรงที่สุดครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของประเทศไทย โดยประเทศไทยได้รับความเสียหายนับล้านล้านบาท ส่งผลกระทบถึงแวดวงธุรกิจเป็นวงกว้างส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนอย่างถ้วนทั่ว นับตั้งแต่ คุณหญิงชัช วัชรกานนท์ ผู้ว่าการแบงก์ชาติ ดร.ทง พิทยะ รัฐมนตรีคลัง และ พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ นายกรัฐมนตรี ตัดสินใจลอยตัวลดค่าเงินบาท เมื่อคืนวันที่ 1 กรกฎาคม และมีผลในวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 ส่งผลต่อเนื่องถึงรัฐบาลสมัยนายชวน หลีกภัย ทำให้รัฐบาลภายใต้การบริหารงานของพรรคประชาธิปัตย์ในขณะนั้นต้องยอมรับความช่วยเหลือทางการเงินจาก IMF ส่งระงับกิจการสถาบันการเงิน 56 แห่ง จากนั้นได้ปรับลดงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2540 และ 2541 ลงร้อยละ 20 พร้อมกับขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มจาก 7% เป็น 10 % ธุรกิจเอกชนได้ทยอยปิดตัวลงจากความซบเซาของเศรษฐกิจ และหนี้สินที่เป็นเงินดอลลาร์เพิ่มขึ้นมหาศาลเมื่อมีการลอยตัวค่าเงิน จาก 25.34 บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐเป็น 47.25 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ ฐานะการคลังของรัฐบาลขาดดุลเป็นครั้งแรกในรอบ 10 ปี จำนวน 31.2 พันล้านบาท จากการจัดเก็บรายได้ลดลง ส่งผลต่อ

หลังจากที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี 2540 จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2552) รัฐบาลหลายสมัยได้ดำเนินมาตรการทั้งการเงินและการคลังอย่างต่อเนื่อง เพื่อเร่งการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ โดยขณะนี้มาตรการที่รัฐบาลได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องได้ประสบผลสำเร็จในหลายด้าน เช่นผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ขณะที่อัตราเงินเฟ้อคงตัวอยู่ในระดับต่ำ และดุลบัญชีเดินสะพัดมีการเกินดุลมาโดยตลอดในหลายเดือนที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจได้มีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง แต่เศรษฐกิจไทยก็ยังคงได้รับผลกระทบทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

แม้ที่ผ่านพรรคประชาธิปัตย์ในฐานะการทำหน้าที่รัฐบาล ภายใต้การนำของนายชวน หลีกภัย จะมีผลงานในการพัฒนาเศรษฐกิจออกมาปรากฏให้เห็นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นในภาพรวมในเรื่องของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น

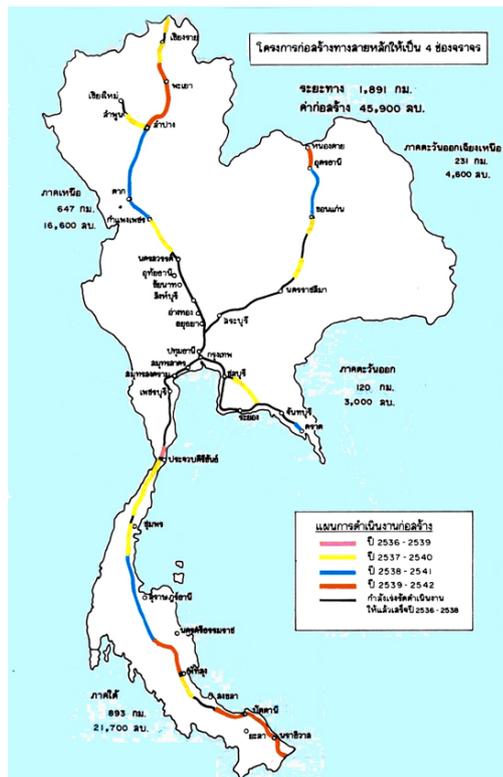
### โครงการถนน 4 ช่องทางจราจรระยะที่ 1 ไปทั่วทุกภูมิภาค (46,000 ล้านบาท)

ในรัฐบาลภายใต้การนำของชวน หลีกภัย ยุคที่ 1 มีนโยบายสร้างถนน 4 เลนไปทั่วประเทศและทุกภูมิภาค ถือได้ว่าเป็นรัฐบาลชุดแรกของประเทศไทยที่ประกาศเป็นนโยบายและแถลงต่อ

รัฐสภาว่าจะสร้างถนน 4 เลนไปทั่วทุกภูมิภาค คือถนน 4 เลนจะต้องไปถึงเชียงราย (ภาคเหนือ) ไปถึงหนองคาย (ภาคอีสาน) ไปถึงตราด (ภาคตะวันออก) และไปถึงนราธิวาส (ภาคใต้)

ถนน 4 เลนคือทูตทางเศรษฐกิจ ถนน 4 เลนไปถึงไหนก็เจริญที่นั่น สายน้ำ แม่ น้ำ ล้าคลองเป็นสายทางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมฉันใด ถนน 4 เลนเป็นสายทางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมฉันนั้น ริมถนน 4 เลนเต็มไปด้วยปั้มน้ำมัน บ้านจัดสรร ชุมชน ตลาดร้านค้า ค่า ราคาที่ดินสูงขึ้น ในยุครัฐบาลภายใต้การนำของชวณ หลีกภัย ยุคที่ 1 (2535-38) กล่าวได้ว่าเป็นยุคเศรษฐกิจรุ่งเรือง

ภาพที่ 2.1  
แผนที่ถนน 4 เลน ระยะที่ 1



## โครงการรถไฟสี่รางทางคู่

ในขณะที่การพัฒนาดนินให้เป็น 4 เลน กำลังดำเนินการไปและคืบหน้าไปเรื่อย ๆ ผมไม่ลืมที่จะพัฒนาระบบรางรถไฟให้มันเป็นรางแบบ 4 รางทางคู่ (Double rail tracks) เพื่อควบคู่กับถนน 4 เลนไปในขณะเดียวกัน เมื่อสร้างถนน 4 เลน ให้รถยนต์วิ่งสวนกันได้สะดวกและปลอดภัยแล้วก็ควรจะสร้างรถไฟ 4 รางทางคู่เพื่อให้รถไฟสามารถวิ่งสวนกันได้ด้วย

คณะรัฐมนตรีของรัฐบาลภายใต้การนำของชวน หลีกภัย ยุคที่ 1 อนุมัติในหลักการให้ดำเนินโครงการรถไฟ 4 รางทางคู่ได้ โดยในขั้นแรก (Phase ที่ 1) ท่านนายกชวน อนุมัติให้ก่อสร้างรถไฟ 4 รางทางคู่ชานเมืองก่อนด้วยเม็ดเงิน 7,600 ล้านบาท เมื่อ Phase 1 เสร็จจึงจะดำเนิน Phase ต่อไปคือสร้างรถไฟ 4 รางทางคู่ไปเหนือ ใต้ ออก ตก ทั่วประเทศ รถไฟ 4 รางทางคู่ชานเมืองนั้นหมายถึงสร้างรถไฟ 4 รางทางคู่จากกรุงเทพฯ ไปภาคเหนือถึงลพบุรี ไปภาคอีสานถึงสระบุรี ไปภาคตะวันออกถึงฉะเชิงเทรา และไปภาคใต้ถึงนครปฐม ซึ่งมีความหมายเป็นนัย ๆ ว่า ลพบุรี สระบุรี ฉะเชิงเทรา และนครปฐม คือเมืองบริวารรอบ ๆ กรุงเทพฯ ระยะทางรถไฟชานเมือง 4 ทิศทางรวม 234 กม.

### ภาพที่ 2.2

#### รูปตอกหมุดรถไฟ 4 ราง ทางคู่



ในสมัยรัฐบาลภายใต้การนำของชวน หลีกภัย ยุคที่ 1 ได้อนุมัติงบประมาณค่าเวนคืนปีละเกือบหมื่นล้านบาท หรือเฉลี่ยหมื่นล้านบาททุกปี ซึ่งทำให้การก่อสร้างถนนและสะพานดำเนินไปได้ด้วยความรวดเร็ว

การก่อสร้างถนนวงแหวนตะวันออก (สะพานต่างระดับบางปะอินถึงบางนา) เป็นการก่อสร้างที่เชื่อมโยงกับทางหลวงพิเศษมอเตอร์เวย์กรุงเทพฯ-ชลบุรี ความยากลำบากที่ติดอยู่ในความทรงจำของผมประการหนึ่งคือ การดำเนินการเวนคืนที่ดิน เพราะโครงการทั้งสองนี้ผ่านเขตเมือง ผ่านเขตเกษตรกรรม เป็นต้น

แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นเสมือน ความล้มเหลวของพรรคประชาธิปัตย์ในอดีต คือการถูกประทับตราว่าเป็น รัฐบาลที่ปฏิบัติตามความต้องการของต่างชาติหรือผลประโยชน์ต่างชาติ โดยในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ (2540-2543) ทำให้พรรคประชาธิปัตย์เป็นรัฐบาลอีกครั้ง ที่ปฏิบัติตามแรงกดดันของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และนักลงทุนต่างชาติในการเสนอกฎหมายเพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจ 11 ฉบับ จนได้รับการกล่าวหาว่าเป็น “กฎหมายขายชาติ” ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้ประชาชนตีความความล้มเหลวจากการบริหารประเทศหลังวิกฤติของพรรคประชาธิปัตย์ (“รัฐบาล ‘ประชาธิปัตย์’ ต้องลบภาพพรรคประชาธิปัตย์,” 2552, ย่อหน้าที่ 7)

แม้ในขณะนั้นสภาวะเศรษฐกิจจะตกต่ำไปทั่วโลก ไม่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้นที่ประสบปัญหา แต่ความล้มเหลวในการบริหารประเทศที่ผ่านมาของพรรคประชาธิปัตย์ เป็นเสมือนบาดแผลที่ติดตัวพรรคประชาธิปัตย์มาจนถึงปัจจุบัน (สมฤทธิ์ ทรัพย์สมบูรณ์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2552)

ทำให้การกลับมาครั้งนี้ของพรรคประชาธิปัตย์นอกจากต้องรับภาระหนักยิ่งกว่าการเข้ามาแก้วิกฤติปี 40 หลายเท่า คราวนี้ต้องเผชิญทั้งวิกฤติเศรษฐกิจที่ถดถอยกันทั่วโลก ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภายในประเทศไทยอย่างหนัก ประกอบกับวิกฤติการเมืองที่แตกแยกอย่างไม่เคยมีมา ถือเป็นแรงกดดันต่อการบริหารงานของพรรคประชาธิปัตย์ในฐานะรัฐบาล รวมไปถึงการลบภาพลักษณ์ที่ความล้มเหลวจากการบริหารประเทศใน ปี 2540 สมัยรัฐบาลภายใต้การนำของนายชวน หลีกภัย ประกอบกับปัจจุบันปัจจัยด้านการเมืองได้ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ ทำให้นักลงทุนทั้งภายในและภายนอกประเทศ ชะลอการลงทุน เพื่อรอดูนโยบายของรัฐบาลใหม่ ซึ่งการชะลอการลงทุน ดังกล่าวนี้อาจส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศได้เช่นกัน ทางพรรคประชาธิปัตย์จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องพิสูจน์และเรียกภาพลักษณ์ในเชิงบวกกลับมาด้วยความสำเร็จในการบริหารประเทศอย่างรวดเร็ว

### สภาพแวดล้อมทางสังคม

หากมองย้อนไปเมื่อในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา คือปี 2544 ถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2552) สังคมไทยได้เข้าสู่วิกฤติทางการเมืองอีกครั้ง ซึ่งเกิดจากความขัดแย้งทางการเมือง โดยความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ เป็นความขัดแย้งที่เข้มข้น ลงลึก ซ้ำซ้อน และกว้างขวาง อย่างไม่เคยมีมาก่อน โดยทุกครั้งที่เราได้ยินที่มาของวิกฤตการณ์และความขัดแย้งทางการเมืองของไทยเหมือนไฟที่กำลังคุกรุ่นในขณะนี้ โดยหากมองถึงมูลเหตุของความขัดแย้งทางสังคมครั้งนี้ น่าจะมาจากความไม่เท่าเทียมกันทางรายได้ทรัพย์สินหรือความมั่งคั่งและผลประโยชน์ทางการเมืองที่แสวงหารายได้ของนักการเมืองและกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจ มีการทุจริต คอร์รัปชันเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนในสังคมเรียกหาความถูกต้องและซื่อสัตย์ในสังคมมากขึ้น

ซึ่งความรุนแรงได้ทวีขึ้นท่ามกลางความขัดแย้งที่เกิดขึ้นหลังจากการยุบสภาในปี 2549 ในสมัยการปกครองของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ผ่านเลยเหตุการณ์รัฐประหาร 19 กันยายน 2549 รัฐบาลนายสมัคร สุนทรเวช จนมาถึงรัฐบาลภายใต้การบริหารของนายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ได้สร้างการแบ่งภาคการเมืองที่แบ่งเป็น 2 ขั้ว ที่มีความแตกต่างของ “ความคิดทางการเมือง” ทำให้สังคมไทยกลายเป็นสังคมแห่งความแปลกแยกซึ่งซึ่งจนไม่มีที่ว่างสำหรับความคิดเห็นที่แตกต่าง ความขัดแย้งทางการเมืองที่มีมาโดยตลอดและทวีอย่างรุนแรงมาตลอด 3-4 ปีที่ผ่านมาดังกล่าว ได้สร้างความเบื่อหน่ายทางการเมืองให้กับประชาชน (ไพโรจน์ วงศ์วิภา นนท์, 2552, น. 6)

จากผลการสำรวจความคิดเห็นทางการเมืองของประชาชนจากสำนักโพลต่าง ๆ ส่วนสะท้อนภาพบรรยากาศความเบื่อหน่ายของประชาชนที่มีต่อสงครามการเมืองระหว่างรัฐบาลกับกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย (พธม) กับแนวร่วมประชาชนต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช) ออกมาชัดเจน

โดยศูนย์วิจัยเอแบค นิวตกรรมทางสังคม การจัดการและธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เปิดเผยผลวิจัยเรื่อง ประชาชนคิดอย่างไร ต่อสภาวะความเสี่ยงของประเทศไทย ในช่วงปี 2552 โดยได้ศึกษาจาก กรณีตัวอย่างประชาชนใน 18 จังหวัดของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ปทุมธานี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ศรีสะเกษ หนองบัวลำภู ขอนแก่น สกลนคร เชียงใหม่ อุตรดิตถ์ สุโขทัย เพชรบูรณ์ กาญจนบุรี เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี ระนอง และพัทลุง จำนวนทั้งสิ้น 2,443 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 3-10 มกราคม 2552 พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 81.8 ยังคงรู้สึกเบื่อหน่ายต่อความขัดแย้งทางการเมือง ร้อยละ 75.8 เชื่อว่า ความขัดแย้งทางการเมืองจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 70.2 เครียดเรื่องการเมือง อย่างไรก็ตาม

ร้อยละ 71.3 ยังคงมีความหวังว่าประเทศชาติจะสงบสุข และร้อยละ 95.8 อายากให้คนไทยรักกันนอก จากนี้ เมื่อถามถึงความเชื่อมั่นต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย แม้ประเทศไทยจะประสบ วิกฤตการณ์ต่าง ๆ มากมายในเวลานี้ ผลสำรวจพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.9 ยังคง เชื่อมั่นต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตย แม้ประเทศไทยจะประสบวิกฤตการณ์ต่าง ๆ มากมาย (“ซี ปชช. เบื้องหน้าการเมือง,” 2552, ย่อหน้าที่ 1)

การที่ประชาชนเกิดความเบื่อหน่ายทางการเมือง จึงประชาชนบางส่วนคิดว่าการ เมืองเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ ทำให้เกิดการเข้าใจผิดไป มีผลต่อการเมืองอย่างมากในการสร้างความเชื่อมั่นต่อ พรรคการเมืองและระบบการเมืองไทย จนในที่สุดทำให้ประชาชนหมดศรัทธาและความเชื่อมั่นใน ตัวพรรคการเมืองและระบบการเมืองไทย ทำให้พฤติกรรมของผู้เลือกตั้งของประชาชนในปัจจุบัน ได้จัดอยู่ในประเภทของ “ความคาดหวังในเชิงอารมณ์” (Emotional Value) ซึ่งผู้เลือกตั้งกลุ่มนี้มอง หานักการเมืองที่อยู่ในกระแสอารมณ์ร่วมของสังคมขณะนั้น เช่น นักการเมือง นักบริหาร ในกระแส เศรษฐกิจตกต่ำ นักการเมืองเครื่องสีลธรรมในกระแสสังคมเหลวไหล เป็นต้น

จากสภาพแวดล้อมทางสังคมข้างต้น ทำให้พรรคประชาธิปัตย์ได้พยายามการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้าพรรคประชาธิปัตย์และเพื่อสนองตอบกับพฤติกรรมของผู้เลือกตั้งใน ประเภทของความคาดหวังในเชิงอารมณ์ (Emotional Value) ซึ่งทางพรรคเองได้มีการเรียก ความเชื่อมั่นของประชาชนกับคืนมา โดยอาศัย นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ขึ้นเวทีปราศรัย พร้อมยืนยันว่า พรรคได้เตรียมการมากกว่า 1 ปี คัดเลือกผู้สมัครที่เหมาะสม เพื่อรองรับ ความเบื่อหน่ายทางการเมืองของประชาชน ด้วยหลักการที่เต็มไปด้วยประชาธิปไตย มีจุดยืนที่มั่นคง มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร ต่างจากนายสมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคพลังประชาชน ที่แม้แต่พรรค ประชากรไทย ที่สร้างมาทั้งมือ ก็ละทิ้งไป แสดงให้เห็นถึงอุดมการณ์ทางการเมืองที่พรรคไม่ สามารถร่วมงานได้ (“ปชป. โหมโรงปราศรัยใหญ่ ทำสมัครขึ้นเวทีดีเบต,” 2552, ย่อหน้าที่ 1) ซึ่ง สอดคล้องกับแนวความคิดของนายบัญญัติ บรรทัดฐาน เกี่ยวกับเรื่องของความคาดหวังของ ประชาชนต่อนักการเมืองและพรรคการเมืองในปัจจุบัน

เรื่องของอุดมการณ์ ความมั่นคง ความซื่อสัตย์ การยึดหลักการ ยังเป็นจุดแข็งของ พรรคประชาธิปัตย์ เพราะสังคมวันนี้เริ่มรำเรียกหาสิ่งเหล่านี้มากขึ้นด้วยซ้ำไป ในขณะที่การเมือง เริ่มตกต่ำในเรื่องของนักการเมืองมากขึ้น วันนี้คนเริ่มรำหาความถูกต้อง บางทีความเก่า ความซื่อสัตย์ สุจริต ความมีหลักมีเกณฑ์ ความมีอุดมการณ์ จะว่าไปเป็นตราสินค้าที่สังคมวันนี้กำลังเรียกหาด้วย ซ้ำไป และน่าจะเป็นตราสินค้าของพรรคในทุกยุคทุกสมัย (ธีระเดช เขียมสำราญ, 2552, น. 39)

แต่ที่ผ่านมามีพรรคประชาธิปัตย์ไม่ได้เป็นรัฐบาลมา 8-9 ปี เพราะฉะนั้นความทรงจำ ของประชาชนในตัวพรรคประชาธิปัตย์ก็ลดลงเรื่อย ๆ เพื่อเป็นการสร้างการจดจำ

และเพื่อที่จะทำให้ประชาชนจดจำในตัวพรรคประชาธิปัตย์ได้มากขึ้น ทางพรรคประชาธิปัตย์เองจึงได้พยายามแสดงจุดยืนทางการเมือง แยกตัวเองออกจากความขัดแย้งทางการเมือง ที่เป็นปัญหาทั้งของประเทศ และเป็นสาเหตุ ทำให้คนผิดหวัง กับการเมืองอย่างมาก ช่วงหลังที่ผ่านมา พรรคประชาธิปัตย์มีการเปลี่ยนไปในลักษณะของการที่มีการต่อสู้แข่งขันด้านความคิดนโยบาย หาทางแก้ไขปัญหาของประชาชนมากกว่า เพื่อเป็นสิ่งที่ ทำให้ประชาชนที่มีความคาดหวังต่อพรรคการเมืองและต่อนักการเมืองที่ดีขึ้น (บุรณรัชย์ สมุทรักษ์, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2552)

ตลอดเวลากว่า 60 ปีที่ผ่านมา พรรคประชาธิปัตย์ย้ำจุดยืนมาเสมอว่าเป็นพรรคที่มีอุดมการณ์ เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งเป็นจุดแข็งสร้างให้พรรคกลายเป็นสถาบันการเมือง แต่ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม ย่อมส่งผลกระทบต่อความต้องการของประชาชนในสังคมเช่นกัน ส่งผลต่อการสร้างตราสินค้า (Brand) ทางการเมืองของพรรค โดยเฉพาะเรื่องภาพลักษณ์ และการตลาดทางการเมืองที่เข้ามามีบทบาทในการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์มากขึ้น

และเพื่อที่จะให้การสร้างตราสินค้าของพรรคการเมืองสำเร็จได้นั้น พรรคประชาธิปัตย์เองได้มีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องไปตามความต้องการของสังคมและประชาชนมากที่สุด ที่ บัญญัติยอมรับว่า ในช่วงเวลาที่ผ่านมา พรรคประชาธิปัตย์ไม่ค่อยได้ใช้การตลาดเท่าที่ควร แต่มักจะถือหลักว่า ทำดี ๆ ไป ดีเดียวประชาชนจะรู้เอง ซึ่งวันนี้ต้องยอมรับความจริงว่า ทำดีอย่างเดียวไม่ได้แล้ว ซึ่งเราก็จะปรับเรื่องนี้อยู่ โดยใช้ตลาดมากขึ้น เช่น อาจจะทำให้ประชาชนรู้เสียก่อนว่า พรรคประชาธิปัตย์กำลังจะทำอะไร สิ่งที่พรรคประชาธิปัตย์ทำคืออะไร จะเป็นประโยชน์อย่างไร ซึ่งก่อนหน้านี้พรรคประชาธิปัตย์ไม่ค่อยคิดตรงนี้ (ธีระเดช เอี่ยมสำราญ, 2552, น. 40)

แต่จากเหตุการณ์การขึ้นเวทีปราศรัยร่วมกับกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยของสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ที่ผ่านมา อันประกอบไปด้วย

1. นายเทพไท เสนพงศ์ ผู้ช่วยเลขาธิการพรรคประชาธิปัตย์ ได้แถลงที่พรรคประชาธิปัตย์ว่า พรรคประชาธิปัตย์ได้ยกระดับการต่อต้านการแก้ไขรัฐธรรมนูญ 2550 ให้เป็นเรื่องเทียบเท่ากับการคว่ำบาตรการเลือกตั้ง 2549 และการต่อสู้คดียุบพรรค พรรคมีมติตั้งคณะทำงานยุทธศาสตร์เพื่อการแก้ไขรัฐธรรมนูญ มี นายสุเทพ เทือกสุบรรณ เลขาธิการพรรคประชาธิปัตย์ เป็นประธาน มีนายบัญญัติ บรรทัดฐาน ส.ส. สัดสวน เป็นประธาน ส.ส. ทั้ง 164 คน และนี่กำลังต่อต้านการแก้ไขรัฐธรรมนูญ จะต่อสู้เคียงบ่าเคียงไหล่กับองค์กรประชาชนที่มีแนวความคิดต่อต้านการแก้ไขรัฐธรรมนูญ เบื้องต้นพรรคสนับสนุนให้สมาชิกพรรคเข้าร่วมกิจกรรมวิชาการของกลุ่มต่าง ๆ และจะไม่ปิดกั้น ส.ส. เข้าร่วมชุมนุมกับกลุ่มพันธมิตรฯ แต่ต้องไปในนามส่วนตัว

2. นายสมเกียรติ พงษ์ไพบูลย์ ส.ส. สัดส่วนพรรคประชาธิปัตย์ เข้าร่วมเป็นแกนนำ และปราศรัยบนเวทีพันธมิตรฯ ตลอดเวลาการประชุม
3. นายสำราญ รอดเพชร นายไชยวัฒน์ สินสุวงศ์ นายประพันธ์ คุณมี นางรักษาภรณ์ แก้วสนิท ส.ส. สอบได้-สอบตก ร่วมปราศรัยอยู่อย่างสม่ำเสมอ
4. คุณหญิงกัลยา โสภณพนิช รองหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ บริจาคเงินให้แก่กลุ่มพันธมิตรฯ
5. ผู้บริหารแกนนำของพรรคประชาธิปัตย์หลายคน จัดการชนคนจากจังหวัดภาคใต้ และจังหวัดใกล้เคียง เข้าร่วมชุมนุมตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในวันที่ 20 มิถุนายน 2551 มีหลักฐานปรากฏทางสื่อต่าง ๆ

รวมทั้งการที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ นำคณะ อันประกอบด้วย องอาจ คล้ามไพบูลย์, ศิริโชค โสภา, ศิริวรรณ ปราศจากศัตรู ฯลฯ เข้าคารวะ สนธิ ลิ้มทองกุล ถึงบ้านพระอาทิตย์ เมื่อ 18 พฤศจิกายน 2550 ที่ผ่านมา ทำให้สังคมมองว่าพรรคประชาธิปัตย์กับกลุ่มพันธมิตรฯ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และยังเป็นเสมือนการตอกย้ำความเชื่อของผู้คนในสังคมถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงมาตั้งแต่การปฏิวัติรัฐประหาร ไปจนถึงเจตนารมณ์ในการล้มล้างรัฐบาลเพื่อประโยชน์ร่วมกัน (“ย่า เลือกอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ สนธิ ลิ้มทองกุล,” 2552, ย่อหน้า 10)

ซึ่งสื่อมวลชนมีความคิดเห็นว่า การที่มีสมาชิกของพรรคประชาธิปัตย์บางส่วนได้เข้าร่วมในเวทีปราศรัยของกลุ่มพันธมิตรฯ มีผลในเรื่องภาพลักษณ์บทบาทการทำหน้าที่ที่ไม่เป็นกลางทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ สร้างความแตกแยกที่รุนแรงขึ้นในสังคม (สมฤทัย ทรัพย์สมบูรณ์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2552)

ถึงแม้ว่านายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ได้ออกมากล่าวถึงกรณีที่หลายฝ่ายถามหาจุดยืนของพรรคประชาธิปัตย์ที่ปล่อยให้สมาชิกพรรคไปเคลื่อนไหวกับกลุ่มพันธมิตรฯ ว่า “สมเกียรติโผล่มีอบเรื่องเล็ก” ทุกคนมีสิทธิเคลื่อนไหวตามรัฐธรรมนูญและอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย ที่ผ่านมาได้ขอไม่ให้ ส.ส.ของพรรคขึ้นเวทีกลุ่มพันธมิตรฯ แต่สามารถไปเยี่ยมเยียนพบปะผู้ชุมนุมหรือเข้าร่วมการประชุมได้ และมีความชัดเจนที่ให้นายสมเกียรติ พงษ์ไพบูลย์ ขึ้นเวทีได้เพียงคนเดียว เพราะเป็นแกนนำกลุ่มพันธมิตรฯ มาก่อน (“มาร์ค ยันไม่มีเอี่ยวพันธมิตรฯ,” 2552, ย่อหน้า 29) รวมถึงนายอลงกรณ์ พลบุตร รองหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ เคยอ้างเอาไว้ว่า พรรคประชาธิปัตย์เปิดทางให้สมาชิกไปขึ้นเวทีแสดงความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มพันธมิตรฯ ได้โดยเสรี (“จับตาสงครามสุดท้าย ‘สมัคร’ ลอยตัว ตั้งคณะทำงานใช้ทหารชน ‘พันธมิตร’,” 2552, ย่อหน้า 4)

โดยทางพรรคประชาธิปัตย์เองได้ออกมาย้ำจุดยืนเดิมของพรรคในการไม่ให้สัมภาระณ์ประเด็นทางการเมืองที่จะเป็นการขัดแย้งหรือสร้างความสับสนให้กับสังคม รวมทั้งการเป็นการทางการเมืองไม่มีการเข้าร่วมกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่การที่การที่ผู้มีบทบาทในพรรคประชาธิปัตย์เข้าร่วมเวทีทางการเมืองดังกล่าว เป็นการสร้างความสับสนในจุดยืนทางการเมืองให้กับประชาชน

ทำให้หลายฝ่ายมองบทบาทการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ ท่ามกลางบ้านเมืองแตกแยกแบ่งขั้วอย่างหนักด้วยความเป็นห่วง เพราะพรรคประชาธิปัตย์อาจกำลังสับสนกับบทบาทของตัวเองในฐานะที่เป็นพรรคการเมือง ซึ่งต่างจากกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง เพราะในแง่การตรวจสอบรัฐบาลในระบอบประชาธิปไตย มี 2 ส่วน คือ การตรวจสอบในสภา และการตรวจสอบนอกสภา พูด่าง ๆ คือ ส่วนหนึ่งอยู่ในกรอบประชาธิปไตยแบบตัวแทน อีกส่วนหนึ่งคือกรอบประชาธิปไตยแบบทางตรง

ซึ่งแท้จริงแล้วบทบาทประชาธิปัตย์คือ การทำหน้าที่ในฐานะฝ่ายค้านในรัฐสภา หรือการตรวจสอบในรัฐสภา ต้องอย่าสับสน ส่วนบทบาทการตรวจสอบนอกรัฐสภา ก็ปล่อยเป็นหน้าที่ของกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะสื่อมวลชนหรือกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง ฉะนั้น ถ้าประชาธิปัตย์ไม่ยึดหลักตรงนี้ให้มั่นก่อนว่า พรรคอยู่ในฐานะอะไรในระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา และมีบทบาทหน้าที่ที่ควรจะทำคืออะไรบ้าง (“วิพากษ์ ‘มาร์ค-ประชาธิปัตย์’ แฟนพันธุ์แท้ผิดหวัง ‘อภิสิทธิ์’ ไม่อยากเห็น ‘นายกษ พันธมิตรฯ’,” 2552, ย่อหน้า 7)

ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าย่อมส่งผลต่อเนื่องในการสร้างตราสินค้าของพรรคประชาธิปัตย์ รวมไปถึงในการทำหน้าที่บริหารประเทศในบทบาทรัฐบาล เพราะเกิดคำถามต่างมากมาย ในสังคมตามมาถึงจุดยืนที่เคยวางเอาไว้ในเรื่องความเป็นกลางทางการเมืองเพื่อให้เกิดความสมานฉันท์ การแสดงจุดยืนที่ไม่ชัดเจนในการทำหน้าที่ตัวแทนในภาคประชาชนดังกล่าว ทำให้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของพรรคประชาธิปัตย์ออกมาในด้านลบ ในเชิงการรับรู้ของสังคมในปัจจุบันอย่างแน่นอน (สมฤทัย ทวีทรัพย์สมบุญ, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2552)

## ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมือง ของพรรคประชาธิปัตย์

นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมแล้ว Bruce I. Newman ได้เสนอว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่มีผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง มีอยู่ 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี
2. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมือง
3. การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวแทนแห่งอำนาจ

### การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี

“เทคโนโลยี” เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในการรณรงค์ทางการเมือง ที่มีผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง ทั้งนี้เทคโนโลยีที่ทันสมัยนำมาซึ่งความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันรวมถึงการสื่อสารที่ง่ายขึ้น ช่องทางการสื่อสารที่มากขึ้น และข้อมูลข่าวสารที่เข้ามาถึงประชาชนอย่างหลากหลาย การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทั้งผู้สมัครและพรรคการเมืองต้องรู้จักเรียนรู้และนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการรณรงค์ที่มีผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมือง โดยเทคโนโลยีเหล่านี้ ได้แก่

#### 1. คอมพิวเตอร์

เป็นนวัตกรรมที่ก้าวหน้ามากที่สุดในบรรดาเทคโนโลยีทั้งหมด พรรคการเมืองสามารถใช้คอมพิวเตอร์จัดทำฐานข้อมูลสมาชิก ที่มีรายละเอียดตั้งแต่ภูมิลำเนา ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ข้อมูลเฉพาะบุคคล ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าว ในต่างประเทศใช้เพื่อการระดมทุน ส่วนในประเทศไทยใช้ในการสื่อสารเพื่อการเลือกตั้ง

นอกจากนั้น คอมพิวเตอร์ยังสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ผลการวิจัยซึ่งพรรคการเมืองจำเป็นต้องใช้อยู่ตลอดเวลา การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสื่อสารเพื่อการสร้างตราสินค้าของพรรคการเมือง นอกจากจะสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพแล้ว ยังแสดงถึงความทันสมัยที่ทำให้คนรุ่นใหม่รู้สึกชื่นชมอีกด้วย ดังนั้นพรรคต่าง ๆ จึงจัดทำเว็บไซต์ของพรรคบรรจุข้อมูลต่าง ๆ ของพรรค ทั้งผู้บริหารพรรค นโยบายพรรค กิจกรรมของพรรค เพื่อสื่อสารกับกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตและด้วยปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้แต่ละ

พรรคการเมืองที่จะออกแบบเว็บไซต์ของพรรคให้ดูโดดเด่น สะดุดตา และนำเสนอข่าวสารที่สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับพรรคและผู้บริหารพรรคมากที่สุด

โดยเฉพาะ 5 ปีหลัง ทางพรรคประชาธิปัตย์ได้สร้างความแตกต่างในการสื่อสารตราสินค้าทางการเมืองของพรรคกับประชาชนมากขึ้น จนเกิดการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของประชาชนในตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอันดับหนึ่งที่ได้ชัด คือ เรื่องของสื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะนำเสนอผลงาน นโยบาย กิจกรรมต่าง ๆ ของพรรคสู่สายตาประชาชน (พุทธิพงษ์ ปุณณกันต์, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2552)

ซึ่งทางพรรคประชาธิปัตย์มีความพยายามมาตลอดในการพยายามที่จะพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในพรรค โดยเฉพาะเรื่องของ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่รวดเร็วและเป็นสื่อที่สามารถตอบโต้ได้ตลอดเวลา นอกจากนี้เรื่องของเว็บไซต์พรรค, การติดต่อแบบไร้สายระหว่างพรรคกับสมาชิกพรรคและประชาชน หรือแม้กระทั่งการใช้ E-mail ทางพรรคประชาธิปัตย์ก็พยายามที่จะพัฒนาให้มากขึ้น เป็นการปรับตัวของพรรคเพื่อให้สามารถตอบสนองชีวิตประจำวันของประชาชนได้อย่างครบถ้วน (อภิเมงคกุล โสณกุล, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2552)

ซึ่งเว็บไซต์ของพรรคประชาธิปัตย์ คือ [www.democrat.or.th](http://www.democrat.or.th) ออกแบบโดยใช้สีฟ้าเป็นพื้นหลัก มีสัญลักษณ์พรรครูปพระแม่ธรณีบีบมวยผม สีน้ำเงินเข้มอยู่บนหัวของ Web page เนื้อหาที่นำเสนอทั่วไปมีคอลัมน์หลัก คือ ประวัติของพรรค อุดมการณ์ของพรรค ผู้บริหารพรรค ข่าวของพรรคย้อนหลังไปหลายพันข่าว มีการเปิดรับสมาชิก และสำหรับในช่วงเลือกตั้งมีการนำเสนอสโลแกนและนโยบายของพรรค ตัวอย่างเช่นในการเลือกตั้งทั่วไป เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2548 ที่ผ่านมามีการนำเสนอสโลแกนว่า “พรรคประชาธิปัตย์สร้างคน สร้างอนาคต” พร้อมกรอบนโยบาย 9 ด้าน คือ นโยบายการศึกษา สังคม สาธารณสุข การเมืองการบริหารเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ความมั่นคงและการต่างประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายเพื่อเยาวชน ซึ่งแนวทงนโยบายจะสอดคล้องกับการนำเสนอในสื่ออื่น ๆ แต่จะมีการจัดหมวดหมู่และใช้คำขึ้นประเด็นที่แตกต่างกัน เช่น ในสื่อสิ่งพิมพ์จะใช้ “5 คำมั่นสัญญาแก้ปัญหาประชาชน” โดยนำประเด็นเด่นของแต่ละนโยบายที่นำเสนอในเว็บไซต์ มาแยกให้โดดเด่น ได้แก่ เรียนฟรี จบมาทำงานทำ ล้างหนี้ด้วยงาน 60 ปีมีเบี้ยเลี้ยง รักษาฟรีมีคุณภาพ

ด้วยความโดดเด่นของเว็บไซต์พรรคประชาธิปัตย์อยู่ที่การเชื่อมโยงเว็บไซต์ของพรรคเข้ากับเว็บไซต์ส่วนตัวของผู้บริหารพรรค เช่นเว็บไซต์ [www.apisit.org](http://www.apisit.org) หรือ [www.kalaya.org](http://www.kalaya.org) ฯลฯ และมีตัวเลขแสดงจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยม ซึ่งมีมากกว่า 1 ล้านหกแสนคนแล้ว นอกจากนี้ผู้ที่สนใจยังสามารถสมัครเป็นสมาชิกพรรคทางอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย ถึงแม้จะเป็นพรรคเก่าแก่ แต่ก็สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ได้อย่างร่วมสมัย นอกจากนี้ทางพรรคประชาธิปัตย์เองจะ

มีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนก่อนที่จะปรับปรุงเนื้อหาในเว็บไซต์ของพรรคทุกครั้ง เพื่อให้เว็บไซต์ของพรรคสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสูงสุด

ซึ่งในช่วงที่มีการเปิดอภิปรายในสภาผู้แทนราษฎรพรรคประชาธิปัตย์ก็ได้ใช้เว็บไซต์ของพรรคเป็นเวทีอภิปรายนอกสภา ที่สามารถตอบโต้พรรคไทยรักไทยได้อย่างรวดเร็วและไม่ถูกปิดกั้นจากกลไกของสภา ทำให้มีผู้สนใจติดตามเว็บไซต์ของพรรคประชาธิปัตย์เป็นจำนวนมาก นับเป็นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและต่อเนื่อง เป็นประโยชน์สำหรับพรรคฝ่ายค้าน (ในขณะนั้น) ที่ไม่สามารถครอบครองพื้นที่ในการสื่อสารมวลชนอื่น ๆ ได้

ข้อสังเกตในเว็บไซต์ของพรรคประชาธิปัตย์อีกสิ่งหนึ่ง คือ มีการเสนอคอลัมน์หัวหน้าพรรค ซึ่งถือว่าเป็นอีกพรรคการเมืองหนึ่งที่มีการชูหัวหน้าพรรคให้โดดเด่น นอกจากนี้จะมีการเชื่อมโยงเว็บไซต์ส่วนตัวของหัวหน้าพรรคแล้ว ในเว็บไซต์ของพรรคได้มีการเสนอความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของหัวหน้าพรรคในทุก ๆ ประเด็นความเคลื่อนไหวในรูปแบบของ Multimedia ผ่านเว็บไซต์

## 2. โทรทัศน์

ปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงทุกครัวเรือน การสื่อสารผ่านโทรทัศน์จึงเป็นวิธีที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจประชาชนอย่างสูง แม้ทางคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) จะไม่อนุญาตให้พรรคการเมืองโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ในช่วงที่มี กกต. ประกาศเลือกตั้ง ประกอบกับแต่ที่ผ่านมาพรรคประชาธิปัตย์ในฐานะฝ่ายค้านมีโอกาสใช้พื้นที่ในส่วนของสื่อโทรทัศน์ได้น้อยมาก เนื่องจากถูกปิดกั้นจากฝ่ายรัฐบาลเป็นหลัก พรรคประชาธิปัตย์จึงทำได้เพียง การปรากฏตัวเป็นข่าวเพื่อเป็นแขกรับเชิญในรายการโทรทัศน์ที่เป็นการสนทนาทางการเมืองที่มีผู้นิยมสูง โดยทางพรรคประชาธิปัตย์ได้มีการปรากฏตัวของหัวหน้าพรรคในรายการโทรทัศน์ เช่น รายการสถานีสนามเป่า รายการเจาะใจ รายการสยามเช้านี้ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ และรายการเรื่องเล่าเช้านี้ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3, รายการเวทีความคิด รายการตาสว่าง และรายการซีพีวอร์ลด์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท., รายการตัวจริงชัดเจน ช่อง TITV จมูกมด สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, เป็นต้น รายการเหล่านี้ส่งผลในการโน้มน้าวใจของประชาชนได้เช่นกัน อีกทั้งยังสามารถสร้างการจดจำตราสินค้าของพรรคการเมืองได้อีกด้วย

นอกจากนี้โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Cable TV) เป็นสื่อที่กำลังมีอิทธิพลมากขึ้นในกลุ่มชนชั้นกลางที่อยู่ในเมือง รวมทั้งสื่อที่เป็นอินเทอร์เน็ตที่ก็น่าจะเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมือง ดังจะเห็นได้จากรายการสดต่าง ๆ ที่มักเปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นเพื่อโหวตในประเด็นที่พูดคุยกันในรายการผ่านทางระบบ SME ของโทรศัพท์มือถือ เช่น รายการคมชัดลึก ของช่อง Nation Channel เป็นต้น

อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อประชาชนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้พรรคการเมืองต้องแสวงหาวิธีในการที่จะเข้ามาใช้สื่อนี้ให้เป็นประโยชน์ ต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมืองต่าง ๆ ให้มากขึ้น

ซึ่งทางพรรคประชาธิปัตย์ตระหนักและปฏิเสธไม่ได้ว่า กิจกรรมประจำวันของประชาชนในปัจจุบันมีการเสฟสื่อมากขึ้น มีทางเลือกที่มากขึ้น และประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้ในหลากหลายรูปแบบ เพราะคงเป็นภารกิจหนักของคนทำงานในปัจจุบันและอนาคต เกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลให้กับพี่น้องประชาชนได้ รวมถึงอย่างที่บอกไปว่าพฤติกรรมในการเสฟสื่อ การอ่านสื่อ การติดตามสื่อของพี่น้องประชาชนก็เปลี่ยนไปตามยุคสมัยมีความรวดเร็ว ทันสมัย ฉับไว แล้วก็เข้าถึงสื่อได้ รวดเร็ว แน่นนอน

ในการแข่งขันพัฒนาในด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งมีความทันสมัย พรรคประชาธิปัตย์คิดว่ามันเบื้องต้น กับการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการสื่อสารให้กับประชาชนทั้งในมิติของพรรค มิติของการทำหน้าที่เป็นรัฐบาลเองก็ตาม พรรคประชาธิปัตย์ได้พยายามดำเนินการทั้งหมดอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อสื่อสารกับประชาชน (พุทธิพงษ์ ปุณณกันต์, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2552)

## การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมือง

โครงสร้างทางการเมืองของไทย ได้แก่ การปกครองในระบบอบ ประชาธิปไตย ความหมายของระบบอบประชาธิปไตย คือ คือแนวคิดที่เชื่อว่าประชาชนมีสิทธิที่จะปกครองตนเอง การปกครองที่ประชาชนมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนในรัฐ ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการออกเสียงเพื่อแลกเปลี่ยนของตนมาทำหน้าที่ดำรงตำแหน่งในสภา โครงสร้างทางการเมืองของไทยในปัจจุบัน (แม่สายสวรรค์, 2552, ย่อหน้าที่ 1)

รัฐธรรมนูญปี 2550 ซึ่งมีผลต่อการเมืองอย่างชัดเจน ทำให้นักการเมืองที่ได้มาโดยไม่บริสุทธิ์ และพรรคการเมืองที่ทำผิดตามที่กฎหมายรัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ ได้รับบทลงโทษที่ถือเป็นผลพวงที่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการร่างรัฐธรรมนูญ เห็นว่าได้ว่า รัฐธรรมนูญปี 2550 ได้ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องจากรัฐธรรมนูญปี 40 โดยคงส่วนดีเอาไว้ (สำนักข่าวไทย, 2552, ย่อหน้าที่ 9)

ถือเป็นผลจากการปฏิรูปทางการเมืองในประเทศไทยครั้งยิ่งใหญ่ ซึ่งบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมืองที่สำคัญ ๆ หลายประการ จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าทางการเมืองไทยสู่ประวัติศาสตร์ทางการเมืองสมัยใหม่ ทำให้ระบบการเลือกตั้งตามรัฐธรรมนูญใหม่ฉบับนี้ ได้มอบอำนาจเด็ดขาดให้กับคณะกรรมการ

การเลือกตั้ง (กกต.) เพื่อจัดการเลือกตั้งและ การดำเนินกิจการพรรคการเมืองอย่างบริสุทธิ์ยุติธรรม ดังนั้นการวางตัวของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ย่อมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่อาจส่งผลกระทบต่อผลของการเลือกตั้งและการดำเนินกิจการของพรรคการเมือง

ในเดือนพฤษภาคม 2550 ถือเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงของการเมืองครั้งใหญ่ที่อาจจะนำไปสู่วิกฤตการณ์ทางการเมือง อันเป็นผลมาจากการตัดสินใจคดี “ยุบพรรคการเมือง” ของตุลาการรัฐธรรมนูญ เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมืองที่มีผลต่อพรรคการเมืองโดยตรง เนื่องจากมีบทลงโทษที่รุนแรงต่อพรรคการเมืองที่กระทำความผิด เช่นคดียุบพรรคการเมืองที่ถือว่าเป็นคดีตัวอย่างในการทำหน้าที่ของรัฐธรรมนูญฉบับนี้

คดียุบพรรคการเมืองเนื่องจากการเลือกตั้ง 2 เมษายน พ.ศ. 2549 (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2552, ย่อหน้าที่ 1) เป็นคดีประวัติศาสตร์ที่พรรคประชาธิปัตย์ พรรคพัฒนาชาติไทย และพรรคแผ่นดินไทย ในคดีกลุ่มที่ 1 พรรคประชาธิปัตย์และพรรคประชาธิปัตย์ก้าวหน้าในคดีกลุ่มที่ 2 ถูกฟ้องร้องเป็นจำเลยในข้อกล่าวหา เป็นปฏิปักษ์ต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตย และกระทำการอันเป็นภัยต่อความมั่นคงของรัฐ

คณะตุลาการรัฐธรรมนูญได้ดำเนินการไต่สวนพยานครบถ้วนเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ต่อมาตุลาการรัฐธรรมนูญแต่ละคน ได้มีคำวินิจฉัยส่วนตัวออกมาเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2550 และคณะตุลาการรัฐธรรมนูญได้อ่านคำวินิจฉัยกลางในช่วงบ่ายจนถึงเกือบเที่ยงคืนของวันที่ 30 พฤษภาคม 2550 เริ่มจากคดีกลุ่มที่ 2 ในส่วนพรรคประชาธิปัตย์และพรรคประชาธิปัตย์ก้าวหน้า โดยมีการถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์และวิทยุตลอดการอ่านคำวินิจฉัย

คำวินิจฉัยของตุลาการรัฐธรรมนูญ<sup>1</sup> สรุปว่าพรรคประชาธิปัตย์ไม่มีความผิดในทุกข้อกล่าวหา ส่วนอีก 4 พรรคมีความผิดจริง จึงมีคำสั่งให้ยุบพรรคประชาธิปัตย์ก้าวหน้า พรรคพัฒนา

---

<sup>1</sup> คณะตุลาการรัฐธรรมนูญวินิจฉัยว่า พรรคประชาธิปัตย์ไม่ได้กระทำตามที่ถูกล่ามทาจึงให้ยกคำร้องในส่วนที่ขอให้ยุบพรรคประชาธิปัตย์ ส่วนพรรคประชาธิปัตย์ก้าวหน้า กระทำการตามที่ถูกล่ามทาซึ่งเป็นการกระทำอันอาจเป็นปฏิปักษ์ต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และเป็นการกระทำที่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ. 2541 มาตรา 66 (2) (3) โดยเป็นการกระทำที่ขาดจิตสำนึกที่ดีต่อประชาชน ไม่คำนึงถึงความเสียหายและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อประเทศชาติ จึงให้ยุบพรรคประชาธิปัตย์ก้าวหน้าและให้เพิกถอนสิทธิเลือกตั้งของกรรมการบริหารพรรคจำนวน 9 คน ตามประกาศนายทะเบียนพรรคการเมือง ฉบับลงวันที่ 24 มีนาคม 2549 มีกำหนด 5 ปี ตั้งแต่วันมีคำสั่งยุบพรรคตามประกาศ คปค. ฉบับที่ 27 ข้อ 3

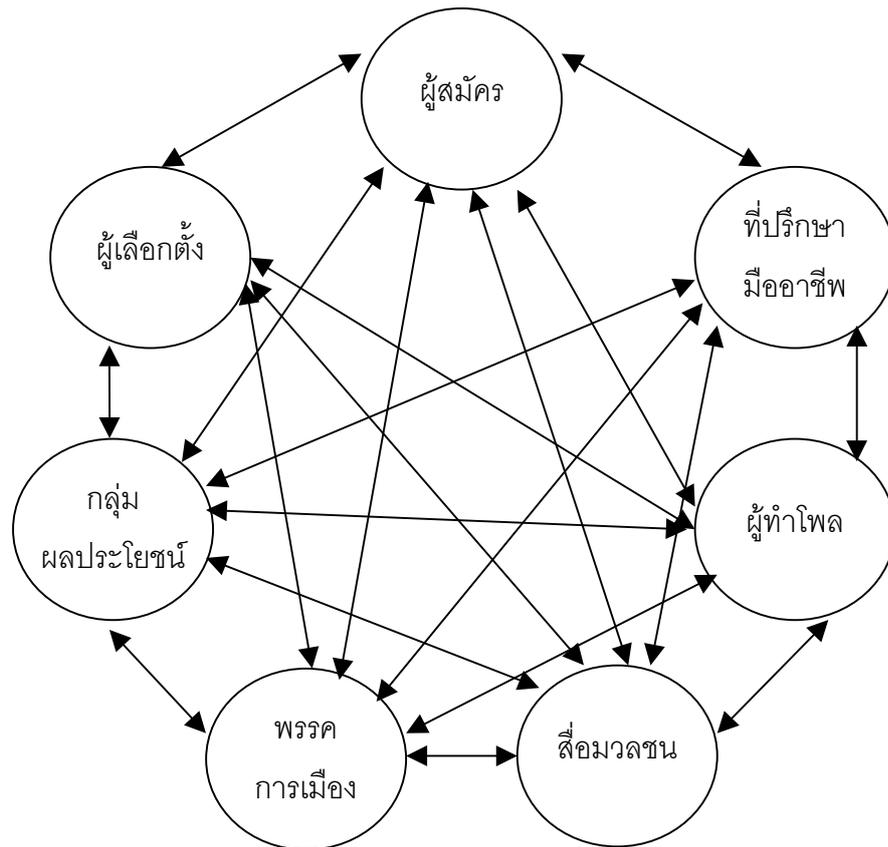
ชาติไทย พรรคแผ่นดินไทย และพรรคประชาธิปัตย์ รวมทั้งให้เพิกถอนสิทธิการเลือกตั้งกรรมการบริหารพรรคทั้ง 4 พรรค มีกำหนด 5 ปี

ถึงแม้พรรคประชาธิปัตย์จะเป็นผู้บริสุทธิ์ในคดีนี้ แต่ผลกระทบที่ตามมาก็คือ ทางพรรคประชาธิปัตย์เองต้องพยายามทำความเข้าใจในภาคประชาชนต่อคดีดังกล่าวอย่างหนัก ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข้อมูลผลการตัดสินคดีผ่านทางเว็บไซต์พรรค การให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ การปราศรัยของหัวหน้าพรรค รวมไปถึงการแถลงข่าวของโฆษกพรรคเองก็ตาม เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันในทางที่ถูกต้องระหว่างประชาชนและพรรคประชาธิปัตย์เอง

ถึงอย่างไรก็ตาม ภายหลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมือง กฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงไปในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง และการทำหน้าที่ของกฎหมายรัฐธรรมนูญปี 2550 ที่มีความรุนแรงและชัดเจนในเรื่องของบทลงโทษ ทำให้หลาย ๆ พรรคการเมืองรวมทั้งพรรคประชาธิปัตย์เอง ต้องมีความระมัดระวังมากขึ้นในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง และการทำหน้าที่ของพรรคการเมืองที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำผิด

## การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวแทนแห่งอำนาจ

ภาพที่ 2.3  
กลุ่มตัวแทนแห่งอำนาจ 7 กลุ่ม



ที่มา: *The Marketing of the president* (p. 53), by Bruce I. Newman, 1994, California: Sage Publication.

ตัวแทนอำนาจทั้ง 7 กลุ่ม ต่างก็ส่งผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ที่ส่งผลต่อเนื่องถึงการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง และแต่ละกลุ่มก็ส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. สื่อมวลชน

สื่อมวลชนไทย ได้ทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนความเป็นไปในสังคม ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งในบางสถานการณ์ก็ได้ทำหน้าที่ชี้นำความคิดของสังคมไป

ในทิศทางต่าง ๆ โดยในการทำหน้าที่ดังกล่าวของสื่อมวลชน ย่อมได้รับความสนใจและจับตามองจากภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคมอย่างใกล้ชิด

ในยุคปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า สื่อมวลชนมีบทบาทที่สำคัญในการป้องกันอาชญากรรม โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนมีโอกาสในการได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องถือว่าเป็นเงื่อนไขพื้นฐาน และเป็นกุญแจสำคัญในการตรวจสอบให้รัฐดำเนินการไปตามครรลองที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน (ชาญเชาวน์ ไชยานุกิจ, 2546, น. 19-23)

ในฐานะสื่อมวลชน นอกจากมีหน้าที่ในการนำเสนอข่าวนโยบายพรรคการเมืองต่าง ๆ แล้ว ยังนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวและการแข่งขันทางการเมืองดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารสำหรับการตัดสินใจในการใช้สิทธิในวันเลือกตั้ง โดยทางกลุ่มสื่อมวลชนได้อ้างถึง รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 65 บัญญัติไว้ว่า “บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการรวมตัวจัดตั้งพรรคการเมืองเพื่อสร้างเจตนารมณ์ทางการเมืองของประชาชนและเพื่อดำเนินกิจกรรมในทางการเมืองให้เป็นไปตามเจตนารมณ์นั้นตามวิถีทางการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข”

และเมื่อพรรคการเมือง มีหน้าที่ในการนำเสนอเจตนารมณ์และนโยบายของพรรคมาเป็นนโยบายในการบริหารประเทศ ประชาชนจึงมีสิทธิในการตรวจสอบความเป็นไปได้ในนโยบายของพรรคการเมือง รวมถึงมีสิทธิรับรู้ความเป็นไป ความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองว่า เป็นไปโดยชอบธรรมและชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2552, ย่อหน้าที่ 3)

การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการตรวจสอบพรรคการเมืองที่เห็นได้ชัดเจนในขณะนี้ คือ “กรณีเงินบริจาคให้กับพรรคการเมือง” สื่อมวลชนได้รายงานข่าวถึงกรณีดังกล่าวอย่างต่อเนื่องว่า

ซึ่งในเดือนพฤศจิกายน 2551 ที่ผ่านมา พบว่ามียอดบริจาคเข้ามาเพียง 4 พรรคการเมือง โดย 1 ใน 4 พรรคการเมืองดังกล่าวก็คือ พรรคประชาธิปัตย์ โดยสื่อมวลชนได้รายงานว่ามีนายประชัย เลี่ยวไพรัช อดีตหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ได้บริจาคเงินให้กับพรรคประชาธิปัตย์จำนวน 250 ล้านบาทนั้น ซึ่งจากการตรวจสอบ พบว่า รายงานงบการเงินของพรรคการเมืองปี 2548 ซึ่งเป็นปีที่ถูกระบุว่ามีการบริจาคเงินดังกล่าว ที่ คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เป็นผู้จัดทำขึ้น จากการรายงานงบการเงินประจำปีที่ผ่านมาแต่พรรคเสนอมา ในปี 2548 พรรคประชาธิปัตย์ ระบุว่า มีรายรับจากการบริจาคประมาณ 38 ล้านบาท และมีรายรับจากการจัดระดมทุน 43 ล้านบาทเศษ

ไม่ปรากฏว่ามีกรรณการรับเงินบริจาค 250 ล้านบาท ตามที่ปรากฏเป็นข่าว (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2552, ย่อหน้า 2)

อย่างไรก็ตามการที่สื่อมวลชนมีการทำหน้าที่ในการเสนอข่าว เสนอนโยบายพรรคการเมือง หรือแม้แต่การนำเสนอความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของพรรคการเมือง ไม่ว่าจะในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ตาม การนำเสนอข่าวนั้น ๆ มักจะถูกจับตามองของสังคม เป็นที่สนใจของสังคม ซึ่งย่อมต้องส่งผลกระทบต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองอย่างแน่นอน

## 2. การหยั่งเสียงจากสำนักต่าง ๆ

กล่าวได้ว่าการหยั่งเสียงความคิดเห็นของประชาชน (โพล) นั้น ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของนักการเมืองและพรรคการเมือง ในการที่จะวางแผนการรณรงค์ตลอดจนการตรวจสอบกระแสนิยม หรือปรับเปลี่ยนแผนรณรงค์ให้ทันเหตุการณ์ ดังนั้นทุกพรรคการเมืองจึงจำเป็นต้องมีโพลของตัวเอง ซึ่งโพลนี้บางพรรคอาจมีผู้เชี่ยวชาญประจำที่สามารถทำได้ตลอดเวลา เช่น พรรคไทยรักไทย หรือบางพรรคอาจจ้างที่ปรึกษามาทำโพลเป็นครั้งคราว เช่น พรรคประชาธิปัตย์ เป็นต้น

โดยทางพรรคประชาธิปัตย์เชื่อว่าวิธีที่หยั่งเสียงและมีผลแน่นอนที่สุด คือ ผลสำรวจจากโพล ซึ่งแต่ก่อนพรรคการเมืองแต่ละพรรคทำเป็นส่วนตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักการเมืองทราบได้ว่าประชาชนต้องการอะไร แต่ในขณะที่เดียวกันทางพรรคประชาธิปัตย์เองขาดเงินทุนในการทำโพลเองได้อย่างสม่ำเสมอ ทำได้เพียงบางโอกาสเท่านั้นเป็นการทำโพลเพื่อวางแผนการรณรงค์หาเสียง ทำให้ทางพรรคต้องอาศัยการหยั่งเสียงจากโพลสำนักอื่น ๆ แทน เช่น สวณดุสิตโพล ของสถาบันมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, เอเชียโพล ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ บริหารธุรกิจ, กรุงเทพโพลล์ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ธรรมศาสตร์โพล ของคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นต้น สำนักโพลเหล่านี้จะคอยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคม และเมื่อเข้าสู่ช่วงเวลาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งก็จะมีผลสำรวจคะแนนนิยมของพรรคการเมืองต่าง ๆ มาแนะนำ มาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวางแผนรณรงค์หาเสียงและวางแผนนโยบายของพรรค เพื่อให้พรรคประสบความสำเร็จสามารถครองอยู่ในใจของประชาชนได้ จนในที่สุดเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า หรือ Brand Loyalty (อภิเมงคล ไชณกุล, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2552)

แม้ยังเป็นที่ยกเถียงกันอย่างไรไม่มีข้อมูลสรุปว่า “โพล” มีผลต่อการขึ้นนำการตัดสินใจในการเลือกตั้งหรือไม่ แต่คุณภาพของโพล แต่ละสำนักนั้น มีความน่าเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใด แต่อิทธิพลและความสำคัญของโพลก็ยังมีอย่างสูงทางการเมือง การที่ คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ประกาศห้ามการเผยแพร่ผลโพลทางสื่อมวลชนนั้น หากวิเคราะห์ถึงผลเสียในมุมมองของผู้สมัคร

และพรรคการเมืองแล้ว ผลเสียน่าจะตกอยู่กับพรรคการเมืองเล็กที่มีปัจจัยต้นทุนจำกัด ทำให้ไม่สามารถจัดทำโพลได้บ่อยเท่าที่ควร การที่จะล่วงรู้และเท่าทันสถานการณ์จึงอาจจะตกเป็นรองพรรคการเมืองใหญ่ที่มีปัจจัยพร้อมในการจัดทำโพลได้ละเอียดกว่าและความถี่สูงกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พรรคที่ดำรงสถานะเป็นรัฐบาลย่อมได้ประโยชน์สูงสุดจากโพลทางราชการ ที่หน่วยงานของราชการเหล่านี้ได้แสดงผลใกล้เคียงกับผลเลือกตั้งมากกว่าโพลทุกสำนัก ดังนั้นผู้ที่ได้เห็นโพลนี้ย่อมได้เปรียบกว่าพรรคอื่น ๆ ในการหาแนวทางปรับกระแสความนิยมของประชาชน ที่ส่งผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคตนเอง

### 3. กลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มกดดัน (Interest & Pressure Group)

เป็นกลุ่มที่มีบทบาทอย่างสูงสำหรับเลือกตั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง เพราะบรรดากลุ่มผลประโยชน์ทั้งหลายจะนำประเด็นทางการเมือง ให้ผู้สมัครประธานาธิบดีได้แสดงจุดยืนและแนวทางนโยบายของตน หากกลุ่มผลประโยชน์เหล่านั้นพอใจก็จะประกาศสนับสนุนผู้สมัครคนนั้นอย่างเป็นทางการขณะเดียวกันก็อาจเข้าร่วมสนับสนุนรณรงค์ด้วย เช่น กลุ่มเกย์และกลุ่มเลสเบี้ยนที่สนับสนุนคลินตัน ในการเลือกตั้งประธานาธิบดี ปี ค.ศ. 1992 (Newman, 1994, p. 60)

สำหรับประเทศไทยนั้น กลุ่มผลประโยชน์ที่รวมตัวกันมักจะเป็นกลุ่มที่รวมกันด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น สภาหอการค้า สภาอุตสาหกรรม ฯลฯ ซึ่งบรรดากลุ่มผลประโยชน์เหล่านี้มักไม่ค่อยแสดงท่าทีทางการเมืองอย่างเป็นทางการ แต่มักจะสนับสนุนพรรคการเมืองอย่างเงิบ ๆ ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดความขัดแย้งเกิดขึ้นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลหรือชี้ทางการเมือง แต่สำหรับกลุ่มกดดันทางการเมือง (Pressure Group) ที่รวมถึงกลุ่ม NGO<sup>1</sup> หรือ องค์การพัฒนาเอกชน ในเมืองไทยนั้น จะแสดงบทบาททางการเมืองค่อนข้างชัดเจน โดยมักออกมานำเสนอทัศนะผ่านเวทีการอภิปรายทั่ว ๆ ไป ต่อแนวทางการบริหารงานของรัฐบาล หรือต่อบทบาทฝ่ายค้าน

ซึ่งในห้วงเวลาที่ผ่านมานับกับการบริหารประเทศของพรรคประชาธิปัตย์ในบทบาทของรัฐบาล ภายใต้การนำของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ กลุ่ม NGO หรือ องค์การพัฒนาเอกชน โดย พงษ์ทิพย์ สำราญจิตต์ เครือข่ายปฏิรูปที่ดิน ได้ออกมาท้วงติงเรื่อง การผลักดันการแจกเอกสารสิทธิ ส.ป.ก.4-01 ของรัฐบาลคุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง แน่นนอนโดยเฉพาะจากพรรคฝ่ายค้านที่ทำหน้าที่ในการหยิบยกบทเรียนความล้มเหลวของ

<sup>1</sup> NGOs มาจากคำย่อว่า Non Governmental Organizations แปลตรงตัว คือ องค์การที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ ในต่างประเทศมักเรียกว่า “องค์กรที่ทำงานโดยไม่แสวงหากำไร” หรือ “องค์กรอาสาสมัครเอกชน”

การแจกเอกสารสิทธิ ส.ป.ก.4-01 ของรัฐบาลในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าคนของพรรค ประชาธิปัตย์เกี่ยวข้องพัวพันอยู่อย่างใกล้ชิด การวิพากษ์วิจารณ์ของพรรคฝ่ายค้าน มีเค้ามูลความเป็นจริงอยู่ค่อนข้างมาก แต่นั่นก็เป็นเพียงภาพด้านหนึ่งของปัญหาที่ดินในสังคมไทย ที่นักการเมืองโดยส่วนใหญ่มักมีที่ดินถือครองจำนวนมากในเขต ส.ป.ก. หรือแม้แต่การใช้สิทธิพลเพื่อครอบครองที่ดินในพื้นที่อื่นของรัฐ

สิ่งสำคัญที่กลุ่ม NGO ต้องการ คือ รัฐบาลจะต้องทำเพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบายที่พรรคประชาธิปัตย์เคยกล่าวไว้ในช่วงเวลาของการหาเสียงในการเลือกตั้งที่ผ่านมา คือ การจัดการถือกรรมสิทธิ์ที่ดินที่เปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกมิติ ตั้งแต่ระดับชาติไปจนถึงระดับท้องถิ่น จัดหาคณะทำงาน คณะดำเนินการที่จะรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อคัดเลือกรูปแบบการถือกรรมสิทธิ์ที่ดินที่ใดจะดีที่สุด หรือนโยบายการจัดสรรที่ดินของรัฐบาลเป็นจริงและมีความเป็นธรรมได้มากที่สุด

เพื่อการลบภาพการทำงานที่ล้มเหลวในประเด็นดังกล่าว ในสมัยรัฐบาลภายใต้การนำของนายชวน หลีกภัย ที่ยังเปรียบเสมือนแผลที่ยังเปิดของพรรคประชาธิปัตย์ที่ยังคงรักษาไม่หายกับการบริหารประเทศที่ไม่ประสบความสำเร็จ โดย นายสุริยันต์ ทองหนูเอียด กงเลขาสหพันธ์เกษตรกรภาคเหนือ (สกน.) ได้ออกมาแสดงความคิดเห็นถึงกรณีดังกล่าวว่า

บทสรุป 31 ปีที่ผ่านมา สปก.นั้นล้มเหลวอย่างสิ้นเชิง เพราะการแจกเอกสารสิทธิ สปก.ไม่ได้เป็นการให้แก่ชาวบ้านคนจนอย่างที่กล่าวอ้าง เพราะว่าที่ดินส่วนใหญ่ที่ตกอยู่ในมือของนายทุนเป็นส่วนใหญ่ โดยดูจากปัญหาการถือครองที่ดินที่เกาะสมุยที่เชียงราย เชียงใหม่ หรือที่ลำพูนในขณะนี้ จะเห็นได้ชัดเจน (“สกน.ออกโรงโต้ ‘ทักษิณ-ยงยุทธ’ แจก สปก.4-01 หวังสร้างกระแสประชานิยม กลบกระแส ทรท. ดิ่งเหว,” 2552, ย่อหน้า 10)

การออกมาแสดงความคิดเห็นและทวงติงการทำงานของพรรคประชาธิปัตย์ของกลุ่ม NGO ดังกล่าว ในกระแสการต่อต้านและเห็นด้วยกับเรื่องนี้ยังไม่ได้รับการขานรับในวงกว้างแต่อย่างใด เนื่องจากการทำงานและการบริหารประเทศของพรรคประชาธิปัตย์ในบทบาทของรัฐบาลภายใต้การนำของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้เพียงระยะเวลาไม่นาน จึงไม่สามารถพิสูจน์ความสำเร็จหรือล้มเหลวในการทำงานของรัฐบาลของพรรคประชาธิปัตย์ได้ แต่ส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนในสังคมที่มีต่อพรรคประชาธิปัตย์ในเรื่องของความเชื่อมั่นในการทำงานในฐานะการกลับมาเป็นรัฐบาลอีกครั้งอย่างแน่นอน ทำให้การทำงานของพรรคประชาธิปัตย์ในบทบาทของรัฐบาลถูกจับตามองจากหลายฝ่ายในสังคม

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มกดดันในประเทศโดยภาพรวมแล้วมีแนวโน้มที่จะวางตัวเป็นกลางในทางการเมือง เพื่อความปลอดภัยในสภาพหลังการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ไม่เว้นแต่บรรดากลุ่มทุนต่าง ๆ ที่เคยให้การสนับสนุนบ้างก็ไปยังพรรคต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เพื่อผลประโยชน์ต่างตอบแทนในอนาคต

#### 4. พรรคการเมือง

การเลือกตั้งในระยะแรกของประเทศไทยนั้น มิได้มีบทบัญญัติให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องสังกัดพรรคการเมือง แม้ในปัจจุบันการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น เช่น สมาชิกสภาเทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล รวมทั้งผู้ว่าฯ กทม. ส.ก. และ ส.ช. ก็ยังไม่ต้องสังกัดพรรคการเมือง แต่รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ระบุให้ผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต้องสังกัดพรรคการเมือง อย่างน้อย 90 วันก่อนที่จะมีพระราชกฤษฎีกาการเลือกตั้ง พรรคการเมืองจึงเข้ามามีบทบาททางการเมือง แม้การเลือกตั้งแต่เดิมที่ผ่านมา ประชาชนมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกตั้งโดยให้ความสำคัญต่อบุคคลมากกว่าพรรคการเมือง (สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2527, น. 223) แต่บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญที่มุ่งให้พรรคการเมืองไทยมีความเข้มแข็งเช่นเดียวกับนานาอารยประเทศ จึงกำหนดให้มีการเลือกตั้ง “พรรคการเมือง” เพื่อไปจัดสรร ส.ส. บัญชีรายชื่อ จำนวน 100 ที่นั่ง บทบาทของพรรคการเมืองในปัจจุบัน จึงเพิ่มสูงขึ้นทั้งในแง่ของการสร้างภาพลักษณ์ให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในตัวพรรคและผู้ลงสมัครผ่านนโยบายต่าง ๆ และผู้นำพรรค

ทำให้พรรคการเมืองหลาย ๆ พรรคต่างสร้างจุดยืนที่โดดเด่นเพื่อสร้างความจดจำและรับรู้ให้กับประชาชน เพื่อเอกลักษณ์ที่ถือเป็นการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมืองนั่นเอง พรรคประชาธิปัตย์ก็เช่นกัน พรรคประชาธิปัตย์ได้มีการรณรงค์หาเสียงเป็นพรรคที่ 3 โดยใช้ชื่อ “ใหม่จริง” เป็นการเปิดการรณรงค์ เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2547 โดยใช้คำขวัญแรกว่า “ทวงคืนประเทศไทย” ซึ่งให้เห็นว่าประเทศไทยตกอยู่ภายใต้อำนาจของทุนผูกขาด เป็นต้น โดยพรรคประชาธิปัตย์ได้แสดงจุดยืนในการเป็น “พรรคการเมืองคุณภาพ” ในทุก ๆ แคมเปญการรณรงค์การเสียงของพรรค

ปัจจัยดังกล่าว นำมาซึ่งแนวโน้มใหม่ในการเลือกตั้งที่ประชาชนให้ความสำคัญกับพรรคการเมืองไม่น้อยน้อยกว่าตัวผู้สมัคร ดังจะเห็นได้จากการผลการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2544 พรรคประชาธิปัตย์ได้รับเลือกที่ภาคใต้ 48 ที่นั่ง ในการเลือกตั้งก่อนหน้านี้และเพิ่มขึ้นเป็น 52 ที่นั่ง ในการเลือกตั้งครั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของสุวิชา ธีราช บรรณาธิการบริหารข่าวหนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการรายวัน ถึงอิทธิพลของพรรคการเมืองที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งว่า

โดย Nature ของภาคใต้ เป็นคนซึ่งมีเหตุและผลและก็เคารพในของกฎหมาย เรียนในเรื่องของกฎหมายเยอะ แล้วก็มีความเป็นท้องถิ่นสูง คนซึ่งมาจากภาคใต้ตัวแทนของ

พรรคประชาธิปัตย์ ก็เป็นคนที่หล่อ ๆ จากวัฒนธรรมแบบนี้ซึ่งมีการส่งเสริมให้ลูกเรียนหนังสือสูง ๆ แบบว่าส่วนใหญ่ก็จบกฎหมาย จบอะไรมาในหลักปกครองเป็นนักปกครอง เข้าใจถึงความต้องการของเขาในพื้นที่ และก็พัฒนาพื้นที่ของเขาได้ดี สืบทอดกันมาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นการปลูกฝัง โดยที่ไม่ต้องไปซื้อเสียงอะไร เป็นเรื่องของการผลงาน ในการทำสิ่งเหล่านี้พรรคประชาธิปัตย์ ยึดภาคใต้ได้ตลอด รวมถึงตอนนี้ภาคตะวันออก ก็กลายเป็นจุดแข็งของพรรคประชาธิปัตย์และก็คนกรุงเทพฯ (สุวิธชา ธีราช, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2552)

จากบทบาทของพรรคการเมืองที่เพิ่มสูงขึ้นในประเทศไทย ทำให้พรรคการเมืองกลายเป็นกลุ่มอำนาจที่มีอิทธิพลต่อประชาชนและผู้ลงสมัครรับเลือกตั้ง ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดตัวผู้สมัคร การจัดสรรงบประมาณในการหาเสียงแก่ผู้สมัครแต่ละคน, การใช้สื่อมวลชนเพื่อหาเสียงในระดับกว้าง สร้างฐานเสียงและการรับรู้ของประชาชนในตัวพรรคมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง

#### 5. ผู้สมัครรับเลือกตั้ง

การเป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดพรรคการเมืองต่าง ๆ นั้นปัจจัยหลักคือเรื่องของแนวคิดและอุดมการณ์การของบุคคลที่สอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกันกับพรรคการเมืองที่สังกัด เพื่อเป็นการแสดงจุดยืนที่แน่นอนทางการเมือง ทำให้เห็นได้ว่าการเลือกตั้งที่ผ่านมาพรรคประชาธิปัตย์ได้ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. ระบบบัญชีรายชื่อ จำนวน 100 คน และผู้สมัครระบบแบ่งเขต จำนวน 395 คน ในจำนวนนี้ผู้สมัครส่วนใหญ่เป็น ส.ส. จากภาคใต้ อันถือเป็นฐานสำคัญ ของพรรคประชาธิปัตย์

ประกอบกับผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดพรรคการเมืองสามารถสะท้อนภาพลักษณ์โดยรวมของพรรคนั้น ๆ ได้ พรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ และเป็นที่น่าเชื่อถือได้ว่ามีบุคคลที่เป็นนักการเมือง โดยอาชีพอยู่มาก ทำให้ประชาชนส่วนมากมักมองว่าพรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคที่รวบรวมผู้สมัครรับเลือกตั้งที่สังกัดพรรคที่เก่าแก่ หัวโบราณตามไปกับอายุของพรรค ทำให้พรรคประชาธิปัตย์เองพยายามส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง (ส.ส.) หน้าใหม่ ๆ ออกมา การคัดเลือก ส.ส. ของพรรคประชาธิปัตย์ นอกจาก ส.ส. เก่าของพรรคแล้ว คุณสมบัติหนึ่งที่พรรคประชาธิปัตย์ให้ความสำคัญคือ ความมุ่งมั่น มีประสบการณ์

โดยสรุป ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมืองปัจจัยหนึ่งซึ่งพรรคจะมีนโยบายที่ดี แต่หากขาดผู้สมัครที่จะเชื่อมต่อการถ่ายทอดข่าวสารจากพรรคไปยังประชาชน พรรคก็อาจจะไม่ได้รับคะแนนนิยมเท่าที่ควร ขณะเดียวกันผู้สมัครคุณสมบัติดีแต่ขาดปัจจัยสนับสนุนจากพรรคก็อาจไม่บรรลุผลสำเร็จในการ

เลือกตั้งก็เป็นได้ อิทธิพลของพรรคกับผู้สมัครจึงเป็นอิทธิพลสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยมีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนอย่างสูง

#### 6. ที่ปรึกษามืออาชีพ

บทบาทที่ปรึกษาการรณรงค์ที่เป็นมืออาชีพด้านต่าง ๆ นั้น มีความสำคัญมาเป็นเวลานานแล้ว ในสหรัฐอเมริกาหลายประเทศ กลุ่มคนเหล่านี้จะเข้ามาทำงานร่วมกับพรรคและผู้สมัคร เพื่อกำหนดสาร (Message) สร้างภาพลักษณ์ (Image) และทำการสื่อสาร (Communication) กับผู้เลือกตั้งที่ปรึกษาเหล่านี้มีความสำคัญกว่าผู้นำพรรค และเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการกำหนดความเป็นไปในกระบวนการสร้างตราสินค้าทางการเมือง ตั้งแต่ก่อนที่จะประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้ง เนื่องจากพรรคหาเสียงของพรรคการเมืองและผู้สมัครเป็นอีกหนึ่งหนทางในการสื่อสารและสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง โดยผู้สมัครและพรรคการเมืองจะต้องแสวงหาทีมที่มีฝีมือมาช่วยขับเคลื่อนการรณรงค์ โดยเสาะหาจากหลาย ๆ แหล่ง เช่นเดียวกับการสรรหาบุคลากรของบริษัท (Newman, 1994, p. 55) ที่ปรึกษาการรณรงค์มืออาชีพเป็นสิ่งจำเป็น ตามแนวโน้มการเมืองยุคใหม่ ดังที่ Dennis W. Johnson (2001, p. xiii) ได้เสนอไว้ว่า “การรณรงค์สมัยใหม่เต็มไปด้วยความซับซ้อนความชำนาญ และนวัตกรรมของเทคโนโลยี ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพเท่านั้นที่จะสามารถดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จได้ มันหมดยุคของอาสาสมัคร หรือพวกสมัครเล่นทางการเมืองที่จะมาทำการรณรงค์แล้ว”

สำหรับประเทศไทยที่ผ่านมา การรณรงค์ทางการเมืองดูจะเป็นเรื่องลับของแต่ละพรรคการเมือง การว่าจ้างที่ปรึกษาที่เป็นคนนอกจึงแทบจะไม่เกิดขึ้น แต่ในปัจจุบันการปฏิเสธไม่ได้ว่า หลายพรรคการเมืองได้ให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นมืออาชีพนั้นมีแนวโน้มของการเมืองไทย เพราะผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ ย่อมเข้าถึงความต้องการของผู้เลือกตั้งได้ดี เช่นเดียวกับ การเข้าใจผู้บริโภคในเชิงการตลาด

แม้แต่พรรคประชาธิปัตย์ เป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ที่ไม่ได้มีการจ้างที่ปรึกษาด้านการรณรงค์ภายนอกมาดำเนินการมาก่อน จนเมื่อในการเลือกตั้ง ส.ส. ครั้งล่าสุด ก่อนที่จะมีการรัฐประหาร 19 กันยายน 2550 ทางพรรคประชาธิปัตย์ได้มีการใช้ว่าจ้างที่ปรึกษาที่เป็นคนนอกในการจัดทำแคมเปญรณรงค์หาเสียงเป็นครั้งแรก แรก พรรคประชาธิปัตย์ได้คณะทำงานที่จะต้องดูในเชิงยุทธศาสตร์ ว่าทิศทางยุทธศาสตร์ของพรรคต้องทำอะไร มีการสร้างสรรค์งานสื่อต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งความสวยงามโดดเด่นในเชิงศิลปะ สามารถสร้างความเหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

โดยทางพรรคประชาธิปัตย์ อาศัยที่ปรึกษามืออาชีพเป็นคณะทำงานที่จะต้องดูแลในเชิงยุทธศาสตร์ ในเรื่องทิศทางยุทธศาสตร์ของพรรคว่าต้องทำอะไร เนื่องจากทางพรรคประชาธิปัตย์ เชื่อว่าการใช้มืออาชีพจะช่วยผลงานที่ออกมาทำได้ดีกว่า (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552, น. 93-95)

ผลงานที่พรรคประชาธิปัตย์ใช้ที่ปรึกษามืออาชีพที่เห็นได้ชัดนอกจากการสร้างสรรคงานสื่อต่าง ๆ จะปรากฏว่าในช่วงที่พรรคประชาธิปัตย์ขึ้นดำรงตำแหน่งฝ่ายรัฐบาลในสมัยแรกภายใต้การบริหารของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ การติดต่อสัมภาษณ์ผู้บริหารพรรคหรือบุคคลสำคัญฝ่ายในพรรค รวมทั้งรัฐมนตรีต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ ต้องผ่าน Agency ทั้งหมด โดย Agency เป็นผู้จัดการและบริหารเวลา มีการวางแผนเวลาเวลาให้หมดเลย (ธีระเดช เอี่ยมสำราญ, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2552)

#### 7. ผู้เลือกตั้ง หรือ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

เป็นกลุ่มที่มีพลังสูงสุดในการตัดสินใจทางการเมือง เพราะฉะนั้นนักการเมืองและพรรคการเมืองจึงต้องแสวงหาความต้องการของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งและตอบสนองด้วยนโยบายและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งก็เช่นเดียวกันกับผู้บริโภคในตลาด ที่มุ่งหาผลิตภัณฑ์ที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง ขณะเดียวกันก็มีความอ่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผู้เลือกตั้งหรือประชาชนในประเทศไทยนั้น ในทางการเมืองการตลานั้น พรรคการเมืองใดสามารถที่ออกแบบนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เลือกตั้งหรือประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งมากที่สุด ก็จะครองใจผู้เลือกตั้งได้มากที่สุด

อาจแบ่งคร่าว ๆ เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร กลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภูมิภาค และกลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภาคใต้

#### กลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร

มีแนวโน้มที่จะเลือกตั้งไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีกระแสการเมืองเป็นตัวกำหนด และมักจะเลือกพรรคที่สวนทางกับคนในภูมิภาคเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตาม พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต (2541, น. 147) ได้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งชาวกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1. บุคลิกและภาพลักษณ์ของหัวหน้าพรรค กลุ่มชนชั้นกลางนิยมหัวหน้าพรรคที่ตรงไปตรงมา กล้าพูด กล้าแสดงออก ชนชั้นกลางนิยมคนที่อ่อนน้อม ซื่อสัตย์ มีความสามารถในการบริหาร

2. พฤติกรรมและบทบาททางการเมืองของพรรค ชนชั้นกลางมีปฏิภริยาต่อต้านนี้้น้อย ส่วนชนชั้นกลางไม่นิยมพรรคที่แตกแยกภายในพรรค และแย่งชิงผลประโยชน์กันเอง ไม่นิยมพรรคที่สนับสนุนทหาร ไม่ชอบพวกทุจริต พวกทุนนิยมท้องถิ่น นิยมพรรคที่เป็นฝ่ายค้าน มีแนวทางใหม่

3. ความหวาดวิตกทางการเมือง ปัจจุบันส่งผลต่อชนชั้นกลางมากกว่าชนชั้นล่าง หากมีสถานการณ์ที่สื่อเค้าว่าจะมีอำนาจคุกคามจากภายนอก ชนชั้นกลางมีแนวโน้มจะเลือกพรรคที่มีจุดยืนตรงข้ามกลุ่มอำนาจภายนอก

4. การสร้างกระแสอารมณ์ของสื่อมวลชน โดยทั่วไปสื่อมวลชนขณะอิทธิพลต่อการชี้แนะทัศนคติต่อพรรคการเมืองในระดับค่อนข้างสูง หากประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งยังไม่มีความผูกพันภักดีต่อพรรคใดเป็นพิเศษ แต่สื่อมวลชนจะไม่มีผลใด ๆ ต่อประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เลื่อนลอย (Floating Vote) ดังนั้นจึงมีโอกาที่จะถูกชี้แนะจากสื่อมวลชน และหากการชี้แนะนั้นมีความจริงรองรับอยู่ในระดับหนึ่ง ก็ยังจะทำให้น้ำหนักของการชี้แนะสูงขึ้น

5. ในเงื่อนไขที่มีการแข่งขันอย่างสูสี ไม่มีเงื่อนไขปัจจัยอื่นที่โดดเด่นผลการเลือกตั้งมีแนวโน้มที่จะถูกกำหนดด้วยปัจจัยด้านผลประโยชน์เฉพาะหน้าเป็นหลัก เมื่อใดที่กลุ่มชนชั้นกลางกระจายการเลือกตั้งไปยังหลายพรรค ทำให้คะแนนจัดตั้งของชนชั้นกลางเป็นตัวแปรชี้ขาดผลการเลือกตั้ง

6. เงื่อนไขด้านตัวบุคคลของผู้สมัคร ส.ส. บุคคลอาจสร้างคะแนนนิยมเป็นพื้นฐานให้กับตัวเองได้ระดับหนึ่ง โดยสร้างความโดดเด่นจากผลงานการอภิปรายในสภา เพื่อสร้างชื่อเสียงด้านอื่น ๆ

7. องค์กรจัดตั้งพื้นฐานของพรรค หากพรรคขาดการสร้างฐานมวลชนรองรับก็ยากที่จะประสบความสำเร็จได้

8. ยุทธวิธีหาเสียงของพรรคในช่วงการเลือกตั้ง เป็นองค์ประกอบที่อาจก่อให้เกิดการแปรผันในผลการเลือกตั้งได้บ้าง แต่การสะสมความนิยมทางการเมืองระยะยาว ที่มีความสำคัญสูงกว่า

ส่วนใหญ่ผู้เลือกตั้งหรือประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร ก็ต้องพิจารณาในเรื่องของกระแสในช่วงของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และภาพได้ หากไม่มีพรรคใดที่มาสลายความผูกพันภักดีต่อพรรคประชาธิปไตยได้ คะแนนก็ยังคงเอื้อต่อพรรคประชาธิปไตยเช่นเดิม

#### **กลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภูมิภาค**

เป็นประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ผูกพันกับระบบอุปถัมภ์ ซึ่งระบบอุปถัมภ์จะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากลักษณะความเป็นผู้นำในเชิงอุปถัมภ์ ย่อมหมายถึงระดับอิทธิพลซึ่งมีต่อประชาชน หรือกลุ่มบุคคล การมีอิทธิพลดังกล่าวจะส่งผลมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับบารมีของผู้นำคนนั้น ๆ เป็นสำคัญ ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลภายใต้ผู้นำดังกล่าวหมายถึงคะแนนเสียงที่จะทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งประชิดชนะหรือพ่ายแพ้ก็ได้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำชุมชนท้องถิ่นกับประชาชนเหล่านั้น ในกระบวนการเลือกตั้งเรียกว่า “ระบบหัวคะแนน”

โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลซึ่งดำรงอยู่ในสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ ความสัมพันธ์ในกระบวนการดังกล่าวในสังคมไทยตามลักษณะพื้นฐานของสังคมวัฒนธรรมข้างต้น ส่วนมากวางพื้นฐานอยู่บนความสัมพันธ์ต่อความเป็นส่วนตัว มีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ตอบแทน ระหว่างเจ้านายกับลูกน้อง มากกว่าความสัมพันธ์แบบอุดมการณ์ หรือจิตสำนึกทางการเมืองร่วมกัน เมื่อเป็นเช่นนี้แนวทางการรณรงค์กาเดียงเลือกตั้ง ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องให้ความสนใจกับผู้ชุมนุมระดับต่าง ๆ เป็นประการสำคัญ (สตีธร ธนานิติโชติ, 2545, น. 446)

ซึ่งกลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในภูมิภาคเป็นพื้นที่คะแนนเสียงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และเป็นจุดอ่อนของพรรคประชาธิปัตย์ที่ได้คะแนนเสียงเลือกตั้งน้อยที่สุด พรรคประชาธิปัตย์จึงมีความพยายามในการเจาะกลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภูมิภาคนี้

คือใช้ยาย เนียม คือลักษณะของภาคอีสาน ประชาธิปัตย์เขาเคยเสียงเยอะอยู่ช่วงหนึ่งแล้วก็หายไป เพราะว่าเจอการระบาดของพรรคไทยรักไทย ซึ่งพรรคไทยรักไทยใช้การตลาดซึ่งมันโดนใจคน ภาคอีสานเป็นคนที่สนุกสนานเฮฮา แล้วก็เป็นคนซึ่งรักพวกพ้องเป็นคนซึ่งเคาพรนับถือกัน ในลักษณะอุปถัมภ์ เมื่อตัวแทนของเขาพรรคไทยรักไทย เอาลักษณะแบบเด่นของไทยรักไทยเข้าไป ช่วงนั้น กองทุนหมู่บ้านเข้าไป ทำให้ฐานไทยรักไทย มันเกาะกันแน่น ประกอบกับ ส.ส. ถูกซื้อเข้าไปอยู่กลุ่ม ก๊วนเดียวกัน มันก็เลยกลายเป็นว่าประชาธิปัตย์จะส่งใครไปก็เป็นหน้าใหม่ การเป็นหน้าใหม่ ทำให้รู้สึกว่าเป็นคนใหม่ต้องใช้เวลาในการที่จะเข้าไปเจาะ เพราะฉะนั้นในความคิดส่วนตัว คิดว่าประชาธิปัตย์พยายามที่จะใช้จุดแข็งของคนอีสาน ในแง่ของการเคารพนับถืออุปถัมภ์ แล้วก็ผูกพันสัญญากัน เหมือนยายเนียม มอบแหวน ทำไมคุณอภิสิทธิ์ถึงยกตัวอย่าง ยายเนียมหลายครั้งในการหาเสียง แต่ที่วันที่รับตำแหน่ง ก็พูดถึงแหวนแหวนหมั้น แล้วก็คำที่ยายเนียมพูด มันเป็นคำที่กินใจคนอีสานมากเลย แล้วก็คนอีสานนับถือ ผู้หลักผู้ใหญ่ มาก ก็เลยทำให้ เขาน่าจะเอาตรงนี้เป็นจุดเริ่มต้น (สุวิชชา ธีราช, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2552)

ถึงแม้ทางพรรคประชาธิปัตย์จะพยายามขยายพื้นที่ฐานเสียงในภาคอีสานอย่างหนัก โดยอาศัยการลงพื้นที่ของหัวหน้าพรรครวมทั้งแกนนำสำคัญภายในพรรคก็ตาม แต่พรรคประชาธิปัตย์เองก็ยังไม่สามารถยึดพื้นที่คะแนนความนิยมได้อย่างภาคใด

จากผลการวิจัยพบว่า การเลือกตั้งของคนของคนในภูมิภาคนั้นมีแนวโน้มที่จะลงคะแนนเสียงโดยคำนึงถึงตัวผู้สมัครมากกว่าพรรค (สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแก้ว, 2527, น. 220) และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในชนบทนั้นไปลงคะแนนเสียงมากกว่าคนในกรุงเทพฯ ที่เป็นเช่นนี้เพราะคนในชนบทเป็นตัวของตัวเองน้อยกว่าคนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงมีโอกาสถูกชักจูง

หรือถูกระดมไปลงคะแนนเสียงได้มากกว่า และผู้มีสิทธิพลสำคัญในการระดมประชาชนไปใช้สิทธิ คือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน (น. 231)

### กลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภาคใต้

กลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภาคใต้ เขตพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้นั้น มีลักษณะพฤติกรรมลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแตกต่างจากกลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภูมิภาคอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นภาคที่มีผู้เลือกตั้งเป็นชาวมุสลิมอยู่หนาแน่นในเขต 3 จังหวัดชายแดน คือ ยะลา นราธิวาส และปัตตานี ประชาชนมีความตื่นตัวทางการเมืองสูง มีฐานะทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยสูงกว่าภาคอื่น ซึ่งจากการเลือกตั้งที่ผ่านมา คนใต้มีแนวโน้มที่จะเลือกผู้สมัครจากพรรคประชาธิปัตย์ มากกว่าพรรคอื่น ๆ แม้พรรคประชาธิปัตย์จะมีบทบาทเป็นฝ่ายค้านก็ตาม ประกอบกับกระแสท้องถิ่นนิยมของคนภาคใต้อีกด้วย ที่ทำให้พรรคประชาธิปัตย์สามารถครองพื้นที่ฐานเสียงในภาคใต้ได้มากที่สุด (บัณฑิต จันทศรีคำ, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2552)

ความหลากหลายและแตกต่างของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ทำให้ผู้สมัครและพรรคการเมืองจะต้องเข้าใจและเท่าทันประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งแต่ละกลุ่ม ชุมชน ท้องถิ่น ภูมิภาค อย่างลึกซึ้งและคอยจับตาดูความเปลี่ยนแปลงเพื่อจะเข้าถึงและครองใจประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินความสำเร็จในการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคการเมือง

อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ดูเหมือนจะเป็นจุดอ่อนสำหรับพรรคประชาธิปัตย์ เพราะการทำหน้าที่เป็นฝ่ายค้านมาตลอดระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา ทำให้การสื่อสารตราสินค้า หรือสร้างการรับรู้กับประชาชนในเรื่องของผลงานเป็นไปได้น้อย ประกอบกับข้อจำกัดในการใช้สื่อมวลชนทั้งของภาครัฐและเอกชน จากฝ่ายรัฐบาลเองก็ตาม ถึงแม้ที่ผ่านมาพรรคประชาธิปัตย์จะเคยมีผลงานจากการเป็นฝ่ายรัฐบาลมาแล้วบ้าง แต่จากความล้มเหลวในการบริหารงานทำให้เกิดภาพลักษณ์ในด้านลบกับพรรคประชาธิปัตย์ ประกอบกับแรงกดดันจากสังคมในเรื่องของการแบ่งขั้วทางการเมืองที่รุนแรง ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ทำให้การกลับมาทำหน้าที่ฝ่ายรัฐบาลของพรรคประชาธิปัตย์ครั้งนี้ เป็นการแสดงถึงบทพิสูจน์ในการบริหารงานของพรรคประชาธิปัตย์เพื่อลบภาพลักษณ์ในด้านลบดังกล่าว ซึ่งสภาพแวดล้อมเหล่านี้มิใช่ปัจจัยหลักส่งกระทบต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์โดยตรง

สำหรับสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่เป็นปัจจัยหลักในการสร้างตราสินค้าทางการเมือง ตามกรอบแนวคิดของ Newman (1994) ที่มีอยู่ 3 องค์ประกอบ คือ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี โครงสร้างทางการเมือง และกลุ่มตัวแทนอำนาจนั้น มีแนวโน้มที่จะเป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งผลเชิงบวกต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นส่วนใหญ่ คงมีเฉพาะในกลุ่มตัวแทนอำนาจ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มกดดัน (Interest &

Pressure Groups) ที่ดูเหมือนจะเป็นกลุ่มที่เป็นปัจจัยส่งผลต่อการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ เนื่องจาก กลุ่มตัวแทนอำนาจ 2 กลุ่ม จะคอยทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของพรรคการเมืองทุกพรรค ซึ่งการตรวจสอบดังกล่าวที่ถูกออกนำมาเผยแพร่สู่สาธารณชนมีผลต่อการชี้้นำความคิดและทัศนคติของประชาชนต่อตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ได้

ด้วยสภาพแวดล้อมทั้งหมดนี้ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ ภายใต้กรอบแนวคิดการตลาดทางการเมือง (Political Marketing) อันเป็นกรอบกระบวนการที่พรรคประชาธิปัตย์นำมาใช้ในการสร้างตราสินค้าทางการเมือง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษากระบวนการสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ครั้งนี้ไว้ โดยรายละเอียด ในบทที่ 3