

DOI: 10.14456/phdssj.2026.16

|           |         |          |
|-----------|---------|----------|
| Received: | April   | 5, 2025  |
| Revised:  | May     | 21, 2025 |
| Accepted: | January | 22, 2026 |

## ปัจจัยร่วมที่ส่งผลต่อคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562-2566

วุฒิชัย จันจุ<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบทบาททางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562-2566 (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกับคะแนนความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562-2566 และ (3) ศึกษานโยบายการฟื้นฟูคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562-2566 โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารและสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 8 คน และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เคยเลือกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 48 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการตีความตามหลักการวิภาษวิธี

ผลการวิจัย พบว่า (1) บทบาททางการเมือง ได้แก่ พรรคประสบกับการลดลงของคะแนนนิยม สูญเสียบทบาททางการเมืองในระดับท้องถิ่น เผชิญกับข้อเสียเปรียบด้านโครงสร้าง พรรคยังมีโอกาสฟื้นตัวหากสามารถปรับภาพลักษณ์และโครงสร้างให้โปร่งใส สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ได้ดี (2) ปัจจัยที่ส่งผลกับคะแนนความนิยมทางการเมือง ได้แก่ การสูญเสียสมาชิกสำคัญและภาพลักษณ์ที่ไม่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ กลุ่ม New Dem ขาดการสนับสนุนภายในพรรค การเข้าร่วมของสมาชิกพรรคในกลุ่ม กปปส. พรรคไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของคนรุ่นใหม่ (3) นโยบายการฟื้นฟูคะแนนนิยมทางการเมือง ได้แก่ พรรคมุ่งปรับภาพลักษณ์ให้ทันสมัยโดยใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย ปรับโครงสร้างภายในพรรคให้โปร่งใสและยึดมั่นในจริยธรรมทางการเมือง พัฒนานโยบายที่ตอบโจทย์ทั้งคนรุ่นใหม่และฐานเสียงเดิม สร้างความเชื่อมโยงกับประชาชนผ่านการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ

**คำสำคัญ:** คะแนนนิยมทางการเมือง; พรรคประชาธิปัตย์; กรุงเทพมหานคร

**ประเภทบทความ:** บทความวิจัย

<sup>1</sup> หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการเมือง มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: wuttichok.j@gmail.com

## Cofactors Affecting Political Popularity of the Democrat Party in Bangkok Metropolis from 2019 to 2023

Wuttichok Junju<sup>1</sup>

### Abstract

This research article aims to (1) study the political roles of the Democrat Party in Bangkok Metropolis from 2019 to 2023, (2) study the factors affecting the political popularity of the Democrat Party in Bangkok Metropolis from 2019 to 2023, and (3) study the policy to regain the political popularity of the Democrat Party in Bangkok Metropolis from 2019 to 2023. Qualitative research techniques were employed. Data were collected using the techniques of important documentary research and in-depth interview with eight executives and members of the Democrat Party, and forty-eight eligible voters who had previously voted for the Democrat Party. Using the interpretation on dialectics.

Findings are as follows: (1) The political roles include: The Party faced a decrease in popularity. The Party encountered the loss of political roles at a local level. The Party faced with such structural disadvantages. The Party still has an opportunity to revive if its image and structure can be adjusted to be transparent with good communication with new generations. (2) The factors affecting political popularity include: The loss of important members and the image that did not correspond with the new generations. The New Dem Group did not gain internal support from the Party. Participation of the Party members in the People's Democratic Reform Committee (PDRC). Party could not respond to the expectations of the new generations. (3) The policy to regain political popularity include: The Party focused on improving its image to be more modern by using digital media and social media. The internal structure of the Party was adjusted to be transparent and adhered to political ethics. Policies that responded to both the new generations and the former bastion were developed. Connections were fostered with members of the general public through constant visits.

**Keywords:** Political Popularity; Democrat Party; Bangkok Metropolitan

**Type of Article:** Research Article

---

<sup>1</sup> Doctor of Philosophy Program in Politics, Ramkhamhaeng University  
2086 Ramkhamhaeng Road, Haumark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand  
Corresponding Author Email: wuttichok.j@gmail.com

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พรรคการเมืองเป็นกลไกสำคัญของระบบการเมืองที่ช่วยให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ คอยกำกับและตรวจสอบรัฐบาลในการใช้อำนาจทางการเมืองในลักษณะที่สนองตอบต่อประชาชน พรรคการเมืองที่ได้รับการเลือกตั้งย่อมต้องตอบสนองผลประโยชน์เพื่อประชาชน ถ้าพรรคการเมืองสามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของระบบประชาธิปไตยในประเทศ (กนก วงษ์ตระหง่าน, 2536) พรรคการเมืองจึงถือเป็นสถาบันที่สำคัญอย่างยิ่งในระบบการเมืองสมัยใหม่สถาบันที่เป็นตัวแทนการแสดงออกซึ่งเจตนารมณ์ของประชาชนในการคัดสรรผู้เข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการบริหารประเทศ ดังคำกล่าวที่ว่าในระบบเสรีประชาธิปไตยพรรคการเมืองเป็นสถาบันทางการเมืองเพียงสถาบันเดียวที่สามารถจัดตั้งรัฐบาลได้อย่างมีความชอบธรรม (สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์ และคนอื่น ๆ, 2566) นอกจากนี้ พรรคการเมืองยังมีหน้าที่เสนอทางเลือกให้กับประชาชนผ่านการจัดทำนโยบายเพื่อใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งและนำนโยบายไปปฏิบัติหากพรรคการเมืองนั้นได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง

ผลการเลือกตั้งหลายครั้งที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมทางการเมืองที่มีลักษณะความเป็นท้องถิ่นนิยมหรือภูมิภาคนิยมเพิ่มขึ้นกว่าในอดีตมาก ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2538) ให้ความเห็นว่า ท้องถิ่นนิยมหรือภูมิภาคนิยมเป็นปรากฏการณ์อันเกิดจากการที่ระบบการเลือกตั้งระบบพรรคการเมืองหรือผู้นำมีแนวโน้มที่จะไประดมเสียงของประชาชน โดยอาศัยความผูกพัน คือ เป็นพวกเดียวกัน ปักขีเดียวกัน หรือเป็นคนใต้และคนอีสานด้วยกัน เพราะว่าไม่สามารถอ้างถึงอุดมการณ์ประชาธิปไตยในการเลือกตั้ง วิธีการระดมเสียงที่ดีที่สุดไม่ได้รับระดมเสียงด้วยความเป็นประชาธิปไตย แต่เป็นการระดมเสียงด้วยความเป็นพวกเดียวกัน จึงทำให้ระบอบประชาธิปไตยของไทยอ่อนแอ เพราะว่าไม่เคยเคลื่อนไหวทางการเมืองมาก่อน ดังนั้น เมื่อระบบการเลือกอ่อนแอ นำสู่พรรคการเมืองและจะนำไปสู่พรรคภูมิภาคเพราะพรรคไม่สามารถที่จะอ้างเอาอะไรมาระดมเสียงได้ดีเท่ากับความผูกพันกับภูมิภาคหรือว่าท้องถิ่นได้

พรรคประชาธิปัตย์ (พรรคประชาธิปัตย์, 2567) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2489 ถือเป็นพรรคที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย เป็นพรรคที่มีความเป็นสถาบันทางการเมืองสูง แต่ในทางตรงกันข้าม เส้นทางการต่อสู้ในสมรภูมิลูกเลือกตั้ง หากนับครั้งล่าสุด รวมแล้วจำนวน 23 ครั้ง ชนะจำนวน 6 ครั้ง แพ้จำนวน 14 ครั้ง และบอยคอตจำนวน 3 ครั้ง จึงมีภาพจำในฐานะพรรคฝ่ายค้านค่อนข้างชัด และไม่ใช่ครั้งแรกที่พรรคประชาธิปัตย์เผชิญกับผลพ่ายแพ้จากการเลือกตั้งให้กับพรรคการเมืองใหม่ที่ก่อตั้งเพียงไม่ถึง 2 เดือน อย่างเช่นพรรคประชากรไทย และได้รับที่นั่งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเพียงแค่จำนวน 1 ที่นั่ง จากทั้งหมดจำนวน 32 ที่นั่งของจำนวนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเลือกตั้ง ปี พ.ศ. 2522 ส่งผลให้หัวหน้าพรรคและกรรมการบริหารพรรคลาออกเพื่อแสดงความรับผิดชอบ เช่นเดียวกับการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2535 พรรคประชาธิปัตย์ก็ได้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในกรุงเทพมหานคร เพียงจำนวน 1 คน ในขณะที่พรรคพลังธรรมซึ่งเป็นพรรคใหม่ขณะนั้นได้จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำนวน 32 คน จากทั้งหมดจำนวน 35 เขต (พรรคประชาธิปัตย์, 2567) อย่างไรก็ตาม การเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2562 และ ปี พ.ศ. 2566 พรรคประชาธิปัตย์ไม่ได้รับเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานครกับการรณรงค์หาเสียงของพรรคประชาธิปัตย์ในช่วงปี พ.ศ. 2562-2566 แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในพฤติกรรมของผู้เลือกตั้งและความสามารถของพรรคในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะในบริบทของ

กรุงเทพฯ ที่ประชาชนมีความหลากหลายทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และอายุ พรรคประชาธิปัตย์ที่เคยมีฐานเสียงที่แข็งแกร่งในกลุ่มชนชั้นกลางในเขตเมือง ต้องเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้เลือกตั้งที่ให้ความสำคัญกับนโยบายเชิงรูปธรรม ความทันสมัย และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพผ่านสื่อดิจิทัล

ในช่วงการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2562 และ พ.ศ. 2566 การรณรงค์หาเสียงของพรรคประชาธิปัตย์ยังคงยึดแนวทางการเน้นอุดมการณ์และความมั่นคงทางการเมือง ซึ่งไม่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้เลือกตั้งรุ่นใหม่ได้อย่างเพียงพอ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานครโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะเลือกพรรคที่สามารถสื่อสารนโยบายได้อย่างชัดเจนและตรงเป้าหมายผ่านการใช้สื่อออนไลน์และกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองที่เข้าถึงง่าย (เกษียร เตชะพีระ, 2562) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพรรคประชาธิปัตย์และประชาชนกรุงเทพมหานครจึงสะท้อนถึงความไม่เพียงพอของกลยุทธ์ในการดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีพฤติกรรมและความคาดหวังที่เปลี่ยนไป

การศึกษาทบทวนและปฏิสัมพันธ์ทางการเมือง มีความสำคัญในเชิงการสื่อสารทางการเมืองเนื่องจากพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจว่าการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การตลาดดิจิทัล การสื่อสารแบบตัวต่อตัว หรือการจัดกิจกรรมในชุมชน มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งในลักษณะใด การวิจัยนี้จะช่วยระบุปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เช่น ความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของพรรค ความเหมาะสมของนโยบาย และความสามารถในการแข่งขันกับพรรคการเมืองคู่แข่ง และการศึกษาความพยายามการแก้ไขของพรรคประชาธิปัตย์ในกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาดังกล่าว ยังช่วยระบุแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อตึงคະแนนนิยมกลับคืนมาได้

ดังนั้น การวิจัยนี้จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนวิธีการสื่อสาร การพัฒนานโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และการสร้างความไว้วางใจที่ยั่งยืนระหว่างพรรคกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งจะช่วยให้ทำความเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อคะแนนนิยมและเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกตั้งและการตลาดทางการเมืองที่ทันสมัย อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนพรรคประชาธิปัตย์ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อฟื้นฟูคะแนนนิยมและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของพรรคในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทบทวนทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกับคะแนนความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566
3. เพื่อศึกษานโยบายการฟื้นฟูคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยกำหนดศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการตลาดทางการเมือง และแนวคิดการสร้างโอกาสทางการเมือง ที่ส่งผลต่อคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารและสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 8 คน และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เคยเลือกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 48 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 56 คน
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เข้าใจถึงบทบาททางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ พ.ศ. 2562 - 2566
2. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกับคะแนนความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566
3. ทราบถึงแนวทางนโยบายในการฟื้นฟูคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดการตลาดทางการเมือง

Lees-Marshment (2019) ได้กล่าวถึง “พรรคการเมืองที่มุ่งเน้นตลาด” (market-oriented party) โดยชี้ให้เห็นว่า พรรคการเมืองสามารถเพิ่มความนิยมได้โดยการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ผ่านกระบวนการการตลาดทางการเมืองที่ครอบคลุมทั้งการวิจัยตลาด การพัฒนานโยบาย การสร้างแบรนด์ทางการเมือง และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับประชาชน การตลาดทางการเมือง (political marketing) จึงเป็นกระบวนการที่พรรคการเมืองใช้วิธีการตลาดเพื่อสร้างความนิยมในหมู่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยเน้นการวิเคราะห์ความต้องการของประชาชน การสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และการวางแผนการหาเสียงเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย โดยการตลาดทางการเมืองประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การตลาดทางการเมืองมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชน การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อกำหนดภาพลักษณ์ของพรรค และการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนในลักษณะที่เป็นระบบ นักวิชาการหลายคนได้ให้นิยามเกี่ยวกับการตลาดทางการเมือง โดยเน้นว่ากระบวนการนี้เป็นการเชื่อมโยงระหว่างพรรคการเมืองและผู้มีสิทธิเลือกตั้งผ่านการสื่อสาร การกำหนดนโยบาย และการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว คะแนนนิยมสะท้อนถึงความสำเร็จที่พรรคประชาธิปัตย์ต้องพัฒนาและปรับตัวในด้านนโยบายการสื่อสารและความสัมพันธ์กับประชาชน เพื่อรักษาบทบาทในเวทีการเมืองไทยต่อไปในอนาคตการตลาดทางการเมืองไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการหาเสียงเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้พรรคการเมืองสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Butler & Collins, 1994)

การวิเคราะห์การตลาดทางการเมืองมีหลายมิติ ได้แก่ มิติการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร โดยการทำความเข้าใจพฤติกรรม การเลือกตั้งและความต้องการเฉพาะของประชาชนในเขตเมือง นโยบายของพรรคเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ค่าครองชีพสูงขึ้นหรือสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ประชาชนรู้สึกว่าการปรับตัว

หรือพัฒนาโยบายให้ทันสมัยหรือสอดคล้องกับปัญหาที่พวกเขากำลังเผชิญอยู่ การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้พรรคสามารถออกแบบนโยบายที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น นโยบายที่ตอบสนองต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน หรือการแก้ไขปัญหาการจราจร และมีทิศทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับของประชาชน ในฐานะพรรคที่มีความมั่นคงและเน้นหลักการประชาธิปไตยสามารถเสริมสร้างความไว้วางใจในหมู่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การสื่อสารเชิงกลยุทธ์โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการจัดกิจกรรมในชุมชนจะช่วยให้พรรคสามารถเชื่อมโยงกับประชาชนในกรุงเทพมหานครได้

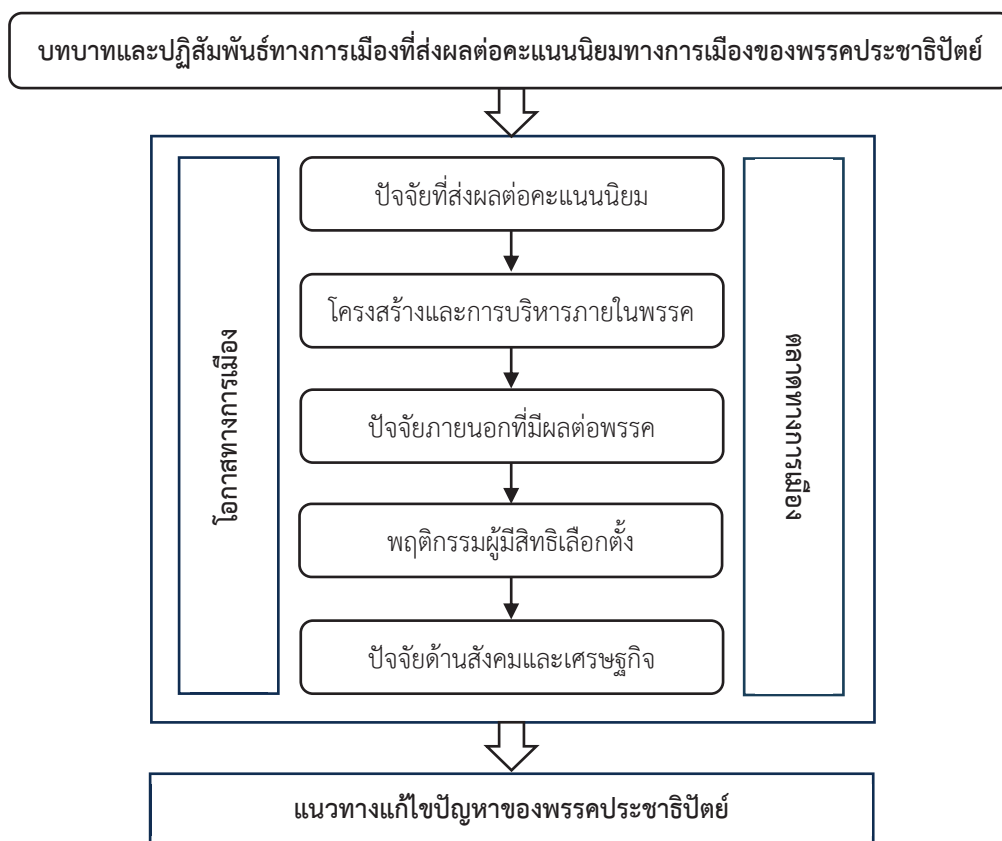
### แนวคิดการสร้างโอกาสทางการเมือง

ทฤษฎีการสร้างโอกาสทางการเมือง (political opportunity theory) เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองซึ่งเกิดขึ้นจากการที่กลุ่มหรือองค์กรสามารถใช้โอกาสในสภาพแวดล้อมทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างอิทธิพลของตนเอง สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ การเปิดหรือปิดของระบบการเมือง (openness/closure of political systems) ความมั่นคงหรือความเปราะบางของพันธมิตรทางการเมือง (stability or instability of political alignments) การสนับสนุนหรือการต่อต้านจากสาธารณะ (public support or opposition) และการเปลี่ยนแปลงในบริบททางเศรษฐกิจและสังคม (economic and social changes) จึงเห็นได้ว่า ทฤษฎีการสร้างโอกาสทางการเมืองเน้นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและความสามารถของขบวนการเคลื่อนไหวในการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มี ซึ่งช่วยให้เห็นถึงความสำคัญของบริบททางการเมืองและกลยุทธ์ของขบวนการเคลื่อนไหวในเชิงลึก (Marks, & McAdam, 1999)

แนวคิดนี้เน้นว่าการเปลี่ยนแปลงไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพราะความต้องการหรือการกระทำของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับ การเปิดหรือปิดของโครงสร้างโอกาสในระบบการเมือง ประกอบด้วย ปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอำนาจ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐ หรือการขยายพื้นที่ของความขัดแย้งในประเด็นทางสังคม ซึ่งช่วยให้เข้าใจความสำคัญของการเคลื่อนไหวและการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการสร้างโอกาสทางการเมือง พรรคการเมืองที่ประสบความสำเร็จมักสามารถสร้างหรือขยายโอกาสทางการเมืองโดยการทำงานร่วมกับกลุ่มประชาชนหรือการตอบสนองต่อความเคลื่อนไหวทางสังคม

ในบริบทของการเมืองไทย การสร้างโอกาสทางการเมืองสะท้อนถึงการใช้จังหวะและสถานการณ์ที่เหมาะสมในบริบทของโครงสร้างทางการเมืองที่ซับซ้อน ขบวนการเคลื่อนไหวที่สามารถระบุและใช้โอกาสเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพมักมีความสามารถในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายหรือระดับโครงสร้าง แนวคิดนี้ยังช่วยให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างอำนาจกับขบวนการเคลื่อนไหว รวมถึงวิธีที่กลุ่มต่าง ๆ ปรับตัวเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงหรือรักษาสถานะในบริบทของการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง กล่าวโดยสรุป การสร้างโอกาสทางการเมืองเป็นแนวคิดที่ช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างขบวนการเคลื่อนไหวกับสภาพแวดล้อมทางการเมือง แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่ช่วยวิเคราะห์ปัจจัยที่สนับสนุนหรือขัดขวางการดำเนินงานของขบวนการ แต่ยังช่วยสร้างความเข้าใจในวิธีที่ขบวนการเคลื่อนไหวสามารถนำโอกาสเหล่านั้นมาใช้ในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในระบบการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ประภาส ปันตบแต่ง, 2552)

## กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) บุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารและสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 8 คน และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เคยเลือกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 48 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 56 คน
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive selection) กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566 ดังนี้
  - 2.1 กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 8 คน ได้แก่
    - (1) คุณสุธรรม ระหงส์ รองหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์
    - (2) คุณเมฆินทร์ เอี่ยมสะอาด กรรมการบริหารพรรคประชาธิปัตย์
    - (3) คุณนริศ ขำนุรักษ์ รองหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์
    - (4) คุณวัชร เพชรทอง อดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกรุงเทพมหานคร

- (5) คุณเจิมมาศ จีงเลิศศิริ เற்றுญิกพรคประชาธิปไตย
- (6) คุณสุรภา ประยงค์ระกุล สมาชิกพรรคประชาธิปไตย
- (7) คุณสุทธิ ปัญญาสกุลวงศ์ อดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกรุงเทพมหานคร
- (8) คุณรัชฎาภรณ์ แก้วสนิท กรรมการบริหารพรรคประชาธิปไตย

2.2 กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เคยมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากพรรคประชาธิปไตย จำนวน 48 คน ได้แก่

- (1) ประชาชนในเขตชุมชนซอยสะและน้อย เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 คน
- (2) ประชาชนในเขตชุมชนสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน
- (3) ประชาชนในเขตชุมชนประชารวมใจ 1 เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 คน
- (4) ประชาชนในเขตชุมชนสุขสันต์ 26 เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 31 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยร่วมที่ส่งผลต่อคะแนนนิยมทางการเมือง แล้วจัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกให้คณะกรรมการที่ปรึกษาชุมชนนิพนธ์ตรวจทาน ก่อนนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบเครื่องมือวิจัยเพื่อให้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัยมาจัดทำให้เป็นระบบแยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งการเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการจำแนกประเด็นข้อมูลให้เป็นระเบียบเพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นเชิงเนื้อหาที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้แล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการตีความ (interpretation) โดยการนำเอาหลักการวิภาษวิธี (dialectic) มาวิเคราะห์ข้อมูลจากจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปสรุปเป็นผลการวิจัยต่อไป

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. บทบาททางการเมืองของพรรคประชาธิปไตยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

- 1.1 ท่าทีของพรรคประชาธิปไตยต่อเหตุการณ์การรัฐประหาร ในปี พ.ศ. 2557

การรัฐประหารในปี พ.ศ. 2557 ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และคะแนนนิยมของพรรคประชาธิปไตยในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะท่าทีของพรรคที่ไม่ชัดเจนและความขัดแย้งภายในเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการรัฐประหาร ทำให้ประชาชนบางส่วนสูญเสียความเชื่อมั่น แม้ว่าการสงบเรียบร้อยหลังเหตุการณ์ดังกล่าวจะได้รับการยอมรับในบางพื้นที่ แต่กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีมองทางการเมืองที่โปร่งใสและตอบสนองความต้องการของประชาชนกลับไม่พอใจกับบทบาทและท่าทีที่ขัดแย้งของพรรค

- 1.2 บทบาททางการเมืองของพรรคประชาธิปไตยที่ผ่านมาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากอดีตถึงปัจจุบันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พรรคประชาธิปไตยเคยได้รับความนิยมจากจุดยืนในการสนับสนุนประชาธิปไตยและการปกป้องสถาบัน แต่การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างพรรคและการแข่งขัน

จากพรรคการเมืองที่เกิดขึ้นใหม่ทำให้พรรคสูญเสียฐานเสียงโดยเฉพาะจากคนรุ่นใหม่ ความขัดแย้งภายในและการขาดการลงพื้นที่ทำให้ประชาชนมองว่าพรรคไม่สามารถตอบสนองความต้องการในยุคปัจจุบันได้

### 1.3 อุดมการณ์จุดยืนทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์

พรรคประชาธิปัตย์ยึดมั่นในอุดมการณ์สนับสนุนประชาธิปไตย การปกป้องสถาบัน และการกระจายอำนาจ แต่ภาพลักษณ์ที่ล้าสมัยและการขาดความชัดเจนในบางประเด็น เช่น การสนับสนุนการรัฐประหารในอดีตส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นจากประชาชน พรรคยังคงประสบปัญหาในการดึงดูดคนรุ่นใหม่และปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล

### 1.4 บทบาทของพรรคประชาธิปัตย์ต่อการเมืองระดับท้องถิ่นในกรุงเทพมหานคร

บทบาทของพรรคในกรุงเทพมหานครลดลง เนื่องจากการขาดการเชื่อมโยงกับชุมชนและความไม่ชัดเจนในนโยบาย พรรคการเมืองเกิดใหม่ได้เน้นการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียและเชื่อมโยงกับคนรุ่นใหม่ได้ดีกว่า ทำให้พรรคประชาธิปัตย์ต้องเผชิญกับความท้าทายในการฟื้นฟูคะแนนนิยม พรรคจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์และพัฒนาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดประชาชนในระดับท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่

2. ปัจจัยที่ส่งผลกับคะแนนความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

2.1 ปัจจัยที่ทำให้คะแนนความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ถดถอยลงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

คะแนนความนิยมของพรรคประชาธิปัตย์ลดลงจากปัจจัยภายใน เช่น ความขัดแย้งในพรรค การขาดเอกภาพ การคัดเลือกผู้สมัครที่ไม่สอดคล้องกับพื้นที่ และการไม่ลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ขณะที่ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การแข่งขันจากพรรคการเมืองใหม่ที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย และการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมสังคมที่มองว่าพรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคอนุรักษ์นิยมที่ไม่ทันสมัย

2.2 บริบทการเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานครต่อพรรคการเมืองของกรุงเทพมหานครของคนรุ่นใหม่  
ภาพลักษณ์ที่ไม่ทันสมัยและการขาดการปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยของพรรคประชาธิปัตย์ส่งผลต่อความนิยมของพรรคประชาธิปัตย์ในกรุงเทพมหานครลดลง เช่น การใช้โซเชียลมีเดียที่ยังไม่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ รวมถึงความขัดแย้งภายในพรรคและการไม่เชื่อมโยงกับปัญหาในพื้นที่ การแข่งขันกับพรรคการเมืองใหม่ เช่น พรรคก้าวไกล ที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ดีขึ้น ยิ่งทำให้พรรคประชาธิปัตย์ต้องเผชิญความท้าทายในการรักษาฐานเสียงเดิมและดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่

### 2.3 การเกิดขึ้นของพรรคอนาคตใหม่-ก้าวไกล-ประชาชน ในเขตพื้นที่เดิมของพรรคประชาธิปัตย์

พรรคอนาคตใหม่-พรรคก้าวไกลดึงดูดคนรุ่นใหม่ด้วยนโยบายก้าวหน้า การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ และการตอบสนองต่อปัญหาสังคมยุคใหม่ ขณะที่พรรคประชาธิปัตย์ยังไม่สามารถปรับตัวในด้านนี้ได้ทำให้สูญเสียฐานเสียงเดิมในกรุงเทพมหานคร

2.4 ปัจจัยเรื่องการย้ายพรรคของสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ส่งผลต่อการไม่มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

การย้ายพรรคของสมาชิกที่มีฐานเสียงส่งผลให้พรรคสูญเสียความมั่นคงในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะในเขตพื้นที่สำคัญ ความขัดแย้งภายในพรรคและการบริหารจัดการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของ

สมาชิกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สมาชิกย้ายพรรค ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์และคะแนนนิยมของพรรค

2.5 ความขัดแย้งที่เกิดจากการการแบ่งกลุ่มในพรรคประชาธิปัตย์ทำให้เกิดความอ่อนแอทางการเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ความแตกแยกภายในพรรคและการแบ่งกลุ่มที่มีความคิดเห็นและผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พรรคขาดเอกภาพและความเชื่อมั่นจากประชาชน การขาดความชัดเจนในอุดมการณ์และการแข่งขันจากพรรคการเมืองเกิดใหม่ที่มีภาพลักษณ์ที่สดใหม่ ทำให้พรรคประชาธิปัตย์อ่อนแอลงในกรุงเทพมหานครอย่างชัดเจน

3. นโยบายการฟื้นฟูคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 -2566

3.1 แนวทางการแก้ปัญหาคะแนนนิยมของพรรคประชาธิปัตย์ลดลงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

พรรคประชาธิปัตย์เน้นการยึดมั่นในอุดมการณ์หลัก เช่น การปกป้องสถาบันและการกระจายอำนาจ พร้อมปรับตัวเพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ผ่านสื่อโซเชียลและโครงการที่ตอบโจทย์กลุ่มเยาวชน ความพยายามในการสร้างเอกภาพภายในพรรคและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นกุญแจสำคัญ การเชื่อมโยงกับประชาชนในระดับพื้นที่และการตอบสนองต่อปัญหาในชุมชนช่วยสร้างความไว้วางใจและฟื้นฟูคะแนนนิยม

3.2 นโยบายและการปรับโครงสร้างของพรรคประชาธิปัตย์

พรรคต้องปรับโครงสร้างเพื่อความโปร่งใสและเพิ่มบทบาทของคนรุ่นใหม่ โดยเน้นการสื่อสารผ่านโซเชียลและตอบสนองปัญหาที่ประชาชนเผชิญ เช่น ค่าครองชีพและการพัฒนาคุณภาพชีวิต การสร้างผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ชัดเจนและการลงพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงกับชุมชนจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในประชาชนและฟื้นฟูคะแนนนิยม

3.3 ปัญหาและอุปสรรคในการแก้ไขปัญหาคะแนนนิยมลดลงของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ปัญหาความขัดแย้งภายในพรรคและการขาดการปรับตัวให้ทันสมัยเป็นอุปสรรคสำคัญ การสื่อสารอุดมการณ์แบบอนุรักษนิยมอาจไม่สอดคล้องกับคนรุ่นใหม่ ขณะที่การสูญเสียฐานเสียงจากการขาดความเชื่อมโยงกับปัญหาชุมชนและการขาดผู้นำที่มีความสามารถยิ่งลดความนิยม พรรคจำเป็นต้องปรับตัวทั้งในโครงสร้างและนโยบายเพื่อสร้างเอกภาพและดึงดูดความเชื่อมั่นจากประชาชน

3.4 แนวทางการพัฒนาพรรคประชาธิปัตย์และการถอดบทเรียนทางการเมืองจากอดีตถึงปัจจุบัน

พรรคต้องพัฒนาผู้นำที่มีบาร์มีและเชื่อมโยงกับคนรุ่นใหม่ พร้อมปรับนโยบายให้ทันสมัย เช่น การกระจายอำนาจและการพัฒนาชุมชน การเรียนรู้จากพรรคการเมืองใหม่ที่ประสบความสำเร็จจะช่วยพัฒนากลยุทธ์ให้เหมาะสม การสร้างเอกภาพและโปร่งใสในพรรค รวมถึงการสื่อสารที่ตอบโจทย์ยุคดิจิทัลเป็นกุญแจสำคัญในการฟื้นฟูความนิยม

3.5 พรรคประชาธิปัตย์กับแนวโน้มต่อการเมืองไทยในอนาคต

พรรคประชาธิปัตย์ยังคงเผชิญกับความท้าทายจากพรรคการเมืองใหม่และกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลง การปรับตัวให้ทันสมัยผ่านการดึงดูดคนรุ่นใหม่และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยพรรคฟื้นฟูภาพลักษณ์ การสร้างผู้นำที่เข้มแข็งและการลงพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงกับประชาชนเป็นแนวทางสำคัญ หากพรรคสามารถถอดบทเรียนและปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ พรรคยังมีโอกาสกลับมาเป็นผู้นำในเวทีการเมืองไทย

## การอภิปรายผล

สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

### 1. บทบาททางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

ประเด็นของกลยุทธ์การตลาดการเมือง (political marketing) และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในแต่ละช่วงเวลาที่มีนัยสำคัญของการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ และการนำเสนอนโยบายที่สามารถดึงดูดและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในบริบททางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว งานสอดคล้องกับ Lees-Marshment (2019) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ (political branding) การสื่อสาร (political communication) และการวางตำแหน่งในตลาดการเมือง (positioning in political market) สอดคล้องกับ บุรฉัตร พานธรักษ์ (2555) ที่พบว่า พรรคเพื่อไทยสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการสื่อสารที่ชัดเจนผ่านการรณรงค์ที่เข้าถึงประชาชนระดับรากหญ้าและการสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ (emotional appeal) กับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในทางกลับกัน พรรคประชาธิปัตย์มุ่งเน้นการสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ความมั่นคงและอุดมการณ์ดั้งเดิม แต่กลับขาดความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในบริบทการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สอดคล้องกับ ชนกนาถ พูลสวัสดิ์ (2554) ที่พบว่า การสร้างความนิยมในพรรคการเมืองต้องอาศัยความเข้าใจในบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่ การสร้างความผูกพันในชนบทอาจเน้นไปที่การเสริมสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์เชิงบุคคล ในขณะที่พื้นที่เมืองใหญ่อาจต้องพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่ทันสมัยและการเสนอแนวนโยบายที่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชน และสอดคล้องกับ วารุณี ลิเลศพันธ์ (2560) ที่พบว่า แม้ว่าพรรคประชาธิปัตย์จะมีความสำเร็จในการสร้างฐานเสียงในภาคใต้ แต่กลยุทธ์เดียวกันกลับไม่สามารถใช้ได้ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกันทั้งในด้านวัฒนธรรม ค่านิยม และโครงสร้างทางสังคม

### 2. ปัจจัยที่ส่งผลกับคะแนนความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 - 2566

ประเด็นบทบาทผู้นำที่มีคุณภาพและความสามารถในการเชื่อมโยงกับประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความนิยมของพรรค สอดคล้องกับ Burns (1978) ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (transformational leadership theory) ว่าเน้นถึงความสามารถของผู้นำในการสร้างแรงบันดาลใจและผลักดันการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้ติดตาม ทฤษฎีนี้มีจุดสำคัญอยู่ที่ความสามารถของผู้นำในการสร้างอุดมการณ์และเป้าหมายร่วมที่มีความสำคัญต่อกลุ่ม สอดคล้องกับ พิมพ์พิ พันธ์วิชาติกุล (2560) ที่พบว่า ความสามารถของผู้นำในการเชื่อมโยงกับประชาชนและการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของพรรคการเมือง สอดคล้องกับ ประณววัฒน์ ชูวิเชียร (2562) ที่พบว่า การเข้าถึงกลุ่มประชากรในพื้นที่เมือง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มต่าง ๆ สามารถเป็นกลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟูคะแนนนิยมและเสริมสร้างบทบาทของพรรคในระบบการเมือง และสอดคล้องกับ พรเทพ เตชะไพบูลย์ (2554) ที่พบว่า การบริหารภายในพรรคและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางการเมืองเป็นสองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด หากพรรคสามารถปรับปรุงโครงสร้างการบริหารภายในให้ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ จะช่วยให้พรรครักษาความนิยมและสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาวได้

### 3. นโยบายการฟื้นฟูคะแนนนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 -2566

ประเด็นความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยเฉพาะผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น การเกิดขึ้นของพรรคการเมืองใหม่และการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร สอดคล้องกับ Duverger (1964) ที่กล่าวถึงทฤษฎีระบบการเลือกตั้งและพฤติกรรม การเลือกตั้ง (electoral systems and voting behavior theory) ว่าระบบการเลือกตั้งและวัฒนธรรมการเมือง ในพื้นที่ต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมทางการเมืองการเลือกตั้งของประชาชน สอดคล้องกับ วีระศักดิ์ พักศรี (2563) ที่พบว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของพรรคประชาธิปัตย์ในการรักษาฐานคะแนนเสียงขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางการเมืองในพื้นที่นั้น ๆ แม้พรรคจะมีอุดมการณ์ที่ชัดเจน แต่การดำเนินกลยุทธ์ที่เหมาะสมและการสื่อสารกับประชาชนยังคงเป็นกุญแจสำคัญในภาคใต้ พรรคสามารถรักษาความนิยมได้ เพราะความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับชุมชน ขณะที่ในกรุงเทพมหานคร ความนิยมลดลงเนื่องจากพรรคไม่สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมได้อย่างทันเวลา สอดคล้องกับ พรธิดา เผื่อนทิพย์ (2566) ที่พบว่า ความจำเป็นในการปรับปรุงกระบวนการสื่อสารของพรรค โดยเฉพาะการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการสร้างความเชื่อมโยงกับประชาชน การพัฒนานโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นใหม่ โดยเน้นความยั่งยืน ความเท่าเทียม และการแก้ปัญหาในระดับชุมชนอย่างแท้จริง และการสร้างเอกภาพภายในพรรค ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนให้ความสำคัญในการประเมินความน่าเชื่อถือและความมั่นคงของพรรคได้ และ สอดคล้องกับ ลลิตพรรณ นุกุลวัฒน์วิชัย (2559) ที่พบว่า พรรคเพื่อไทยมีความสามารถในการสร้างความเชื่อมโยงกับประชาชนในระดับรากหญ้าและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่พรรคประชาธิปัตย์แม้จะมีจุดแข็งในด้าน อุดมการณ์และฐานเสียงชนชั้นกลางในเมือง แต่กลับเผชิญกับความท้าทายในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และผู้มีสิทธิเลือกตั้งในยุคดิจิทัล

### ข้อเสนอแนะ

1. การตระหนักถึงความสำคัญของการปรับตัวและการสื่อสารในโลกการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นโยบายและผู้สมัครไม่สามารถยึดติดกับวิธีการเดิม ๆ แต่ต้องพัฒนาตามบริบทที่เปลี่ยนแปลง จะช่วยให้พรรคการเมืองสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและแข่งขันในสนามการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต
2. ควรมีการศึกษาคะแนนนิยมของพรรคประชาธิปัตย์ในภาคใต้ ซึ่งเคยเป็นฐานเสียงสำคัญของพรรค เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อคะแนนนิยมของพรรคในกรุงเทพมหานครกับภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ว่าพรรคประชาธิปัตย์สามารถปรับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแข่งขันกับพรรคการเมืองอื่น ๆ ได้อย่างไร

## References

- เกษียร เตชะพีระ. (2562). *รัฐชาติในกระแสโลกาภิวัตน์*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กนก วงษ์ตระหง่าน. (2536). *พรรคการเมืองไทย*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนกนาถ พูลสวัสดิ์. (2554). *ความผูกพันพรรคการเมืองในสังคมไทย: ศึกษาเปรียบเทียบพรรคประชาธิปัตย์ในสงขลาและตาก*. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2538). *ไตรลักษณ์รัฐกับการเมืองไทย*. สถาบันนโยบายศึกษา.
- บุรฉัตร พานธะรักษ์. (2555). *การตลาดการเมืองของพรรคเพื่อไทยและพรรคประชาธิปัตย์ในการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554*. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- ปรณวัฒน์ ชูวิเชียร. (2562). *บทบาทของพรรคประชาธิปัตย์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักการเมืองสตรีในรัฐสภา*. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 9(3), 96-103.
- ประภาส ปิ่นตบแต่ง. (2552). *กรอบการวิเคราะห์การเมืองแบบทฤษฎีขบวนการทางสังคม*. มูลนิธิไฮนริค เบ็ลล์ สำนักงานภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้.
- พรเทพ เตชะไพบูลย์. (2554). *การบริหารองค์การและการดำรงอยู่ของพรรคการเมือง: ศึกษากรณีพรรคประชาธิปัตย์และพรรคมหาชน*. [ดุสิตบัณฑิตปริญญาดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- พริดา เผื่อนพิมพ์. (2566). *การเมืองเรื่องการเลือกตั้งของพรรคประชาธิปัตย์ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562*. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- พรรคประชาธิปัตย์. (2567). *ประวัติพรรคประชาธิปัตย์*. <https://www.democrat.or.th/about-us/history>
- พิมพ์พร พันธุ์ชาติกุล. (2560). *ความเป็นผู้นำทางการเมืองของ นายชวน หลีกภัย บนพื้นที่การเมืองในระบบ*. [ดุสิตบัณฑิตปริญญาดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- ลลิตพรรณ นุกุลวัฒน์วิชัย. (2559). *การตลาดทางการเมือง: ศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคประชาธิปัตย์และพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556*. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 4(2), 122-144.
- วรุณี ลีเลิศพันธ์. (2560). *การสร้างฐานคะแนนเสียงของพรรคประชาธิปัตย์ในภาคใต้*. [ดุสิตบัณฑิตปริญญาดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- วีระศักดิ์ พักศรี. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกรุงเทพมหานครของพรรคประชาธิปัตย์ในปี พ.ศ. 2562*. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต].
- สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์, ณัฏฐาภัทร อมรกุล และปฐวิทย์ วัฒนสุข. (2566). *บทบาทของพรรคการเมืองกับการให้การศึกษาทางการเมือง*. สถาบันพระปกเกล้า, วิทยาลัยการเมืองการปกครอง.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
- Butler, P., & Collins, N. (1994). Political marketing: Structure and process. *European Journal of Marketing*, 28(1), 19-34.
- Duverger, M. (1964). *Political parties: Their organization and activity in the modern state*. Methuen.
- Lees-Marshment, J. (2019). *Political branding* (3rd ed). Routledge.

Marks, G., & McAdam, D. (1999). On the relationship of political opportunities to the form of collective action: The case of the European Union. In D. della Porta, H. Kriesi, & D. Rucht (Eds), *Social movements in a globalising world* (pp. 97-111). Palgrave Macmillan.