JIDIR
วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์
JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY INNOVATION REVIEW
ปีที่ 9 ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม 2569 Vol. 9 No. 5 September – October 2026

บทความวิจัย

พุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

BUDDHIST COMMUNICATION FOR CREATING POLITICAL POPULARITY OF THE DEMOCRAT PARTY IN RAYONG PROVINCE

ดนัย วิริยะสหกิจ*, วัชรินทร์ ชาญศิลป์, อภิญญา ฉัตรช่อฟ้า
Danai Viriyasahakij*, Vacharin Chansilp, Apinya Chatchofa
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University
*Corresponding Author E-mail: dnaywiriyashkic@gmail.com
Received July 31, 2026; Revised September 1, 2026; Accepted September 7, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง และ 3. นำเสนอพุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในจังหวัด เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 18 รูปหรือคน ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา และการสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 9 รูปหรือคน เพื่อยืนยันองค์ความรู้ที่ได้หลังจากการสังเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า 1. ความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยองอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เนื่องจากประชาชนเชื่อมั่นในอุดมการณ์และจุดยืนที่มั่นคงของพรรค ทำให้เกิดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผลงานและนโยบายในอดีตที่ชัดเจนช่วยสร้างความไว้วางใจ 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยม พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยหลักที่ส่งผล ได้แก่ หลักการสื่อสาร ซึ่งทำนายความนิยมได้ร้อยละ 25.0 และหลักสัปปุริสธรรม ซึ่งทำนายได้สูงถึงร้อยละ 50.9 ทั้งนี้เพราะการประยุกต์ใช้คุณธรรมตามหลักสัปปุริสธรรม อันได้แก่ การรู้เหตุ รู้ผล รู้เวลา และความเข้าใจบริบทของชุมชนและบุคคล ทำให้พรรคเข้าถึงรากเหง้าของปัญหาและครองใจประชาชนได้ลึกซึ้งกว่ากระบวนการสื่อสารพื้นฐานทั่วไป และ 3. พุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง พบว่า พรรคการเมืองมรการประยุกต์ใช้หลักสัปปุริสอย่างครอบคลุม ทั้งการสื่อสารข้อเท็จจริงตรงไปตรงมา การเปิดพื้นที่ให้มีส่วนร่วม การตอบสนองต่อปัญหาอย่างทันท่วงที และการปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การผสานหลักธรรมเข้ากับกลยุทธ์การเมืองเช่นนี้ทำให้พรรคเข้าถึงและครองใจประชาชนได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: พุทธวิธีการสื่อสาร, ความนิยมทางการเมือง, พรรคประชาธิปัตย์, จังหวัดระยอง

Abstract

This research article aimed to 1. study the political popularity of the Democrat Party in Rayong Province, 2. examine the factors affecting the political popularity of the Democrat Party in Rayong Province, and 3. present Buddhist communication methods for building political popularity for the Democrat Party in Rayong Province. This study employed a mixed-methods design. For the quantitative research, the population consisted of eligible voters in the province. Data were collected using questionnaires and analyzed through frequency, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. For the qualitative research, data were collected from 18 key informants through structured in-depth interviews and analyzed using descriptive content analysis, while a focus group discussion involving 9 participants was conducted to confirm the body of knowledge derived from the data synthesis.

The findings revealed that: 1. The political popularity of the Democrat Party in Rayong Province was at a high level, with a mean score of 3.94. This was because the public trusted the party's ideology and steadfast stance, which fostered continuous support, and the party's clear past performance and policies helped build public confidence. 2. The factors affecting popularity were found to be statistically significant at the 0.01 level. The key contributing factors were the communication principle, which predicted popularity at 25.0 percent, and the Sappurisadhamma principle, which predicted popularity at as high as 50.9 percent. This was because the application of virtues under the Sappurisadhamma principle namely, knowing the cause, knowing the effect, knowing the appropriate time, and understanding the context of the community and individuals enabled the party to reach the roots of problems and win the hearts of the people more deeply than a general basic communication process could. and 3. The Buddhist communication methods for building political popularity of the Democrat Party in Rayong Province were found to comprehensively apply the principles of Sappurisadhamma, including straightforward and truthful communication, providing opportunities for public participation, responding promptly to issues, and adapting communication styles to suit each target group. This integration of Buddhist principles with political strategy enabled the party to reach and win the hearts of the people in a sustainable manner.

Keywords: Buddhist Communication Methods, Political Popularity, Democrat Party, Rayong Province

บทนำ

พรรคการเมืองเป็นสถาบันทางการเมืองที่มีบทบาทสำคัญในระบอบประชาธิปไตย โดยทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างประชาชนกับรัฐผ่านการรวบรวมความต้องการของประชาชนมาสู่การกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ ทั้งนี้ ความนิยมที่ประชาชนมีต่อพรรคการเมืองมิได้เกิดขึ้นจากการหาเสียงเพียงลำพัง หากแต่เกิดจากความสามารถของพรรคในการสื่อสารนโยบาย ผลงาน และจุดยืนทางการเมืองให้ประชาชนรับรู้และ

ยอมรับอย่างต่อเนื่อง พัฒนาการของการสื่อสารทางการเมืองไทยได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จากรูปแบบการพบปะประชาชนโดยตรงและการใช้สื่อดั้งเดิม สู่การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้นักการเมืองเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางและรวดเร็วยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ทำให้การสร้างภาพลักษณ์ การเลือกเนื้อหา และการตอบสนองต่อประชาชนมีความซับซ้อนมากขึ้น (พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ, 2565) สำหรับพรรคประชาธิปัตย์ซึ่งเป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ที่มีบทบาทในการเมืองไทยมาอย่างยาวนาน เคยมีฐานคะแนนเสียงที่เข้มแข็งในหลายพื้นที่ผ่านเครือข่ายทางการเมืองท้องถิ่น แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมากลับเผชิญความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงผู้นำพรรค ความขัดแย้งภายใน ตลอดจนการแข่งขันจากพรรคการเมืองใหม่ที่สามารถสื่อสารกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่ได้อย่างตรงเป้าหมายมากขึ้น ส่งผลให้ฐานเสียงของพรรคหดตัวลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา (ไทยพับลิก้า, 2569)

ปัญหาดังกล่าวปรากฏชัดเจนในบริบทของจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของภาคตะวันออกและเป็นเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่มีประชากรหลากหลายทั้งประชาชนดั้งเดิมและแรงงานอุตสาหกรรม ทำให้พฤติกรรมการเลือกตั้งและการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองเปลี่ยนแปลงตามบริบททางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ผลการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2566 สะท้อนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม เมื่อที่นั่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้ง 5 เขตของจังหวัดระยองตกเป็นของพรรคก้าวไกลทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าฐานคะแนนเสียงเดิมของพรรคประชาธิปัตย์ในพื้นที่ถูกสั่นคลอนอย่างมีนัยสำคัญ (ไทยพีบีเอส, 2569) งานศึกษาที่ผ่านมาอธิบายว่าการตลาดทางการเมือง การสื่อสารทางการเมือง และความภักดีต่อพรรคเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทิศทางคะแนนนิยมของพรรค (อธิพัฒน์ วรนิธิภาคย์ และคณะ, 2568) ขณะที่อีกส่วนหนึ่งให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของนักการเมือง เช่น ความซื่อสัตย์ วิสัยทัศน์ และการสื่อสารที่จริงใจ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่ (นันทพงศ์ ตันติยวุฒิ และคณะ, 2567) อย่างไรก็ตาม งานเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังมุ่งอธิบายปัจจัยด้านการสื่อสาร การตลาด หรือคุณลักษณะของนักการเมืองในลักษณะแยกส่วน และยังไม่ได้อธิบายอย่างชัดเจนว่า ในพื้นที่ที่โครงสร้างผู้มีสิทธิเลือกตั้งเปลี่ยนแปลงรวดเร็วอย่างจังหวัดระยอง พรรคการเมืองควรพัฒนาคุณภาพของการสื่อสารอย่างไรให้สามารถเข้าใจเหตุของปัญหา ผลที่ประชาชนคาดหวัง จังหวะเวลา บริบทชุมชน และความแตกต่างของกลุ่มผู้รับสารได้อย่างเหมาะสม ช่องว่างดังกล่าวจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้การศึกษาการสื่อสารของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยองจำเป็นต้องก้าวพ้นจากการพิจารณาเพียงเทคนิคหรือช่องทางการสื่อสาร ไปสู่การพิจารณาคุณภาพและความเหมาะสมของกระบวนการสื่อสารด้วย

ในการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้อาศัยกรอบแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองที่มองว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการนำรัฐบาล นโยบาย และสารทางการเมืองเข้าไปอยู่ในการรับรู้ของประชาชน โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ส่วนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการขยายการเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง (พระสังวาน เขมปญโญ (สายเนตร) และคณะ, 2565) ควบคู่กับการประยุกต์ใช้หลักสัปปุริสธรรม 7 ได้แก่ ธัมมัญญุตา รู้จักเหตุ อัตถัญญุตา รู้จักผล อัตตัญญุตา รู้จักตน มัตตัญญุตา รู้จักประมาณ กาลัญญุตา รู้จักกาลเวลา ปริสัญญุตา รู้จักชุมชน และปุคคลัญญุตา รู้จักบุคคล (ที.ปา. 11/331/264) (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) เพื่อใช้เป็นกรอบกำกับคุณภาพของการสื่อสารทางการเมืองให้เหมาะสมกับทั้งเนื้อหา ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และบริบทของพื้นที่ แม้งานก่อนหน้าจะชี้ให้เห็นว่าการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์กับการสื่อสารสามารถช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ได้ (พระครูธรรมธรบุญเที่ยง พุทฺธสาวโก (ลักษณ์พลวงค์), 2565) แต่ยังขาดการศึกษาที่เชื่อมหลักสัปปุริสธรรม 7 เข้ากับองค์ประกอบการสื่อสารทางการเมืองเพื่ออธิบายการสร้างความนิยมของพรรคการเมืองในบริบทเฉพาะของจังหวัดระยองโดยตรง ดังนั้น ช่องว่างของงานวิจัยจึงอยู่ที่การอธิบายว่า หลักสัปปุริสธรรม

มิได้เป็นเพียงหลักคุณธรรมประกอบการสื่อสาร แต่สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมระหว่างการสื่อสาร ทางการเมืองกับความนิยมทางการเมืองผ่านการรู้เหตุ รู้ผล รู้ตน รู้ประมาณ รู้เวลา รู้ชุมชน และรู้บุคคล ทำให้การสื่อสารมีความเหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มเป้าหมายมากกว่าการใช้เทคนิคการสื่อสารทั่วไปเพียงอย่างเดียว

จากความเป็นมา สภาพปัญหา และช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง โดยมิได้มุ่งพิจารณาเพียงระดับความนิยมและองค์ประกอบของการสื่อสารเท่านั้น แต่ต้องการอธิบายว่าการสื่อสารที่มีคุณภาพภายใต้หลักสัปปุริสธรรม 7 สามารถช่วยให้พรรคเข้าใจปัญหาและเหตุของความเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ สื่อสารผลลัพธ์ของนโยบายอย่างชัดเจน รู้ข้อจำกัดและศักยภาพของตน เลือกระดับและจังหวะการสื่อสารที่เหมาะสม ตลอดจนปรับสารและช่องทางให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและประชาชนแต่ละกลุ่มได้อย่างไร การศึกษาครั้งนี้จึงเข้ามาเติมเต็มช่องว่างจากงานเดิมด้วยการเชื่อมองค์ประกอบการสื่อสารทางการเมืองกับหลักสัปปุริสธรรม 7 ให้เป็นกรอบเดียวกัน เพื่ออธิบายกลไกการสร้างความไว้วางใจและความนิยมทางการเมืองในบริบทจังหวัดระยอง อันนำไปสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งศึกษาความนิยมทางการเมือง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยม และนำเสนอพุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยองต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง
3. เพื่อนำเสนอพุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ซึ่งเป็นการบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดระยอง จำนวน 368,466 คน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดระยอง, 2566)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย ตามสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 18 รูปหรือคน ประกอบด้วย นักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านพระพุทธศาสนา จำนวน 3 รูป นักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านรัฐศาสตร์ จำนวน 4 คน นักการเมืองท้องถิ่น จำนวน 4 คน และผู้นำชุมชน จำนวน 7 คน และการสนทนากลุ่มเฉพาะ โดยผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงซึ่งเป็นคนในพื้นที่และมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ จำนวน 9 รูปหรือคน เพื่อยืนยันองค์ความรู้ที่ได้หลังจากการสังเคราะห์ข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสาร ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสาร และส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักธรรม ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้ผ่านการตรวจโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน จากนั้นผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผลการทดสอบพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.992 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับสูงมาก แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีคุณภาพและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกระบวนการสร้างเครื่องมือได้ดำเนินการผ่านการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นคำถามให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้อย่างครบถ้วน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในส่วนของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ขอหนังสือความอนุเคราะห์จากหลักสูตรเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการลงพื้นที่ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างพร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทุกฉบับเพื่อนำไปประมวลผลทางสถิติ สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนัดหมายและดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยได้จดบันทึกและขออนุญาตบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ภายหลังเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาถอดความและจัดหมวดหมู่ประเด็น เพื่อเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในส่วนของข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา เพื่อสรุปประเด็นสำคัญและอธิบายผลการวิจัยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

1. ความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง พบผลการศึกษาดังนี้

1.1 ระดับความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง โดยภาพรวม

ความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความต่อเนื่องในการเลือกพรรค	3.98	0.75	มาก
2. ด้านการตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกพรรค	4.12	0.76	มาก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง โดยภาพรวม (ต่อ)

ความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
3. ด้านความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนของพรรค	3.91	0.83	มาก
4. ด้านการสนับสนุนกิจการของพรรค	3.76	0.76	มาก
โดยภาพรวม	**3.94**	**0.60**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ระดับความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกพรรค อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.76) รองลงมาได้แก่ ด้านความต่อเนื่องในการเลือกพรรค อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = 0.75) ด้านความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนของพรรค อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.83) และ ด้านการสนับสนุนกิจการของพรรค ($\overline{X}$ = 3.76, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ความนิยมที่ประชาชนมีต่อพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยองเกิดจากปัจจัยที่เชื่อมโยงกันหลายด้าน โดยด้านความต่อเนื่องในการเลือกพรรค ประชาชนมีความเชื่อมั่นในอุดมการณ์และจุดยืนของพรรคที่มั่นคงมาอย่างยาวนาน ประกอบกับผลงานที่สั่งสมมาช่วยสร้างความไว้วางใจและความผูกพันภายในครอบครัวและชุมชน ด้านการตัดสินใจล่วงหน้า ประชาชนพิจารณาจากผลงานในอดีตและการติดตามข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถประเมินและตัดสินใจเลือกพรรคไว้ล่วงหน้าได้อย่างมั่นใจ ด้านความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนของพรรค ประชาชนรับรู้ว่าพรรคสามารถสะท้อนปัญหาและผลักดันนโยบายเพื่อประโยชน์ส่วนรวมได้ ผ่านการลงพื้นที่รับฟังความคิดเห็นอย่างใกล้ชิด จนได้รับการยอมรับในฐานะตัวแทนที่ตอบสนองความคาดหวังของประชาชนอย่างต่อเนื่อง และด้านการสนับสนุนกิจการของพรรคสะท้อนผ่านการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของพรรคและกิจกรรมสาธารณประโยชน์ การติดตามและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการเป็นอาสาสมัครประสานงานสร้างเครือข่ายระหว่างพรรคกับชุมชน ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนถึงความเชื่อมั่นและความผูกพันที่ช่วยเสริมความนิยมของพรรคให้มั่นคงและมีแนวโน้มได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในการเลือกตั้ง

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองตามสมมติฐานที่ 1 การสื่อสาร ประกอบด้วย 1. ด้านผู้ส่งสาร 2. ด้านสาร 3. ด้านช่องทางส่งสาร และ 4. ด้านผู้รับสาร อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

ตารางที่ 2 การสื่อสาร ประกอบด้วย 1. ด้านผู้ส่งสาร 2. ด้านสาร 3. ด้านช่องทางส่งสาร และ 4. ด้านผู้รับสาร อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

การสื่อสาร	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.722	0.190		9..061**	0.000
ด้านผู้รับสาร (X14)	0.274	0.051	0.383	5.405**	0.000
ด้านผู้ส่งสาร (X11)	0.191	0.041	0.231	4.675**	0.000
ด้านสาร (X12)	0.180	0.040	0.198	3.981*	0.028

Multiple R = 0.513; R^2 =0.264; Adj.R^2 = 0.250; Std. Error = .498; F = 18.115; Sig = .001
**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า การสื่อสารที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง ส่งผล 3 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สามารถสรุปในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$\hat{Y}$= 1.722+ .274(X14) + .190(X11) + .180(X12)

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$Z_y = .383Z_{X14} + .231Z_{X11} + .198Z_{X12}$

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองตามสมมติฐานที่ 2 หลักสัปปุริสธรรม 7 ประกอบด้วย 1. ธัมมัญญุตา รู้จักเหตุ 2. อัตถัญญุตา รู้จักผล 3. อัตตัญญุตา รู้จักตน 4. มัตตัญญุตา รู้จักประมาณ 5. กาลัญญุตา รู้จักกาล 6. ปริสัญญุตา รู้จักชุมชน สังคม และ 7. ปุคคลัญญุญา รู้จักบุคคล อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

ตารางที่ 3 หลักสัปปุริสธรรม 7 ประกอบด้วย 1. ธัมมัญญุตา รู้จักเหตุ 2. อัตถัญญุตา รู้จักผล 3. อัตตัญญุตา รู้จักตน 4. มัตตัญญุตา รู้จักประมาณ 5. กาลัญญุตา รู้จักกาล 6. ปริสัญญุตา รู้จักชุมชน สังคม และ 7. ปุคคลัญญุญา รู้จักบุคคล อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

หลักสัปปุริสธรรม 7	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.352	.149		9.097**	.000
ธัมมัญญุตา รู้จักเหตุ (X21)	.303	.058	.376	5.265**	.000
อัตถัญญุตา รู้จักผล (X22)	.204	.052	.279	3.933**	.000
ปุคคสัญญุญา รู้จักบุคคล (X27)	.115	.049	.212	.5.537**	.000
กาลัญญุตา รู้จักกาล (X25)	.113	.049	.147	2.373*	.018
ปริสัญญุตา รู้จักชุมชน สังคม (X26)	.107	.047	.146	2.175*	.030

Multiple R = 0.720; R^2 = 0.518; Adj.R^2 = 0.509; Std. Error = .320; F = 16.218; Sig = .001
**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า หลักสัปปุริสธรรม 7 ที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง ส่งผล 5 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 สามารถสรุปในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$\hat{Y}$= 1.352+.303(X21) +.204(X22) +.115(X27) +.113(X25) +.107(X26)

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$Z_y = .376Z_{X21} + .279Z_{X22} + .212_{X27} + .147Z_{X25} + .146_{X26}$

3. พุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง พบว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่จะสร้างความศรัทธาได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องตั้งอยู่บนความถูกต้องความจริงใจ และมุ่งเน้นประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ โดยกระบวนการดังกล่าวเริ่มต้นจากการนำเสนอข้อมูลและนโยบายอย่างมีเหตุผล (ธัมมัญญุตา) เพื่อชี้ให้เห็นผลลัพธ์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ประชาชนจะได้รับอย่างเป็นรูปธรรม (อัตถัญญุตา) ควบคู่ไปกับการตระหนักถึงศักยภาพและจุดยืนของพรรคเพื่อสื่อสารด้วยความจริงใจ (อัตตัญญุตา) ตลอดจนรู้จักความพอดีในการนำเสนอโดยไม่อวดอ้างเกินศักยภาพหรือสร้างความขัดแย้ง (มัตตัญญุตา) นอกจากนี้ ยังต้องดำเนินการสื่อสารในจังหวะเวลาที่เหมาะสมและทันต่อสถานการณ์ (กาลัญญุตา) ภายใต้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงบริบททางสังคมและวิถีชีวิตของพื้นที่ (ปริสัญญุตา) เพื่อให้สามารถออกแบบเนื้อหาและเลือกใช้ช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด (ปุคคลัญญุตา) ซึ่งการบูรณาการหลักธรรมทั้ง 7 ประการนี้เข้าด้วยกัน จะช่วยยกระดับการสื่อสารให้มีความสร้างสรรค์ สามารถเข้าถึงใจประชาชน สร้างความไว้วางใจ และนำไปสู่ความนิยมทางการเมืองที่มั่นคงในที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D.=0.60) โดยเฉพาะด้านการตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกพรรคมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านความต่อเนื่องในการเลือกพรรค ด้านความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนของพรรค และด้านการสนับสนุนกิจการของพรรคตามลำดับ อภิปรายได้ว่าความนิยมที่ประชาชนมีต่อพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยองเป็นผลสะสมมาจากอุดมการณ์ ผลงาน และความผูกพันทางการเมืองที่ถ่ายทอดกันมาภายในครอบครัวและชุมชนอย่างต่อเนื่องยาวนาน จนกลายเป็นฐานเสียงที่มีลักษณะยึดโยงกับตัวพรรคมากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสการเมืองระยะสั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของอธิพัฒน์ วรนิธิภาคย์ และคณะ (2568) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในพรรคการเมืองผ่านการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 กรณีศึกษาพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทย พบว่า การตลาดทางการเมืองและการสื่อสารทางการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญที่หล่อหลอมระบบความจงรักภักดีในกลุ่มผู้สนับสนุนพรรค อาจเป็นเพราะว่าเมื่อพรรคสามารถสื่อสารอุดมการณ์และผลงานให้ประชาชนรับรู้ได้อย่างสม่ำเสมอ ย่อมก่อให้เกิดความผูกพันเชิงอัตลักษณ์ระหว่างประชาชนกับพรรค ทำให้ประชาชนตัดสินใจสนับสนุนพรรคซ้ำในการเลือกตั้งครั้งต่อ ๆ ไปโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยนโยบายใหม่เป็นตัวดึงดูดเพียงอย่างเดียว และสอดคล้องกับงานของอริน เจียจันทร์พงษ์ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการทางการตลาดและการสื่อสารการเมืองของพรรคการเมืองไทยในการเลือกตั้งทั่วไปครั้งที่ 28 ของประเทศไทย (วันที่ 24 มีนาคม 2562) ซึ่งพบว่าพรรคประชาธิปัตย์ดำเนินกลยุทธ์แบบพรรคที่มุ่งเน้นการขาย โดยอาศัยฐาน

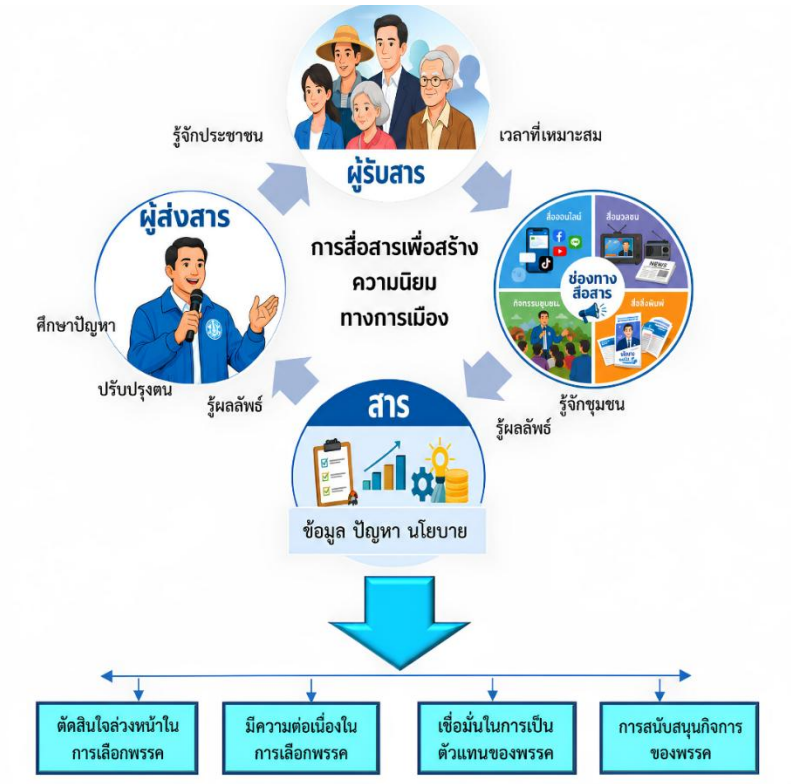
เสียงเดิมและชูภาพลักษณ์ความเป็นพรรคเก่าแก่ที่ซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือควบคู่กับการเปิดเวทีปราศรัยเพื่อสื่อสารกับกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ยังไม่ตัดสินใจ อาจเป็นเพราะว่าพรรคที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานอย่างพรรคประชาธิปัตย์มักอาศัยความน่าเชื่อถือสะสมและความสัมพันธ์เชิงลึกกับชุมชนในพื้นที่มากกว่าจะพึ่งพาการสร้างฐานสมาชิกใหม่อย่างกว้างขวาง ทำให้ความนิยมของพรรคยังคงตั้งอยู่บนความไว้วางใจที่สั่งสมมาจากอดีตและบทบาทของพรรคในฐานะตัวแทนที่คอยเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับภาครัฐมากกว่าการนำเสนอนโยบายใหม่เพื่อดึงดูดฐานเสียงกลุ่มใหม่

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยด้านผู้รับสาร ด้านผู้ส่งสาร และด้านสาร สามารถร่วมกันทำนายความนิยมทางการเมืองได้ร้อยละ 25.0 โดยด้านผู้รับสารมีอิทธิพลสูงสุด และปัจจัยด้านหลักสัปปุริสธรรม 7 ซึ่งประกอบด้วย ธัมมัญญุตา อัตถัญญุตา ปุคคลัญญุตา กาลัญญุตา และปริสัญญุตา สามารถร่วมกันทำนายความนิยมทางการเมืองได้สูงถึงร้อยละ 50.9 โดยธัมมัญญุตาหรือการรู้จักเหตุมีอิทธิพลสูงสุด อภิปรายได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองที่มุ่งเน้นความเข้าใจในตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ย่อมส่งผลโดยตรงต่อความนิยมของพรรคมากกว่าการเน้นที่ตัวผู้ส่งสารหรือรูปแบบของเนื้อหาสารเพียงลำพัง เนื่องจากประชาชนในฐานะผู้รับสารเป็นผู้ตัดสินว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับงานของวันใหม่ ทรงศิลสะอาดและคณะ (2568) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีของประชาชนในตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากและสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกตั้งได้ในระดับสูง อาจเป็นเพราะว่าประชาชนในพื้นที่จังหวัดระยองซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว มักตัดสินใจทางการเมืองจากการประมวลผลข้อมูลข่าวสารที่ตนเองรับรู้และตีความมากกว่าที่จะรับข้อมูลจากพรรคการเมืองโดยปราศจากการกลั่นกรอง ทำให้คุณภาพของกระบวนการรับสารมีผลโดยตรงต่อระดับความนิยมที่ประชาชนมีต่อพรรค ในส่วนของหลักสัปปุริสธรรม 7 ที่มีอิทธิพลต่อความนิยมทางการเมืองสูงกว่าหลักการสื่อสารทั่วไปอย่างชัดเจนนั้น สอดคล้องกับงานของพิบูลย์ เพียรพานิชกุล และคณะ (2566) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเชิงพุทธเพื่อการเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี พบว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลต้องยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีวาจาสุภาพไม่เบียดเบียนผู้อื่น และมีเจตนาสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะปัจจัยด้านผู้รับสารซึ่งถือว่ามีความสำคัญมากที่สุดในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง อาจเป็นเพราะว่าการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาบูรณาการกับการสื่อสารทางการเมืองช่วยยกระดับคุณภาพของสารและเจตนาของผู้สื่อสารให้มีมิติทางจริยธรรมที่ลึกซึ้งกว่าการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ทั่วไป ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงความจริงใจและความใส่ใจในการรับฟังปัญหาของตนอย่างแท้จริง จึงส่งผลให้เกิดความนิยมและความไว้วางใจต่อพรรคการเมืองในระดับที่มั่นคงและยั่งยืนกว่าการสื่อสารที่มุ่งเน้นเพียงเทคนิคหรือช่องทางการสื่อสารเพียงอย่างเดียว

3. พุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง พบว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่จะสร้างความศรัทธาได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องตั้งอยู่บนความถูกต้องความจริงใจ และมุ่งเน้นประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ โดยเริ่มต้นจากการนำเสนอข้อมูลอย่างมีเหตุผล (ธัมมัญญุตา) ควบคู่กับการชี้ให้เห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม (อัตถัญญุตา) การสื่อสารด้วยความจริงใจตามศักยภาพของพรรค (อัตตัญญุตา) ความพอดีในการนำเสนอ (มัตตัญญุตา) จังหวะเวลาที่เหมาะสม (กาลัญญุตา) ความเข้าใจบริบทของพื้นที่ (ปริสัญญุตา) และการปรับเนื้อหาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (ปุคคลัญญุตา) อภิปรายได้ว่าการบูรณาการหลักธรรมทั้งเจ็ดประการเข้ากับกระบวนการสื่อสารทางการเมืองเช่นนี้ ทำให้การสื่อสาร

มีมิติทางจริยธรรมที่ลึกซึ้งกว่าการสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบทั่วไป เนื่องจากมิได้มุ่งเพียงเทคนิคการโน้มน้าวใจ แต่ยังคำนึงถึงความถูกต้องและผลประโยชน์ของประชาชนเป็นแกนกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานของพระครูสังฆรักษ์เอกลักษณ์ อชิโต และคณะ (2567) ที่ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้หลักทุติยปาปณิกธรรมเพื่อการพัฒนาภาวะผู้นำ ของนักการเมืองท้องถิ่น ในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า องค์ประกอบด้านนิสสยสัมปันโน คือ การมีมนุษยสัมพันธ์และความชำนาญด้านมนุษยสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน ตลอดจนการรับฟังและเข้าใจความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง อาจเป็นเพราะว่าเมื่อนักการเมืองหรือพรรคการเมืองยึดหลักธรรมเป็นกรอบในการสื่อสาร ย่อมทำให้เนื้อหาสารมีความสุภาพ ไม่สร้างความขัดแย้ง และสะท้อนเจตนาที่บริสุทธิ์ใจ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ประชาชนใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของพรรคในระยะยาวมากกว่าความสามารถในการใช้เทคนิคการสื่อสารเพียงอย่างเดียว และสอดคล้องกับงานของสมยศ ปัญญามาก และคณะ (2568) ที่ศึกษาเรื่อง พุทธบูรณาการเพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วน ตำบลแม่ใส อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา พบว่า การบูรณาการหลักไตรสิกขา คือ ศีล สมาธิ และปัญญา เข้ากับภาวะผู้นำทางการเมือง ช่วยให้ศีลเป็นรากฐานทางจริยธรรมในการประพฤติและใช้อำนาจอย่างถูกต้อง สมาธิเป็นพลังในการรักษาความมั่นคงทางจิตใจและการตัดสินใจอย่างมีสติ ส่วนปัญญาเป็นกลไกในการใช้ความรู้และเหตุผลเพื่อประโยชน์ส่วนรวม อาจเป็นเพราะว่าการที่ผู้นำทางการเมืองมีคุณธรรมภายในเป็นฐานรองรับการสื่อสารและการตัดสินใจ ย่อมทำให้ท่าทีและถ้อยคำที่สื่อสารออกไปมีน้ำหนักและความน่าเชื่อถือมากขึ้นในสายตาประชาชน

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

จากภาพที่ 1 อธิบายพุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารที่จะสร้างพลังแห่งความเชื่อมั่นได้นั้น องค์ประกอบของการสื่อสารทั้งผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และช่องทาง จำเป็นต้องประสานสอดคล้องกับหลักสัปปุริสธรรมอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มต้นจากตัวผู้ส่งสารซึ่งต้องยึดหลักรู้จักเหตุ คือเข้าใจปัญหาของพื้นที่อย่างแท้จริง ควบคู่กับการรู้จักผล เพื่ออธิบายผลลัพธ์ของนโยบายให้ประชาชนเห็นภาพชัดเจน ขณะเดียวกันผู้ส่งสารยังต้องรู้จักตนเองและรู้จักประมาณ เพื่อสื่อสารอย่างพอดี น่าเชื่อถือ ไม่กล่าวเกินจริง ส่วนตัวสารเองก็ต้องสะท้อนทั้งเหตุและผลอย่างตรงประเด็นและเชื่อมโยงกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ในด้านผู้รับสารนั้นจำเป็นต้องอาศัยการรู้จักบุคคลและรู้จักชุมชนเป็นเครื่องมือทำความเข้าใจความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายและบริบททางสังคมในแต่ละพื้นที่ ส่วนช่องทางการสื่อสารต้องอาศัยการรู้จักกาลเวลาในการเลือกจังหวะและสื่อที่เหมาะสม เช่น ใช้สื่อออนไลน์เข้าถึงคนรุ่นใหม่ หรือใช้เวทีชุมชนเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้แนวทางสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารบรรลุผล คือการพัฒนาผู้ส่งสารให้มีทั้งความรู้และคุณธรรมควบคู่กัน การออกแบบสารให้ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีหลักฐานรองรับ การเลือกใช้ช่องทางที่หลากหลายให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วยความจริงใจ เมื่อการสื่อสารเปี่ยมด้วยคุณธรรมเช่นนี้ ความนิยมทางการเมืองก็จะเติบโตเป็นศรัทธาที่มั่นคงในสังคม

การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองจึงเปรียบเสมือนการปลูกศรัทธาในใจคน ซึ่งต้องอาศัยทั้งเวลา ความสม่ำเสมอ และความจริงใจ โดยสะท้อนออกมาใน 3 มิติสำคัญที่เชื่อมโยงกัน มิติแรกคือ ความต่อเนื่องในการเลือกพรรค อันเกิดจากการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับประชาชนผ่านการสื่อสารที่สม่ำเสมอ ชัดเจน และสะท้อนผลงานอย่างต่อเนื่อง เมื่อประชาชนเห็นจุดยืนที่มั่นคงและนโยบายที่ไม่แปรเปลี่ยนไปตามกระแส ย่อมเกิดความคุ้นเคยและความไว้วางใจ นำไปสู่การเลือกพรรคเดิมซ้ำแล้วซ้ำเล่า มิติที่สองคือ การตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกพรรค ซึ่งเป็นผลพวงจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสั่งสมมาในระยะยาว ทำให้ประชาชนมีข้อมูล ความเข้าใจ และความเชื่อมั่นมากพอที่จะตัดสินใจเลือกพรรคไว้ล่วงหน้าโดยไม่ลังเล เพราะการสื่อสารที่เน้นเหตุผล นโยบายที่จับต้องได้ และภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ ล้วนช่วยเสริมความมั่นใจให้ประชาชน และมิติสุดท้ายคือความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนของพรรค ซึ่งเกิดจากการสร้างภาพลักษณ์ให้พรรคเป็นเสมือนกระบอกเสียงของประชาชน ผ่านการสื่อสารที่โปร่งใส ตรงไปตรงมา และสะท้อนปัญหาสังคมได้อย่างแท้จริง เมื่อประชาชนเชื่อมั่นว่าพรรคสามารถทำหน้าที่แทนตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความนิยมทางการเมืองก็ย่อมเกิดขึ้นและดำรงอยู่อย่างมั่นคงยั่งยืนในที่สุด

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป ความนิยมทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยองอยู่ในระดับสูง เนื่องจากประชาชนเชื่อมั่นในอุดมการณ์และผลงานที่ผ่านมา ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความนิยมคือหลักการสื่อสารที่เน้นความเข้าใจผู้รับสาร ควบคู่กับการประยุกต์ใช้คุณธรรมตามหลักสัปปุริสธรรม ซึ่งช่วยให้พรรคเข้าถึงรากเหง้าปัญหาและครองใจประชาชนได้ลึกซึ้งกว่าการสื่อสารทั่วไป เพื่อให้เกิดความยั่งยืน พรรคควรนำพุทธวิธีการสื่อสารดังกล่าวมาใช้ปฏิบัติจริง ผ่านการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ปรับรูปแบบให้เข้ากับบริบทชุมชน และตอบสนองปัญหาอย่างทันท่วงที ตลอดจนนำข้อเสนอแนะไปปรับใช้ด้วยการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมตรวจสอบ และลงพื้นที่รับฟังความต้องการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างศรัทธาและความไว้วางใจระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. พรรคประชาธิปัตย์ควรกำหนดนโยบายและจุดยืนทางการเมืองที่มีความชัดเจน มั่นคง และต่อเนื่อง โดยยึดประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญพร้อมพัฒนานโยบายที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างครอบคลุม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมการศึกษา และคุณภาพชีวิตของประชาชน

2. พรรคประชาธิปัตย์ควรกำหนดนโยบายการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร และความก้าวหน้าของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โปร่งใส และเข้าถึงง่าย เพื่อให้ประชาชนสามารถติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของพรรคได้อย่างสม่ำเสมอ อันนำไปสู่ความเชื่อมั่นและการตัดสินใจทางการเมืองอย่างมีคุณภาพ

3. พรรคประชาธิปัตย์ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้แทน โดยเปิดเผยผลการดำเนินงานและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากประชาชน

4. พรรคประชาธิปัตย์ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมสาธารณประโยชน์และกิจกรรมทางสังคม เพื่อสร้างเครือข่ายพลเมืองเข้มแข็ง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. พรรคประชาธิปัตย์ควรจัดให้มีกลไกติดตาม และประเมินความต้องการของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ผ่านการลงพื้นที่รับฟังความคิดเห็น การประชุมพบปะประชาชน และการใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นจริง

2. พรรคประชาธิปัตย์ควรจัดทำช่องทางสื่อสารที่ประชาชนสามารถติดตามข่าวสาร นโยบาย และผลการดำเนินงานได้อย่างสะดวกและต่อเนื่อง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ และเวทีพบปะประชาชน พร้อมเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความผูกพันกับพรรคการเมืองในระยะยาว

3. พรรคประชาธิปัตย์ควรจัดให้มีการ รายงานผลการปฏิบัติงานของผู้แทนอย่างสม่ำเสมอ ลงพื้นที่พบปะประชาชน รับฟังปัญหา และเปิด ช่องทางตรวจสอบการทำงานได้อย่างโปร่งใส เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์อันดีกับ ประชาชนในพื้นที่

4. ด้านการสนับสนุนกิจการของพรรค พรรคประชาธิปัตย์ควรจัดกิจกรรมที่ตอบสนอง ความต้องการของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนิน กิจกรรม เพื่อสร้างความผูกพัน ความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลสัมฤทธิ์ของนโยบายพรรคกับการตัดสินใจเลือกพรรคประชาธิปัตย์อย่างต่อเนื่อง

2. ควรวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนารูปแบบการสร้างความเชื่อมั่นทางการเมืองเพื่อส่งเสริมการตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกพรรคประชาธิปัตย์ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดระยอง

3. ควรวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างความโปร่งใสและความ รับผิดชอบของผู้แทนพรรคประชาธิปัตย์เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนในจังหวัดระยอง

4. ควรวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสร้างเครือข่ายภาคประชาชนเพื่อส่งเสริมการสนับสนุนกิจการของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดระยอง

5. ควรวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพรรคประชาธิปัตย์ในยุคสื่อสังคมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

ไทยพับลิก้า. (2569). ‘กรณ์ จาติกวณิช’ เปิดใจ รีเทิร์นประชาธิปัตย์ จาก ‘สูญพันธุ์’ สู่ ‘ตัวแปร’ พรรคร่วมฯ. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2569 จาก https://thaipublica.org/2026/01/korn-chatikavanij-returns-democrat-party-coalition-partner/.

ไทยพีบีเอส. (2569). เลือกตั้ง 2569 : สรุปที่นั่ง สส.ภาคตะวันออก ประชาชนถูกเบียดหลายเขต. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2569 จาก https://www.thaipbs.or.th/news/content/502012.

นันทพงศ์ ตันติยวุฒิ และคณะ. (2567). บทบาทและคุณลักษณะนักการเมืองไทยที่พึงประสงค์ของคนรุ่นใหม่ในระบอบประชาธิปไตย. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 7(1), 90–114.

พระครูธรรมธรบุญเที่ยง พุทฺธสาวโก (ลักษณ์พลวงค์). (2565). แนวทางการสื่อสารทางการเมืองเพื่อความสมานฉันท์ในสังคมไทย. วารสารวิจยวิชาการ, 5(1), 1-10.

พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ. (2565). การสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 6(1), 109–120.

พระครูสังฆรักษ์เอกลักษณ์ อชิโต และคณะ. (2567). การประยุกต์ใช้หลักทุติยปาปณิกธรรมเพื่อการพัฒนาภาวะผู้นำ ของนักการเมืองท้องถิ่น ในจังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์, 7(3), 114–129.

พระสังวาน เขมปญฺโญ (สายเนตร) และคณะ. (2565). การสื่อสารทางการเมือง. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์ 7(3), 357–368.

พิบูลย์ เพียรพานิชกุล และคณะ. (2566). การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเชิงพุทธเพื่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี. วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์, 6(2), R50–R60.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

วันใหม่ ทรงศิลสะอาด และคณะ. (2568). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีของประชาชนในตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง. วารสารโพธิศาสตร์ปริทัศน์, 5(2), 193–204.

สมยศ ปัญญามาก และคณะ. (2568). พุทธบูรณาการเพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วน ตำบลแม่ใส อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา. วารสารวิชาการแสงอีสาน, 22(2), 183–199.

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดระยอง. (2566). รายงานผลการนับคะแนนเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดระยอง เขตเลือกตั้งที่ 3 แทนตำแหน่งที่ว่าง. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2566 จาก https://www.ect.go.th/th/rayong/announcement-ect-rayong/36254.

อธิพัฒน์ วรนิธิภาคย์ และคณะ. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในพรรคการเมืองผ่านการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 กรณีศึกษาพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทย. วารสารวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์, 7(1), 58–71.

อริน เจียจันทร์พงษ์. (2565). กระบวนการทางการตลาดและการสื่อสารการเมืองของพรรคการเมืองไทย: ศึกษาการเลือกตั้งทั่วไปครั้งที่ 28 ของประเทศไทย (วันที่ 24 มีนาคม 2562). วารสารนิเทศศาสตร์, 40(3), 123–153.

Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis (3rd ed.). New York: Harper and Row.