

การตลาดทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของ
พรรคไทยรักไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวปานหทัย ตันติเตชะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการปกครอง ภาควิชาการปกครอง

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-4534-6

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

121937588

POLITICAL MARKETING : A CASE STUDY OF THE USAGE OF MEDIA IN
THE ELECTORAL CAMPAIGN OF THE THAI RAK THAI PARTY IN
BANGKOK METROPOLIS

Miss Panhatai Tuntitacha

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Government

Department of Government

Faculty of Political Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-4534-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การตลาดทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้สื่อในการรณรงค์
หาเสียงเลือกตั้งของพรรคไทยรักไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวปานหทัย ตันติเตชา

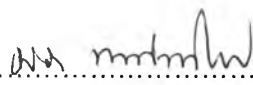
สาขาวิชา

การปกครอง

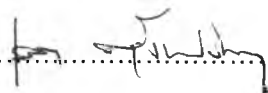
อาจารย์ที่ปรึกษา

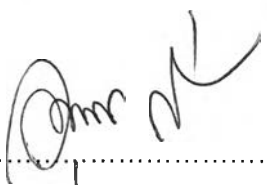
ศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ ลิ้มมณี

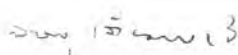
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะรัฐศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.อมรา พงศาพิชญ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอก ตังทรัพย์วัฒนา)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(ศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ ลิ้มมณี)

.....  กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชณู เสี่ยมพงษ์)

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์

นางสาวปานหทัย ตันติเตชา : การตลาดทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคไทยรักไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. (POLITICAL MARKETING : A CASE STUDY OF THE USAGE OF MEDIA IN THE ELECTORAL CAMPAIGN OF THE THAI RAK THAI PARTY IN BANGKOK METROPOLIS)

อ.ที่ปรึกษา : ศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ ลิ้มมณี, 148 หน้า ISBN 974-17-4534-6.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจรที่พรรคไทยรักไทยใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังศึกษาเพื่อทราบถึงกระบวนการในการวางแผนการใช้สื่อ และกระบวนการนำสื่อไปใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การเสนอนโยบายของพรรคการเมือง การเข้าถึงพฤติกรรมความพึงพอใจของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง อันมีส่วนสำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจนได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ. 2544

ผลการศึกษาพบว่า พรรคไทยรักไทยมีการใช้สื่อประเภทต่างๆ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจรอย่างเป็นระบบ สามารถสื่อภาพลักษณ์ทางการเมือง นโยบายของพรรคและสาระต่างๆ ที่พรรคต้องการสื่อได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าพรรคไทยรักไทยจะได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งและเป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาล แต่ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทางการเมืองแบบครบวงจรนี้ก็ไม่ใช่ว่าปัจจัยหลักเพียงปัจจัยเดียวในความสำเร็จของพรรคไทยรักไทย

ภาควิชา..... การปกครอง..... ลายมือชื่อนิสิต..... *ปานหทัย ตันติเตชา*
 สาขาวิชา.....การปกครอง..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *อนุสรณ์ ลิ้มมณี*
 ปีการศึกษา.....2546.....

AN ABSTRACT

438 11496 24 : MAJOR GOVERNMENT

KEY WORD : POTICAL MARKETING/ ELECTORAL CAMPAIGN/ THAI RAK THAI PARTY

PANHATAI TUNTITACHA : POLITICAL MARKETING : A CASE STUDY OF THE USAGE OF MEDIA IN THE ELECTORAL CAMPAIGN OF THE THAI RAK THAI PARTY IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR : PROF. ANUSORN LIMMANEE, Ph.D., 148 pp. ISBN 974-17-4534-6

This thesis aims at studying how Thai Rak Thai Party applied its integrated marketing communication strategy for electoral campaign by examining its planning process and utilization of media to boost party images, propagate its policy platforms, and to maximize popular votes, which enabled the party to win a landslide victory in the 2001 election.

It is found that Thai Rak Thai Party had systematically employed the integrated marketing communication strategy in its campaign and successfully conveyed its political images and platforms to voters, although the strategy was not the sole factor which brought it to power.

Department.....Government..... Student's signature.....
Field of study.....Government..... Advisor's signature.....
Academic year....2003.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยปัจจัยหลายประการ และจากความอนุเคราะห์จากหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์จากศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ ลิ้มมณี ที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้ความเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิษณุ เสงี่ยมพงษ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการ ในการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น อันนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคนในครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ และพี่น้อง รวมถึงญาติสนิท ที่ให้การสนับสนุน เป็นแรงกำลังใจ ในการศึกษา และการกระทำทุกอย่างของผู้ศึกษาด้วยดีตลอดมา ซึ่งผู้ศึกษาจะมอบคุณค่าของความสำเร็จด้านการศึกษาระดับมหาบัณฑิตนี้ เป็นสิ่งตอบแทนในการสนับสนุนของบุคคลเหล่านี้

นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณกลุ่มเพื่อนของผู้ศึกษา หนุ่ม นื่องไก่ ที่เป็นฝ่ายสนับสนุน และช่วยเหลือด้านการค้นคว้าหาข้อมูล ขอบคุณโบ้ ที่ช่วยประมวลข้อมูลเหล่านี้ให้กลายเป็นเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย ขอบคุณเพื่อน ใหม่ ปู ดา ที่คอยถามไถ่ความคืบหน้าในการทำวิทยานิพนธ์อย่างต่อเนื่อง และเป็นเสมือนแรงกระตุ้นให้ทำวิทยานิพนธ์เสร็จสมบูรณ์

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน และทุกหน่วยงาน โดยเฉพาะกรรมการบริหารพรรคไทยรักไทย เจ้าหน้าที่กองงานโฆษกพรรคไทยรักไทย และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่สังกัดพรรคไทยรักไทย ที่ได้กรุณาแสดงความคิดเห็น และให้ข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษา การนำเสนอข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล จนสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายผู้ศึกษาปรารถนาให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษา เป็นข้อมูลในการค้นคว้า และทำให้เกิดความเข้าใจในการเลือกตั้ง เข้าใจปัจจัยสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการเลือกตั้ง และสามารถนำความรู้นี้ไปช่วยในการคิดการตัดสินใจเลือก เพื่อให้ได้มาซึ่งพรรคการเมืองที่ดี ที่สามารถบริหารประเทศของเราให้เจริญสืบไป แต่หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขออภัยด้วยความเคารพยิ่ง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพและแผนภูมิ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
สภาพทั่วไป.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
ขอบเขตการศึกษา.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
การนำเสนอข้อมูล.....	9
2. ทบทวนวรรณกรรม.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	13
ความหมายของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	16
ความเป็นมาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของไทย.....	17
ลักษณะของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	20
ปัญหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	21
แนวความคิดการสื่อสารทางการเมือง.....	23
บทบาทของสื่อในกระบวนการสื่อสาร.....	27
ลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	30
การสื่อสารการตลาดทางการเมืองและการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง.....	39
การสื่อสารการตลาดเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของไทย.....	41
รูปแบบการสื่อสารการตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียง.....	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวความคิดการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง	50
กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง	53
ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกสาธารณะ.....	56
บริบทและสภาพแวดล้อมทางการเมือง.....	57
ประชาชนในฐานะ “ผู้รับสาร” และ “ผู้ตัดสินใจเลือกสาธารณะ”	58
3. แนวความคิดและระเบียบวิธีวิจัย.....	64
ขอบเขตด้านเวลาและขอบเขตในการศึกษา.....	64
ประเด็นการศึกษา.....	65
วิธีการศึกษา.....	66
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
การตรวจสอบข้อมูล.....	66
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
4. ผลการศึกษารูปแบบสื่อที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	68
การศึกษาข้อมูลเพื่อการวางแผนการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	68
การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย.....	74
การกำหนดจุดประสงค์และกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด.....	80
รูปแบบการใช้สื่อ.....	80
การรณรงค์ผ่านสื่อมวลชน.....	80
การรณรงค์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์.....	93
สื่อในเชิงรูปแบบกิจกรรมพิเศษ.....	109
สื่อเบ็ดเตล็ด.....	125
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	135
ข้อเสนอแนะ.....	141
รายการอ้างอิง.....	143
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	148

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของสื่อประเภทต่างๆ.....	32
ตารางที่ 4.1 สรุปกิจกรรมพิเศษ (Event) ของพรรคไทยรักไทย.....	122

สารบัญภาพ

แผนภาพ	หน้า
แผนภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการเดินทางของสาร.....	11
แผนภาพที่ 2.2 แสดงกระบวนการการสื่อสารในการแข่งขันรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	20
แผนภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการในการสื่อสาร.....	27
แผนภาพที่ 2.4 แสดงกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	27
รูปภาพ	
รูปภาพที่ 4.1 เว็บไซต์พรรคไทยรักไทย.....	92
รูปภาพที่ 4.2 โบปลิวที่เสนอตัวหัวหน้าพรรค.....	96
รูปภาพที่ 4.3 แผ่นพับที่เสนอตัวหัวหน้าพรรค.....	97
รูปภาพที่ 4.4 รูปแบบของแผ่นพับที่ชูพรรคเป็นหลัก.....	98
รูปภาพที่ 4.5 สติกเกอร์พรรคไทยรักไทย.....	99
รูปภาพที่ 4.6 วารสารของพรรคไทยรักไทย.....	104
รูปภาพที่ 4.7 วารสารของพรรคไทยรักไทย.....	105
รูปภาพที่ 4.8 หนังสือบันทึกประวัติ ดร.ทักษิณ ชินวัตร.....	106
รูปภาพที่ 4.9 หนังสือคู่มือนโยบายพรรคไทยรักไทย.....	106
รูปภาพที่ 4.10 วารสารกะทิขึ้น.....	107
รูปภาพที่ 4.11 ภาพการปราศรัยของหัวหน้าพรรคไทยรักไทย.....	121
รูปภาพที่ 4.12 สื่อเบ็ดเตล็ดพรรคไทยรักไทย.....	126
รูปภาพที่ 4.13 สื่อเบ็ดเตล็ดพรรคไทยรักไทย.....	126