

การศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร  
ของนายสมัคร สุนทรเวช กับ นางสุดารัตน์ เกษราพันธุ์ ปี พ.ศ.2543



นางสาว ชมพูนุท สุขศรีมั่งมี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการปกครอง ภาควิชาการปกครอง

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-4385-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

121937631

A COMPARATIVE STUDY OF Mr.SAMAK SUNDARAVEJ'S AND Mrs.SUDARAT KEYURAPHAN'S  
CAMPAIGN STRATEGIES IN THE 2000 BANGKOK GOVERNOR ELECTION

Miss Chompunoot Suksrimankmee

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 974-17-4385-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นผู้ว่า  
ราชการกรุงเทพมหานครของนายสมัคร สุนทรเวช กับ นางสาวสุดารัตน์  
เกตุราพันธ์ ปี พ.ศ.2543

โดย

นางสาว ชมพูนุท สุขศรีมั่งมี

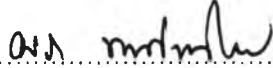
สาขาวิชา

การปกครอง


อาจารย์ที่ปรึกษา

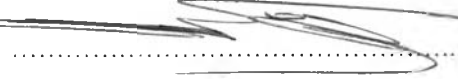
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตระกูล มีชัย

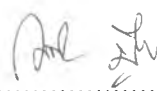
คณะกรรมการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

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

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยันต์ ไชยพร)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตระกูล มีชัย)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ วันชัย มีชาติ)

นางสาว ชมพูนุท สุขศรีมังมี : การศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็น  
 ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของนายสมักร สุนทรเวช กับ นางสุดารัตน์ เกยูราพันธ์ ปี พ.ศ.  
 2543 (A COMPARATIVE STUDY OF Mr.SAMAK SUNDARAVEJ'S AND  
 Mrs.SUDARAT KEYURAPHAN'S CAMPAIGN STRATEGIES IN THE 2000 BANGKOK  
 GOVERNOR ELECTION ) อ. ที่ปรึกษา : ผศ.ตระกูล มีชัย, 237 หน้า. ISBN 974-17-4385-8.

ในการวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการรณรงค์  
 หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัคร โดยได้นำแนวคิดเรื่องการตลาดทางการเมืองมาศึกษาวิเคราะห์เพื่อ  
 อธิบายถึงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครทั้งสองท่าน และศึกษาถึงการนำเสนอข่าวสาร  
 เกี่ยวกับผู้สมัครในช่วงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจากหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับ คือ มติชน ไทยรัฐ เดลินิวส์  
 และประชาชาติธุรกิจ และศึกษาถึงการให้คำอธิบายของผลการเลือกตั้งหรือการให้ความหมายของ  
 ผลการเลือกตั้ง

จากการศึกษา พบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนั้น ได้มีการนำเอากลยุทธ์  
 ทางการตลาดมาใช้ โดยมีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยเปรียบผู้สมัครเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และ  
 ผู้เลือกตั้งเปรียบเหมือนกับผู้บริโภค และมีการใช้เทคนิคทางการตลาดต่างๆ ได้แก่ การสำรวจตลาด  
 การวิจัยกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เป็นตลาดเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งโดยตรงและ  
 โดยทางอ้อม วิธีการหาเสียงของผู้สมัครโดยมีการนำสื่อต่าง ๆ มาใช้ในการหาเสียง รวมถึงสื่อรูปแบบ  
 ใหม่ที่ผู้สมัครได้นำมาใช้ รวมทั้งมีการนำโพลมาใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับกลยุทธ์  
 ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผู้สมัครจากหนังสือพิมพ์ พบว่า  
 หนังสือพิมพ์มติชนมีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผู้สมัครมากที่สุด รองลงมาคือเดลินิวส์ ไทยรัฐ  
 และประชาชาติธุรกิจ ส่วนการให้คำอธิบายของผลการเลือกตั้ง พบว่ามีการให้ความหมายใน 2 แนว  
 คือ เหตุที่ประชาชนเลือกนายสมักรเป็นเพราะปัจจัยภายในคือตัวนายสมักรเอง และอีกเหตุเป็น  
 เพราะปัจจัยภายนอกตัวนายสมักรคือ ที่เลือกนายสมักรเพราะไม่ต้องการให้ผู้สมัครท่านอื่นได้รับการ  
 เลือกตั้ง

ภาควิชา ..... การปกครอง..... ลายมือชื่อนิสิต..... ชมพูนุท สุขศรีมังมี  
 สาขาวิชา..... การปกครอง..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
 ปีการศึกษา .....2546..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

# # 448 11869 24 : MAJOR GOVERNMENT

KEY WORD: ELECTION / CAMPAIGN / POLITICAL MARKETING

CHOMPUNOOT SUKSRIMANKMEE : A COMPARATIVE STUDY OF Mr.SAMAK SUNDARAVEJ'S AND Mrs.SUDARAT KEYURAPHAN'S CAMPAIGN STRATEGIES IN THE 2000 BANGKOK GOVERNOR ELECTION. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.TRAKOON MEECHAI , 237 pp. ISBN 974-17-4385-8.

This thesis is aimed to study marketing strategy applied in the election campaign of the candidates by analyzing the concept of political marketing in order to explain the election campaign , to study news reports related to the candidates during the election campaign from 4 newspapers, namely Matichon, Thairath, Dailynews and Prachachart Business and to study the explanation and definitions given to the election result.

The study found that the marketing campaign has been conducted during the election campaign in a form of product positioning where the candidate is referred as a product and the voter as a consumer. Among various techniques used are marketing survey, target research to be target market, direct distribution and indirect distribution. New forms of media tools including the poll are conducted to get information about the public opinion so that the election strategy will be adjusted accordingly. Another media tool is in the form of news reports related to the candidates. It is found that Matichon newspaper has reported the news related to the candidates the most. After that is Daily News, Thairath and Prachachart Business respectively. Regarding the explanation of the election result, it is found that two definitions are given; one is that the people voted for Mr. Samak because of the inner factor of Mr. Samak himself and another is the outer factor that the people do not want the other candidates to win the election.

Department..... Government..... Student's signature..... *Chompunoot Suksrimankmee*  
 Field of study.....Government..... Advisor's signature..... *T. Meechai*  
 Academic year .....2003..... Co-advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตระกุล มีชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ตั้งแต่ตอนที่ผู้วิจัยได้เรียนกับท่าน จนตอนเริ่มทำโครงร่างวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้ความเมตตารับเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษา เสนอแนะในประเด็นที่ควรจะศึกษาวิจัย ตอบประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่พบขณะวิจัย จนวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ได้สำเร็จลุล่วงตามความตั้งใจ ขอขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ไชยันต์ ไชยพร ที่ให้ความเมตตาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย และขอขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ วันชัย มีชาติ ที่ให้ความเมตตาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ทั้ง 3 ท่าน ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์คณะรัฐศาสตร์ที่ได้อบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้กับผู้วิจัย

และบุคคลที่ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่ง คือ คุณพ่อสุพล และคุณแม่ลดาวัลย์ สุขศรีมั่งมี ที่ได้คอยเป็นกำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยเสมอมา จนผู้วิจัยสำเร็จการศึกษา ท่านก็ยังคอยห่วงใยและดูแลมาโดยตลอด และขอขอบพระคุณอีกหลายท่านที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวถึงได้หมดในที่นี้ ขอขอบคุณทุกคนที่คอยให้กำลังใจ คอยห่วงใย และช่วยเหลือเสมอมา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	6
สมมติฐานในการวิจัย .....	7
ขอบเขตของการวิจัย .....	7
ระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย .....	7
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย .....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
แนวคิดที่ด้วยการตลาด .....	10
แนวคิดที่ด้วยการตลาดทางการเมือง .....	12
แนวคิดที่ด้วยการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง .....	30
แนวคิดที่ด้วยอินเทอร์เน็ต .....	39
แนวคิดที่ด้วยการสำรวจประชามติ (โพล) .....	43
แนวคิดที่ด้วยหนังสือพิมพ์ .....	46
แนวคิดที่ด้วยการศึกษาคำอธิบายผลการเลือกตั้ง .....	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	53
บทที่ 3 วิวัฒนาการของกรุงเทพมหานครและการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร .....	56
วิวัฒนาการของกรุงเทพมหานคร .....	56
การบริหารราชการกรุงเทพมหานคร .....	58
สภากรุงเทพมหานคร .....	58
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร .....	62

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัคร .....	73
สภาพการเลือกตั้งโดยทั่วไป .....	73
กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายสมัคร สุนทรเวช .....	82
- การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ .....	85
- กลุ่มเป้าหมาย .....	105
- Push marketing .....	112
- Pull marketing .....	118
กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนางสุดารัตน์ เกตุราพันธ์ .....	126
- การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ .....	128
- กลุ่มเป้าหมาย .....	142
- Push marketing .....	151
- Pull marketing .....	159
การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผู้สมัครของหนังสือพิมพ์ .....	169
- หนังสือพิมพ์มติชน .....	177
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ .....	186
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ .....	193
- หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ .....	200
คำอธิบายของผลการเลือกตั้ง .....	204
บทที่ 5 บทสรุป .....	217
สรุปกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายสมัคร สุนทรเวช .....	218
สรุปกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนางสุดารัตน์ เกตุราพันธ์ .....	221
ข้อเสนอแนะในการศึกษา .....	223
รายการอ้างอิง .....	224
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	237



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงการเปรียบเทียบสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่อดั้งเดิม.....	41
ตารางที่ 2	แสดงผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯกทม. เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2518.....	66
ตารางที่ 3	แสดงผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯกทม. เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2528.....	68
ตารางที่ 4	แสดงผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯกทม. เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2533.....	69
ตารางที่ 5	แสดงผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯกทม. เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2535.....	70
ตารางที่ 6	แสดงผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯกทม. เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2539.....	71
ตารางที่ 7	แสดงผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯกทม. เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2523.....	72
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนขึ้นและประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครในหนังสือพิมพ์.....	169
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนความถี่ในการนำเสนอข่าวสาร.....	171
ตารางที่ 10	แสดงจำนวนความถี่ที่ผู้สมัครถูกกล่าวถึงในข่าวและบทความ.....	172
ตารางที่ 11	แสดงปริมาณพื้นที่ในการนำเสนอข่าวสาร.....	173
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สมัคร.....	175
ตารางที่ 13	แสดงจำนวนเนื้อหาในเชิงบวก เชิงลบ และเชิงรายงานข่าว.....	176
ตารางที่ 14	แสดงความถี่ในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์มติชน.....	178
ตารางที่ 15	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอของหนังสือพิมพ์มติชน.....	179
ตารางที่ 16	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับนายสมัครของหนังสือพิมพ์มติชน.....	180
ตารางที่ 17	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับนางสุดารัตน์ของหนังสือพิมพ์มติชน.....	184
ตารางที่ 18	แสดงความถี่ในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	187
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	188
ตารางที่ 20	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับนายสมัครของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	189
ตารางที่ 21	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับนางสุดารัตน์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	191
ตารางที่ 22	แสดงความถี่ในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์.....	194
ตารางที่ 23	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์.....	195
ตารางที่ 24	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับนายสมัครของนสพ.เดลินิวส์.....	196
ตารางที่ 25	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับนางสุดารัตน์ของนสพ.เดลินิวส์.....	198
ตารางที่ 26	แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สมัครของนสพ. ประชาชาติธุรกิจ.....	201