

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อ .....                                 | (1)  |
| กิตติกรรมประกาศ.....                           | (5)  |
| สารบัญตาราง.....                               | (9)  |
| สารบัญภาพประกอบ.....                           | (11) |
| บทที่  |      |
| 1. บทนำ.....                                   | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....            | 1    |
| ปัญหานำการวิจัย .....                          | 6    |
| วัตถุประสงค์การวิจัย.....                      | 7    |
| ขอบเขตของการศึกษา.....                         | 7    |
| นิยามคำศัพท์ .....                             | 8    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....                | 9    |
| 2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... | 10   |
| แนวคิดเรื่องการตลาดทางการเมือง .....           | 10   |
| แนวคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ .....            | 16   |
| แนวคิดเรื่องการณรงค์ทางการเมือง .....          | 17   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                     | 32   |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย .....                     | 41   |

|   |     |
|---|-----|
| 3. ระเบียบวิธีวิจัย.....  | 43  |
| แนวทางการศึกษาวิจัย .....   | 43  |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....   | 44  |
| กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....  | 46  |
| การจัดกระทำข้อมูล.....  | 47  |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 50  |
| 4. บริบททางการเมือง และปัจจัยที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง<br>ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร.....  | 51  |
| บริบททางการเมืองในห้วงของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....   | 52  |
| บริบททางการเมืองก่อนการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 ..  | 52  |
| บริบททางการเมืองหลังการเลือกตั้งวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึง<br>วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 .....   | 64  |
| บริบททางการเมืองในห้วงของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการ<br>กรุงเทพมหานคร .....   | 66  |
| ปัจจัยที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 .....   | 85  |
| ปัจจัยด้านโครงสร้างทางการเมือง .....  | 85  |
| ปัจจัยด้านเทคโนโลยี .....   | 92  |
| ปัจจัยด้านกลุ่มอิทธิพล 7 กลุ่ม .....  | 105 |
| 5. กระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ.....  | 168 |
| การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง<br>ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จากพรรคเพื่อไทย ภายใต้กรอบแนวคิดทางการตลาด | 177 |
| การจำแนกส่วนทางการตลาดผู้เลือกตั้ง .....  | 177 |
| การวางตำแหน่งทางการเมือง .....  | 190 |

|  |         |
|--|---------|
| การกำหนด และการสร้างภาพลักษณ์.....   | 210     |
| ภาพของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ และพรรคเพื่อไทย ที่ไร้รอยต่อ.....   | 211     |
| ภาพลักษณ์ของนายตำรวจใหญ่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้ากับคนได้ทุกระดับ ..                                       | 212     |
| ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่เสนอนโยบายเด่นและทำได้จริง ..  | 216     |
| ภาพลักษณ์นักการเมืองหนุ่มที่มีพลังสร้างสรรค์และมองโลกในแง่บวก.....   | 221     |
| ภาพลักษณ์ของการประสานพลังระหว่างรัฐบาลกับกรุงเทพมหานคร.....  | 224     |
| การจัดโครงสร้างการรณรงค์หาเสียง และการควบคุมการดำเนินงาน.....  | 226     |
| โครงสร้างการบริหารงานของพรรคเพื่อไทย ..  | 226     |
| โครงสร้างการบริหารงาน การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการ<br>กรุงเทพมหานครของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ .. | 230     |
| กลยุทธ์ และการดำเนินการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งด้วยส่วนผสม<br>ทางการตลาด 4Ps ..                              | 235     |
| ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง.....  | 235     |
| การตลาดแบบผลิตภัณฑ์ ..   | 255     |
| การตลาดแบบดึงดูด ..  | 285     |
| การสำรวจความคิดเห็น.....   | 291     |
| <br>6. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....   | <br>304 |
| สรุปผลการวิจัย.....  | 305     |
| อภิปรายผลการวิจัย ..   | 313     |
| ข้อสังเคราะห์จากการศึกษาวิจัย ..   | 325     |
| ข้อเสนอแนะ ..  | 342     |
| <br>บรรณานุกรม ..  | <br>345 |
| <br>ประวัติการศึกษา.....   | <br>350 |