

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 นั้น พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ผู้สมัครรับเลือกตั้งจากพรรคเพื่อไทยได้ลงสมัครรับเลือกตั้ง และได้มีการนำแนวทางการตลาดทางการเมือง (Political Marketing) มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างเต็มรูปแบบ และส่งผลต่อคะแนนเสียงของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ที่ได้รับเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ มีผู้สมัครลงรับเลือกตั้งทั้งในนามอิสระ และพรรคการเมืองที่ส่งผู้สมัครลงเลือกตั้ง ได้มีการแข่งขันกันเพื่อนำเสนอนโยบายของตนเอง มาแก้ปัญหาให้กับประชาชนในกรุงเทพมหานครกันอย่างเข้มข้น ทั้งนี้เนื่องจากกรุงเทพมหานครนั้น ถือเป็นเมืองเอกของไทย เป็นเมืองหลวง และเป็นที่ยอมรับของทุกอย่าง จนกล่าวได้ว่า ถนนทุกสายมุ่งไปสู่กรุงเทพมหานคร นักสังคมศาสตร์ต่างเห็นพ้องกันว่าปัญหาหลักอันหนึ่งของประเทศไทย ก็คือ การกระจุกตัวของความเจริญทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การคมนาคม การสื่อสาร ศิลปะ วิชาการ ที่กรุงเทพมหานคร จนมีการใช้ศัพท์สาธยายสภาพดังกล่าวว่า รวมศูนย์กรุงเทพฯ (Bangkok-centrism) นั่นคือ การถือเอากรุงเทพฯ เป็นหลัก ทุกอย่างต้องอยู่ภายใต้กรุงเทพมหานคร ซึ่งส่งผลลบในทางการปกครองและการเมือง เนื่องจากการรวมศูนย์และการกระจุกตัวของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในทางการเมือง การปกครอง และในทางเศรษฐกิจ สังคม ได้นำไปสู่ความไม่พอใจของคนจำนวนไม่น้อยที่เริ่มมองเห็นความอยุติธรรมดังกล่าว โดยเฉพาะคนในต่างจังหวัด ความรู้สึกไม่พอใจอันนี้ออกมาในคำกล่าวที่ว่า “กรุงเทพมหานครไม่ใช่เมืองไทย” คำกล่าวนี้ได้กลายเป็นประเด็นทางการเมือง ซึ่งนัยหนึ่งเป็นการต่อต้านนโยบายรวมศูนย์ หรือต่อต้านสภาพการรวมศูนย์-กรุงเทพฯ<sup>1</sup>

จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศ เป็นศูนย์กลางการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่รวมศูนย์อยู่ที่นี้ทั้งหมด กรุงเทพมหานครจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อประเทศ สิ่งใดที่เกิดขึ้น

---

<sup>1</sup>ลิขิต วีรเวดิน, *การเมืองการปกครองของไทย*, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553), น. 254.

แก่กรุงเทพมหานคร ย่อมเกิดผลกระทบต่อประเทศมากบ้างน้อยบ้างแล้วแต่กรณี อันเป็นข้อที่ปฏิเสธไม่ได้ กรณีตัวอย่างจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านโทรทัศน์ ทั้งในข่าวและการโฆษณา ปรากฏว่า ไม่เพียงเฉพาะคนในกรุงเทพมหานครเท่านั้นที่รับรู้ข่าวสารดังกล่าว คนในต่างจังหวัดทั่วประเทศก็ได้รับข่าวสารนั้นเท่ากับคนกรุงเทพมหานคร เพราะสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวสารอันได้แก่สถานีฟรีทีวีซึ่งเป็นสถานีหลัก ล้วนแต่มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานครทั้งสิ้น

การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการเลือกตั้งผู้บริหารระดับท้องถิ่น จึงเป็นการเมืองระดับท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518 แต่ในความเป็นจริงนั้น การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งในฐานะกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นฐานเสียงสำคัญของพรรคการเมือง หากใครสามารถยึดกุมฐานเสียงในกรุงเทพมหานครได้ ก็มีโอกาที่จะได้คะแนนเสียงการเลือกตั้งในระดับประเทศ คือเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หากพรรคการเมืองใดสามารถกวาดที่นั่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของกรุงเทพมหานครไปครองได้ทั้งหมด ก็เหมือนกับ การยึดกุมหัวใจของประเทศ ประโยชน์อื่น ๆ ทั้งมองเห็นและมองไม่เห็นก็จะตามมา โดยเฉพาะประโยชน์ในทางการเมืองซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์อื่น ๆ

การที่กรุงเทพมหานครมีความสำคัญเช่นนี้ ผู้สมัครลงรับเลือกตั้งในนามอิสระ และพรรคการเมืองที่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงทุ่มเทสรรพกำลังทั้งกำลังคน และกำลังทรัพย์เป็นอันมากในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อให้ผู้สมัครสังกัดพรรคของตนได้คะแนนเสียงจากชาวกรุงเทพมหานคร ทั้ง ๆ ที่หากคิดคำนวณผลประโยชน์ตอบแทนจากค่าตอบแทนคือเงินเดือนและเงินประจำตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครก็เพียงเดือนละหนึ่งแสนกว่าบาท ปีละหนึ่งล้านสองแสนกว่าบาท ครบวาระสี่ปีก็ได้ค่าตอบแทนรวมทั้งสิ้นร่วมห้าล้านบาท แต่ค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้งมากกว่าเงินเดือนของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหลายเท่า โดยคณะกรรมการการเลือกตั้งกำหนดไว้ให้ใช้จ่ายได้ไม่เกินสี่สิบล้านบาท

ข้อดีของการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ก็คือ กฎหมายไม่ได้จำกัดให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องสังกัดพรรคการเมือง ซึ่งต่างจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ดังนั้น จึงมีผู้สมัครอิสระเป็นจำนวนมากลงสมัครรับเลือกตั้ง เป็นทางเลือกให้แก่ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงที่ไม่ต้องการเลือกผู้สมัครที่สังกัดพรรคการเมือง ได้เลือกผู้สมัครอิสระที่ตนชื่นชอบนโยบาย ซึ่งมีความเป็นไปได้เช่นกันที่ผู้สมัครอิสระจะมีโอกาสได้รับการเลือกตั้ง เช่น พลตรีจำลอง ศรีเมือง เคยทำได้มาแล้วในอดีต

จากการที่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวง และเป็นเมืองที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดของประเทศไทย อีกทั้งเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การพาณิชย์ และการสื่อสารของประเทศอีกด้วย ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญซึ่งเกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร เช่น การเกิดรัฐประหาร การชุมนุมประท้วงต่าง ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อไปทั่วประเทศ<sup>2</sup> และสิ่งที่น่าพิศวงในระบอบประชาธิปไตยไทยคือ ชาวชนบทเป็นผู้ “ตั้ง” รัฐบาลผ่านคะแนนเสียงอันท่วมท้นของพวกเขา แต่ครั้งได้รับรัฐบาลมาแล้วก็ไม่อาจกำหนดนโยบายแห่งรัฐได้มากนัก ดังนั้น หลังการเลือกตั้งแล้ว รัฐบาลมักจะฟังความเห็นคนชั้นกลางซึ่งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และสนองความต้องการของพวกเขา มากกว่าชาวชนบทมาก เพราะรัฐบาลนั้นจะอยู่รอดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการสนับสนุนของ “เมือง” ไม่ใช่ “ชนบท” สิ่งที่รัฐบาลห่วงมากคือ คำพิพากษาของคนกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อมวลชนทั้งหลาย<sup>3</sup> และการที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางด้านต่าง ๆ ของประเทศนั้น ได้ส่งผลให้กรุงเทพมหานครมีลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ ด้านความเจริญรุ่งเรืองและในด้านที่เป็นปัญหาควบคู่กันไป ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้กรุงเทพมหานครมีความแตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ

ดังนั้น เพื่อความเหมาะสม และรวดเร็ว ในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ กรุงเทพมหานคร จึงมีการจัดรูปแบบการปกครอง เป็นองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ มีสภาพเป็นนิติบุคคล มีสิทธิตามกฎหมาย มีฝ่ายบริหาร คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรง และรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอีก 4 คน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นคณะผู้บริหาร และมีฝ่ายนิติบัญญัติ คือ สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร ซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรง ซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ได้รับการเลือกตั้ง มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย และบริหารราชการของกรุงเทพมหานครได้อย่างเต็มที่<sup>4</sup>

สำหรับกรุงเทพมหานครนั้น ได้จัดให้มีการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2518 โดยนายธรรมณูญ เทียนเงิน ได้รับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนแรก และได้เข้าบริหารจัดการกรุงเทพมหานคร แต่การเลือกตั้งครั้งนั้น

<sup>2</sup> ชูวงศ์ ฉายะบุตร, *การปกครองท้องถิ่นไทย*, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ครั้งที่ ๒๕๓๖, ๒๕๓๖), น. ๒๗.

<sup>3</sup> เอนก เหล่าธรรมทัศน์, *สองนคราประชาธิปไตย*, (กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, ๒๕๕๖), น. ๑๑.

<sup>4</sup> พงษ์ศักดิ์สิทธิ์ เสมสันต์, “การปฏิรูประบบราชการนครหลวง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๙), น. ๒๓.

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และคณะมิได้อยู่ในตำแหน่งจนครบวาระ 4 ปี ทั้งนี้เพราะได้เกิดการขัดแย้งกันอย่างรุนแรงทั้งในฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ จนไม่สามารถที่จะประสานกันได้จึงทำให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และสภากรุงเทพมหานคร ต้องพ้นจากตำแหน่ง โดยคำสั่งของนายกรัฐมนตรีนายธานินทร์ กรัยวิเชียร ตามมาตรา 21 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2519 เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2520 ด้วยเหตุตามมาตรา 21 ของ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย จึงทำให้กรุงเทพมหานครเข้าสู่ยุคแห่งการมีผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและสมาชิกสภากรุงเทพมหานครจากการแต่งตั้งอีกครั้งหนึ่ง<sup>5</sup>

ครั้งต่อมา ในวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2528 ได้มีประกาศใช้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 กำหนดการบริหารกรุงเทพมหานคร ให้เลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเพียงคนเดียว ส่วนรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อีก 4 คน ให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นคนแต่งตั้ง นอกจากนี้ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 ยังได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับเรื่องสภาเขต ประชาชนเลือกตั้งเข้ามาเป็นตัวแทนสอดส่องดูแลการดำเนินงานเขต เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนอย่างน้อย เขตละ 7 คน

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงเป็นตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายบริหารของส่วนปกครองท้องถิ่นเมืองหลวงของประเทศไทย ปัจจุบันเป็นตำแหน่งที่มาจากกาเลือกตั้ง มีวาระการดำรงตำแหน่งวาระละ 4 ปี ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการกรุงเทพมหานครในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดนโยบายและบริหารราชการของกรุงเทพมหานคร ให้เป็นไปตามกฎหมาย การสั่ง อนุญาต อนุมัติ เกี่ยวกับราชการของกรุงเทพมหานคร การแต่งตั้ง และถอดถอน รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร การวางผังเมือง การป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย การควบคุมอาคาร การสาธารณสุขปโภค และการสาธารณสุข เป็นต้น<sup>6</sup>

นอกเหนือจากอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการกรุงเทพมหานครแล้ว ตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครยังมีความสำคัญต่อพรรคการเมือง เนื่องจากการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจะเป็นการทดสอบหยั่งเสียงความนิยมของประชาชนต่อพรรคการเมืองในระดับชาติ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางของประเทศ และมีจำนวนประชากรมากกว่าจังหวัดอื่น ๆ ดังนั้น ความนิยมในตัวผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ย่อมส่งผลถึง

<sup>5</sup>สมพร เฟื่องจันทร์, *แนวคิดและหลักการจัดการในองค์กรสาธารณะ*, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547), น. 17.

<sup>6</sup>“พลิกปฐมเลือกตั้งผู้ว่า”, *เดลินิวส์* (3 กันยายน 2551).

ความนิยมต่อพรรคการเมืองระดับชาติด้วย ยิ่งไปกว่านั้น อำนาจหน้าที่ และบทบาทของตำแหน่งผู้ว่าราชการ ทางด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำนาจในการบริหารที่เป็นอิสระ แม้ในทางกฎหมายจะไม่ถึงกับเป็นเอกเทศ เพราะกรุงเทพมหานครยังขึ้นกับกระทรวงมหาดไทย แต่ในทางปฏิบัติอำนาจในการจัดการเป็นของผู้ว่าราชการ และยังมีเม็ดเงินส่วนหนึ่งที่ถูกจัดแยกออกมาให้ขึ้นอยู่กับอำนาจของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครด้วย ดังนั้น ตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจึงเป็นที่หมายปอง และแย่งชิงกัน ระหว่างผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งทั้งในนามพรรค และผู้ลงสมัครอิสระ ซึ่งต่างก็ใช้ยุทธศาสตร์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเพื่อการแข่งขันกันให้ได้มาซึ่งคะแนนเสียงจากประชาชนอย่างเต็มที่

สำหรับการเมืองนั้น เป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากการสื่อสารได้ ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารทางการเมืองไม่ได้เป็นเรื่องของนักการเมืองเท่านั้น หากแต่ยังมีสื่อมวลชน และประชาชนซึ่งทำหน้าที่ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารในกาลเทศะแตกต่างกันด้วย การสื่อสารทางการเมืองมีความสำคัญ และบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร และมีลักษณะปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ สื่อมวลชน และประชาชน การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นศาสตร์สำคัญที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องศึกษา เรียนรู้ หรือรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และสามารถนำการสื่อสารทางการเมืองมาเป็นเครื่องมือให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการเมืองได้

การสื่อสารทางการเมืองได้ทวีความสำคัญ และมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในยุคข้อมูลข่าวสารนี้ เนื่องจากกระบวนการสื่อสารนั้นมิได้เป็นแนวดิ่ง ที่เป็นผู้ปกครองส่งสารผ่านสื่อมวลชน สื่อมวลชนกับประชาชน ประชาชนกับนักการเมือง โดยเฉพาะในโลกของไซเบอร์ (cybernetic) ที่สื่อส่วนบุคคลกำลังกลายเป็นสื่อสาธารณะ ตัวอย่างเช่น Twitter และ Facebook เป็นต้น ด้วยประสิทธิภาพของสื่อสมัยใหม่นี้ ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวางและไร้ขอบเขต ขณะเดียวกันก็สามารถส่งผ่านข้อมูลได้อย่างไร้พรมแดนเช่นกัน การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และที่สำคัญไปกว่านั้นคือตัวนักการเมืองเองที่จะต้องมีการสื่อสารกับประชาชนอยู่ตลอดเวลา ในกรณีของการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครก็เช่นเดียวกัน ผู้ที่ลงสมัครรับเลือกตั้งก็ต้องทำหน้าที่ในการสื่อสารทางการเมืองกับประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนมาใช้สิทธิในการเลือกตั้ง เพื่อเลือกตนเองเข้าไปทำหน้าที่เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครให้ได้

โดยการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 มีตัวแทนจากพรรคการเมืองใหญ่ 2 พรรค คือ พรรคเพื่อไทยและพรรคประชาธิปัตย์ ที่ประชาชนให้ความสนใจเพราะถือได้ว่าเป็นคู่แข่งทางการเมืองที่แข่งขันกันในการเมืองมาตลอด และนอกจากนั้น ในการเปิดรับสมัครผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 21-25 มกราคม

พ.ศ. 2556 นั้น ได้มีผู้สมัครลงรับเลือกตั้งเพื่อชิงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ได้สังกัดพรรคการเมืองจำนวน 23 คนด้วย รวมจำนวนผู้สมัครจากพรรคการเมืองใหญ่ 2 พรรค และผู้สมัครอิสระแล้วมีทั้งสิ้น 25 คน

ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครนั้น ผู้สมัครแต่ละคนได้มีรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะการกำหนดนโยบาย และวิธีการในการสื่อสาร (message) ไปยังประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งถือว่าเป็นผู้รับสาร (receiver) โดยมีการใช้สื่อที่หลากหลายแตกต่างกันไป โดยประชาชนผู้รับสาร (receiver) จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง จากสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายหาเสียง ใบปลิว แผ่นพับ เอกสารแนะนำตัว บัตรย้ำเบอร์ รวมทั้งการเดินทางรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครตามถนน ชุมชนต่าง ๆ หรือการแถลงข่าว การออกรายการในโทรทัศน์ รายการในวิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ (Website) ตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ การปราศรัย และเวทีสัมมนาต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับพรรคเพื่อไทยนั้น ได้มีมติส่ง พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ เข้าสมัครรับเลือกตั้งในครั้งนี้ ดังนั้น เพื่อให้ได้ทราบถึง บริบททางการเมือง ที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ และเพื่อให้ได้ทราบถึงการนำกรอบแนวคิดการตลาดทางการเมือง มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษา การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 3 มีนาคม 2556 : ศึกษากรณี พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ โดยพรรคประชาธิปัตย์ได้มีมติส่ง ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร ลงสมัครรับเลือกตั้ง และถือว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ทั้งนี้เนื่องจาก ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร เป็นถึงอดีตผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนล่าสุดก่อนที่จะมีการเลือกตั้งในครั้งนี้ นอกจากนั้น ยังเป็นการลงสมัครรับเลือกตั้งในนามพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งถือว่าเป็นพรรคการเมืองที่มีฐานคะแนนเสียงในกรุงเทพมหานครจำนวนมาก จึงมีความได้เปรียบผู้สมัครคนอื่น ๆ อย่างชัดเจน

### ปัญหานำการวิจัย

1. บริบททางการเมือง มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 ของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ อย่างไร
2. พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ และพรรคเพื่อไทย ได้นำเอากรอบแนวคิดการตลาดทางการเมือง มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างไร และส่งผลอย่างไรในการเลือกตั้งที่เกิดขึ้นในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบริบททางการเมือง ที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 ของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ
2. เพื่อศึกษาถึงการนำแนวทางการตลาดทางการเมือง มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ครอบคลุมทั้งด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการ

## ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษา “การสื่อสารทางการเมือง” (Political Communication) ของพรรคเพื่อไทย และการรณรงค์หาเสียงของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 ภายใต้กรอบแนวคิดการตลาดทางการเมือง
2. ศึกษาและวิจัยกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ และพรรคเพื่อไทย ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 โดยครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้
  - 2.1 สถานการณ์ทั่ว ๆ ไป ที่เป็นบริบททางการเมือง ในช่วงเวลาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556
  - 2.2 กระบวนการเลือกตั้ง
    - ก) โครงสร้างการจัดการองค์การในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคเพื่อไทย
    - ข) การเตรียมการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
    - ค) กระบวนการจัดทำนโยบายของพรรคเพื่อไทย เพื่อให้ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ นำไปใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
    - ง) การกำหนดภาพลักษณ์ให้กับ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ
    - จ) กลยุทธ์ในการสื่อสารทางการเมืองของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ และพรรคเพื่อไทย
    - ฉ) กลยุทธ์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
    - ช) การประเมินผลการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคเพื่อไทย

## นียมคำศัพท์

**กระบวนการการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง** หมายถึง กระบวนการ สร้าง “สาร” และส่งผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังผู้เลือกตั้ง ในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อมุ่งแสวงหาความนิยมให้เกิดขึ้น

**การตลาดทางการเมือง** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการเมืองด้วยวิธีการทางการตลาด ได้แก่ การวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจำแนกกลุ่มเป้าหมาย การจัดวางตำแหน่งทางการเมือง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความพอใจของผู้เลือกตั้ง และโน้มน้าวให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

**ภาพลักษณ์** ของพรรคการเมือง และผู้สมัครรับเลือกตั้งเพื่อชิงตำแหน่งทางการเมือง หมายถึง ชุดหรือกลุ่มของการรับรู้ ที่ผู้เลือกตั้งมีต่อพรรคการเมือง และผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งภาพนั้นประกอบขึ้น จากความรู้อันเป็นอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ของกลุ่มผู้เลือกตั้ง ที่เป็นมุมมอง หรือความคิดเห็นของบุคคล โดยเฉพาะในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกต่อผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผสมกับเนื้อหาความ (Message) ที่พรรคการเมือง และผู้สมัครรับเลือกตั้งพยายามฉายภาพไปยังกลุ่มผู้เลือกตั้งให้ได้รับรู้ ซึ่งในที่นี้คือ ภาพประทับใจที่ประชาชนหรือกลุ่มผู้เลือกตั้งมีต่อ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และพรรคเพื่อไทย

**ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร** หมายถึง ผู้บริหารสูงสุดของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการหน่วยงานด้านต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ให้ลุล่วงไปตามนโยบายที่หาเสียงไว้ในขณะลงสมัครรับเลือกตั้ง หรือวัตถุประสงค์ของการบริหารงาน โดยอาศัยความร่วมมือจากข้าราชการกรุงเทพมหานคร และทีมงานของรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ท่าน เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง

**การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร** หมายถึง การที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้ไปใช้สิทธิในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่ง จากทั้งหมด 25 คน เพื่อให้เข้ามาดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 โดยจะต้องทำหน้าที่บริหารจัดการกรุงเทพมหานครให้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุตามนโยบายที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งไว้กับประชาชน

**บริบททางการเมือง** หมายถึง สถานการณ์ และสภาพแวดล้อมทางการเมือง ในเขตกรุงเทพมหานคร และในระดับประเทศ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาก่อนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ขณะรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และในวันที่มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาทำให้ได้ทราบถึง บริบททางการเมือง ในช่วงเวลาที่มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยมีกรณีของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ เป็นกรณีศึกษา
2. ผลการศึกษาทำให้ได้ทราบถึง กระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ตามแนวทางการตลาดทางการเมือง ที่ครอบคลุมทั้งด้านกระบวนการรณรงค์ รูปแบบ เนื้อหา และวิธีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จากการรณรงค์หาเสียงของ พล.ต.อ.พงศพัศ พงษ์เจริญ
3. ผลการศึกษาทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการเตรียมการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามกระบวนการของการตลาดทางการเมือง และบริบททางการเมืองในกรุงเทพมหานคร