

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์

169387

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.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจรที่พรรคไทยรักไทยใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังศึกษาเพื่อทราบถึงกระบวนการในการวางแผนการใช้สื่อ และกระบวนการนำสื่อไปใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การเสนอนโยบายของพรรคการเมือง การเข้าถึงพฤติกรรมความพึงพอใจของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง อันมีส่วนสำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจนได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ. 2544

ผลการศึกษาพบว่า พรรคไทยรักไทยมีการใช้สื่อประเภทต่างๆ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจรอย่างเป็นระบบ สามารถสื่อภาพลักษณ์ทางการเมือง นโยบายของพรรค และสาระต่างๆ ที่พรรคต้องการสื่อได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าพรรคไทยรักไทยจะได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งและเป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาล แต่ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทางการเมืองแบบครบวงจรนี้ก็ไม่ใช่ว่าปัจจัยหลักเพียงปัจจัยเดียวในความสำเร็จของพรรคไทยรักไทย

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

AN ABSTRACT

169387

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.....