

Zhao Yuefan. (2569) การจัดการการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในมณฑลเหอหนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร).
จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์หลัก :
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี, ปร.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาและอธิบายรูปแบบกระบวนการบริหารจัดการ และกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายสาธารณะของมณฑลเหอหนานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนชาวมณฑลเหอหนานที่มีต่อการสื่อสารนโยบายดังกล่าวในบริบทของการสื่อสารสมัยใหม่ การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 ราย ได้แก่ ข้าราชการ นักวิชาการ และประชาชนที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการสังเกตการณ์เนื้อหาในบัญชีทางการของรัฐบาลเหอหนานในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้แก่ WeChat, Weibo และ Douyin พร้อมทั้งวิเคราะห์เอกสารประกอบการสื่อสารนโยบายโดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ซึ่งสุ่มจากประชาชนในมณฑลเหอหนานโดยวิธีการสุ่มหลายขั้นตอน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าความสัมพันธ์, การทดสอบ t – test, ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า มณฑลเหอหนานมีการพัฒนาระบบการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีแบบแผนและครอบคลุมหลายมิติ โดยใช้แพลตฟอร์มที่หลากหลายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เฉพาะ ได้แก่ Weibo สำหรับข่าวด่วนและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ WeChat สำหรับเนื้อหาเชิงลึกและการให้บริการภาครัฐ และ Douyin สำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อภาครัฐ พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์การทำงานร่วมกับผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงประชาชน มณฑลเหอหนานใช้รูปแบบการจัดการแบบรวมศูนย์ ภายใต้การกำกับดูแลของพรรคคอมมิวนิสต์จีนและกลไกประสานงานระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้แนวทางการสื่อสารมีเอกภาพ อย่างไรก็ตาม ก็มีการเปิดช่องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งสะท้อนการปรับตัวเข้ากับการสื่อสารแบบสองทางในยุคใหม่ ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังต่อการสื่อสารนโยบายในระดับค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในกลุ่มที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ แต่ยังคงมีความเหลื่อมล้ำในด้านการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนในเขตเมืองกับชนบท ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ และความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้และความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การสื่อสารนโยบาย, สื่อสังคมออนไลน์, มณฑลเหอหนาน, การจัดการสื่อสารภาครัฐ

Zhao Yuefan. (2026). **Public Policy Communication Management through Social Media in Henan Province, People's Republic of China.** Dissertation Ph.D. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Dissertation Advisor : Assistant Professor Dr. Chamroen Kangkasri, Ph.D.

Abstract

This research aimed to: 1) study and explain the models, management processes, and communication strategies used by the Henan provincial government in disseminating public policies via social media, and 2) explore the public's perception, satisfaction, and expectations regarding such communication in the context of modern media. A mixed-methods research design was employed, integrating both qualitative and quantitative approaches. For the qualitative component, in-depth interviews were conducted with 10 key informants, including government officials, academics, and citizens who actively used social media. Content analysis was also carried out on official government accounts across platforms such as WeChat, Weibo, and Douyin, alongside document analysis of relevant policy communication materials. In the quantitative phase, data were collected using a structured questionnaire administered to a multi-stage random sample of 500 citizens in Henan Province. Descriptive and inferential statistics were used to analyze the data, including Spearman's rank correlation, t-tests, ANOVA, and multiple regression.

The findings revealed that Henan Province had developed a systematic, multidimensional approach to public policy communication through social media. Each platform served a specific communication purpose: Weibo for breaking news and strategic messaging, WeChat for in-depth content and government services, and Douyin for the creative promotion of tourism and cultural content. The province had also launched integrated digital platforms that facilitated public access to government services. It had strategically partnered with Key Opinion Leaders (KOLs) that enhanced public engagement. In terms of management structure, Henan adopted a centralized (top-down) model under the supervision of the Chinese Communist Party, coordinated through interagency mechanisms that ensured unified messaging. Nevertheless, digital platforms enabled public participation through interactive features, reflecting a shift toward two-way communication in the digital era. Quantitative results indicated that the public demonstrated relatively high levels

of awareness, satisfaction, and expectations toward public policy communication, particularly among frequent social media users. However, disparities persisted in access and engagement between urban and rural populations. Statistically significant relationships were found between awareness and satisfaction levels and variables such as age, occupation, and frequency of social media usage.

Keywords : Policy Communication, Social Media, Henan Province, Government Communication Management

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี