



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ท แสนทวี. (2567). กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากภัยความเสี่ยงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2566. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 12(2), 24–44.
- กล้า ทองขาว. (2553). นโยบายสาธารณะและการวางแผน (พิมพ์ครั้งที่ 8). นนทบุรี: แสงจันทร์การพิมพ์.
- กษิต์เดช ชูติมันต์ และสมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2566). รูปแบบการสื่อสารด้านนโยบายโครงการคนละครึ่งที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 6(2), 142–153.
- กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge Essential. (2554). *การตลาดบนทวิตเตอร์*. กรุงเทพฯ: บริษัท BrandAge.
- ชัตติยา กรณสุต. (2526). *ทฤษฎีทางรัฐศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตกร ละกุล และคณะ. (2023). การสื่อสารนโยบายนวัตกรรมเมตาเวิร์สเพื่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย. *Journal of Social Science and Cultural*, 7(6), 354–367.
- ชนากิตต์ ราชพิบูลย์. (2553). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาครุศาสตร์เทคโนโลยี). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชนากิตต์ ราชพิบูลย์. (2553). ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการของสถานสงเคราะห์คนชรา บ้านธรรมบรณห์หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ณรงค์ ขาญเที่ยง และธวัชชัย สุนทรนนท์. (2567). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งต่อนโยบายระบบบริการสุขภาพปฐมภูมิสู่การปฏิบัติ. *วารสารนโยบายและกฎหมายสาธารณสุข*, 10(2), 391–399.
- ถวัลรัฐ วรเทพพิพิพงษ์. (2540). *การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่*. กรุงเทพฯ: แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทินพันธ์ นาคะตะ. (2525). *การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนชัย ยมจินดา. (2549). *แนวคิดและทฤษฎีการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธิติมา ทองทับ. (2551). *Social Networking กับกระแสความเป็นไปในสังคมออนไลน์*. นิตยสาร D PLUS.
- ธิติมา ทองทับ. (2551). *รูปแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชนในจังหวัดพิษณุโลก*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประเวศ วสี. (2547). *แนวคิดการพัฒนาที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

- ปิ่นทภากร สมโรจน์รัตน์, รัฐพล เย็นใจมา, และธวัชชัย สมอเนื้อ. (2567). การสื่อสารนโยบาย
สาธารณะโดยการประยุกต์ใช้โซเชียลมีเดียของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลมิตรภาพ
อำเภอเวียงเหล็ก จังหวัดสระบุรี. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหาร*, 7(5), 321–334.
- ปิติมา เม่นแมน. (2548). *การบริหารจัดการของโรงเรียนมาตริวิทยาในสถานการณ์แวดล้อม*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งโรจน์ ศิริพรมงคล และอรนุช เลิศสุวรรณกิจ. (2554). *การตลาด 2.1 ประยุกต์โซเชียลมีเดียอย่างไร
ให้ตรงกับงาน*. กรุงเทพฯ : บริษัท จูปีตัส จำกัด
- ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (2551). *การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสาร
ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (2551). *ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อกิจกรรมในศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการ
สังคมผู้สูงอายุบ้านธรรมปกรณ์ เชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลีโอ กรณิสต์ และคณะ (2566). การสื่อสารนโยบายและการดำเนินงานเพื่อเพิ่มคุณภาพงานและ
คุณภาพชีวิตของพนักงานโรงงานกลุ่มเซรามิก. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(5),
435–445.
- วรเดช จันทรศร. (2528). *การนำนโยบายไปปฏิบัติ: สำนวนกรอความรู้อย่างลึกซึ้ง*. กรุงเทพฯ : ภาพ
พิมพ์.
- วัชรยุทธ์ ก้องจันทร์. (2566). การกำหนดวาระข่าวสารในการก่อตัวของประเด็นสังคมและประชาคมติ
ผ่านมุมมองการประชาสัมพันธ์หลังสมัยใหม่. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 41(2), 1–20.
- วิชัย รูปจำดี. (2541). *การบริหารงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศุภณนธ์ ฤทธิมนต์ และคณะ. (2566). การสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลผ่านสื่อออนไลน์ใน
เครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์. *Journal of Social Science and Cultural*, 7(5), 224–
241.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2548). *ปฏิรูปประเทศไทย: จากระบอบอุปถัมภ์สู่ระบบคุณธรรม*.
กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI).
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2548). *นโยบายสาธารณะ: แนวคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ*. กรุงเทพฯ:
เสมาธรรม.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2550). *นโยบายสาธารณะ: แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการ*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมพร เพื่องจันทร์. (2539). *นโยบายสาธารณะ: ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2543). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545–2549)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ.
- สุกัญญา บุณเดชาชัย และขจรศักดิ์ ชันไชย. (2024). รูปแบบการสื่อสารผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ
ของนโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง: กรณีศึกษา ฟ้าใหม่เชียงใหม่ในมณฑลทวาย
สาธารณรัฐประชาชนจีน. *Journal of Social Science and Cultural*, 8(1), 101–110.

- สุทินันท์ ปรีชาพฤษดิ์ และเลิศชาย ศิริชัย. (2548). *แนวทางการพัฒนาสันติวิธีในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- สุภาพร นิภานนท์. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารและการบริหารประเด็นเพื่อผลักดันนโยบายระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว. *SIAM COMMUNICATION REVIEW*, 16(21), 157–170.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และอรรถพร กงวิไล. (2550). *สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อับดุลรอหมาน หลังปูเต๊ะ, วิทยาธร ท่อแก้ว, และกานต์ บุญศิริ. (2565). การจัดการการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 14(2), 192–206.
- เอกกร มีสุข, วิทยาธร ท่อแก้ว, และกานต์ บุญศิริ. (2563). รูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นด้วยเพชฌัญญ์ของเทศบาลตำบลเขานิน อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(3), 59–78.
- Affari Europei. (2016). *Government communication: Club of Venice 30th anniversary*. Retrieved from <https://www.affarieuropei.it/government-communication-club-of-venice-30th-anniversary>.
- Anderson, J. E. (1975). *Public policymaking (1st ed.)*. Holt, Rinehart and Winston.
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action (6th ed.)*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Bardach, E. (1980). *A practical guide for policy analysis: The eightfold path to more effective problem solving*. New York: Chatham House.
- Chao, J. (2021). *The Evolution of WeChat: From Messaging App to Super App*. Beijing: China Tech Press.
- Chen Xiaoyu (2024, 4 มิถุนายน). ผู้จัดการแพลตฟอร์มสื่อใหม่ของสำนักงานประกันสุขภาพมณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Chen, M. (2020). Marketing strategies on WeChat: A comprehensive guide. *Journal of Digital Marketing*, 7(3), 112–128.
- Chen, X., Li, Y., and Wang, Z. (2023). Real-time policy communication in crisis situations: Lessons from Henan floods. *Journal of Emergency Management*, 21(4), 112–130.
- CNNIC. (2023). *Statistical Report on Internet Development in China*. China Internet Network Information Center.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. Retrieved from <https://datareportal.com>
- DataReportal. (2025). *Global social media statistics – Top platforms by monthly*. <https://datareportal.com/reports/global-digital-overview>.

- Department of Commerce of Henan Province. (2024). *Henan Province: Overview*. Retrieved July 3, 2025, from <http://www.hncom.gov.cn>.
- Dye, T. R. (2013). *Understanding public policy (14th ed.)*. Pearson Education.
- Encyclopaedia Britannica. (2025). Henan – Government, society, economy. In *Encyclopaedia Britannica Online*. Retrieved June 26, 2025, from <https://www.britannica.com/place/Henan/Government-and-society>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Eyestone, R. (1971). *The threads of public policy*. Bobbs-Merrill.
- Fang, Y. (2023). *The Role of Weibo in China's Social Communication*. *China Media Research*, 19(1), 21–34.
- Feng, C. (2022). *From Blog to Business: The Evolution of Weibo's Digital Ecosystem*. *Media China Review*, 9(2), 55–68.
- Feng, E. (2021). *WeChat goes global: Chinese diaspora and cross-border payments*. NPR Technology Review.
- Fill, C. (1995). *Marketing communications: Frameworks, theories and applications*. London: Prentice Hall.
- Freedom House. (2022). *Freedom on the Net: China*. Retrieved from <https://freedomhouse.org>
- Gao Jiahui (2024, 5 มิถุนายน). ที่ปรึกษาคลังสมองท้องถิ่น มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Google. (2006). *Google to Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock*. Retrieved from https://googlepress.blogspot.com/2006/10/google-to-acquire-youtube_09.html
- Google. (2023). *YouTube Analytics Overview*. Retrieved from <https://support.google.com/youtube/answer/9314415>.
- Grunig, J. E., Grunig, L. A., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- He Xinyue (2024, 23 เมษายน). ประชาชนในมณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Henan Big Data Bureau. (2023). *2023 Digital government annual report*. Zhengzhou: People's Publishing House.
- Henan Daily Group. (n.d.). About Us. Retrieved July 3, 2025, from <http://newspaper.dahe.cn/hnrb/html/>.
- Henan Provincial Government Service and Big Data Administration. (2022). Guidance on Strengthening the Construction and Management of Government Affairs New Media. [内部文件 - Internal Document, not publicly available online. Cite

- based on description in policy reports or academic articles analyzing it, e.g., Liu (2019)].
- Henan Provincial Government Service and Big Data Administration. (n.d.). 豫事办 (Yu Shi Ban) Platform. Retrieved July 3, 2025, from <https://www.hnzwfw.gov.cn/>.
- Henan Provincial People's Government. (n.d.-a). *About Henan: Overview*. Retrieved July 3, 2025, from <http://www.henan.gov.cn>.
- Henan Provincial People's Government. (n.d.-a). Government Information Disclosure. Retrieved July 3, 2025, from <http://www.henan.gov.cn/> (ส่วนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐ).
- Henan Provincial People's Government. (n.d.-b). Leadership Mailbox. Retrieved July 3, 2025, from <http://www.henan.gov.cn/hdjl/>.
- Henan Radio and Television Station. (n.d.). Programs. Retrieved July 3, 2025, from <https://www.hntv.tv/>.
- Jiang, M. (2020). *WeChat's Growing Influence in China's Everyday Life*. The Diplomat.
- Katz, E., & Blumler, J. (1974). *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2022). The co-evolution of TikTok and its users: Interactions between platform affordances and user practices. *International Journal of Communication*, 16, 1234–1256.
- Lasswell, H. D. (1956). *The decision process: Seven categories of functional analysis*. University of Maryland Press.
- Lasswell, H. D., and Kaplan, A. (1970). *Power and society: A framework for political inquiry*. Yale University Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, NY: Duell, Sloan and Pearce.
- Li Zichen (2024, 21 เมษายน). นักวิจัยด้านการสื่อสารนโยบาย มหาวิทยาลัยเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Liana, L. E. (2012). *Social media sites: A handy reference guide*. Retrieved March 18, 2024, from <http://www.lianaevans.com/liana-evans-writing.html>.
- Liu Zijian (2024, 2 มีนาคม). บรรณาธิการข่าว สื่อกระแสหลักระดับท้องถิ่น มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Liu, J. (2019). Research on the Innovation of Public Policy Communication Mechanism in the New Media Era: Taking Henan Province as an Example. *Journalism Research*, 11(3), 45-55. [刘杰. (2019). 新媒体时代公共政策传播机制创新研究——以河南省为例. *新闻研究*, 11(3), 45-55.].

- Liu, J. (2023). "The matrix model of government social media: Case study of Henan Province". *Chinese Journal of Communication*, 15(2), 45-67.
- Liu, X. (Ed.). (2015). *The history and culture of Henan*. Zhengzhou: Henan People's Publishing House. (Note: This is an example citation for a Chinese scholarly book. Actual books might have different titles/editors/publishers).
- Ma Zihao (2024, 23 มิถุนายน). ผู้ดูแลบัญชีแพลตฟอร์ม มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Ministry of Civil Affairs, PRC. (2020). *Guiding Opinions on Standardizing the Openness of Village Affairs*. [民政部. (2020).
- Montag, C., Becker, B., & Gan, C. (2021). The multipurpose application TikTok: Redefining short-video social media platforms and their psychological impacts. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(18), 10112.
- Mozur, P. (2019). *Inside China's Dystopian Dreams: A.I., Shame and Lots of Cameras*. The New York Times.
- Nagel, S. S. (1987). *Public policy: Goals, means, and methods*. St. Martin's Press.
- National Bureau of Statistics of China. (2021). *China Statistical Yearbook 2021*. China Statistics Press. <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2021/indexeh.htm>.
- OECD. (2023). *Public communication scan of the United Kingdom: Using public communication to strengthen democracy and public trust*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/58e625ca-en>
- Policy Watch Thai PBS. (2566). *Policy Watch สะพานเชื่อม นโยบาย-สาธารณะ เพื่อการมีส่วนร่วม*. เข้าถึงได้จาก <https://policywatch.thaipbs.or.th>
- Pressman, J. L., and Wildavsky, A. (1973). *Implementation: How great expectations in Washington are dashed in Oakland; Or, why it's amazing that federal programs work at all*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Rhodes, R. A. W. (1997). *Understanding governance: Policy networks, governance, reflexivity and accountability*. Buckingham: Open University Press.
- Ries, A., and Trout, J. (1993). *The 22 Immutable Laws of Marketing: Violate Them at Your Own Risk!*. New York: HarperBusiness.
- Ripley, R. B., and Franklin, G. A. (1980). *Policy implementation and bureaucracy (1st ed.)*. Chicago, IL: Dorsey Press.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- State Council Information Office, PRC. (2021). *China's Epic Journey from Poverty to Prosperity*. 国务院新闻办公室. (2021).
- Statista. (2024). *Weibo - Statistics & Facts*. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/2216/weibo>
- Time. (2009). *Twitter on the cover*. Time Magazine, June 15, 2009 Edition.
- UNESCO. (2006). Yin Xu. *World Heritage List*. Retrieved July 3, 2025, from <https://whc.unesco.org/en/list/1114>.
- UNESCO. (2010). *Historic Monuments of Dengfeng in "The Centre of Heaven and Earth"*. World Heritage List. Retrieved July 3, 2025, from <https://whc.unesco.org/en/list/1305>.
- van Dijck, J., and Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14.
- Wang Jianing (2024, 27 มีนาคม). ผู้จัดการสื่อใหม่ สำนักงานอินเทอร์เน็ต มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Wang, H., and Chen, L. (2022). *Digital transformation in public policy communication*. Beijing: Social Sciences Academic Press.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- World Bank. (2020). *China - Henan Yellow River Ecological Belt and Agricultural Development Project*. Project Appraisal Document. Retrieved July 3, 2025, from <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail>.
- Wu Xiaobo (2024, 1 เมษายน). เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความคิดเห็นสาธารณะ มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Xi, J. (2017). Secure a Decisive Victory in Building a Moderately Prosperous Society in All Respects and Strive for the Great Success of Socialism with Chinese Characteristics for a New Era. *Report at the 19th National Congress of the Communist Party of China*. [习近平. (2017).
- YouTube Official Blog. (2015). *YouTube now defaults to HTML5*. Retrieved from <https://blog.youtube/news-and-events/youtube-now-defaults-to-html5/>
- Zhang Xueying (2024, 30 เมษายน). ผู้จัดการ สำนักงานบริหารชุมชน มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Zhang, L. (2020). *From Douyin to TikTok: The rise of short video platforms*. China Media Research, 16(3), 56–64.

- Zhang, L., and Chen, W. (2022). Policy Communication and Citizen Participation in Local China: The Case of Henan Province. *Asian Journal of Political Science*, 30(1), 78-95.
- Zhang, R. (2022). The 5A model for policy audience segmentation. *Policy Studies Review*, 39(3), 78-95.
- Zhao Hanlin (2024, 3 มกราคม). นักวิเคราะห์ข้อมูล ศูนย์วิจัยสื่อใหม่ มณฑลเหอหนาน. สัมภาษณ์.
- Zhao, Y. (2021). *The Party and the Press in China: Propaganda, Persuasion, and the Digital Transformation*. Polity Press.
- Zhao, Y., and Li, H. (2022). *Mini Programs and Digital Transformation in China*. Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 16(1), 78–92.