

## การวิจัย: 2.2คุณภาพงานวิจัยฯ

### 2.2.2 การบูรณาการและการใช้ประโยชน์

มีหนังสือรับรองการนำงานวิจัย หรือข้อมูลการอ้างอิง (citation) จากฐานข้อมูล ที่ กพอ หรือ สมศ ยอมรับ

1.บทความวิจัย “การใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต”

ฐานข้อมูล TCI มีการCitation จำนวน 2 ครั้ง ดังหลักฐานที่ปรากฏ

[https://search.tci-thailand.org/article.html?article\\_id=783097](https://search.tci-thailand.org/article.html?article_id=783097)

1. จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี, สุวจันกานดา พูลเอียด, ชินเนีย รัตภักดิ์, สุมลมาลย์ อรรถวุฒิชัย (2024), การออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก, *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มทร.สุวรรณภูมิ*, Volume 8, Issue 3, pp. 50-65
2. กษิพัทธ์ ทอนมณี, ปฐมพร มั่งมา, ชโรธร สารมะโน, ธนกิตต์ พิลาหา, ธนโชค คำป่อง, ธนภูมิ ธรณิศราติพงศ์, ธัญญาภัทร์ พิพัฒน์ภมรกุล, ศิลารัตน์ พูนศรี, กฤษวรรณ โล่หัวขรินทร์ (2025), การวิเคราะห์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารองค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น, *Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia*, Volume 31, Issue 3, pp. 55-70

Search Article title - Abstract - Keywords

Search

Advanced Search

Metadata

Rajabhat Rambhai Barni Research Journal

[Journal home page](#)

วารสารวิจัยรำไพพรรณี

Volume 18, Issue 1, 2024, pp.94-108

Local English

การใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต

[View at publisher](#)

อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์<sup>\*1</sup>

\* Corresponding Author

Author Affiliations

1. สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, Thailand

Abstract :

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะการใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ (2) ศึกษาเนื้อหาที่น่าสนใจในสื่อใหม่ซึ่งใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดภูเก็ต และ (3) ศึกษาศักยภาพการใช้สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดภูเก็ต การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามศึกษาข้อมูลจากนักประชาสัมพันธ์ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตทุกหน่วยงาน รวม 38 คน ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างสัมภาษณ์นัก ประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน และวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณในเพจ เฟซบุ๊กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภูเก็ต 10 เพจ ผลการวิจัยพบว่า (1) ลักษณะการใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต เป็นดังนี้ มีการใช้สื่อผสมผสานกันทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ โดยสื่อใหม่ที่ใหม่มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันไลน์ สื่อดั้งเดิมที่ใหม่มากที่สุดคือ รายงานประจำปีและรพชสัมพันธ์เคลื่อนที่ บทบาทของสื่อใหม่ที่โดดเด่นที่สุดคือ การเผยแพร่ข่าวสารในและนอกหน่วยงาน (2) เนื้อหาที่น่าสนใจในสื่อใหม่ซึ่งใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่มีรูปแบบการเขียนเป็นข่าว นำเสนอด้วยตัวอักษรและภาพถ่าย หน่วยงานโพสต์มากที่สุดเฉลี่ย 4.7 โพสต์/วัน (3) ศักยภาพการใช้สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต ด้านความรู้ในการใช้สื่อเฟซบุ๊กในการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.53) นักประชาสัมพันธ์ควรใช้สื่อใหม่เพื่อช่วยให้เกิดการสื่อสารสองทางแบบสมดุลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Keywords :

การประชาสัมพันธ์; การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล; สื่อใหม่; เฟซบุ๊ก; องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

References (26)

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สรุปสถานการณ์เที่ยวชม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม เดือนธันวาคม 2565. [Online]. เข้าถึงได้จาก : [https://www.mots.go.th/news/category/657\\_2566](https://www.mots.go.th/news/category/657_2566).
2. ชัยฤๅ สุภมา. (2560). กฎบัตรการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่ของสำนักงานอธิบดีอัยการ. ใน *วารสาร* (น.ก.). รายงานสืบเนื่องการประชาสัมพันธ์ภาครัฐระดับชาติและระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยอีสต์ ปะจายี 2560. *คุณเทพนิมิต*: มหาวิทยาลัยอีสต์. : 620-629.
3. เตชะ เตชะวัฒนไพศาล, กฤษณา ปัทมภา, จิภาภา นวลสีตลภย์, และ ชัยพิภพ ปัทมบุญ. (2567). การศึกษาเจเนอเรชันเมิร์กซ์และเจเนอเรชันวายในมุมมองของคณาจารย์ของคณะและมหาวิทยาลัยของรัฐ. *36(ก)*: 1-17.
4. เทศบาลนครภูเก็ต. (2564). เฟสบุ๊คโพสต์. *เทศบาลนครภูเก็ต*. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/pipkioty1/posts/pfbid0o3kKycEzZDvR9WavQIEQ2UXgMeKTNw9MNwHP88t2m3UdsgNmgVwM3VAmml>.
5. ธาศิ โสพิบูลย์. (2561). การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ. *คุณเทพนิมิต*: 21-28.
6. เบ็ญจวรรณ ศรีนุ. (2557). การปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการของหน่วยงาน ส่วนกลาง จังหวัดขอนแก่น. ใน *วารสาร* (น.ก.). รายงานสืบเนื่องการประชาสัมพันธ์ภาครัฐระดับชาติและระดับนานาชาติ สำนักงานอธิบดีอัยการระดับชาติ ครั้งที่ 2: ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย. *คุณเทพนิมิต*: 596-607.
7. ประชาสัมพันธ์ เทศบาลเมืองป่าตอง. (2564). เฟสบุ๊คโพสต์. *เทศบาลเมืองป่าตอง*. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/octphukiet/posts/pfbid02HCf5u3DYGaJpYR6BmLjNFRpdpnXYT65k7rSU2qvEA71jCmo7DD6PBBpxPesy1>.
8. เบ็ญจวรรณ ศรีนุ. (2563). *คุณเทพนิมิต*. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.popticles.com/branding/digital-pr/>. 2563.
9. สมคิด เตชะไพฑูริย์. (2569). *คุณเทพนิมิต*. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=ประเภทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น>. 2566.
10. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). รายงานผลการสำรวจทัศนคติผู้ใช้เทคโนโลยีในประเทศไทย ปี 2563. *คุณเทพนิมิต*: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
11. สำนักงานอธิบดีอัยการ. (2566). รายงานผลการติดตามและประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ ประจำปี 2564. *คุณเทพนิมิต*. พ.ศ. 2547 – 2564. [Online]. เข้าถึงได้จาก : [https://view.officeapps.live.com/olp/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fstatbbi.nso.go.th%2Fstaticreport%2FPAGE%2Fsector%2FTH%2Freport%2Fsector\\_08\\_4\\_TH.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/olp/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fstatbbi.nso.go.th%2Fstaticreport%2FPAGE%2Fsector%2FTH%2Freport%2Fsector_08_4_TH.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK). 2566.
12. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะแก้ว. (2564). เฟสบุ๊คโพสต์. *องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะแก้ว*. [Online]. เข้าถึงได้จาก : [https://www.facebook.com/pamalink.php?story\\_fbid=pfbid0j9U6G23hAnRbzq2qMTxw5mLpMyMqFBw6n4ZxXBatB4edRWb5Nu25QfblD5l&id=685303798286440](https://www.facebook.com/pamalink.php?story_fbid=pfbid0j9U6G23hAnRbzq2qMTxw5mLpMyMqFBw6n4ZxXBatB4edRWb5Nu25QfblD5l&id=685303798286440).
13. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะแก้ว. (2564). เฟสบุ๊คโพสต์. *องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะแก้ว*. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1353559121670536&set=pcb.1353559695003821>.
14. สตีฟ พูลส์. (2569). การพัฒนาโครงการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรของรัฐในประเทศไทย. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*. 9(2): 17-37.
15. สตีฟ พูลส์. (2565). บทเรียนการจัดการและการสื่อสารภาครัฐ. *คุณเทพนิมิต*: สำนักพิมพ์ทางวิชาการมหาวิทยาลัย.
16. Bashir, M. & Aldahani, A. (2017). Public relations in an online environment: discourse description of social media in Kuwaiti organization. In *Public Relation Review*. 43(4): 777-787.
17. Cambridge Online Dictionary. (2020). New media. [Online]. Available : March, 5 2023 from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/new-media>.
18. Fitch, K. (2009). The new frontier: Singaporean and Malaysian public relations practitioners' perceptions of new media. *Asia Pacific Public Relations Journal*. 10: 17-33.
19. Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: past, present, and future. In R. L. Heath (Ed.). *Handbook of public relations*. (pp. 11-30). USA: SAGE Publications.
20. James, M. (2007). A review of the impact of new media on public relations: Challenges for terrain, practice and education. *Asia Pacific Public Relations Journal*. 8(1): 137-148.
21. Kemp, S. (2022). Digital 2022: Thailand. [Online]. Available : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>. 2022.
22. Olayinka, A. P., & Ewuda P. O. (2019). Impact of social media on public relations practice. *Journal of Social Science and Humanities Research*. 4(5): 65-85.
23. PRSA. (2022). About public relations. [Online]. Available : <https://www.prsa.org/prsa/about-prsa/learn-about-pr#:~:text=Public%20relations%2C%20as%20defined%20by,the%20way%20an%20organisation%20is.> 2023.
24. Rashid, M. S. A. (2014). Public relations & new media: a look at how new media has impacted today's practices of public relations. [Online]. Available : [https://www.academia.edu/19829682/Public\\_Relations\\_and\\_New\\_Media\\_A\\_Look\\_At\\_How\\_New\\_Media\\_Has\\_Impacted\\_Today\\_s\\_Practices\\_Of\\_Public\\_Relations](https://www.academia.edu/19829682/Public_Relations_and_New_Media_A_Look_At_How_New_Media_Has_Impacted_Today_s_Practices_Of_Public_Relations).
25. Rahman, N. A. A. (2019). The Utilization of new media in online public relations activities among the public relations practitioners. [Online]. Available : <https://eudl.eu/doi/10.4108/eal.7-12-2018.2281794>.
26. Verhoeven, P., Tench, R., Zertfas, A., Moreno, A., & Verbit, D. (2012). How European PR practitioners handle digital and social media. *Public Relations Review*. 38(1): 162-164.

Cited (2)

1. จักรพันธ์ วงศ์คุณศิริ, สุวิภาคนาสา พูลเมือง, ชินนีย์ พิธีภักดิ์, สมทรงภพ อรรถวุฒิชัย (2024). การตลาด และพัฒนาธุรกิจเพื่อส่งเสริมสหภาพการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จังหวัดตาก, *วารสารวิชานิติศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยบูรพา*, Volume 8, Issue 3, pp. 50-65
2. กสิวิทย์ ทองมณี, ปุณณภรณ์ วัฒนา, ชรินทร์ สารมณี, สมคิด ศิลาภา, สมโรจน์ คำนิละ, ธนัญญา ศรีสุชาติพงษ์, ชัยภูวนันท์ พิพัฒน์บุรุษ, ศศิวิมล พูลศรี, กฤษณวรรณ โสพิบูลย์ (2025). การวิเคราะห์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น, *Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia*, Volume 31, Issue 3, pp. 55-70



Document Search

Search Article title - Abstract - Keywords

Search

Advanced Search

Information

จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี

Document (1)

1

การออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพยุพะ จังหวัดตาก

*Chakkapan Wongrerkeedee, Suwathanakanda Phuniat, Zinnia Ratipat, Sumonmal Atthawutthicha*

วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี *บวร.สุวรรณภูมิ* Volume 8, Issue 3, 2024, pp. 50-65

cited 0

Metadata

Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia


Journal home page

Volume 31, Issue 3, 2025, pp.55-70

Local English

การวิเคราะห์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารองค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

View at publisher

กษิพัทธ์ ทอมนะ<sup>1</sup>, ปฐมพร มิ่งมา<sup>2</sup>, ชรัสธร สารมะโน<sup>3</sup>, ธนศักดิ์ พิลาหา<sup>3</sup>, ธนโชค คำปอง<sup>3</sup>, ธนภูมิ ธรรณศิริพิง<sup>3</sup>, ธัญญาภัทร พิพัฒน์ภรณ์กุล<sup>3</sup>, ศศิลารัตน์ พูนศรี<sup>4</sup>,  กฤษกรวรรช นี โล่ห์วีชรินทร์<sup>3</sup>

\* Corresponding Author

Author Affiliations

1. วิทยาลัยการศึกษาด้านการพัฒนามหาวิทยาลัยทักษิณ, Thailand
2. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษายกระดับขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, Thailand
3. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Thailand
4. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Thailand

Abstract :

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับการสื่อสารองค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเพจเฟซบุ๊กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 8 แห่ง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารองค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับล่าง กลุ่มเทศบาลเมืองบางแห่ง กลุ่มเทศบาลตำบลบางแห่ง และกลุ่มองค์กรบริหารส่วนตำบล ให้ความสำคัญกับการโพสต์ในประเด็นการจัดทำบริการสาธารณะและการตอบสนองต่อปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับบน ให้ความสำคัญการบริหารส่วนจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับล่าง กลุ่มเทศบาลนคร เน้นการโพสต์ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการบริหารจัดการภารกิจของหน่วยงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ผลลัพธ์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้สัมพันธ์กับขนาดขององค์กรเสมอไป โดยบางครั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับล่าง กลุ่มเทศบาลเมืองสามารถสร้างการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับบน ให้ความสำคัญการบริหารส่วนจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับล่าง กลุ่มเทศบาลนคร ในด้านจำนวนการแสดงความคิดเห็นและการแชร์อย่างมีนัยสำคัญ ฉะนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืนผ่านเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการในระดับชุมชน

Keywords :

การสื่อสารองค์กร, รัฐบาลดิจิทัล, สื่อสังคมออนไลน์, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น