



ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร
ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Effectiveness of Bangkok's Political Communication in a Digital Platform

ปิยะพล พวงแก้ว

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการปกครอง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสยาม



ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม
(ภาษาอังกฤษ) Effectiveness of Bangkok's Political Communication in a Digital Platform

นามผู้วิจัย (ภาษาไทย) นายปิยะพล พวงแก้ว
(ภาษาอังกฤษ) Mr.Piyapon Pongkaew

รหัสประจำตัวนักศึกษา 6317902001

สาขา การปกครอง

คณะ บัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์

ปีการศึกษา 2564

สารนิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความเห็นชอบจากบัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์แล้ว

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตามา ธีรศิริกุล)

เมื่อวันที่ 3 / ก.พ. / 2565

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์

วันที่ 3 เดือน ก.พ. พ.ศ. 2565

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร
ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

โดย : ปิยะพล พวงแก้ว

ชื่อปริญญา : รัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขา : การปกครอง

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา :



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตภา ธีรศิริกุล)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม 2.เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยการศึกษาค้นคว้านี้ใช้ประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุด้วยวิธีการ Stepwise

ผลการศึกษาพบว่า ระดับประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร X1 ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร X2 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร X3 ปัจจัยผู้รับสาร X4 มีผลเชิงบวก และสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การสื่อสารทางการเมือง, ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Abstract

Title : Effectiveness of Bangkok's Political Communication in a Digital Platform
By : Piyapon Pongkaew
Degree : Master Degree of Political Science (Government)
Major : Political Science (Government)
Advisor :



(Asst. Prof. Dr. Jidapa Thirasirikul)

The objectives of this research were: 1) to study the level of effectiveness of political communication in Bangkok in a digital platform; and 2) to study the factors affecting the effectiveness of Bangkok's political communication in a digital platform.

This research was a quantitative research and studied the factors affecting the effectiveness of Bangkok's political communication in a digital platform. The research population was people lived in Bangkok and the number of samples were 400. The research employed the questionnaire as a tool of collecting information. Descriptive statistics utilized in the study were frequency, percentage, Mean and standard deviation, and inferential statistics was Pearson's correlation coefficient analysis and Multiple Regression (Stepwise).

The results showed that the level of effectiveness in political communication of Bangkok Metropolis in a digital platform in Bangkok was moderate. The hypothesis testing found that sender factor (X1), communication channel factor (X2), information factor (X3), and receiver factor X4 had positive affect and could jointly predict the effectiveness of Bangkok's Political Communication in Digital Platforms at the .05 level of statistical significance.

Keyword: Effectiveness, Political Communication, Digital Platform



(ค)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงและสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตภา ธิรศิริกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร และคณาจารย์ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะแก้ไข และปรับปรุงสารนิพนธ์เล่มนี้อย่างเต็มกำลังด้วยความเมตตาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ทั้งในเรื่องของความรู้คุณธรรม แนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเสมอมา จริยธรรม การดำรงชีวิตให้เป็นสุข

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ พ.อ.พิเศษ นรินทร์ พวงแก้ว คุณแม่ ภิญญา พวงแก้ว (สุทธะพินทุ) และน้องชาย นรินทร พวงแก้ว ครอบครั้ว รวมถึงบรรพบุรุษ พระศรีนครคาม (ทอง สุทธะพินทุ), ชุนเกษตรวิสัยรัฐ (เทียน สุทธะพินทุ), พรรณผกา สุทธะพินทุ, พ.ท.ประชิด สุทธะพินทุ, พล.อ.สิทธิชัย อินทเสน, พล.อ.อ.จิรวัดน์ มุลศาสตร์ ที่เป็นแรงบันดาลใจ ให้ความรัก ความห่วงใย รวมถึงกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ประโยชน์อันพึงได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศคุณความดีมอบเป็นสิ่งบูชาแด่ บรรพบุรุษ บุพการี และอาจารย์ ซึ่งเป็นผู้วางรากฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่านที่ช่วยเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษาคั้งนี้

ปิยะพล พวงแก้ว

กรกฎาคม 2564

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | (ก) |
| ABSTRACT..... | (ข) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (ค) |
| สารบัญ..... | (ง) |
| สารบัญตาราง..... | (ฉ) |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 โจทย์วิจัย..... | 3 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 3 |
| 1.4 ขอบเขตของการวิจัย..... | 3 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 4 |
| 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 4 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิด ทฤษฎี การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)..... | 5 |
| 2.2 มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด..... | 13 |
| 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 19 |
| 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย..... | 25 |
| 2.5 สมมติฐานการวิจัย..... | 26 |
| 2.6 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ..... | 26 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 28 |
| 3.2 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 28 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 29 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 30 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการวิจัย | |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล..... | 32 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของ การสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 36 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมือง ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 43 |
| 4.4 ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน..... | 45 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 49 |
| 5.2 อภิปรายผล..... | 53 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ..... | 55 |
| บรรณานุกรม..... | 56 |
| ภาคผนวก..... | 59 |
| - ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ และบทสัมภาษณ์..... | 60 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 68 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ..... | 32 |
| 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ..... | 32 |
| 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 33 |
| 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส..... | 33 |
| 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... | 34 |
| 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ..... | 34 |
| 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ที่ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทาง การเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 35 |
| 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมือง ของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 35 |
| 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านปัจจัย ผู้ส่งสาร..... | 36 |
| 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านปัจจัย ช่องทางการสื่อสาร..... | 38 |
| 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านปัจจัย ข้อมูลข่าวสาร..... | 40 |
| 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 42 |
| 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิผลการสื่อสาร ทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 43 |
| 4.14 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัล แพลตฟอร์ม..... | 45 |
| 4.15 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของ กรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... | 47 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 4.16 | ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของ กรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม..... 47 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานคร ถูกสถาปนาขึ้นเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2325 ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงให้ทดลองนำเอาระบบคณะกรรมการมาใช้กับรูปแบบการปกครองเมืองหลวง แต่ประชาชนยังไม่มีความพร้อมและไม่ประสบความสำเร็จ จึงได้โปรดเกล้าฯ ให้ยกเลิก และได้เปลี่ยนฐานะกรมเวียงมาเป็นกระทรวงเมือง และต่อมาก็เปลี่ยนจากกระทรวงเมืองมาเป็นกระทรวงนครบาลตามลำดับ ต่อมาเมื่อเหตุการณ์สำคัญในช่วงคณะรัฐมนตรีสมัยที่จอมพล แปลก พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี เคยตราพระราชกำหนดระเบียบราชการบริหารนครบาลกรุงเทพธนบุรี พ.ศ. 2487 ลงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ กำหนดให้จังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี รวมเป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาคเดียวกัน เรียกว่านครบาลกรุงเทพธนบุรี และวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2479 มีการตราพระราชบัญญัติจัดตั้งเทศบาลนครกรุงเทพฯ และพระราชบัญญัติจัดตั้งเทศบาลนครธนบุรี โดยให้มีผลในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2480 (Pptv (21 เม.ย. 2559). 21 เมษายน 234 ปี สถาปนากรุงเทพมหานคร.)

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานคร (Bangkok Metropolitan Administration, BMA) เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ซึ่งทำหน้าที่บริหารเขตการปกครองพิเศษกรุงเทพมหานคร ตามกฎหมายปัจจุบันคือ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 และกำหนดให้กรุงเทพมหานครเป็นนิติบุคคลและราชการบริหารส่วนท้องถิ่น โดยแบ่งอำนาจโครงสร้างการบริหารงานออกเป็น ฝ่ายบริหาร (ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร) และฝ่ายนิติบัญญัติ (สภากรุงเทพมหานคร) กำกับดูแลหน่วยงาน 21 สำนัก 50 สำนักงานเขต และ 5 หน่วยงานพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร โดยหน่วยงานมีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการในเขตกรุงเทพมหานคร และดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนกรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ อาทิ สวัสดิการสังคม เศรษฐกิจ ความสงบเรียบร้อยบ้านเมือง การท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม (กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล (2013). รูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานคร.)

โดยกรุงเทพมหานคร ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งใหญ่ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) มีรายงานว่าพบผู้ป่วยที่ติดเชื้อจากการแพร่เชื้อในประเทศเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2563 และต่อมาจำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมากอย่างรวดเร็วในกลางเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งพบว่าการแพร่เชื้อจากหลายกลุ่ม

(คลัสเตอร์) ซึ่งกลุ่มใหญ่ที่สุดเกิดขึ้น เกิดขึ้นในช่วงการแข่งขันมวยไทย ณ สนามมวยเวทีลุมพินี เขตปทุมวัน เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2563 นับเป็นการระบาดใหญ่ที่สุดครั้งแรก จนถึงการระบาดใหม่ในครั้งที่สาม ในช่วงเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2564 ซึ่งกรุงเทพมหานครได้มีการออกมาตรการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้กรุงเทพมหานครถือเป็นศูนย์กลางสำคัญทางเศรษฐกิจ การคมนาคม และการท่องเที่ยว และมีความหนาแน่นของประชากร มีปัจจัยเสี่ยงที่จะมีการแพร่ระบาดใหม่อย่างต่อเนื่องและรุนแรง ซึ่งตลอดระยะเวลาการแพร่ระบาด กรุงเทพมหานครได้มีการออกคำสั่ง มาตรการ และ นโยบายในการจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งทำให้กรุงเทพมหานครจำเป็นต้องมีการสื่อสารทางการเมืองกับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางต่างๆ หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อต้องการสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ถึงมาตรการและนโยบาย อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และ ครบถ้วน เพื่อประโยชน์ในการดำเนินนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ทั้งนี้การสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครนั้นกลายเป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นออกมาอย่างหลากหลายผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ facebook, twitter, youtube, line, website เพื่อสื่อสารนโยบายกับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ซึ่งมีการสื่อสารในรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ รูปแบบภาพ รูปแบบวิดีโอ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูล และมีความเข้าใจในการสื่อสารนโยบายและมาตรการป้องกันโรคระบาดโควิด 19 เนื่องจากสามารถติดตามข่าวสารได้สะดวกและรวดเร็วผ่านทางอุปกรณ์ smart phone, tablet, computer, notebook ซึ่งสื่อเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลในการสื่อสารทั้งเหมือนและแตกต่างกัน อีกทั้งในยุคปัจจุบันเป็นช่องทางสื่อสารที่มีอิทธิพลที่ประชาชนอย่างแพร่หลาย และได้รับความนิยมทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรที่มีทะเบียนบ้านในกรุงเทพมหานครกว่าจำนวน 5.4 ล้านคน (2563) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงประสิทธิผลของการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร (พิมพ์ภัทส พงศกรรังศิลป์ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และปิยะ ปานผู้มีทรัพย์ (2562). เรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ปีที่ 15) (ประดิษฐ์ ศิววัฒนกุล (2559). รูปแบบกรุงเทพมหานครในทศวรรษหน้า: วารสาร สมาคมนักวิจัย ปีที่ 21 ฉบับที่ 2)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นการศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม” จึงมุ่งศึกษาถึงประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการสื่อสารทาง

การเมืองดังกล่าว ซึ่งย่อมก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาที่จะเพิ่มระดับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มให้มากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษา ประสิทธิภาพของการนำนโยบายและมาตรการแก้ไขปัญหาไวรัสโคโรนา-19 ของกรุงเทพมหานคร ในการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม กับประชาชน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรม การรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสวมหมวกนิรภัย เพื่อการขับขี่ปลอดภัยบนท้องถนน เพื่อที่จะได้ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายท้องถิ่นของกรุงเทพมหานคร ให้เข้าถึงกลุ่มประชาชน ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร จะได้นำมาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาประสิทธิผลการนำนโยบายและการรับบริการ ให้เข้าถึงประชาชน

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 400 คน (ฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร ณ 20 กุมภาพันธ์ 2564) โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อที่จะใช้เป็นตัวแทนประชากร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ซึ่งการศึกษานี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% ดังนั้น ในการศึกษานี้ ขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัย จะทำการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ที่จะเลือกใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น Non Probability Sampling ซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้มีระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม – มิถุนายน 2564

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล

1.5.2 ได้ข้อมูลประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล

1.5.3 ได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสาร หมายความว่า เป็นกระบวนการที่เกิดจากกระบวนการคิด การใช้ภาษา การส่งสาร และการรับสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อความเข้าใจตรงกัน โดยประกอบด้วย แหล่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver)

การสื่อสารทางการเมือง หมายความว่า เป็นกระบวนการในการสื่อสารเกี่ยวกับคำสั่ง มาตรการ และ นโยบายของกรุงเทพมหานคร

แพลตฟอร์มดิจิทัล หมายความว่า การนำเสนอในรูปแบบใหม่โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสามารถปฏิบัติสัมพันธ์กันได้ระหว่างผู้นำเสนอและผู้รับสารซึ่งอาจนำเสนอผ่านอุปกรณ์ได้หลากหลาย รูปแบบ อาทิ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เป็นต้น

ประสิทธิภาพ หมายความว่า การบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายในการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลของกรุงเทพมหานคร

ประชาชน หมายความว่า ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) อยู่ในกรอบแนวคิดทฤษฎีของวิชาการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) โดยศึกษาจากหนังสือ ตำรางานวิจัย วิทยานิพนธ์ ฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อศึกษาของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันทางการศึกษา ซึ่งสามารถรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

2.2 มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย สมมติฐานการวิจัย คำอธิบายสมมติฐาน และนิยามศัพท์ปฏิบัติการ

2.1 แนวคิด ทฤษฎี การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

การศึกษาเรื่องประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผู้ศึกษาวิจัยได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองจากนักวิชาการในประเทศและต่างประเทศที่ให้ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วยแนวคิดของ Berlo (1960) ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานจากการสื่อสารทางการเมือง การสื่อสาร (Communication) ในการใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเข้าใจ สร้างการมีส่วนร่วมทางสังคมและให้เกิดความสนใจ ทั้งเป็นการสื่อสารที่เผยแพร่ไปยังผู้รับสารจำนวนมาก และรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และรับข้อมูลซ้ำได้ มีความสอดคล้องตามตัวแบบ SMCR Model โดยเฉพาะความสามารถของผู้ส่ง ข้อมูลข่าวสาร ผู้รับข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาข่าวสาร และปัจจัยในการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย จะทำให้เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลการบรรลุเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายสูงสุด ซึ่งทฤษฎี หลักการ และเหตุผลมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

องค์ประกอบที่แรก ได้แก่ ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้มีองค์ความรู้ ความเข้าใจในนโยบายและข้อมูล มีความเชี่ยวชาญในการเรียบเรียง ถ่ายทอดข้อมูลอย่างเป็นระบบในการนำเสนอ เพื่อการสื่อสาร

และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างมีความเหมาะสม มีความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบที่สอง ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวกับเนื้อหาข้อมูล ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว มีการออกแบบอินโฟกราฟิกให้มีความน่าสนใจ โดดเด่นเป็นที่จดจำ นำเสนอให้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือชัดเจน ครบถ้วนในข้อมูล ทันเหตุการณ์ มีคุณค่าเป็นประโยชน์ มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนมากที่สุด

องค์ประกอบที่สาม ได้แก่ ช่องทางการส่ง (Channel) หมายถึงรูปแบบช่องทางการสื่อสารดั้งเดิม อาทิ วิทยุ , โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, วารสาร และสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน อาทิ Facebook , Youtube , Twitter , Instagram , Blockdit , Line official account , Website , Podcast เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารทั้งภาพและเสียงให้มีความหลากหลายและแตกต่าง เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างการจดจำในข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงผู้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด

องค์ประกอบที่สี่ ได้แก่ ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียกับข้อมูลข่าวสารโดยตรง ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือประชาชนที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร และมีปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) หรือส่งสารต่อไปยังกลุ่มบุคคล เครือข่าย รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และรับข้อมูลซ้ำได้

โดยการตัดสินใจนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐาน อย่างน้อย 3 ประการ คือ ประการแรก การนำเสนอข้อมูลถูกต้อง มีความน่าสนใจโดดเด่น เข้าใจง่าย รวดเร็ว และน่าเชื่อถือ ประการที่สอง การนำเสนอผ่านรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายและแตกต่างกัน และประการที่สามสุดท้ายคือการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นอิสระต่อกัน บนมุมมองที่เป็นปัจเจกบุคคลมิใช่มุมมองของสังคม

ผลจากการดำเนินกระบวนการตัดสินใจตามทฤษฎีหลักการและเหตุผล ส่งผลให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการสื่อสารทางการเมืองสูงสุดและมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถรับรู้ข่าวสารได้มากที่สุด และมีความเหมาะสมกับเรื่องที่สลับซับซ้อนในเชิงนโยบายในการสื่อสารเพื่อนำเสนอในรูปแบบช่องทางผ่านช่องทางรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มต่างๆ ให้เข้าถึงประชาชน โดยทฤษฎีดังกล่าว แม้จะมีองค์ประกอบที่น่าสนใจในหลายประการที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ในการเลือกติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มหลากหลาย แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัดและอุปสรรคหลายประการ เช่น ความครบถ้วนในข้อมูล ความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ในการสื่อสารกับประชาชน การรับรู้ถึงช่องทางแพลตฟอร์มและรูปแบบในการสื่อสาร ทั้งปัญหาบุคลากรในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปัจจัยภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นของหน่วยงาน และมาตรการที่มีผลต่อความสนใจ

ความเข้าใจ ความร่วมมือ และการตอบสนองของประชาชน อีกทั้งในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมีความ สลับซับซ้อนในการตีความตามหลักเหตุผลและต้องใช้เวลามากในการตัดสินใจติดตามข้อมูลข่าวสาร

Brian McNair (1999) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) มีความหลากหลายในการสื่อสารโดยนักการเมืองหรือภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องกับ ข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร ได้แก่ ประชาชน ทั้งกิจกรรม การสื่อสารที่ดิจิทัลแพลตฟอร์มนำเสนอเผยแพร่เกี่ยวกับข้อมูล เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ นโยบาย มาตรการกฎหมาย สวัสดิการ ฯลฯ โดยมีการระบุคุณลักษณะ 3 ประการของการสื่อสารทางการเมือง ดังนี้ 1) การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมืองโดยมี วัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง 2) การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง 3) กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงานข่าว บทบรรณาธิการ ฯลฯ

Brian McNair (1999) ระบุคุณลักษณะ 4 ประการของการสื่อสารทางการเมือง ดังนี้

1. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง
2. โดยมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง
3. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้เลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง
4. กิจกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงานข่าว

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมทางการเมืองทั้งหมด คือ การสื่อสารทางการเมือง ไม่เพียงการพูด การเขียน แต่ทุกอย่าง ที่ปรากฏสู่สายตา ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ ส่วนเป็น องค์ประกอบของการสื่อสารอันจะนำไปสู่สิ่งที่เป็นภาพลักษณ์ (Image) หรืออัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคล ทั้งนี้ McNair ได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง ไว้ดังนี้

1. กลุ่มองค์กรทางการเมือง ได้แก่ พรรคการเมือง รัฐบาล องค์กรสาธารณะ กลุ่มพลังทาง การเมือง กลุ่มก่อการร้าย ฯลฯ ซึ่งในแบบจำลองนี้จะเน้นไปที่การสื่อสารของพรรคการเมือง โดยมีฐาน คติที่ว่าพรรคการเมืองคือกลุ่มที่ร่วมกัน โดยมีอุดมการณ์เหมือนกัน ตกลงที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย เดียวกันโดยการนำเสนอแนวนโยบายสู่ประชาชน และหาวิธีการที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน เพื่อเป็นทางไปสู่การนำนโยบายไปปฏิบัติภายหลังได้รับเลือกตั้ง

2. กลุ่มสื่อมวลชน ทำหน้าที่ 2 อย่าง คือ เป็นตัวส่งผ่านข้อมูลจากพรรคการเมือง และส่งสารที่ สร้างขึ้นเอง เช่น บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์ วิจารณ์ต่างๆ ไปยังกลุ่มที่สามคือประชาชน

3. กลุ่มประชาชน ไม่ว่าจะธรรมชาติและจำนวนกลุ่มผู้รับสารจะเป็นอย่างไร การสื่อสารทาง การเมืองทุกประเภทที่มุ่งที่จะบรรลุผลสำเร็จจากการส่งสารนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์หาเสียง เลือกตั้งประธานาธิบดี สมาชิกวุฒิสภา จนถึงสภาผู้แทนราษฎร นักการเมืองเหล่านี้พยายามที่จะสร้าง

ภาพเชิงบวกให้เกิดขึ้นใจ และส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของผู้เลือกตั้ง การสร้าง "ภาพ" ในทางการเมืองนั้นมี 3 ขั้นตอน คือ

1. นักการเมืองกำหนดวัตถุประสงค์ที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางการเมืองขึ้น
2. สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนด "ภาพ" ความจริงนั้น
3. "ภาพ" ที่เกิดขึ้นจะถูกรับรู้โดยอัตตวิสัยของแต่ละบุคคล

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมทางการเมืองทั้งหมด คือ การสื่อสารทางการเมือง ไม่ใช่เพียงการพูด การเขียน แต่เป็นทุกอย่างที่นำเสนอสู่สาธารณะ เช่น บุคลิกการแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ ล้วนเป็นองค์ประกอบของการสื่อสาร เป็นภาพลักษณ์ (Image) หรืออัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคลทั้งสิ้น ต่อมา (อ้างอิงใน ดร.นันทนา นันทวโรภาส, 2548, น. 16.) ได้ประยุกต์แบบจำลองใหม่ ของ Brian McNair ไว้ที่น่าสนใจ โดยแบ่งผู้เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มองค์กรทางการเมือง เช่น พรรคการเมือง รัฐบาล องค์กรสาธารณะ เมืองพัทยา กลุ่มพลังทางการเมือง กลุ่มก่อการร้าย ฯลฯ ซึ่งในแบบจำลองนี้จะเน้นไปที่การสื่อสารของพรรคการเมือง โดยมีฐานคิดที่ว่าพรรคการเมือง คือ กลุ่มคนที่ร่วมกัน โดยมีอุดมการณ์เหมือนกัน ตกลงที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายเดียวกัน โดยนำเสนอแนวนโยบายสู่ประชาชนและหาวิธีการที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน เพื่อเป็นหนทางที่จะนำไปสู่การนำนโยบายไปปฏิบัติภายหลังได้รับการเลือกตั้ง 2) กลุ่มสื่อมวลชน ทำหน้าที่ 2 ประการ คือ เป็นตัวส่งผ่านข้อมูลจากพรรคการเมืองและส่งข่าวสารที่สร้างขึ้นเอง เช่น บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์ ข้อวิจารณ์ต่างๆ ไปยังกลุ่มที่สาม คือ ประชาชน 3) กลุ่มประชาชน ไม่ว่าจะลักษณะและจำนวนของกลุ่ม ผู้รับสารจะเป็นอย่างไร การสื่อสารทางการเมืองทุกประเภทมุ่งที่จะบรรลุผลสำเร็จจากการส่งสารนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกเมืองพัทยา สมาชิกสภาเมืองพัทยา จนถึงประธานชุมชน นักการเมืองเหล่านี้พยายามที่จะสร้างภาพเชิงบวกให้เกิดขึ้นในใจและส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

Pool (1968) นักวิชาการด้านการสื่อสารชาวอเมริกันได้กล่าวถึงการสื่อสารทางการเมืองทั้งในความหมายเชิงกว้างและเชิงแคบ ในความหมายเชิงกว้างการสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารที่มนุษย์กระทำขึ้นหรือเกิดขึ้นในที่สาธารณะ การยื่นข้อเรียกร้องระหว่างประเทศ หรือการปราศรัยของนักการเมืองล้วนเป็นกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ส่วนในความหมายเชิงแคบ (Pool, 1968, pp. 90-92) อธิบายถึงการสื่อสารทางการเมือง หมายถึงกิจกรรมใดๆ ขององค์กร สถาบัน เพื่อทำหน้าที่ในการกระจายข้อมูลข่าวสาร นโยบาย ความคิด และทัศนคติ เกี่ยวกับการเมืองและเกี่ยวข้องกับประชาชน โดยการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการเมือง มักจะมองการสื่อสารแบบความหมายแคบ เช่น การศึกษาเรื่องการณรงค์หาเสียงในการเลือกตั้ง เน้นในเรื่องการใช้อุปกรณ์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต แผ่นป้ายโปสเตอร์ และการปราศรัยของพรรคและนักการเมือง เป็นต้น อาจกล่าว

ได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการถ่ายทอด และการแพร่ของข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเมืองระหว่างผู้มีตำแหน่งทางการเมืองกับประชาชน หรือระหว่างนักการเมืองกับสถาบันทางการเมืองที่ครอบคลุมการสื่อสารในทุกกิจกรรมของประชาชน รวมทั้งเป็นการจัดระเบียบทางสังคม เพื่อให้คนในสังคมเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคมการเมือง เช่น การเข้าร่วมทางการเมือง การเลือกสรรทางการเมือง เป็นต้น

Agree and Others (1976) กล่าวถึงการสื่อสารเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองของแต่ละบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการ พิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถ ดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และทำให้บุคคลสามารถ ดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป

Hitt (2014) ได้กล่าวถึงแนวคิดการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งพบว่าการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเข้าถึงผู้รับสารที่เป็นประชาชนคนไทยได้อย่างทั่วถึง เพราะมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ในการดูแลประชาชนอันดีระหว่างหน่วยงานและประชาชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของนโยบายในการใช้ช่องทางแพลตฟอร์ม ที่ต้องอาศัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้องสร้างรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่ดี และมีกระบวนการสื่อสารที่เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Kotler (2016) ได้กล่าวถึงการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) แบบบูรณาการ โดยใช้หลักการตลาดเข้ามาปรับใช้ให้เป็นกลยุทธ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย กิจกรรมและประสบการณ์ต่างๆ การประชาสัมพันธ์ การตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ การตลาดทางโทรศัพท์ มือถือ การตลาดทางตรง และ การตลาดฐานข้อมูล การขายโดยใช้พนักงานขาย โดยการสื่อสารทางการเมืองของผู้ส่งสารสามารถทำให้มีรูปแบบและช่องทางหลากหลาย จะทำให้เกิดผลที่สามารถสร้างความมั่นใจ ความสนใจหรือปรับเปลี่ยนมุมมองของผู้รับสารได้ ดังนั้นตัวเลือกช่องทางการสื่อสารจึงมีความสำคัญและมีผลต่อผู้รับสาร โดยจะต้องมีการวางแผนกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสื่อที่ได้รับความนิยมตามยุคสมัย ซึ่งแบ่งออกเป็นสื่อแบบดั้งเดิม เช่น ทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ อีเมล หรือสื่อใหม่ดิจิทัลแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดในลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของกลุ่มประชาชนต่างๆ ในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นอิสระต่อกันตามปัจจัยของสังคมและวัฒนธรรม

Everett M. Rogers (1973, อ้างถึงในยุทธพร อิศรชัย, 2563) ได้อธิบายองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารของ Everett M. Rogers ไว้ 6 องค์ประกอบได้แก่

| | |
|------------------|------------------------------|
| องค์ประกอบแรก | ผู้ส่งสาร (Sender of Source) |
| องค์ประกอบที่สอง | สาร (Message) |
| องค์ประกอบที่สาม | สื่อหรือช่องทาง |
| องค์ประกอบที่สี่ | ผู้รับสาร |
| องค์ประกอบที่ห้า | ผลกระทบ |
| องค์ประกอบที่หก | ผลย้อนกลับ |

จากข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีองค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยผู้รับสาร

การสื่อสารทางการเมือง (Political communication) เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง (Warren K. Agee, Phillip H. Ault, & Emery, 1997) ทั้งนี้ การสื่อสารทางการเมืองมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (พฤทธิฐาน ชุมพล, 2552)

- 1) เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปหรือมากกว่านั้น
- 2) เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมือง
- 3) เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในทางการเมือง

การสื่อสารการเมือง (Political Communication) เป็นศาสตร์ที่มีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ ซึ่งเน้นในเรื่องวาทวิทยา (rhetoric) การเมือง (politics) และจริยธรรม (ethics) เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda ผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสาร (communication) เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง เป็นต้นแบบของการสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ ภาษาทางการเมือง (political language) วาทศิลป์ทางการเมือง (political rhetoric) การรณรงค์ทางการเมือง (political campaign) ประชามติ (public opinion) ฯลฯ จนกระทั่งวิวัฒนาการมาสู่การตลาดทางการเมือง (political marketing) ด้วยการนำการตลาดมาใช้ในการรณรงค์ทางการเมือง Claus Mueller (Claus Mueller, 1973) มองว่าการเมืองเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชน

ตลอดเวลา เนื่องจากรัฐและประชาชนมีปฏิสัมพันธ์แทบจะทุกด้านไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การศึกษา สวัสดิการสังคม โดยส่งผลต่อการดำรงชีวิตส่วนใหญ่ของประชาชน เช่นเดียวกับกฎหมาย เพราะรัฐได้ใช้อำนาจในการบริหารหรือตัดสินใจ ในการกำหนดระเบียบเพื่อนำมาบังคับใช้กับประชาชน จึงกล่าวได้ว่าการตัดสินใจ การวางกฎเกณฑ์ การอนุญาตหรือข้อห้ามก็ส่งผลต่อประชาชน ซึ่งต้องยอมรับกฎระเบียบนั้นสอดคล้องกับความเห็นของ Blumler and Gurevitch (Jay G. Blumler & Gurevitch, 1995) ที่ขยายความแนวคิดของ Mueller ว่าเมื่อรัฐนำการเมืองเข้ามาในชีวิตของประชาชนและประชาชนก็ต้องยอมรับทั้งรัฐและประชาชนก็ต้องสื่อสารกันเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ เพราะหากการเมืองหมายถึงการมีส่วนร่วมประชาชนก็ต้องสื่อสารกับผู้นำในฐานะผู้ส่งสารไปสู่ประชาชน

2.1.1 แนวคิดประสิทธิผลของสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

การสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มหรือสื่อใหม่ สามารถสื่อสารได้รวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารข้อมูลรูปแบบดั้งเดิม ด้วยคุณภาพทั้งสัญญาณและเทคโนโลยีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ทำให้ภาพกราฟิก รวมทั้งเสียง และภาพเคลื่อนไหวนำเสนอได้ข้อมูลที่คมชัดและรวดเร็ว ซึ่งจากคุณลักษณะนี้เองทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มมีความน่าสนใจมากขึ้น และยังขจัดข้อจำกัดในเรื่อง เวลา สถานที่และภูมิศาสตร์ ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ตรงที่การสื่อสารทางการเมืองไปยังผู้รับสารหรือประชาชนเป็นการยากที่ผู้รับสาร/ประชาชนจะตอบหรือส่งผ่านข้อคิดเห็นต่างๆ ไปยังรัฐบาล แต่เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เปลี่ยนแปลงการสื่อสารแบบเส้นตรงหรือการสื่อสารทางเดียวไปสู่การสื่อสารแบบเครือข่าย เทคโนโลยีได้เปลี่ยนสภาพของสื่อจากที่เคยเป็นเพียงตัวกลางที่มีการสื่อสารแบบเส้นตรงหรือทางเดียว จากผู้ส่งสารไปหาผู้รับสารทางเดียวกลายเป็นการแบ่งปันข่าวสารของคนที่มีความสนใจร่วมกันกล่าว คือเมื่อรัฐบาล /กลุ่มผลประโยชน์ส่งผ่านข้อความข้อคิดเห็นต่างๆ ไปสู่ประชาชน(ผู้รับสาร) ตัวประชาชนเองก็สามารถเป็นผู้ส่งต่อข้อมูลข่าวสาร ไปให้กลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันได้อย่างรวดเร็ว จากตัวผู้รับสารก็สามารถส่งต่อข้อมูลไปได้ต่อเนื่อง จนเกิดเป็นเครือข่ายขึ้น

รูปแบบของดิจิทัลแพลตฟอร์มหรือสื่อใหม่ นำเสนอข่าวสาร แนวคิด ความเห็น และบทวิพากษ์ได้อย่างเสรี เป็นการเพิ่มช่องทางให้ประชาชนมีอำนาจมากขึ้นในเวทีทางการเมือง เนื่องจากการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่จำเป็นต้องแสดงตัวตน และเป็นตัวกลางที่หลีกเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า ในการสื่อทุกลำดับขั้นตอนทำให้ประชาชนจำนวนมากอาศัยช่องทางสื่อสารนี้ในการแสดงความคิดเห็นทั้งที่ตามกระแสและที่จะทวนกระแสแห่งสาธารณมติ การเกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะ ส่งเสริมสถานภาพของประชาธิปไตยในสังคมทั่วไป

2.1.2 แนวคิดประสิทธิผล

ในการวิจัยเรื่องประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดความหมายของคำว่าประสิทธิผลมีนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความของคำว่าประสิทธิผลที่น่าสนใจเช่น Moorhead & Griffin (2003 อ้างถึงใน เฉลิม สุขเจริญ, 2557) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลไว้ว่า ประสิทธิผลที่สูงจะอยู่ที่ความหลากหลายของผลลัพธ์ของบุคคล กลุ่ม และผลลัพธ์ขององค์กร ซึ่งความหลากหลายแตกต่างก็จะทำให้ผลลัพธ์ขององค์กรแตกต่างกัน แต่ละผลลัพธ์ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญของประสิทธิผลองค์กร เช่นเดียวกับณัฐวัชร จันทโรจธรรม (2563) ได้อธิบายความหมายของประสิทธิผลว่า ประสิทธิผลมีความหมายที่แตกต่างจากคำว่าประสิทธิภาพ โดยประสิทธิผลหมายถึง การดำเนินการบรรลุเป้าหมาย (Goals) ที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ที่มีประสิทธิผลสูงจึงเป็นที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการทำงานตามเป้าหมาย ส่วนองค์กรที่มีประสิทธิผลต่ำ จึงเป็นการดำเนินการที่ไม่ประสบความสำเร็จในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้

Steers (1977 อ้างถึงใน เฉลิม สุขเจริญ, 2557) ได้นำเสนอตัวแปรที่มีความสำคัญมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์กร โดย Steers ได้แยกออกตามลักษณะได้ 4 ประเภทได้แก่ ลักษณะขององค์กร ลักษณะของสภาพแวดล้อม ลักษณะของบุคคลในองค์กร และนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน ซึ่งมีรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่

ลักษณะแรก คือ องค์กร ประกอบด้วย โครงสร้าง ความสัมพันธ์ของทรัพยากรด้านมนุษย์ที่ได้กำหนดไว้ในองค์กร เช่น การกระจายอำนาจความชำนาญเฉพาะอย่าง ความเป็นทางการสายการบังคับบัญชา ขนาดขององค์กร เทคโนโลยี การปฏิบัติการ วัตถุประสงค์ความรู้ เป็นต้น

ลักษณะที่สอง สภาพแวดล้อม ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกของงานมีความหมายต่อกิจกรรมในการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กร ซึ่งความสลับซับซ้อน ความมั่นคง ความไม่แน่นอนต่อองค์กร ส่วนสภาพสภาพแวดล้อมภายในเป็นบรรยากาศองค์กร รวมถึงสวัสดิการ โอกาสของความสำเร็จ ความเอาใจใส่ การให้รางวัล การลงโทษ ความมั่นคง ความเสี่ยง ความโปร่งใส เป็นต้น

ลักษณะที่สาม บุคคลในองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะรักษาไว้ในองค์กรแบบเป็นทางการ หรือความผูกพันทางจิตใจและความรู้สึก และความผูกพันที่บุคลากรมีต่อองค์กรในการปฏิบัติงานที่ดีตามที่องค์กรต้องการในทุกระดับของ เช่น แรงจูงใจ เป้าหมาย ความต้องการ ความสามารถ และความชัดเจนในบทบาทของบุคลากรในองค์กร

ลักษณะที่สี่ นโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน คือเครื่องมือที่จะช่วยฝ่ายบริหารให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้และมีประสิทธิภาพ นโยบายการบริหารและการปฏิบัติจึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่างๆ เช่น การกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน การจัดการ และการใช้ทรัพยากร การสร้าง

สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ลักษณะของผู้นำ หรือภาวะผู้นำตามแนวคิดของ Millet (1954 อ้างถึงในเฉลิม สุขเจริญ, 2557) ได้อธิบายให้เห็นว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากนี้ผู้บริการจะดำเนินการให้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ

จากประสิทธิผลกล่าวได้ว่า ผลลัพธ์ความสำเร็จตามเป้าหมายของบุคคล กลุ่ม และองค์กร ประสบความสำเร็จตามที่คาดหมายไว้หรือบรรลุผลที่ตั้งเอาไว้ และหากสังเกตความหมายของประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม อธิบายได้ว่า ความสำเร็จของการสื่อสารทางการเมืองให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความ ความรู้ความเข้าใจและ ได้รับประโยชน์จากการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นต้น

2.2 มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด

มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด เป็นสิ่งที่รัฐบาลมุ่งดำเนินการเชิงนโยบาย สาธารณะต่างๆ (public policy) แนวทางกิจกรรม การกระทำ หรือการเลือกตัดสินใจของรัฐบาลเกี่ยวกับ มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด และความต้องการของประชาชนในด้านสาธารณสุข ประชาชนมีความสมบูรณ์ แข็งแรง ความพร้อมทางร่างกาย จิต ปราศจากโรคภัย ไข้เจ็บ ป่วย โดยเฉพาะการป้องกันโรค ระบบสาธารณสุขในการรักษาที่มีประสิทธิภาพทั่วถึงเท่าเทียม และมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิดให้ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลผ่านนโยบายสาธารณะของรัฐ โครงการ แผนงาน หรือมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

สำหรับแนวทางมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิดของประเทศไทยจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุขและแนวทางมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิดมีสาระสำคัญประกอบด้วยหมวดแรกคือ สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมาย มีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกันการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล สภาพทางกายหรือสุขภาพ กล่าวได้ว่าประชาชนย่อมได้รับการบริการจากรัฐนโยบายด้านสาธารณสุขอย่างเท่าเทียมกัน รัฐบาลไม่สามารถเลือกปฏิบัติไม่ได้ สอดคล้องกับพื้นฐานของสิทธิเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิดในประเทศไทยที่รัฐธรรมนูญได้คุ้มครองให้บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิ ได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ ดังนั้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด

แนวทางการป้องกันรักษา ควบคุมการแพร่ระบาดเกี่ยวกับไวรัสโคโรนาต้องแจ้งประชาชนให้รับทราบ เป็นต้น

จากสาระสำคัญที่ปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ตามมาตรา 47 มีสาระสำคัญว่า บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับบริการสาธารณสุขของรัฐ บุคคลผู้ยากไร้ย่อมมีสิทธิได้รับบริการสาธารณสุขของรัฐโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายตามที่กฎหมายบัญญัติ บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับการป้องกันและขจัดโรคติดต่ออันตรายจากรัฐโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย บ่งชี้ให้เห็นว่าในสถานการณ์การแพร่ระบาดเกี่ยวกับไวรัสโคโรนาในประเทศไทยรัฐบาลต้องให้บริการสาธารณสุขกับประชาชนด้วยการรักษาพยาบาล การป้องกันการแพร่ระบาดเกี่ยวกับไวรัสโคโรนาเช่นวัคซีนโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ และหมวด 5 หน้าที่ของรัฐตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้บัญญัติสาระสำคัญไว้ชัดเจนเกี่ยวกับสาธารณสุขในประเทศไทยว่า มาตรา 55 รัฐต้องดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพอย่างทั่วถึง เสริมสร้างให้ประชาชนมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค และส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาภูมิปัญญาด้านแพทย์แผนไทยให้เกิดประโยชน์สูงสุดบริการสาธารณสุขตามวรรคหนึ่ง ต้องครอบคลุมการส่งเสริมสุขภาพ การควบคุมและป้องกันโรคการรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพด้วยรัฐต้องพัฒนาการบริการสาธารณสุขให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แล้วยังมีพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 กำหนดให้มีคณะกรรมการสาธารณสุขระดับประเทศ และคณะกรรมการสาธารณสุขจังหวัด หรือคณะกรรมการสาธารณสุขกรุงเทพมหานคร ส่วนท้องถิ่นในการนำนโยบายจากรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติเพื่อเสนอความเห็นต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การกำหนดนโยบาย แผนงานและมาตรการเกี่ยวกับการสาธารณสุข และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใดๆ เกี่ยวกับการสาธารณสุขตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประสานงานมอบหมาย เป็นต้น

2.2.1 มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา

ตามคำสั่งของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ 9/2564 เรื่อง พื้นที่สถานการณ์ที่กำหนดเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวดพื้นที่ควบคุมพื้นที่ควบคุม และพื้นที่เฝ้าระวังสูง ตามข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ประกาศ ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2564 ตามประกาศดังกล่าว มีข้อกำหนดมาตรการและข้อห้ามต่างๆ ซึ่งอาจส่งต่อการดำรงชีวิตของประชาชนทั่วไป โดยในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม 2564 มีประชาชนให้ความสนใจติดตามข่าวสารผ่านแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มหลากหลายเกี่ยวกับมาตรการและนโยบายของกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย

กรมควบคุมโรค (2559) ได้ให้แนวคิดการป้องกันควบคุมโรค แบ่งองค์ประกอบเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก การป้องกันโรค (Prevention) ได้ให้ความหมายไว้ว่า มาตรการและกิจกรรมที่ดำเนินการก่อนที่จะเกิดโรคหรือภัย และเพื่อไม่ให้เกิดโรคหรือภัยดังกล่าว และส่วนที่สอง คือ การควบคุมโรค (Control) หมายถึง มาตรการและกิจกรรมที่ดำเนินการหลังจากที่ได้เกิดโรคภัยขึ้นเรียบร้อยแล้ว ซึ่งวัตถุประสงค์นั้นเพื่อให้โรคหรือภัยนั้นได้สงบลงโดยเร็ว ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ได้น้อยที่สุด (เช่น ความเจ็บป่วย, ความพิการ, การตาย, ความสูญเสียทางเศรษฐกิจ และความสูญเสียทางสังคม) และเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นอีก แต่หากมีการเกิดขึ้นอีกนั้นก็จะสามารถรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Effectively) และประสิทธิภาพ (Efficiently) ได้มากขึ้น

การนิยามความหมายของ “การป้องกันโรค” ในบางครั้งได้ครอบคลุมถึงความหมายของ “การควบคุมโรค” ไปด้วยเช่นกัน โดยนิยามกิจกรรมการป้องกันโรคได้กำหนดครอบคลุมไว้ตั้งแต่กิจกรรมที่ได้ดำเนินการก่อนการเกิดโรค (Primary Prevention) การเกิดโรคแล้วแต่ยังไม่เกิดอาการ (Secondary Prevention) และเกิดอาการแล้ว (Tertiary Prevention) โดยแต่ละช่วงจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

กิจกรรมที่ได้ดำเนินการก่อนการเกิดโรค (Primary Prevention) กิจกรรมที่สำคัญ ประกอบไปด้วย การส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมมีความเอื้อต่อสุขภาพของประชาชน (Healthy Environment) การส่งเสริมให้ร่างกายมีความต้านทานต่อโรคภัยต่างๆ รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีพฤติกรรมและสุขภาพที่เหมาะสม (Healthy Behaviors) ทั้งนี้สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพของประชาชน หมายถึง การสุขภาพพื้นฐาน คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ปราศจากมลพิษ และสิ่งแวดล้อมทางสังคม ทั้งที่บ้าน ชุมชนที่อยู่อาศัย ที่ทำงาน และสังคมโดยรวม และ Healthy Behaviors หมายถึง การส่งเสริมให้ประชาชนมีพฤติกรรมด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยให้ประชาชนเป็นผู้เสริมสร้างสุขภาพของตนเอง (Health Promotion) จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า Health Promotion เป็นส่วนหนึ่งของ Primary Prevention นั่นเอง

เกิดโรคแล้วแต่ยังไม่เกิดอาการ (Secondary Prevention) เป็นการป้องกันโรคในระยะที่ได้เกิดขึ้นแล้ว โดยวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการป้องกันโรคในระยะนี้ คือ การระงับกระบวนการดำเนินของโรค และ การป้องกันการแพร่เชื้อ รวมถึงการระบาดของโรคไปยังบุคคลอื่น หรือชุมชนอื่น ทั้งนี้จะมุ่งเน้นถึงการคัดกรองโรคเพื่อให้ตรวจพบโรคอย่างรวดเร็วที่สุดก่อนที่จะมีอาการ และให้ทำการรักษาโดยทันที โดยเชื่อว่า การตรวจพบโรคในระยะแรกให้การรักษาได้อย่างทันท่วงทีนั้นจะมีผลการรักษาที่ดีกว่า

ทั้งนี้โรคที่สามารถดำเนินการคัดกรองได้นั้นจะต้องเป็นโรคที่มีระยะเวลาก่อนแสดงอาการของโรคที่สามารถตรวจพบได้นานพอสมควร (Detectable Preclinical Phase) หรือเป็นโรคที่มี

Asymptomatic Carrier Stage รวมถึงการมีเครื่องมือที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับ โดยการคัดกรองโรคดังกล่าว เช่น โรคมะเร็ง ภาวะความดันโลหิตสูง และโรคเบาหวาน เป็นต้น

เกิดอาการแล้ว (Tertiary Prevention) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันความสูญเสียจากโรคที่เกิดขึ้นนั้น เช่น ป้องกันความพิการ หรือการสูญเสียชีวิตก่อนวัยอันควร การป้องกันการเกิดโรคซ้ำ (Recurrence) ตัวอย่างเช่น ผู้ป่วยที่มี Acute Myocardial Infarction การป้องกันการ Recurrent Infarction ซึ่งถือเป็น Tertiary Prevention ประการหนึ่ง

ในกรณีที่มีการแบ่งการป้องกันออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับกิจกรรมที่ได้ดำเนินการก่อนการเกิดโรค (Primary Prevention) และระดับการเกิดโรคแล้วแต่ยังไม่เกิดอาการ (Secondary Prevention) ในกรณีเช่นนี้ Primary Prevention จะหมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการก่อนเกิดโรค ส่วน Secondary Prevention จะหมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการหลังจากเกิดโรคแล้ว ซึ่งจะมีความหมายรวมถึงกิจกรรมที่เคยได้ถูกจัดว่าเป็น การเกิดอาการแล้ว (Tertiary Prevention) ไว้ด้วยเช่นกัน

การป้องกันโรค มีปัจจัยสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคติดต่อโดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ การป้องกันระดับปฐมภูมิ หมายถึง การป้องกันไม่ให้ร่างกายติดเชื้อหรือได้รับเชื้อเช่น การสวมหน้ากากอนามัย กินช้อนกลาง ล้างมือ รวมถึงการใช้วัคซีนป้องกันโรค การป้องกันระดับทุติยภูมิ หมายถึง การป้องกันไม่ให้ป่วยเป็นโรคหลังสัมผัสเชื้อเช่น รมรงค์ให้รับวัคซีนป้องกันโรคหัดภายหลังสัมผัสโรคภายใน 24-48 ชั่วโมง ร่างกายยังคงสร้างภูมิคุ้มกันได้ทันทำให้ไม่ป่วยเป็นโรคหัด โรคที่มีหลักฐานสนับสนุนให้มีการใช้วัคซีนในการป้องกันโรคแบบทุติยภูมิได้แก่ หัด สุกใส พิษสุนัขบ้า บาดทะยัก และการป้องกันแบบตติยภูมิ หมายถึง การป้องกันไม่ให้เกิดภาวะแทรกซ้อนที่เกิดจากการเจ็บป่วย เช่น การให้วิตามินเอ ในเด็กที่มีภาวะทุพโภชนาการที่ป่วยเป็นโรคหัดสามารถช่วยลดอุบัติการณ์ของตาบอดได้

แผนมาตรการการให้บริการและการดูแลผู้ป่วยโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร

การบริการลงทะเบียนจองฉีดวัคซีน ไทยร่วมใจ กรุงเทพมหานคร ระบบลงทะเบียนฉีดวัคซีนโควิด 19 ผ่าน www.ไทยร่วมใจ.com เพื่ออำนวยความสะดวกประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้รับการฉีดวัคซีนโควิด-19 ได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง

การจำแนกผู้ป่วยที่อยู่ในระบบ Home Isolation โดยผู้ป่วยพักรักษาตัวเองที่บ้าน และจะได้รับยาพื้นฐานต่างๆ รวมทั้งเครื่องวัดออกซิเจนปลายนิ้ว เครื่องวัดไข้แบบดิจิทัล อาหาร 3 มื้อต่อวัน ซึ่งจัดส่งโดยระบบบริการแบบเดลิเวอรี่ให้ผู้ป่วยถึงบ้าน และมีระบบ Line OA ซึ่งจะมีทีมแพทย์พยาบาล เกสชกร พร้อมให้คำปรึกษาแก่ผู้ป่วย รวมทั้งมีการวางระบบดูแลแพทย์ทางไกล (AMED Telehealth for Home Isolation) ที่ชื่อว่า 'BKKHICare' ทำให้การสื่อสาร และดูแลผู้ป่วยผ่านการแพทย์ทางไกล มีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย

การตั้งศูนย์พักคอย 50 เขต และโรงพยาบาลเพื่อรองรับอาการของผู้ป่วย โดยมีภาระงานประเภทของผู้ป่วยเพื่อเข้าสู่การรักษาที่โรงพยาบาล ซึ่งประกอบด้วย

ผู้ป่วยโควิด 19 กลุ่มสีเขียว คือ เป็นผู้ป่วยที่ไม่มีอาการหรือมีอาการเล็กน้อย เช่น มีไข้ ไอ มีน้ำมูก จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้นไม่ได้รับรส ตาแดง ผื่นขึ้น หรือถ่ายเหลว รวมถึงกลุ่มจากการตรวจคัดกรองเชิงรุก Active Case Finding กลุ่มสีเขียวจะถูกส่งไปยังศูนย์พักคอยเพื่อสังเกตอาการและทำการรักษาตามขั้นตอนของแพทย์

ผู้ป่วยโควิด 19 กลุ่มสีเหลือง คือ ผู้ป่วยที่มีอาการไม่รุนแรง แต่มีอาการเหนื่อยหอบ หายใจเร็ว ผู้ที่มีความเสี่ยง/โรคร่วมที่สำคัญ ข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

1. อายุ 60 ปีขึ้นไป
2. เป็นโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง (รวมโรคปอดอื่นๆ)
3. โรคไตเรื้อรัง
4. โรคหัวใจและหลอดเลือด (รวมโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด)
5. โรคหลอดเลือดสมอง
6. โรคเบาหวานที่ควบคุมไม่ได้
7. โรคอ้วน มีน้ำหนักเกิน 90 กิโลกรัม
8. ผู้ที่ป่วยเป็นโรคตับแข็ง
9. ผู้ที่มีภูมิคุ้มกันต่ำ (เซลล์เม็ดเลือดขาวต่ำกว่า 1,000 cell/mms)

ซึ่งผู้ป่วยโควิด 19 ในกลุ่มสีเหลือง จะถูกส่งตัวเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล

ผู้ป่วยโควิด 19 กลุ่มสีแดง คือ ผู้ที่มีอาการเหนื่อยหอบ หายใจลำบาก X-Ray พบปอดอักเสบรุนแรง มีภาวะปอดบวม (ความอิ่มตัวของเลือดน้อยกว่า 96% หรือ ความอิ่มตัวของเลือดลดลงมากกว่า 3% ของค่าที่วัดได้ครั้งแรกหลังออกแรง (Exercise – induced Hypoxemia) ผู้ป่วยในกลุ่มสีแดงถือเป็นผู้ป่วยที่มีอาการรุนแรง ต้องเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาล บางรายอาจจะต้องรักษาตัวในห้อง ICU หรือใส่เครื่องช่วยหายใจ

ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในช่วงสถานการณ์โรคไวรัสโควิด 19 ระบาดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า มีประชาชนให้ความสนใจติดตามข่าวสารในหลายช่องทาง เกี่ยวกับมาตรการและนโยบายของกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการเลือกตัดสินใจของประชาชน เพื่อรับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบช่องทางที่เป็นอิสระต่อกัน บนมุมมองที่เป็นปัจเจกบุคคลมิใช่มุมมองของสังคม

2.2.2 มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

จากสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดแนวมาตรการ/ข้อสั่งการที่บังคับใช้กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคประชาชน (กรมควบคุมโรค, 2563) อาทิเช่น

- เกณฑ์การพิจารณาตามระดับความรุนแรงของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ระดับประเทศ (ประกาศล่าสุด ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2563)
- แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ โรงแรม สถานบริการ หรือสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว (ประกาศล่าสุด ณ วันที่ 22 มีนาคม 2563)
- การแจ้งข้อมูลต่อเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อ ตาม พ.ร.บ.โรคติดต่อ พ.ศ. 2558 กรณีโรคโควิด 2019 (ประกาศล่าสุด ณ วันที่ 22 มีนาคม 2563)
- ขอความร่วมมือคัดกรองผู้โดยสารที่เดินทางออกจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (ประกาศล่าสุด ณ วันที่ 21 มีนาคม 2563)
- ขอความร่วมมือจัดทำแผนปฏิบัติการค้นหา เฝ้าระวัง และป้องกันโรค ระดับอำเภอ และหมู่บ้าน กรณีผู้เดินทางกลับจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ประกาศล่าสุด ณ วันที่ 21 มีนาคม 2563)
- มาตรการตรวจคัดกรอง แยกกัก กักกัน หรือคุมไว้สังเกต เพื่อการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคจากผู้เดินทางซึ่งมาจากห้องที่หรือเมืองท่านอกราชอาณาจักร (ประกาศล่าสุด ณ วันที่ 19 มีนาคม 2563)
- มาตรการและแนวทางการดำเนินการเพื่อการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019(COVID-19)) (ประกาศล่าสุด ณ 19 มีนาคม 2563) "มี 2 มาตรการ"
- มาตรการตรวจคัดกรอง แยกกัก กักกัน หรือคุมไว้สังเกต เพื่อการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคจากผู้เดินทางซึ่งมาจากห้องที่หรือเมืองท่านอกราชอาณาจักร กรณีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) (ประกาศ ณ วันที่ 12 มีนาคม 2563 (ยกเลิกโดยมาตรการฉบับวันที่ 19 มีนาคม 2563))
- มาตรการเพื่อรองรับแรงงานไทยที่เดินทางกลับมาจากประเทศซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) (ประกาศล่าสุด ณ 5 มีนาคม 2563)

สำหรับคำแนะนำสำหรับประชาชนรัฐบาลโดยกรมควบคุมโรคได้กำหนดแนวทางมาตรการในการป้องกันตนเองการป้องกันตนเองเพื่ออย่างไรให้ปลอดภัยต่อสุขภาพ ในยุค โควิด 19 แนวทางปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือ โควิด 19 สำหรับประชาชนทั่วไปและกลุ่มเสี่ยง คำแนะนำการปฏิบัติตนสำหรับเจ้าหน้าที่หน่วยงานอื่นๆ (ไม่ใช่เจ้าหน้าที่สาธารณสุข) ที่เข้าไปปฏิบัติงานในพื้นที่ที่เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แนวทางสำหรับการปฏิบัติงานนอกสถานที่ตั้ง (Work from Home) การปฏิบัติตัวของผู้อยู่อาศัย และการทำลายเชื้อในสิ่งแวดล้อมของบ้านที่มีผู้ถูกกักกัน หรือคุมไว้สังเกต วิธีการเฝ้าระวังอาการป่วยในช่วงการกักกัน หรือคุมไว้สังเกตในที่พักอาศัย การปฏิบัติตัวระหว่างการกักกัน หรือคุมไว้สังเกตในที่พักอาศัย สำหรับผู้เดินทางไป-กลับจากพื้นที่การระบาด หรือการสวมใส่หน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันควบคุมโรค

นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์แนะนำให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการออกไปสถานที่ชุมชนสาธารณะ หากจำเป็น ควรจัดเตรียมหน้ากากอนามัย และแอลกอฮอล์เจลเพื่อใช้ล้างมือบ่อยๆ การหมั่นล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ หรือแอลกอฮอล์เจลล้างมือ ไม่นำมือมาสัมผัสตา จมูก ปากโดยไม่จำเป็น หลีกเลี่ยงไม่ใช้ของส่วนตัวร่วมกับผู้อื่น หากพบว่าตนเองมีอาการป่วย ควรหยุดพักรักษาตัวอยู่ที่บ้าน และหากอาการไม่ดีขึ้นควรรีบไปโรงพยาบาลเพื่อรับการตรวจรักษา และแจ้งเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

โดยผู้ป่วยผู้สงสัยติดเชื้อที่มีอาการ ได้แก่ อาการอย่างน้อยหนึ่งอย่างดังต่อไปนี้ให้ประวัติว่ามีไข้/วัดอุณหภูมิร่างกายได้ตั้งแต่ 37.5 องศาเซลเซียสขึ้นไป ไอ มีน้ำมูก เจ็บคอ จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้นไม่รับรส ถ่ายเหลว ตาแดง ผื่นขึ้น หายใจเร็ว หายใจเหนื่อย หรือหายใจลำบาก จะต้องมีการสอบสวนโรคคัดกรอง เฝ้าระวัง โดยมีการรายงานข้อมูลและกำหนดมาตรการแนวทางการเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับบุคคลใกล้ชิดที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้แพทย์ดำเนินการรักษาตามแนวทางเวชปฏิบัติการวินิจฉัย ดูแลรักษา และป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาลกรณีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามประกาศของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาเพื่อให้งานวิจัยมีความทันสมัยทันบริบทของการศึกษาในครั้งนี้

กฤติยา รุจิโชค (2564) ได้ศึกษาการสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัลพบว่า การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลมีรูปแบบการสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านสื่อดิจิทัล รูปแบบการสร้างเนื้อหาเป็นไปตามคุณภาพของสื่อดิจิทัลมีทั้งการสร้างเนื้อหา ภาพ วีดีโอ กราฟฟิก โดยมีหน่วยงานและองค์กรประชาสัมพันธ์รัฐทำหน้าที่ดูแลภาพลักษณ์ของรัฐบาลร่วมกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของพรรคการเมืองร่วมรัฐบาลและเป็นไปตามนโยบาย

ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลและพรรคการเมืองร่วมรัฐบาล นอกจากนี้ปัจจัยที่สนับสนุนต่อการจัดการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัลคือ การวางแผนการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล นโยบายการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล การจัดการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล องค์ความรู้จากงานวิจัยคือ ปัจจัยที่สนับสนุนการสื่อสารการเมืองและรูปแบบการสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัลซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและองค์กรประชาสัมพันธ์ภาครัฐ

เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2563) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การมีส่วนร่วมทางสังคมและให้เกิดความสนใจยอมรับ โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการในปัจจุบันใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น" ประเทศไทย และเพื่อศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของโครงการ ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่นประเทศไทย

ภาคิน โขติเวศย์ศิลป์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มาจากการยึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า มีการใช้ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลายเข้าถึงผู้รับสารผ่านสื่อดั้งเดิมและดิจิทัลแพลตฟอร์ม จึงทำให้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่ว ภาพรวมเป็นตัวตนของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มี 1) ความมั่นใจและมุ่งมั่นในการแก้ปัญหา 2) ความรักชาติและความซื่อสัตย์ 3) ความเป็นเผด็จการ 4) ไม่เกรงกลัวสื่อมวลชน 5) อารมณ์ขัน นอกจากนี้แล้วกลยุทธ์การสื่อสารทางด้านเนื้อหาสาร ได้แก่ 1) พัฒนาค่านิยมไทยที่พึงประสงค์ 2) ความปรองดองสามานฉันท์ 3) การจัดระเบียบทางสังคม และ 4) ความรักชาติ และกลยุทธ์ด้านรูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ รูปแบบที่เป็นแบบทางการ (แถลงนโยบาย สุนทรพจน์ แถลงข่าว) รูปแบบบันเทิง เช่น เพลง ละคร รูปแบบแพลตฟอร์ม และมีรายการประจำของรัฐบาล รายการเดินหน้าประเทศไทย หรือ กินความสุขประเทศไทย เป็นต้น โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเข้าถึงผู้รับสารที่เป็นประชาชนคนไทยได้อย่างทั่วถึงเพราะมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาริบททางสังคมเศรษฐกิจและทางการเมืองที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาทิ ซึ่งมีบุคลิกและมีวาทะที่โดดเด่นในการสื่อสารด้วยหลักธรรม นำเสนอแง่คิดมุมมองสะท้อนภาพสังคมในปัจจุบัน รวมถึงศึกษากระบวนการสื่อสาร โดยการนำข้อมูลทางพุทธศาสนามาประยุกต์

และการนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิม สื่อหลัก และสื่อใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบสื่อที่หลากหลายสู่สังคมและการเมือง

ศุรพล สุยะพรหม (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาทิ (เจ้าคุณพิพิธ): ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2560 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ส่งสาร ได้นำเทคนิคและวิธีการสื่อสารในรูปแบบพระพุทธศาสนาได้อย่างเข้าใจและเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก ทั้งมีการสื่อสารทางการเมืองผ่านหลักธรรมและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองทำให้เกิดความสนใจและมีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดในสังคม โดยการศึกษามีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษารับบทบาททางสังคมเศรษฐกิจและทางการเมืองที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาทิ ซึ่งมีบุคลิกและมิวาทะที่โดดเด่นในการสื่อสารด้วยหลักธรรม นำเสนอแง่คิดมุมมองสะท้อนภาพสังคมในปัจจุบัน รวมถึงศึกษากระบวนการสื่อสารโดยการนำข้อมูลทางพุทธศาสนามาประยุกต์ และการนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิม สื่อหลัก และสื่อใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบสื่อที่หลากหลายสู่สังคมและการเมือง

ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ส่งสาร เป็นผู้ที่ใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารนำเอาการตลาดการเมืองมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจนประสบผลสำเร็จ ได้พื้นที่สื่อมวลชน และเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ในฐานะผู้ส่งสาร การใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อหลัก และดิจิทัลแพลตฟอร์ม การใช้กลยุทธ์โฆษณาและการตลาดการเมืองเพื่อให้ประชาชนสนใจ การใช้จิตวิทยามวลชนมาใช้ในการสื่อสารทางการเมืองในหลายมิติ ทั้งการต่อยอดภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่ชื่อเสียงสุจริต ซึ่งล้วนเป็นยุทธวิธีและการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในฐานะผู้รับสาร

กรกนก นิลคำ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง ของนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย หลักการต่างๆ จากผู้นำไปสู่ประชาชนได้รับรู้ในการขอความร่วมมือเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุตาม เป้าหมายสูงสุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารับบทบาททางการเมืองในแต่ละยุคสมัย และศึกษากุมิหลังของนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร และกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร ทั้งศึกษายุทธศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันของทหารที่มีผลทางการเมืองสูง และศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ เช่น พรรคการเมืองต่างๆขัดแย้ง ภาคประชาสังคมคมอ่อนแอ กลุ่มราชการและชนชั้นนำให้การสนับสนุนกองทัพ ซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยและข้อสังเกตที่ทำให้ทหารเข้ามามีบทบาททางการเมืองและส่งผลทำให้เกิดการรัฐประหารในหลายยุคหลายสมัยของการเมืองไทยอย่างมีนัยสำคัญ

รัฐ กันภัย (2558) ได้ศึกษาเกี่ยว การสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียง ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่ส่งมานั้นเป็นรูปแบบของการบริหารงานท้องถิ่นในรูปแบบการมีส่วนร่วมผ่าน ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้การสื่อสารทางการเมือง ผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนและการพัฒนา ท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วนตำบล เขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียง กับความสัมพันธ์ของ การสื่อสารทางการเมือง ทั้งประสิทธิผลจากการสื่อสารในรูปแบบที่แตกต่างกันที่มีผลได้หรือผลเสีย พัฒนาท้องถิ่น ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

งานวิจัยต่างประเทศ

Dieteren (2011) ศึกษาวิจัยเรื่อง TAM and Trust in Social Media Usage เพื่อศึกษาการยอมรับ เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยใช้สื่อ Facebook, Twitter เป็นกรณีศึกษา จากกลุ่ม ตัวอย่างชาวเนเธอร์แลนด์ร้อยละ 66 ชาวอเมริกันร้อยละ 12 และชาวเยอรมันร้อยละ 7 ที่เหลือเป็นชาติ อื่น ๆ อีกร้อยละ 15 จำนวนทั้งสิ้น 116 คน จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานรับรู้ข้อดีถึงประโยชน์ในการ ใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี (เจนเอเรชันวาย) มีผลต่อทัศนคติ ความเชื่อมั่น และความสนใจที่จะใช้งานมากที่สุด โดยการศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ ในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ทัศนคติต่อการใช้งาน ความจริงจังในการใช้งาน และ ความเชื่อมั่นในการใช้งานผ่านเทคโนโลยีสื่อสังคมและดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Bucher, Fieseler, Meckel, & Suphan (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Social Media Acceptance in the Workplace เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสื่อสังคม (Social Media) ในที่ทำงาน เป็นการวิจัยเชิง ปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงาน อายุระหว่าง 35-45 ปี (เจนเอเรชันเอกซ์ และเจนเอเรชัน วาย) จำนวน 188 คน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ และความเกี่ยวข้องกับงาน ส่งผล โดยตรงต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้ และเกิดเป็นพฤติกรรม และความมั่นใจต่อการใช้งาน โดยการศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการ ใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้งาน รวมถึง ภาพลักษณ์ (Image) และความเกี่ยวข้องกับงาน (Job Relevance) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน จากงานวิจัยของนักวิชาการที่กล่าวมาทั้งหมด เป็นกลุ่มงานวิจัยที่อธิบายถึงหลักของการสื่อสารทาง การเมือง โดยผ่านกระบวนการใช้ช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มในการเข้าถึงผู้รับสาร โดยใช้หลักแนวคิด ทฤษฎีนำไปประยุกต์และผสมผสาน กำหนดเป็นกลยุทธ์และรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งทั้งหมดล้วนมีผล ต่อการตัดสินใจและตามปัจจัยของประชาชนและสังคม ซึ่งจากภาพรวมของงานวิจัยทั้งหมด สรุปได้

ว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมือง เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากเพราะประชาชนในยุคปัจจุบันล้วนให้ความสำคัญกับการสื่อสารในรูปแบบใหม่ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มมากขึ้น ซึ่งหากมีการนำเสนอได้น่าสนใจก็จะมีผลต่อภาพลักษณ์ในเชิงบวกของผู้บริหารหรือองค์กร ดังนั้นกระบวนการสื่อสารทางการเมือง จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักการเมือง พรรคการเมือง องค์กรหน่วยงานรัฐ เอกชน และกลุ่มภาคสังคม ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจและการสนับสนุนของประชาชนในฐานะผู้รับสาร

ยุทธศาสตร์สำคัญของการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันได้ถูกผนวกเข้ากับเทคโนโลยีและดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและก้าวหน้าอย่างมาก ส่งผลให้การสื่อสารทางการเมืองมีการพัฒนาพร้อมกับการประยุกต์กระบวนการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เครือข่ายการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เพื่อสนับสนุนทางการเมืองทุกรูปแบบ อาทิ การแข่งขันและประสานงานการเมืองกับโลกการเมืองออนไลน์ การกำหนดแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารทางการเมือง ซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่ 1) ระดับความสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ขึ้นอยู่กับระดับความสามารถของเทคโนโลยีการสื่อสารทางการเมืองของภาครัฐว่าจะก้าวหน้ามากน้อยเพียงใด ปัจจัยที่ 2) โอกาสที่มีอยู่ในเวลานั้น ๆ หมายถึงความเข้าใจในเทคโนโลยีการสื่อสารทางการเมืองมากน้อยเพียงใด ยิ่งเข้าใจน้อยเพียงใด โอกาสที่เวลานั้นก็มีน้อยลงไปด้วย ปัจจัยที่ 3) ระดับความเสี่ยงของแผนยุทธศาสตร์ ไม่ว่าจะยอมรับได้หรือไม่ได้ ระดับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีการสื่อสารทางการเมืองที่ภาครัฐเลือกใช้ ถ้าเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารคนละระบบ แม้จะอยู่ในกรมเดียวกัน กระทรวงเดียวกัน หรือรัฐบาลเดียวกัน ก็ยากยิ่งที่จะฟันฝ่าอุปสรรค คือ ความเสี่ยงนี้ไปได้ ปัจจัยที่ 4) สถานการณ์ที่ดำรงในขณะนั้นๆ เมื่อสภาพแวดล้อมของสังคมการเมืองออนไลน์ เปลี่ยนแปลงทุกวัน เดือน สถานการณ์ของการสื่อสารทางการเมืองก็เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเช่นกัน เมื่อมีพลวัตทางการเมือง การสื่อสารทางการเมืองในสังคมการเมืองออนไลน์จะเพิ่มความพลวัตมากยิ่งขึ้น ปัจจัยที่ 5) สรรพกำลังและความสามารถที่มีอยู่ขององค์การภาครัฐ เมื่อต้องเผชิญหน้ากับสังคม การเมืองออนไลน์ กำลัง และความสามารถนั้นจะถูกลดทอนอย่างค่อยเป็นค่อยไป การเรียนรู้ทางการเมืองของมหาชนที่เพิ่มขึ้น จะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมทางการเมืองออนไลน์จนยากที่จะควบคุมได้ทั้งหมด

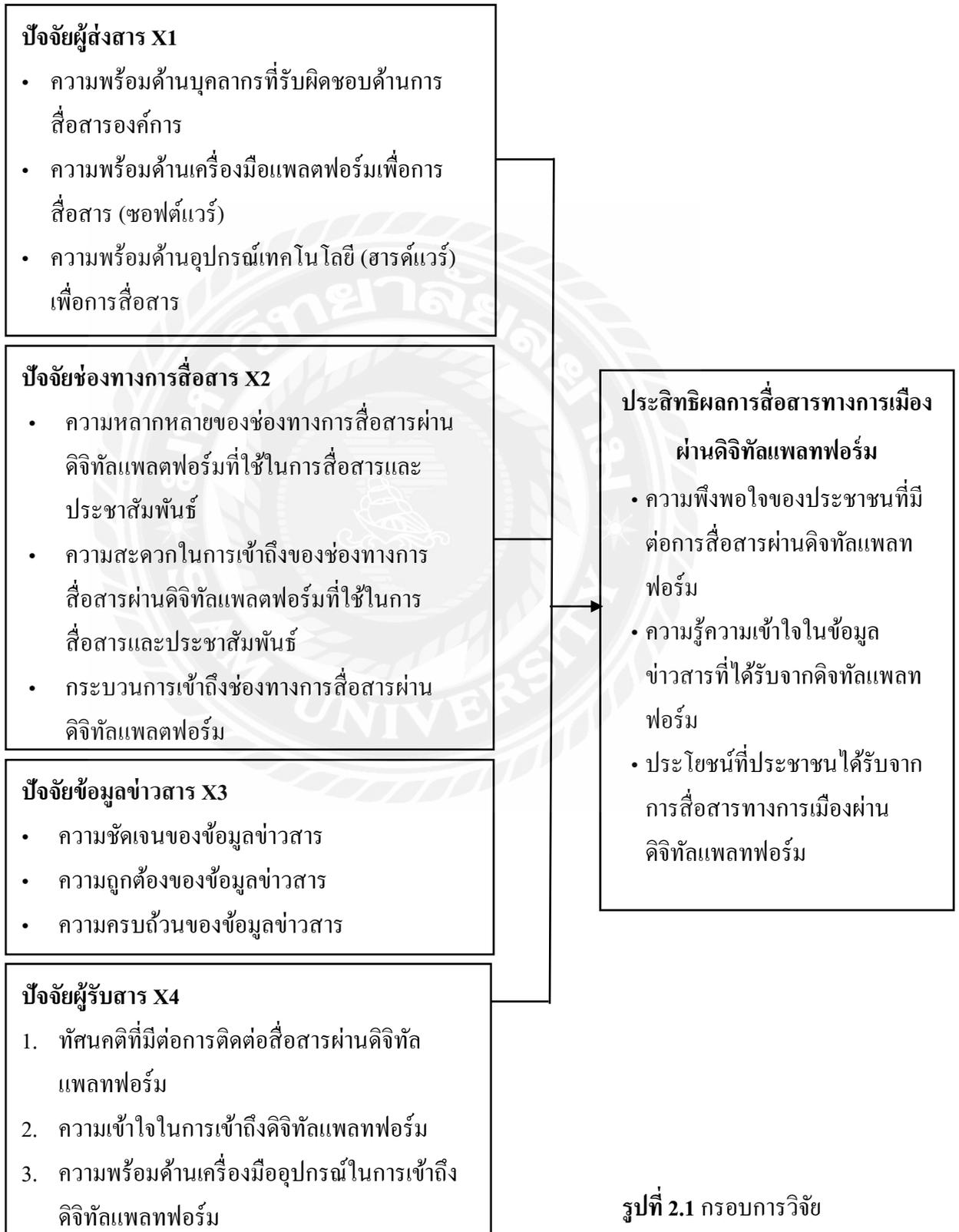
ข้อสรุปผู้วิจัยมีมุมมองในด้านการสื่อสารทางการเมืองในยุคปัจจุบัน ผู้ส่งสาร เช่น นักการเมือง หน่วยงานรัฐ ต้องมีแผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร และให้ความสำคัญด้านกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งได้พัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบในหลากหลายช่องทาง ดังนั้นกระบวนการติดต่อสื่อสารของประชาชน ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่มบุคคล และระหว่างประชาชน ซึ่งถือเป็นการสื่อสารมวลชนอย่างมีนัยสำคัญ ทางผู้ส่งสารจึงต้องควรปรับเปลี่ยนรูปแบบเทคนิควิธีหรือยุทธศาสตร์การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อให้เกิดพลังของการสื่อสารให้เกิดความโดดเด่นและเป็นกระแสจุดสนใจ ซึ่งจะเกิดการ

ขยายเครือข่ายอย่างกว้างขวาง เพื่อให้สิ่งที่จะนำเสนอออกไปได้ความนิยมในสังคมและประชาชนในรูปแบบการสื่อสาร สะท้อนให้เห็นถึงความสมัยใหม่ วิธีคิดใหม่ วิธีชีวิตใหม่ ทักษะคิดใหม่ ค่านิยมใหม่ และความเชื่อใหม่ โดยสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมของภาคประชาชน และสามารถเปิดพื้นที่การเมืองแบบสาธารณะได้อย่างกว้างขวาง สร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบสังคมออนไลน์ของประชาชนได้อย่างไร้ขอบเขตบนพื้นที่ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่มีช่องทางมากมาย ผู้ส่งสารจึงต้องเลือกเครื่องมือและกระบวนการในการสื่อสารทางการเมืองให้เหมาะสมกับยุคสมัย และมีความเข้าใจด้านสื่อใหม่ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลกับประชาชนในโลกยุคปัจจุบันในการติดตามข่าวสารต่างๆและใช้ติดต่อปฏิสัมพันธ์กันตลอดเวลา



2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัย ได้พัฒนากรอบการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



รูปที่ 2.1 กรอบการวิจัย

2.5 สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยผู้ส่งสารมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยช่องทางการสื่อสารมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยผู้รับสารมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยผู้รับสาร สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2.6 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ประสิทธิผล หมายถึง การบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายในการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม
2. ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากดิจิทัลแพลตฟอร์ม
3. ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ปัจจัยผู้ส่งสาร หมายถึง ถ่ายทอดข้อมูลอย่างเป็นระบบในการนำเสนอ เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย

1. ความพร้อมด้านบุคลากรที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร
2. ความพร้อมด้านเครื่องมือแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสาร (ซอฟต์แวร์)
3. ความพร้อมด้านอุปกรณ์เทคโนโลยี (ฮาร์ดแวร์) เพื่อการสื่อสาร

ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร หมายถึง หมายถึงรูปแบบช่องทางการสื่อสารดั้งเดิม อาทิ วิทยู, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, วารสาร และสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย

1. ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

2. ความสะดวกในการเข้าถึงของช่องทางการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

3. กระบวนการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร หมายถึง หมายถึงรูปแบบช่องทางเผยแพร่ในรูปแบบสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย

1. ความชัดเจนของข้อมูลข่าวสาร
2. ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร
3. ความครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยผู้รับสาร หมายถึง กลุ่มเป้าหมาย ที่มีความเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียกับข้อมูลข่าวสารโดยตรง ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือประชาชนที่รับเรื่องราวข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย

1. ทักษะการติดต่อสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม
2. ความเข้าใจในการเข้าถึงดิจิทัลแพลตฟอร์ม
3. ความพร้อมด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการเข้าถึงดิจิทัลแพลตฟอร์ม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดประชากรในการศึกษา คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชาชนที่มีทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวน 5.3 ล้านคนในพ.ศ.2563 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยคำนวณจากสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ในการเก็บข้อมูลใช้วิธีการเก็บตัวอย่างโดยวิธีการแบบบังเอิญ

3.2 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จะใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามในลักษณะประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพสถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

- ปัจจัยผู้ส่งสาร ประกอบด้วย ความพร้อมด้านบุคลากรที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร ความพร้อมด้านเครื่องมือแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสาร (ซอฟต์แวร์) และความพร้อมด้านอุปกรณ์เทคโนโลยี (ฮาร์ดแวร์) เพื่อการสื่อสาร

- ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ประกอบด้วย ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ความสะดวกในการเข้าถึงของช่องทาง

การสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และกระบวนการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

-ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย ความชัดเจนของข้อมูลข่าวสาร ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และ ความครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยผู้รับสาร ประกอบด้วย ทักษะคติที่มีต่อการติดต่อสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ความเข้าใจในการเข้าถึงดิจิทัลแพลตฟอร์ม และความพร้อมด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการเข้าถึงดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการสื่อสารผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากดิจิทัลแพลตฟอร์ม และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ส่วนที่ 4 เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ในการตรวจสอบเครื่องมือผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ นำส่งอาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการทำวิจัย และนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่คล้ายกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับประชาชนในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 ตัวอย่าง และนำไปทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรการคำนวณของครอนบัค (Cronbach, 1990, p. 204) โดยค่า (α) มีค่าเท่ากับ .92 ซึ่ง มากกว่า 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการแจกและทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 ช่องทาง คือ การแจกแบบสอบถามกับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และการเก็บแบบสอบถามกับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครด้วยแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2564

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ลงรหัส ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการพรรณนาผลการศึกษาในแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 1-ส่วนที่ 3 ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานทั้ง 5 ข้อ โดยสมมติฐานที่ 1-4 ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และสมมติฐานที่ 5 ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม และเพื่อศึกษาระดับของประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย ปัจจัยผู้ส่งสาร X1 ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร X2 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร X3 และปัจจัยผู้รับสาร X4 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

| | | |
|-----------|-----|---|
| n | คือ | จำนวนตัวอย่าง |
| \bar{X} | คือ | ค่าเฉลี่ย (mean) |
| SD | คือ | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) |
| * | คือ | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |
| Sig. | คือ | ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 |

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ความถี่ที่ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของ กรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม และ รูปแบบข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของ กรุงเทพมหานคร ซึ่งนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้จำนวน และร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|------------|------------|
| ชาย | 233 | 58.3 |
| หญิง | 167 | 41.8 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือเพศหญิง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|------------|--------------|
| 20-30 ปี | 48 | 12.0 |
| 31-40 ปี | 154 | 38.5 |
| 41-50 ปี | 113 | 28.3 |
| 51-60 ปี | 67 | 16.8 |
| 61 ปีขึ้นไป | 18 | 4.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|------------|------------|
| ประถมศึกษา | 17 | 4.3 |
| มัธยมศึกษา | 37 | 9.3 |
| ปวช./ปวส | 46 | 11.5 |
| ปริญญาตรี | 202 | 50.5 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 96 | 24.0 |
| อื่น | 2 | 0.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 96 คิดเป็นร้อยละ 24.0 ปวช./ปวส. จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มัธยมศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประถมศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส

| สถานภาพสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|------------|--------------|
| โสด | 202 | 50.5 |
| สมรส | 181 | 45.3 |
| หม้าย | 17 | 4.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา มีสถานภาพ สมรส จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 หม้าย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน | 67 | 16.8 |
| 15,001-25,000 บาทต่อเดือน | 122 | 30.5 |
| 25,001-35,000 บาทต่อเดือน | 104 | 26.0 |
| 35,001-45,000 บาทต่อเดือน | 43 | 10.8 |
| 45,001-60,000 บาทต่อเดือน | 30 | 7.5 |
| 60,001 บาทขึ้นไป | 34 | 8.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาทจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 35,001-45,000 บาทจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาทจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------------|
| ข้าราชการ | 167 | 41.8 |
| รัฐวิสาหกิจ | 44 | 11.0 |
| เอกชน | 88 | 22.0 |
| ค้าขาย | 29 | 7.3 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 36 | 9.0 |
| อื่นๆ | 36 | 9.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาเป็นเอกชน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และค้าขาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ที่ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

| ความถี่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------------|
| 1 ครั้งต่อสัปดาห์ | 202 | 50.0 |
| 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ | 109 | 27.3 |
| 4 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป | 89 | 22.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

| ความถี่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|------------|--------------|
| เฟซบุ๊ก | 295 | 73.8 |
| ทวิตเตอร์ | 48 | 12.0 |
| ไลน์ที่เป็นทางการ | 22 | 5.5 |
| เว็บไซต์ | 35 | 8.8 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม จากเฟซบุ๊ก จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาทวิตเตอร์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เว็บไซต์ จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 8.8 และไลน์ที่เป็นทางการ จำนวน 22คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในงานวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยผู้ส่งสาร X1 ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร X2 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร X3 และปัจจัยผู้รับสาร X4 ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นอันตรภาคชั้น 5 ระดับ โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังแสดงในตารางที่ 4.9 ถึงตารางที่ 4.13 ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยดังนี้

| | |
|---------------------|---|
| ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 | กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 | กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมาก |
| ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 | กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 | กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นน้อย |
| ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 | กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ด้านปัจจัยผู้ส่งสาร

| n = 400 | | | | |
|---|-----------|-------|-------|--------|
| ปัจจัยผู้ส่งสาร | \bar{x} | SD | ระดับ | อันดับ |
| 1.1 กรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การเพียงพอในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.31 | 1.296 | น้อย | 6 |
| 1.2 กรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การที่มีความสามารถในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย | 2.40 | 1.240 | น้อย | 5 |

| ปัจจัยผู้ส่งสาร | \bar{x} | SD | ระดับ | อันดับ |
|---|-----------|-------|-------|--------|
| 1.3 กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.44 | 1.277 | น้อย | 4 |
| 1.4 กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านการใช้งานแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.50 | 1.276 | น้อย | 3 |
| 1.5 กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.53 | 1.274 | น้อย | 1 |
| 1.6 เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารรูปแบบแพลตฟอร์มในการลงพื้นที่เพื่อการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.52 | 1.252 | น้อย | 2 |
| รวม | 2.45 | 1.168 | น้อย | |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ด้านปัจจัยผู้ส่งสาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการเพียงพอในการลงพื้นที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การเพียงพอในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่

กรุงเทพมหานคร และกรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การที่มีความสามารถในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.31 และ 2.40 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และกรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านการใช้งานแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.44 และ 2.50 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์ม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารรูปแบบแพลตฟอร์มในการลงพื้นที่เพื่อการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.53 และ 2.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านปัจจัยช่องทางการสื่อสาร

n = 400

| ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร | \bar{x} | SD | ระดับ | อันดับ |
|--|-----------|-------|-------|--------|
| 2.1 กรุงเทพมหานครมีช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.53 | 1.246 | น้อย | 4 |
| 2.2 กรุงเทพมหานครมีช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนในเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.60 | 1.238 | น้อย | 1 |

| | | | | |
|--|------|-------|------|---|
| 2.3 ประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.53 | 1.252 | น้อย | 5 |
| 2.4 ประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.51 | 1.220 | น้อย | 6 |
| 2.5 กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.56 | 1.237 | น้อย | 2 |
| 2.6 กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | 2.55 | 1.219 | น้อย | 3 |
| รวม | 2.55 | 1.139 | น้อย | |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ด้านปัจจัยช่องทางการสื่อสาร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนในเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.53 และ 2.60 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการ

ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.53 และ 2.51 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และกระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.56 และ 2.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านปัจจัยข้อมูลข่าวสาร

n = 400

| ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร | \bar{x} | SD | ระดับ | อันดับ |
|---|-----------|-------|---------|--------|
| 3.1 ข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | 2.56 | 1.284 | น้อย | 5 |
| 3.2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบายรัฐบาล | 2.48 | 1.236 | น้อย | 6 |
| 3.3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟคนิวส์หรือข้อมูลลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่สาธารณะ) | 2.64 | 1.274 | ปานกลาง | 3 |
| 3.4 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง | 2.73 | 1.247 | ปานกลาง | 1 |
| 3.5 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัล | 2.65 | 1.250 | ปานกลาง | 2 |

| | | | | |
|--|------|-------|---------|---|
| แพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนทันเหตุการณ์ | | | | |
| 3.6 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ในแง่เนื้อหา | 2.62 | 1.236 | ปานกลาง | 4 |
| | รวม | 2.55 | น้อย | |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ด้านปัจจัยข้อมูลข่าวสาร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบายรัฐบาล ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.56 และ 2.48 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟคนิวส์หรือข้อมูลลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่สาธารณะ) และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.64 และ 2.73 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนทันเหตุการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ในแง่เนื้อหา ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.65 และ 2.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

n = 400

| ปัจจัยผู้รับสาร | \bar{x} | SD | ระดับ | อันดับ |
|--|-----------|-------|---------|--------|
| 4.1 ข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | 3.13 | 1.438 | ปานกลาง | 4 |
| 4.2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบายรัฐบาล | 3.22 | 1.411 | ปานกลาง | 1 |
| 4.3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟคนิวส์หรือข้อมูลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่สาธารณะ) | 2.89 | 1.292 | ปานกลาง | 6 |
| 4.4 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง | 2.88 | 1.277 | ปานกลาง | 5 |
| 4.5 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนทันเหตุการณ์ | 3.16 | 1.361 | ปานกลาง | 3 |
| 4.6 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ในแง่เนื้อหา | 3.22 | 1.472 | ปานกลาง | 2 |
| รวม | 3.08 | 1.223 | ปานกลาง | |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การรับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบายรัฐบาล ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 และ 3.22 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟคนิวส์หรือข้อมูลลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่สาธารณะ) และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.89 และ 2.88 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนทันเหตุการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ในแง่เนื้อหา ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16 และ 3.16 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

| n=400 | | | | |
|---|-----------|-------|---------|--------|
| ประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม | \bar{x} | SD | ระดับ | อันดับ |
| 1. ท่านพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม | 2.70 | 1.288 | ปานกลาง | 5 |
| 2. ท่านพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม | 2.67 | 1.274 | ปานกลาง | 6 |

| | | | | |
|--|-------|-------|---------|---|
| 3. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | 2.86 | 1.271 | ปานกลาง | 3 |
| 4. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม | 2.86 | 1.284 | ปานกลาง | 2 |
| 5. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครไปใช้ในการป้องกันตนเองจากสถานการณ์แพร่ระบาด เช่น การไม่เข้าไปในพื้นที่แพร่ระบาด การเพิ่มความระมัดระวังในการใช้อุปกรณ์ป้องกันในการเข้าพื้นที่เสี่ยง เป็นต้น | 3.037 | 1.387 | ปานกลาง | 1 |
| 6. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไปใช้ในการเข้าถึงตามสิทธิที่ได้รับจากนโยบายฯ เช่น การขอรับวัคซีนป้องกันโควิด การเข้าตรวจโรคโควิด-19 การเข้ารับการรักษาพยาบาลจากสถานพยาบาลต่างๆของกรุงเทพมหานคร และเครือข่าย เป็นต้น | 2.857 | 1.332 | ปานกลาง | 4 |
| รวม | 2.83 | 1.118 | ปานกลาง | |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การรับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.70 และ 2.67 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครและความรู้ความ

เข้าใจเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.86 และ 2.86 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร ไปใช้ในการป้องกันตนเองจากสถานการณ์แพร่ระบาด เช่น การไม่เข้าไปในพื้นที่แพร่ระบาด การเพิ่มความระมัดระวังในการใช้อุปกรณ์ป้องกันในการเข้าพื้นที่เสี่ยง เป็นต้น และท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไปใช้ในการเข้าถึงตามสิทธิที่ได้รับจากนโยบายฯ เช่น การขอรับวัคซีนป้องกันโควิด การเข้าตรวจโรคโควิด19 การเข้ารับการรักษาพยาบาลจากสถานพยาบาลต่างๆ ของกรุงเทพมหานครและเครือข่าย เป็นต้น ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.03 และ 2.85 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

| รายการ | ประเมินผล | | ความหมาย |
|---|-----------|-------|----------|
| | \bar{X} | S.D. | |
| ปัจจัยผู้ส่งสาร (X1) | 2.45 | 1.168 | น้อย |
| ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร(X2) | 2.55 | 1.139 | น้อย |
| ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) | 3.08 | 1.223 | ปานกลาง |
| ปัจจัยผู้รับสาร (X4) | 3.08 | 1.223 | ปานกลาง |
| ประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Y) | 2.83 | 1.118 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.14 จะเห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยผู้ส่งสาร (X1) อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร (X2) อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยผู้รับสาร (X4) อยู่ในระดับปานกลาง และประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Y) อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยผู้ส่งสารมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยนโยบายมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีค่าเท่ากับ .77 ค่าSig เท่ากับ .00

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยช่องทางการสื่อสารมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยช่องทางการสื่อสารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีค่าเท่ากับ .81 ค่า Sig เท่ากับ .00

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยผู้ใช้บริการสถานบริการมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีค่าเท่ากับ .82 ค่า Sig เท่ากับ .00

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยผู้รับสารมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยผู้รับสารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีค่าเท่ากับ .81 ค่าSig เท่ากับ .00

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ

การตรวจสอบปัญหาเส้นตรงร่วมพหุ (Multicollinearity) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปร ซึ่งเรียกว่า Multicollinearity โดยใช้วิธีการ Corelation Analysis ระหว่างตัวแปรอิสระ คือปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มทั้ง 4 ปัจจัย ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

| ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมือง ของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม | (X1) | (X2) | (X3) | (X4) |
|--|------|--------|--------|--------|
| ปัจจัยผู้ส่งสาร (X1) | 1 | .889** | .854** | .609** |
| ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร (X2) | | 1 | .881** | .696** |
| ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) | | | 1 | .826** |
| ปัจจัยผู้รับสาร (X4) | | | | 1 |

หมายเหตุ * อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระทั้งหมดคงปรากฏว่ามีความสัมพันธ์คู่ X1 และ X2 และ คู่ X1 และ X3 และ X2 และ X3 มีค่าความสัมพันธ์เกินกว่า 0.85 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงอาจถือได้ว่าตัวแปรต้นมีปัญหาความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) แต่เนื่องจากตามแนวคิดการสื่อสารของ Bello ประกอบด้วยปัจจัยทั้ง 4 ประการ จึงไม่อาจตัดหรือรวมตัวแปรได้ ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรต้นทั้งหมดมาวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการแบบขั้นตอน (Stepwise)

ตารางที่ 4.16 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

| ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม | Unstandarddized Coefficients | | Standarddized Coefficients | t | Sig. |
|--|---------------------------------|----------------------|-------------------------------|------------|-------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| ค่าคงที่ | .052 | .073 | | .71 | .478 |
| ปัจจัยผู้ส่งสาร (X1) | .175 | .051 | .173 | 3.40 | .001 |
| ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร(X2) | .129 | .060 | .124 | 2.15 | .032 |
| ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) | .260 | .053 | .252 | 4.93 | .000 |
| ปัจจัยผู้รับสาร (X4) | .436 | .031 | .451 | 14.19 | .000 |
| R = .90 | | R ² = .81 | SE _{est} = ± .51 | F = 426.42 | Sig. = .000 |

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R^2 แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE_{est} แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบนัยสำคัญของ R

จากตาราง 4.16 พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร และ ปัจจัยผู้รับสาร สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุด้วยวิธีการ Stepwise พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยผู้รับสาร สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมี

$$\text{สมการคะแนนดิบ } Y = .052 + .26X3 + .43X4 + .17X1 + .12X2$$

$$\text{สมการคะแนนมาตรฐาน } Y = .25X3 + .45X4 + .17X1 + .12X2$$

กล่าวคือ ปัจจัยผู้ส่งสาร X_1 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย .17 ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร X_2 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย .12 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร X_3 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย .26 ปัจจัยผู้รับสาร X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย .43 ทั้งนี้ค่า $R = .90$ มีค่าเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์สูง สามารถนำตัวแปรต้นพยากรณ์ตัวแปรตามได้ดี และในการร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 81.20 (R^2) ทั้งนี้ถ้า ตัวแปรต้น เท่ากับ ศูนย์ ตัวแปรตาม Y เท่ากับ .052 นอกจากนี้ หาก X_3 เปลี่ยนแปลง 1 หน่วยแล้ว Y จะเปลี่ยนแปลงเท่ากับ .25 หน่วย หาก X_4 เปลี่ยนแปลง 1 หน่วยแล้ว Y จะเปลี่ยนแปลงเท่ากับ .43 หน่วย หาก X_1 เปลี่ยนแปลง 1 หน่วยแล้ว Y จะเปลี่ยนแปลงเท่ากับ .17 หน่วย และ หาก X_2 เปลี่ยนแปลง 1 หน่วยแล้ว Y จะเปลี่ยนแปลงเท่ากับ .12 หน่วย และมีค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ .51 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม และปัจจัยที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและก่อให้เกิดการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีสถานภาพ โสด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-25,000บาทจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม จากเฟสบุ๊ก จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร (X1) อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร (X2) อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยผู้รับสาร (X4) อยู่

ในระดับปานกลาง และ ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Y) อยู่ใน ระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละปัจจัย พบว่า

5.1.2.1 ปัจจัยผู้ส่งสาร (X1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดคือ กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การในรูปแบบดิจิทัล แพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารรูปแบบแพลตฟอร์มในการลงพื้นที่เพื่อการสื่อสารกับ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านการใช้งานแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารกับ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การ ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การที่มี ความสามารถในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ กรุงเทพมหานครในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และกรุงเทพมหานครมีบุคลากร ด้านการสื่อสารองค์การเพียงพอในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบาย การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5.1.2.2 ปัจจัยช่องทางสื่อสาร (X2) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุด คือ กรุงเทพมหานครมีช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน ในเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร รองลงมา คือ กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ ยุ่งยากในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของ กรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับเชิง นโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร มีช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบาย การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชาชนสามารถเข้าถึง ช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบาย การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และประชาชนสามารถ เข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับ

กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

5.1.2.3 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนทันเหตุการณ์ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของ กรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟคนิวส์หรือข้อมูลลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่ สาธารณะ) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ในแง่เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทาง ดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบายรัฐบาล

5.1.2.4 ปัจจัยผู้รับสาร (X4) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดคือ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่าน ช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบาย รัฐบาล รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ในแง่เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความ ครบถ้วนทัน เหตุการณ์ ข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทาง ดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การ แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของ กรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟคนิวส์หรือข้อมูลลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่ สาธารณะ)

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Y) อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดคือ ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครไปใช้ในการป้องกันตนเองจากสถานการณ์แพร่ระบาด เช่น การไม่เข้าไปในพื้นที่แพร่ระบาด การเพิ่มความระมัดระวังในการใช้อุปกรณ์ป้องกันในการเข้าพื้นที่เสี่ยง เป็นต้น รองลงมาคือ ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร 6. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มไปใช้ในการเข้าถึงตามสิทธิที่ได้รับจากนโยบายฯ เช่น การขอรับวัคซีนป้องกันโควิด การเข้าตรวจโรคโควิด-19 การเข้ารับการรักษาพยาบาลจากสถานพยาบาลต่างๆของกรุงเทพมหานครและเครือข่าย เป็นต้น ท่านพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม และท่านพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-4 โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยผู้รับสาร มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานในฐานะผู้ส่งสารที่เป็นพระภิกษุในพระพุทธศาสนา ได้นำเทคนิคและวิธีการสื่อสารของพระพุทธเจ้ามาใช้ คือ สื่อสารได้อย่างแจ่มแจ้ง จูงใจ แก่ล้าวกล้า และร่าเริง อีกทั้งเป็นผู้ส่งสารทางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองอย่างตรงไปตรงมาตามที่ 5 โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยผู้ส่งสาร X1 ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร X2 ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร X3 ปัจจัยผู้รับสาร X4 สามารถพยากรณ์

ประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีสมการในรูปแบบคะแนนคือ

$$Y = .052 + .26X3 + .43X4 + .17X1 + .12X2$$

และสมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Y = .25X3 + .45X4 + .17X1 + .12X2$$

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยผู้รับสาร ส่งผลเชิงบวก และสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สะท้อนให้เห็นว่า เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีที่อธิบาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยผู้รับสาร ตามตัวแบบ SMCR Model หรือ รูปแบบการสื่อสารของ Berlo (1960)

นอกจากนั้นในประเด็นด้านผู้ส่งสาร ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของสุรพล สุขะพรหม และคณะ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาทิ (เจ้าคุณพิพิธ): ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2560 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร คือ พระเทพปฏิภาณวาทิ มีความสำคัญในฐานะผู้ส่งสารที่เป็นพระภิกษุในพระพุทธศาสนา ได้นำเทคนิคและวิธีการสื่อสารของพระพุทธานุชาเข้ามาใช้ คือ สื่อสารได้อย่างแจ่มแจ้ง ชูใจ แก่กล้าและร่าเริง อีกทั้งเป็นผู้ส่งสารทางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองโดยตรงไปตรงมา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี วิภักดิ์ภูมิประเทศ (2558) ที่ศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมืองศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553 ซึ่งพบว่า พลตรีจำลอง ศรีเมือง ในฐานะผู้ส่งสาร เป็นผู้ที่ใช้กลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยการนำเอาการตลาดการเมืองมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจนประสบผลสำเร็จ

ในประเด็นด้านช่องทางการสื่อสาร ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของภาคิน โชติเวศย์ศิลป์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มาจากการยึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งพบว่าการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเข้าถึงผู้รับสารที่เป็นประชาชนคนไทยได้อย่างทั่วถึง เพราะมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2563) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย ซึ่งพบว่า ใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การมีส่วนร่วมทางสังคม

และให้เกิดความสนใจยอมรับ ตามแนวคิดของ Hitt (2014) ทั้งยังสอดคล้อง ในด้านการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ในการดูแลประชาชนอันดีระหว่างหน่วยงานและประชาชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของนโยบายในการใช้ช่องทางแพลตฟอร์ม ที่ต้องอาศัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้องสร้างรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่ดี (Kotler, 2016) ได้ให้แนวคิดกลยุทธ์การตลาดโมเดล 5A มีจุดเด่น ความเข้าใจผู้บริโภค และเข้าใจ แบรินด์ไปพร้อมๆ กันกับผู้บริโภคช่องทางการรับสื่อมากมาย แต่ความต้องการคอนเทนต์หรือโฆษณาจาก แบรินด์ไม่ต้องถูกปิดกั้นจากสื่อที่ไม่ได้สนใจฝั่งแบรินด์จะเห็นได้ว่า A แต่ละตัวสามารถวัดผลได้ อีกทั้งสอดคล้องกับ ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ (2558) ที่ศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553 ซึ่งพบว่า การมีสื่อของตัวเอง เช่น โทรทัศน์ดาวเทียมเอเอสทีวี เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย

ในประเด็นด้านข้อมูลข่าวสาร ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ (2558) ที่ศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมืองศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553 พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกมานั้นล้วนแสดงถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของพลตรีจำลองศรีเมือง และงานวิจัยของ รัฐ กัญภัย (2558) การสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันตกตอนล่าง พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่ส่งมานั้นเป็นรูปแบบของการบริหารงานท้องถิ่นในรูปแบบการมีส่วนร่วมผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม และงานวิจัยของ กรรณก นิลดำ (2558) การสื่อสารทางการเมืองของนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร พบว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย หลักการต่างๆ จากผู้นำไปสู่ประชาชน ได้รับความร่วมมือเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุตาม เป้าหมายสูงสุด

ในประเด็นด้านผู้รับสาร ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของสุรพล สุขะพรหม และคณะ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาทิ (เจ้าคุณพิพิธ): ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2560 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยผู้รับสาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและในตัวเมืองที่เป็นผู้ที่มีความสนใจทางการเมืองและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง และ งานวิจัยของ ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ (2558) ที่ศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมืองศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553 ซึ่งพบว่า ผู้รับสารของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ได้แก่ คนกรุงเทพมหานคร ประชาชนทั่วไป ชนชั้นกลางที่สนับสนุนกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมสันติอโศก ส่วนกลุ่มคนรากหญ้ามีแนวโน้มที่จะปฏิเสธสารของพลตรีจำลอง ศรีเมือง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.3.1.1 กรุงเทพมหานครควรกำหนดนโยบายการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ให้มีสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5.3.1.2 กรุงเทพมหานครควรปรับปรุงความรวดเร็วทันเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

5.3.1.3 กรุงเทพมหานครควรปรับปรุงรูปแบบการสื่อสารให้มีความหลากหลายครอบคลุมคุณลักษณะความต้องการของประชาชนที่มีความหลากหลายช่วงวัยและความต้องการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

5.3.2.1 กรุงเทพมหานครควรเพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

5.3.2.2 กรุงเทพมหานครควรพัฒนาประสิทธิภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ขั้นตอนและการเข้าถึงการใช้บริการช่องทางแพลตฟอร์มให้หลากหลาย เช่น การติดตามสถานการณ์โควิด-19 ประจำวัน, สถานที่จุดบริการฉีดวัคซีนโควิด-19, ไทยร่วมใจ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและเข้าถึงการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2.3 กรุงเทพมหานครควรพัฒนาประสิทธิภาพ หน่วยงานให้มีความพร้อมในการบริการประชาชนในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะการตอบคำถาม และให้ข้อมูลที่อัปเดตรวดเร็วเป็นปัจจุบัน

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.3.3.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น หากมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอื่นเข้ามาด้วย เช่น การสนทนา การสัมภาษณ์ จะช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.3.3.2 ควรมีการศึกษาถึงสาเหตุ ผลกระทบ และแนวทางแก้ไขประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3.3.3 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ ที่สามารถจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมล เกิดสมศรี และ ปรีชา พันธุ์แน่น. (2563). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย. *วารสารร่วมพฤษ์มหาวิทยาลัยเกริก*, 38, 1 (มกราคม – เมษายน) 22-33.
- กรกนก นิลคำ. (2558). *การสื่อสารทางการเมืองของนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร*. (คุษณินิพนธ์หลักสูตรปริญญาคุษณิปบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมควบคุมโรค. (2563). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. เข้าถึงได้จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/introduction.php>
- กฤติยา รุจิโชค. (2564). การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อคุชคดิจิทัล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 6(1), 24-39.
- กองสารสนเทศคุษณิศาสตร์ สำนักคุษทศศาสตร์และประเมินผล. (2556). *รูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานคร*. เข้าถึงได้ http://203.155.220.230/m.info/bma_k/KNW5.html
- เฉลิม สุขเจริญ. (2557). *แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี*. (สารนิพนธ์นี้รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- ณัฐวัชร จันทโรจธรรม์. (2563). ประสิทธิผลขององค์การ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 9(2), 1-9
- นันทนา นันทวโรภาส. (2548). “การสื่อสารทางการเมือง: ศึกษาศรณิการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย”. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษณิปบัณฑิต(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญศรี พรหมมาพันธุ์. (2557). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์: การประยุกต์ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- ประดิษฐ์ ดีวัฒนกุล. (2559). รูปแบบกรุงเทพมหานครในทศวรรษหน้า. *วารสารสมาคมนักวิจัย, สาขามนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 21, 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม), 188-201.
- พิมพ์ภัทส พงศกรรังศิลป์ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และปิยะ ปานผู้มีทรัพย์. (2562). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจ โรงแรมในจังหวัดกระบี่. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 15,1(มกราคม - มิถุนายน), 167-176.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พีพีทีวี. (21 เม.ย. 2559). 21 เมษายน 234 ปี สถาปนากรุงเทพมหานครฯ. เข้าถึงได้จาก www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/25993
- ภาคิน โขติเวชย์ศิลป์. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มาจากการยึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*. 8, 1(มกราคม-มิถุนายน), 15-25.
- บุษพร อิศรชัย. (2563). *แนวทางการสื่อสารทางการเมือง*. เอกสารประกอบการเรียนการสอนการวิเคราะห์การเมือง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุษดี วิกิติภูมิประเทศ. (2558). *การสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมืองศึกษาในช่วงเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553*. (คุุณิพนธ์ ปรัชญาคุุณิพนธ์ (สื่อสารการเมือง)). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- รัฐ กันภัย. (2558). *การสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันตกตอนล่าง*. เพชรบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย. (2560, 6 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. หน้าที่ 1-90.
- วิเชียร ช่วยหนู. (2557). *การสื่อสารทางการเมือง ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของนายชูวิทย์ กมลวิศิษฎ์*. (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรพล สุขะพรหม และนันทนา นันทวโรภาส. (2562). *การสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาทิ (เจ้าคุณพิพิธ) ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2560*. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 6, 5 (กรกฎาคม), 2501-2518.
- เสกสรรค์ กันยาสาย. (2559). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิรับบริการสาธารณสุขของแรงงานต่างด้าวที่มีสถานะไม่ชอบด้วยกฎหมาย*. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Berlo, David. (1960). *The process of communication*. New York: Holl, Reneheart and Winston, Inc.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bucher, E., Fieseler, C., Meckel, M., & Suphan, A. (2011). *Social media and the communication profession*. Retrieved from https://www.alexandria.unisg.ch/publications/citation/Anne_Suphan/91164.
- Dieteren, K. (2011). *TAM and trust in social media usage*. (Unpublished master's thesis). University of Maastricht, Maastricht.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Everett, M. Rogers. (1973). *Communication strategies for family planning*. New York, NY: Free Press.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (1999). *Strategic management: Competitiveness and globalization: Concepts and cases* (18th ed.). Cincinnati, Ohio, South-Western College Pub.
- Ireland, R. D. and Hitt, M. A. (1999). Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership. *Academy of Management Executive*, 19(4), 63-77.
- Kotler Philip. (1996). *Marketing management: An Asian perspective*, New York: Prentice Hall. pp. 363.
- Kotler, P. and Keller, K. (2016). *A framework for marketing management* (p. 352,582) Boston, MA: Pearson.
- McNair, Brian. (1999). *An introduction to political communication*. New York: Routledge. p. 5.
- Millet, J. D. (1954). *Bureaucracy and the public*. New York: Basic Book.
- Pool, Ithiel de Sola. (1968). "Communication, political." in David Shills (ed.). *International Encyclopedia of Social Science Vol.3* (pp. 90-92). New York: The Macmillan Company and The Free Press.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.



ภาคผนวก



แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม”

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการเก็บข้อมูลสำหรับสารนิพนธ์ในหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

โปรดกาเครื่องหมาย “X” ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ตรงกับข้อมูลส่วนบุคคลของท่านมากที่สุด

1) เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2) อายุ

- 1) 20-30 ปี 2) 31-40 ปี 3) 41-50 ปี
 4) 51-60 ปี 5) 61 ปีขึ้นไป

3) ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา 3) ปวช/ปวส
 4)ปริญญาตรี 5) สูงกว่าปริญญาตรี 6) อื่นๆ.....

4) สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส 3) หม้าย

5) รายได้

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน 2) 15,000- 25,000 บาทต่อเดือน
 3) 25,001- 35,000 บาทต่อเดือน 4) 35,001- 45,000 บาทต่อเดือน
 5) 45,001- 60,000 บาทต่อเดือน 6) 60,001 ขึ้นไป

6) อาชีพ

- 1) ข้าราชการ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3) ลูกจ้างบริษัทเอกชน
 4) ค้าขาย 5) เจ้าของธุรกิจส่วนตัว 6) อื่นๆ

7) ความถี่ที่ท่านได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

- 1) 1 ครั้งต่อสัปดาห์ 2) 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ 3) 4 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป

8) ท่านได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มแบบใดมากที่สุด

- 1) เฟสบุ๊ก 2) ทวิตเตอร์ 3) ยูทูบ
4) ไลน์ทางการของกรุงเทพฯ 5) เว็บไซต์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

คำชี้แจง 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

| คำถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ปัจจัยผู้ส่งสาร (กรุงเทพมหานคร) (X1) | | | | | |
| 1.1 กรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การเพียงพอในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 1.2 กรุงเทพมหานครมีบุคลากรด้านการสื่อสารองค์การที่มีความสามารถในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครในการลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย | | | | | |
| 1.3 กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์การในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |

| คำถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1.4 กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านการใช้งานแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 1.5 กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการผลิตเครื่องมือแพลตฟอร์มสื่อสารองค์กรในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 1.6 เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารรูปแบบแพลตฟอร์มในการลงพื้นที่เพื่อการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร (X2) | | | | | |
| 2.1 กรุงเทพมหานครมีช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 2.2 กรุงเทพมหานครมีช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนในเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 2.3 ประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |

| คำถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2.4 ประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครได้รวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 2.5 กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 2.6 กระบวนการในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร | | | | | |
| ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร (X3) | | | | | |
| 2.1 ข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 2.2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกันกับนโยบายรัฐบาล | | | | | |
| 2.3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง (ไม่มีกรณีของเฟลนิวส์หรือข้อมูลลวงที่เผยแพร่ออกมาสู่สาธารณะ) | | | | | |
| 2.4 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความถูกต้อง | | | | | |

| คำถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2.5 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนทันเหตุการณ์ | | | | | |
| 2.6 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครมีความครบถ้วนสมบูรณ์ในแง่เนื้อหา | | | | | |
| ปัจจัยผู้รับสาร (X4) | | | | | |
| 3.1 ท่านเห็นความสำคัญกับการรับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 3.2 ท่านเห็นความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 3.3 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 3.4 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มกรุงเทพมหานครในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 3.5 ท่านมีอุปกรณ์เครื่องมือในการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครในการสื่อสารเชิงนโยบาย | | | | | |

| คำถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 3.6 ท่านมีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการรองรับการเข้าถึงช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครในการสื่อสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานคร | | | | | |

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Y)

คำชี้แจง 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

| คำถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. ท่านพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารเชิงนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม | | | | | |
| 2. ท่านพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม | | | | | |
| 3. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานคร | | | | | |
| 4. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม | | | | | |
| 5. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของกรุงเทพมหานครไปใช้ในการป้องกันตนเองจากสถานการณ์แพร่ระบาด เช่น การไม่เข้าไป | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| ในพื้นที่แพร่ระบาด การเพิ่มความระมัดระวังในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันในการเข้าพื้นที่เสี่ยง เป็นต้น | | | | | |
| 6. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับมาตรการนโยบาย การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของ กรุงเทพมหานครผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มไปใช้ในการ เข้าถึงตามสิทธิที่ได้รับจากนโยบายฯ เช่น การขอรับวัคซีน ป้องกันโควิด การเข้าตรวจโรคโควิด19 การเข้ารับการรักษาพยาบาลจากสถานพยาบาลต่างๆของกรุงเทพมหานคร และเครือข่าย เป็นต้น | | | | | |

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล : ปิยะพล พวงแก้ว
วัน/เดือน/ปีเกิด : 16 สิงหาคม 2522
สถานที่เกิด : กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ : 777/30 ถนนประชากรราษฎร์บำเพ็ญ แขวงสามเสน เขตห้วยขวาง
จังหวัดกรุงเทพมหานคร 74000

วุฒิการศึกษา

ระดับปริญญาตรี : ศศ.บ. ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2549

ระดับปริญญาโท : ร.ม. บัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยสยาม ปี การศึกษา 2563

ตำแหน่ง : กรรมการบริหารสมาคมผู้สื่อข่าววิทยุออนไลน์
สถานที่ทำงาน : การกีฬาแห่งประเทศไทย ราชมั่งคลาภิพาสถาน

การนำเสนองานวิจัย

ปิยะพล พวงแก้ว และจิตาภา ธีรศิริกุล. ประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองของ กรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม. การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2 การเมืองกับการบริหารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในประชาคมโลก ครั้งที่ 2/2564. วันที่ 2 กรกฎาคม 2564 มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.