

การจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร*

COMMUNICATION MANAGEMENT VIA FACEBOOK OF MR. CHADCHART SITTIPUNT THE GOVERNOR OF BANGKOK

ธราทร ชาญแก่นจันทร์^{1*}, สุภาภรณ์ ศรีดี¹, กานต์ บุญศิริ¹, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์²

Tharatron Chankaenchan¹, Supaporn Sridee¹, Karn Boonsiri¹, Kuntida thamwipat²

¹สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

¹School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University University, Nonthaburi, Thailand

²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

²Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: tharathon.chankaenchan@gmail.com

*Tel: 097-146-7666

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การจัดการการสื่อสารด้านนโยบายการสื่อสารและการดำเนินงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 2) การจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 21 คน และการสนทนากลุ่ม จำนวน 20 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากการสำรวจประชาชนกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการการสื่อสารด้านนโยบายการสื่อสารและการดำเนินงานผ่านเฟซบุ๊กตั้งอยู่บนหลักการสำคัญ ได้แก่ ความจริงใจ ความโปร่งใส และความสม่ำเสมอ 2) การจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานมีลักษณะเป็นกระบวนการเชิงระบบ ประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูลจากหลายหน่วยงาน การวางแผนการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับบริบทและกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลการสื่อสารจากการเข้าถึง การมีส่วนร่วม และความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำข้อมูลย้อนกลับมาใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กในลักษณะกระบวนการเชิงระบบและเป็นวงจรต่อเนื่อง โดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร ซึ่งช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานภาครัฐในยุคดิจิทัล และสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการองค์กร, การสื่อสาร, เฟซบุ๊ก, ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aimed to study 1) Communication management in terms of communication policy and operational implementation through Facebook, 2) Communication management in terms of performance dissemination through Facebook, and 3) The development guidelines for Facebook communication management of Mr. Chadchart Sittipunt, Governor of Bangkok. This study employed a mixed-methods research approach. The qualitative research collected data through in-depth interviews with 21 key informants and focus group discussions with 20 participants. The quantitative research collected data from a survey of 400 Bangkok residents. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that: 1) Communication management through Facebook was based on key principles, including sincerity, transparency, and consistency. 2) Communication management for disseminating work performance follows a systematic process, consisting of data collection from multiple agencies, planning content dissemination appropriate to context and target audiences, and evaluating communication outcomes based on reach, engagement, and public feedback. The feedback is then used to continuously improve communication practices. 3) The development guidelines for communication management through Facebook emphasize a systematic and continuous cyclical process, with citizens as the center of communication. This approach enhances transparency, credibility, and efficiency in public administration in the digital era, and can serve as a guideline for improving social media communication of government agencies to achieve effectiveness and sustainability.

Keywords: Organizational Management, Communication, Facebook, Governor of Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง จากผลสำรวจของ We Are Social และ Meltwater 2022 คนไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์มากถึง 52.25 ล้าน ซึ่งมีสัดส่วน 72.80% และสำหรับกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ในสัดส่วนการใช้งานสูงถึง 84.80% ซึ่งจากข้อมูลสถิติ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ ที่คนไทยชื่นชอบมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก และยังคงเป็น Platform ที่คนไทยเข้าถึงได้มากที่สุดอีกเช่นกันโดยมีผู้ใช้งาน เฟซบุ๊ก สูงถึง 91.00% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดของประเทศไทย (Insightera, 2023) กรุงเทพมหานครในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 ได้กำหนดโครงสร้างการบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นองค์กรบริหารราชการ ที่ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นหัวหน้าฝ่ายบริหารมาจากการเลือกตั้งของประชาชนโดยตรงมีสถานะเป็นข้าราชการการเมือง มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี และสภากรุงเทพมหานครมาจากการเลือกตั้งของประชาชนโดยตรง มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี ไม่สามารถปลดผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (สนธิ จรอนันต์, 2567) อีกทั้งเป็นจังหวัดพิเศษของประเทศไทยที่มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดของตนเองมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 หลังประกาศใช้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร สำหรับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2565 ถือเป็น ครั้งที่ 11 โดยมีผู้สมัครเข้ารับการเลือกตั้งที่โดดเด่นท่านหนึ่ง คือ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้วได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครด้วยคะแนนเสียงค่อนข้างมากเป็นประวัติการณ์ (บีบีซี, 2565)



นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนที่ 17 และปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครก็ยังคงมี การใช้ช่องทางการสื่อสารเฟซบุ๊ก “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ของตนสื่อสารกับผู้ติดตาม (follower) ของตนอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการสื่อสารของหน่วยงาน เห็นได้เป็นประจำแทบทุกวัน คือ การถ่ายทอดสด (Live) หรือแม้แต่ช่วงเวลาส่วนตัวก็มีการใช้สื่อถ่ายทอดสดวิถีชีวิตประจำวันของตนเอง ปัจจุบันมีผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีจำนวนประมาณ 2.7 ล้านคน (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) กล่าวได้ว่า นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นนักการเมืองที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างโดดเด่นและมีประสิทธิภาพ กลายเป็นผู้มีอิทธิพลทางสังคม (Social Influencer) ดังนิยามของ De Veirman, M. et al. ที่ว่า ผู้มีอิทธิพลทางสังคม หมายถึงบุคคลทั่วไปที่สามารถสร้างเครือข่ายหรือผู้ติดตามจำนวนมาก และได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ ในช่องทางเดียวหรือหลายช่องทาง (De Veirman, M. et al., 2016) เพราะนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ทำให้คนที่ไม่สนใจการเมืองนั้นสนใจเปิดรับติดตามข้อมูลข่าวสารหรือแม้กระทั่งให้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกรุงเทพมหานคร ก็สนใจเข้ามาติดตามสื่อของตนและข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งได้

เฟซบุ๊ก “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ปัจจุบันเป็นช่องทางการสื่อสารของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้บริหารราชการกรุงเทพมหานคร มีการถ่ายทอดสดที่มีผู้ชมไม่ต่ำกว่าหลักหมื่นทุกครั้ง ที่ทำการถ่ายทอด บริบทของสื่อที่เปลี่ยนไป จากการที่ต้องพึ่งสื่อมวลชนเป็นตัวกลางทำหน้าที่ส่งสารเป็นหลัก ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ก็ทำให้เห็นความสามารถใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารได้เช่นกัน และเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมด้วยการบอกเล่าปัญหาด้วย (พิชญ์ อุตัยเจริญพงษ์, 2565) ทั้งจากการถ่ายทอดสด (Facebook Live) ช่องแสดงความคิดเห็นใต้โพสต์ข้อความ การได้ภาพและคลิปวิดีโอด้วย ปรากฏการณ์การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของ “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ถือเป็นหนึ่งในการศึกษาเรื่องการสร้างพลังสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ โดยที่มีการสร้างการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง การใช้สื่อเฟซบุ๊กในการสื่อสารกับประชาชนของ “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ไม่ได้เพิ่งจะเกิดขึ้น แต่ได้ใช้เครื่องมือนี้มานานแล้วตั้งแต่เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมในปี พ.ศ. 2555 ความต้องการสร้างความเข้าใจต่อโครงการรถไฟฟ้ามหานครความเร็วสูง 2 ล้านล้านบาท ในขณะนั้นถือเป็นจุดเริ่มที่ทำให้ “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” รู้จักพลังของ โซเชียลมีเดียผ่านการใช้เฟซบุ๊ก (สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า, 2567) โดยการใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นจะเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารผลดำเนินงานที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็วทันยุคสมัยปัจจุบัน (เอกกร มีสุข และคณะ, 2563) นอกจากการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนผ่านการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กจะมีความสำคัญอย่างมากดังกล่าวแล้ว การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและประชาชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครโดยมุ่งศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านนโยบาย การดำเนินงาน และการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เริ่มเข้ารับตำแหน่งจนครบ 2 ปี เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กและสามารถใช้เป็นแนวทางในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านนโยบายการสื่อสารและการดำเนินงานผ่าน เฟซบุ๊กของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นการดำเนินการวิจัยแบบคู่ขนาน ซึ่งผู้วิจัยได้ ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นการดำเนินการวิจัยแบบคู่ขนาน แล้วสรุปผลร่วมกัน

2. วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้ศึกษาได้ทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ จำนวน 21 คน การสนทนากลุ่ม เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบอาสาสมัครที่มีการติดตามเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ อย่างต่อเนื่องมา 2 ปี นับตั้งแต่เข้ารับตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยยกร่างจากการทบทวนวรรณกรรมและออกแบบตามวัตถุประสงค์โดยแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยทำการนัดหมายล่วงหน้า และเข้าสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าโดยมีการจดบันทึก บันทึกเสียง และถ่ายภาพจะปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคนอย่างเคร่งครัดหากการสัมภาษณ์ได้ข้อมูลอิ่มตัว ผู้วิจัยจะหยุดการสัมภาษณ์

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุปเป็นประเด็นแต่ละประเด็นจนครบทุกหัวข้อ ต่อจากนั้นนำแต่ละประเด็นมาสร้างข้อสรุปในภาพรวม ในระหว่างการดำเนินการวิจัยนักวิจัยการตรวจสอบข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล 1) แบบสามเส้าข้อมูล เป็นแนวทางการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลหรือข้อค้น พบว่ามีความเหมือนกันหรือตรงกัน หรือไม่จากผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก และผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลที่ได้อาจถูกต้องตรงกันแสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง เชื่อถือได้ 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้วิธีการสังเกต ควบคู่กับการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์เนื้อหาประกอบกับการศึกษา ข้อมูลจากแหล่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง 3) การยืนยันข้อมูล โดยนักวิจัยสร้างข้อสรุปกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตรวจสอบยืนยันความถูกต้องของเนื้อหา

3. วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,494,932 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2567) ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรและกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง (ธานินท์ ศิลปจารุ, 2564)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นเกิน 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจัดเก็บด้วยตนเอง โดยจัดทำแบบสอบถาม โดยมีการชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย และในการเก็บข้อมูลจะปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคนอย่างเคร่งครัด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ผลการวิจัย

สำหรับผลการวิจัยเรื่อง การจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอ ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การจัดการการสื่อสารด้านนโยบายการสื่อสารและการดำเนินงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

การจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นรูปแบบการบริหารการสื่อสารเชิงบูรณาการ ที่ผสมผสานการกำหนดนโยบายการสื่อสารเข้ากับการดำเนินงานจริงในพื้นที่อย่างใกล้ชิด ส่งผลให้การสื่อสารภาครัฐ มีความโปร่งใส เข้าถึงประชาชน และเสริมสร้างความไว้วางใจในระยะยาว ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญของการบริหารงาน ภาครัฐในยุคดิจิทัล

ตอนที่ 2 การจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร

การจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า การสื่อสารดังกล่าวมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะ ด้านการเปิดรับ การรับรู้ และการจดจำได้ของประชาชน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสะท้อนว่าการจัดการการเผยแพร่ ผลงานเป็นกระบวนการเชิงระบบที่เริ่มจากการรวบรวมผลงานอย่างมีแบบแผน การจัดลำดับความสำคัญโดยยึด โยงกับนโยบายหลักและผลกระทบต่อประชาชน การวางแผนการเผยแพร่ที่คำนึงถึงช่วงเวลา บริบท และพฤติกรรม การรับสื่อของประชาชน ตลอดจนการประเมินผลที่ผสมผสานทั้งข้อมูลเชิงปริมาณจากสื่อสังคมออนไลน์และ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากความคิดเห็นและฟีดแบ็กของประชาชน กระบวนการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจต่อการบริหารงานภาครัฐ พร้อมทั้งทำให้เฟซบุ๊กทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ที่เชื่อมโยงนโยบาย การปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร

แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) แนวทางการจัดการการสื่อสารด้านนโยบายการสื่อสารและการดำเนินงานผ่านเฟซบุ๊ก สามารถวิเคราะห์ แนวทางการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเป็นกระบวนการเชิงระบบที่เชื่อมโยงตั้งแต่บริบทนโยบาย การกำหนด แนวทางการสื่อสาร การรวบรวมและเผยแพร่ผลงาน ไปจนถึงการประเมินผลและการเรียนรู้ โดยมีประชาชนเป็น ศูนย์กลางของการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และประสิทธิภาพในการบริหารงานภาครัฐ และ 2) แนวทางการจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊ก ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ครั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่าเป็นกระบวนการแบบวงจร (continuous feedback loop) ที่เริ่มจากการรวบรวมผลงาน อย่างมีระบบ การวางแผนการเผยแพร่ที่สอดคล้องกับบริบท และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง การสื่อสารและการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลต่อการเสริมสร้างความโปร่งใส ความไว้วางใจ และความยั่งยืนในการบริหารงาน ภาครัฐผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จากผลการศึกษาด้านการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบโมเดลนี้ช่วยให้จากการศึกษาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปเป็นโมเดลแนวทางการจัดการการสื่อสารภาครัฐผ่านสื่อสังคมออนไลน์เชิงบูรณาการ (Integrated Facebook Communication Management Model) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก เป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงนโยบาย การดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าไว้ด้วยกัน อย่างเป็นระบบโมเดลดังกล่าว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ที่เชื่อมโยงกันเป็นวงจรต่อเนื่อง ได้แก่ 1) การจัดการ

การรวบรวมผลงานอย่างมีระบบ 2) การวางแผนและการเผยแพร่เชิงกลยุทธ์ และ 3) การประเมินผลและการใช้ข้อมูลย้อนกลับ โดยทั้งสามองค์ประกอบมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันในลักษณะวงจรต่อเนื่อง เพื่อให้การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ในมิติแรก การจัดการและรวบรวมข้อมูลอย่างมีระบบ มิติที่สอง การวางแผนและการเผยแพร่เชิงกลยุทธ์ และมิติที่สาม การประเมินผลและการให้ข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งกระบวนการนี้เป็นส่วนสำคัญในการสร้างวงจรการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โมเดลดังกล่าวยังอยู่ภายใต้กรอบสภาพแวดล้อมที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการวางแผน การจัดการ และการประเมินผล การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ดังนั้น โมเดลแนวทางการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเชิงบูรณาการนี้ แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐต้องอาศัยกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ และต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับประชาชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการบริหารราชการแผ่นดินในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย โดยภาพรวม การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพไปด้วยกัน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้เป็นส่วนสนับสนุนการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดการการสื่อสารด้านนโยบายการสื่อสารและการดำเนินงานผ่าน เฟซบุ๊กของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นรูปแบบการบริหารการสื่อสารเชิงบูรณาการ ที่ผสมการกำหนดนโยบายการสื่อสารเข้ากับการดำเนินงานในพื้นที่อย่างใกล้ชิด ส่งผลให้การสื่อสารภาครัฐมีความโปร่งใส เข้าถึงประชาชน และเสริมสร้างความไว้วางใจในระยะยาว ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญของการบริหารงานภาครัฐในยุคดิจิทัล ข้อค้นพบสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication Theory) ที่เสนอโดย Howlett, M. ซึ่งอธิบายว่าการสื่อสารนโยบายต้องอาศัยการวางแผนอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงกับเป้าหมายเชิงนโยบายอย่างชัดเจน (Howlett, M., 2019) โดยกรณีของนายชัชชาติ พบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กมีการกำหนดหลักการ วัตถุประสงค์ แนวทาง และกลไกที่ชัดเจน ทำให้การดำเนินงานด้านการสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกับนโยบาย อีกทั้งผลการศึกษาสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Communication Theory) ของ Kaplan, A. M. & Haenlein, M. และ McQuail, D. ที่เน้นลักษณะการสื่อสารแบบสองทางและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร โดยพบว่า การสื่อสารของนายชัชชาติผ่านเฟซบุ๊กเปิดพื้นที่ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น ชักถาม และสะท้อนปัญหา ซึ่งช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและการรับรู้ของประชาชนอย่างกว้างขวาง (Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010); (McQuail, D., 2013) ผลการศึกษาสอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วม (Participatory Communication Theory) ของ Servaes, J. และ Tufte, T. & Mefalopulos, P. ที่มองว่าการสื่อสารภาครัฐไม่ควรเป็นเพียงการถ่ายทอดข้อมูล แต่ควรเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีบทบาทพร้อมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติแสดงให้เห็นการรับฟังความคิดเห็นและนำข้อเสนอแนะไปปรับใช้ในการดำเนินงานจริง (Servaes, J., 2012); (Tufte, T. & Mefalopulos, P., 2013) และผลการศึกษสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ของ Khan, A. และ Johnson, E. ที่พบว่า การใช้เฟซบุ๊กของผู้นำท้องถิ่นช่วยเพิ่มความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน (Khan, A., 2023); (Johnson, E., 2022) ซึ่งสอดคล้องกับกรณีของนายชัชชาติที่ใช้การถ่ายทอดการทำงานจริงจากพื้นที่และการรายงานความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอแม้ว่าผลการศึกษาจะสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ แต่ยังคงพบ



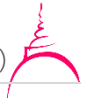
ประเด็นที่แตกต่างและเป็นการต่อยอดองค์ความรู้เดิม กล่าวคือ แนวคิดและทฤษฎีส่วนใหญ่อธิบายการสื่อสารภาครัฐในลักษณะของ “การสื่อสารเชิงนโยบาย” หรือ “การประชาสัมพันธ์” เป็นหลัก ขณะที่ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติเป็นการบริหารจัดการการสื่อสารเชิงบูรณาการ ที่เชื่อมโยงนโยบาย การดำเนินงานจริง และการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นวงจร นอกจากนี้ ทฤษฎีการสื่อสารขององค์กรและการจัดการการสื่อสารภายในองค์กรใน มุ่งเน้นการสื่อสารภายในหรือการสื่อสารเชิงโครงสร้างองค์กรเป็นหลัก แต่กรณีศึกษานี้สะท้อนให้เห็นการขยายบทบาทของผู้นำภาครัฐในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น “พื้นที่สื่อสารสาธารณะ” ที่เชื่อมโยงการทำงานภายในองค์กรกับประชาชนโดยตรง ซึ่งเป็นมิติที่งานทฤษฎีเดิมกล่าวถึงค่อนข้างจำกัด อีกทั้งทฤษฎีการประเมินผลการสื่อสารมักเน้นตัวชี้วัดเชิงปริมาณเป็นหลัก ขณะที่ผลการศึกษานี้พบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติให้ความสำคัญกับการติดตามฟีดแบ็กเชิงคุณภาพ การรับฟังความคิดเห็น และการนำข้อมูลย้อนกลับไปปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน ซึ่งสะท้อนการพัฒนาการสื่อสารภาครัฐในรูปแบบวงจรป้อนกลับอย่างต่อเนื่อง (Continuous Feedback Loop) ที่ต่อยอดจากกรอบแนวคิดเดิม ผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Grunig, J. E., & Hunt, T. ซึ่งเสนอรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบสมมาตร (Two-way Symmetrical Model) โดยมุ่งเน้นการสื่อสารเชิงองค์กรเป็นหลัก (Grunig, J. E., 2017) งานวิจัยดังกล่าวเน้นการสร้าง ความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ยังไม่ได้อธิบายบทบาทของผู้นำภาครัฐในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อถ่ายทอดการปฏิบัติงานจริงจากพื้นที่ ในขณะที่กรณีของนายชัชชาติ พบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารเชิงองค์กร แต่เป็นการเชื่อมโยงการกำหนดนโยบาย การดำเนินงานจริง และการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของ McQuail, D. และ Kaplan, A. M. & Haenlein, M. ซึ่งอธิบายบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะช่องทางการสื่อสารแบบโต้ตอบ และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นหลัก โดยงานวิจัยเหล่านั้นมักมองสื่อสังคมออนไลน์ในเชิง “เครื่องมือ” (tool-based approach) ขณะที่ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ถูกนำมาใช้ในลักษณะของ “กระบวนการบริหารจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์” (strategic management process) ที่มีการวางแผน กำกับ และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง (McQuail, D., 2013); (Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010) ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยด้านการสื่อสารนโยบายของ Howlett, M. ซึ่งให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบายในระดับ การกำหนดสารและการถ่ายทอดนโยบายเป็นหลัก โดยยังให้ความสำคัญกับมิติการดำเนินงานจริงในพื้นที่ค่อนข้าง จำกัด (Howlett, M., 2019) ในขณะที่ผลการศึกษานี้พบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติเน้นการถ่ายทอด “การลงมือปฏิบัติจริง” จากพื้นที่ ควบคู่กับการอธิบายนโยบาย ทำให้ประชาชนสามารถเห็นความเชื่อมโยงระหว่าง นโยบายกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นรูปธรรม ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของ Welch, M. และ Tourish, D. (ซึ่งมุ่งเน้นการจัดการการสื่อสารภายในองค์กรและบทบาทของผู้นำในการสื่อสารกับบุคลากรเป็นหลัก โดยยังไม่ได้ขยายกรอบการวิเคราะห์ไปสู่การสื่อสารสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับพื้นที่เมืองขนาดใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร งานวิจัยปัจจุบันจึงช่วยเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ด้วยการแสดงให้เห็นบทบาทของผู้นำท้องถิ่น ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงองค์กรภาครัฐกับประชาชนโดยตรง และผลการศึกษานี้แตกต่างจาก งานวิจัยด้านการประเมินผลการสื่อสารภาครัฐหลายชิ้นในบทที่ 2 ซึ่งมักเน้นการวัดผลเชิงปริมาณ เช่น จำนวน การเข้าถึงหรือการมีส่วนร่วม (engagement metrics) เป็นหลัก ขณะที่การศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลย้อนกลับเชิงคุณภาพจากความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำไปปรับปรุงทั้งการสื่อสารและการดำเนินงานเชิงนโยบาย ซึ่งเป็นมิติที่งานวิจัยเดิมกล่าวถึงค่อนข้างจำกัด (Welch, M., 2012); (Tourish, D., 2013)

ส่วนที่ 2 การจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ทั้งในเชิงปริมาณและ



เชิงคุณภาพ พบว่า การสื่อสารดังกล่าวมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการเปิดรับ การรับรู้ และการจดจำได้ของประชาชน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสะท้อนว่าการจัดการการเผยแพร่ผลงานเป็นกระบวนการเชิงระบบที่เริ่มจากการรวบรวมผลงานอย่างมีแบบแผน การจัดลำดับความสำคัญโดยยึดโยงกับนโยบายหลักและผลกระทบต่อประชาชน การวางแผนการเผยแพร่ที่คำนึงถึงช่วงเวลา บริบท และพฤติกรรมกรรับสื่อของประชาชน ตลอดจนการประเมินผลที่ผสมผสานทั้งข้อมูลเชิงปริมาณจากสื่อสังคมออนไลน์และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากความคิดเห็นและฟีดแบ็กของประชาชน กระบวนการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจต่อการบริหารงานภาครัฐ พร้อมทั้งทำให้เพชบุ๊กทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงนโยบาย การปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Communication Theory) ของ Kaplan, A. M. & Haenlein, M. ที่อธิบายว่าสื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพในการสร้างการเปิดรับ การมีส่วนร่วม และการจดจำของผู้รับสารได้สูง เนื่องจากมีลักษณะเป็นสื่อโต้ตอบและเข้าถึงได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ที่พบว่า ประชาชนมีระดับการเปิดรับและการรับรู้ต่อการสื่อสารผ่านเพชบุ๊กของนายชัชชาติอยู่ในระดับมาก (Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010) ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ทฤษฎีการรับรู้ข่าวสาร (Information Processing Theory) และงานของ McQuail, D. ที่อธิบายว่าการจัดลำดับเนื้อหา การนำเสนออย่างเป็นระบบ และการเชื่อมโยงเนื้อหา กับบริบทชีวิตประจำวัน จะช่วยเพิ่มระดับการจดจำและความเข้าใจของผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ที่พบว่า ประชาชนสามารถจดจำและเข้าใจผลงานที่เผยแพร่ผ่านเพชบุ๊กได้ในระดับสูง (McQuail, D., 2013) และ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ด้าน การสื่อสารภาครัฐและรัฐบาลดิจิทัล ของ Johnson, E. และ Khan, A. ที่พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรายงานผลงานและความคืบหน้าการดำเนินงานช่วยเพิ่มความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจของประชาชนต่อหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ที่ชี้ว่าการเผยแพร่ผลงานผ่านเพชบุ๊กของนายชัชชาติช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจในระยะยาว แม้ว่าผลการศึกษา จะสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นแต่ยังพบความแตกต่างและการต่อยอดองค์ความรู้จากงานวิจัย เดิมอย่างชัดเจน ประการแรก งานวิจัยด้านการสื่อสารภาครัฐหลายชิ้นมักอธิบายการเผยแพร่ผลงานในลักษณะของ “การประชาสัมพันธ์ผลงาน” หรือ “การสื่อสารเชิงภาพลักษณ์” เป็นหลัก ขณะที่ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การเผยแพร่ ผลงานผ่านเพชบุ๊กของนายชัชชาติเป็น กระบวนการบริหารจัดการเชิงระบบ ที่เริ่มตั้งแต่การรวบรวมผลงาน การจัดลำดับ ความสำคัญ การวางแผนการเผยแพร่ และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง (Johnson, E., 2022); (Khan, A., 2023) อีกทั้งงานวิจัยของ Kaplan, A. M., & Haenlein, M. และ McQuail, D. มักเน้นบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ ในเชิงช่องทางและลักษณะการสื่อสาร แต่ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นการยกระดับบทบาทของเพชบุ๊กจาก “สื่อ” ไปสู่ “เครื่องมือเชิงกลยุทธ์ของการบริหารงานภาครัฐ” ที่เชื่อมโยงนโยบาย การปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วม ของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม และงานวิจัยด้านการประเมินผลการศึกษาส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับตัวชี้วัด เชิงปริมาณ เช่น การเข้าถึงหรือการมีส่วนร่วม ขณะที่ผลการศึกษาครั้งนี้แตกต่างออกไป โดยให้ความสำคัญกับการ ผสมผสานการประเมินผลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงการนำฟีดแบ็กจากประชาชนมาใช้เป็นข้อมูลย้อนกลับ ในการพัฒนาการสื่อสารและการดำเนินงานเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง (Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010); (McQuail, D., 2013)

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่านเพชบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษากิจการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารผ่าน เพชบุ๊ก ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) แนวทางการจัดการการสื่อสารด้านนโยบาย การสื่อสารและการดำเนินงานผ่านเพชบุ๊ก สามารถวิเคราะห์แนวทางการจัดการการสื่อสารผ่าน เพชบุ๊กเป็นกระบวนการ เชิงระบบที่เชื่อมโยงตั้งแต่บริบทนโยบาย การกำหนดแนวทางการสื่อสาร การรวบรวมและเผยแพร่ผลงาน ไปจนถึง

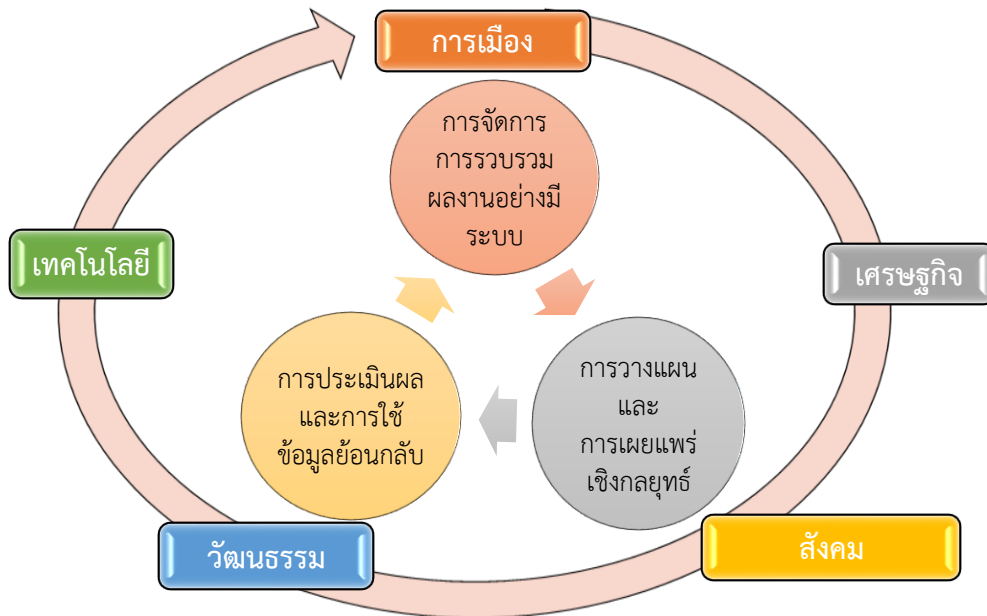


การประเมินผลและการเรียนรู้ โดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และประสิทธิภาพในการบริหารงานภาครัฐ จากแนวทางการจัดการการสื่อสารด้านนโยบาย การสื่อสารและการดำเนินงานผ่านเฟซบุ๊กสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารภาครัฐไม่ควรดำเนินการในลักษณะเฉพาะกิจ หรือแยกส่วน แต่ควรเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจบริบทเชิงนโยบายและปัญหาของพื้นที่อย่างรอบด้าน ก่อนนำไปสู่ การกำหนดแนวทางการสื่อสารที่ชัดเจน ข้อค้นพบสอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารแบบสองทางอย่างสมดุล (Two-way Symmetrical Communication) ของ Grunig, J. E. ซึ่งเน้นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้เกิดการโต้ตอบ การรับฟัง และการปรับตัวขององค์กรจากความคิดเห็นของผู้รับสาร (Grunig, J. E., 2017) โดยรูปแบบการสื่อสาร ผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ แสดงให้เห็นการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น และการนำฟีดแบ็กดังกล่าว กลับไปใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และ 2) แนวทางการจัดการการสื่อสาร ด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊ก ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่าเป็น กระบวนการแบบวงจร (continuous feedback loop) ที่เริ่มจากการรวบรวมผลงานอย่างมีระบบ การวางแผน การเผยแพร่ที่สอดคล้องกับบริบท และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการสื่อสารและ การดำเนินงาน ซึ่งส่งผลต่อการเสริมสร้างความโปร่งใส ความไว้วางใจ และความยั่งยืนในการบริหารงานภาครัฐ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการจัดการการสื่อสารด้านการเผยแพร่ผลงานผ่านเฟซบุ๊ก ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ของ Grunig, J. E. & Hunt, T. ที่เน้นการสื่อสารเชิงโต้ตอบและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยการใช้ เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่เปิดให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น และนำข้อมูลย้อนกลับมาใช้ปรับปรุงการสื่อสารและ การดำเนินงานเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง (Grunig, J. E. & Hunt, T., 2014) นอกจากนี้ ข้อค้นพบยังสอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ซึ่งระบุว่า การสื่อสารภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทมากกว่าการเป็นเพียงผู้รับสาร โดยผลการวิจัยนี้ พบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้พัฒนาไปสู่รูปแบบการสื่อสารเชิงกระบวนการที่เชื่อมโยงการรวบรวมผลงาน การวางแผน การเผยแพร่ และการประเมินผลเข้าไว้ด้วยกันเป็นวงจรต่อเนื่อง นอกจากนี้ งานวิจัยบางงานระบุว่า การใช้สื่อสังคม ออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐยังขาดการนำข้อมูลย้อนกลับของประชาชนไปใช้ในการปรับปรุงนโยบายอย่างเป็น รูปธรรม แต่ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลฟีดแบ็กจากประชาชนไม่เพียงถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงเนื้อหา การสื่อสารเท่านั้น หากยังถูกใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและการปรับแนวทางการดำเนินงานเชิงนโยบาย ซึ่งสะท้อนการยกระดับบทบาทของการสื่อสารจากเครื่องมือประชาสัมพันธ์ไปสู่เครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการบริหาร งานภาครัฐ

องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษา “การจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร” ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่สามารถสรุปเป็นแผนภาพที่ 1 ดังต่อไปนี้

โมเดลแนวทางการจัดการการสื่อสารภาครัฐผ่านสื่อสังคมออนไลน์เชิงบูรณาการ



ภาพที่ 1 แสดงผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องการจัดการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สะท้อนให้เห็นว่าเฟซบุ๊กถูกใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการสื่อสารภาครัฐเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงนโยบาย การดำเนินงานจริงในพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โดยการสื่อสารตั้งอยู่บน หลักการสำคัญ ได้แก่ ความจริงใจ ความโปร่งใส และความสม่ำเสมอ ซึ่งช่วยให้ประชาชนสามารถติดตาม ตรวจสอบ และรับรู้ผลการดำเนินงานของภาครัฐได้อย่างเป็นรูปธรรม การจัดการการเผยแพร่ผลงานมีลักษณะเป็นกระบวนการ เชิงระบบที่เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลอย่างมีแบบแผน การวางแผนและเผยแพร่เชิงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับบริบท และกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลจากการเข้าถึง การมีส่วนร่วม และความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำ ข้อมูลย้อนกลับมาใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาโมเดลแนวทางการจัดการ การสื่อสารภาครัฐผ่านสื่อสังคมออนไลน์เชิงบูรณาการที่ประกอบด้วยกรรวบรวมข้อมูล การวางแผนและเผยแพร่ และการประเมินผลในลักษณะวงจรต่อเนื่อง ภายใต้กรอบสภาพแวดล้อมด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบายและยกระดับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นกลไก เชิงยุทธศาสตร์ของการบริหารงาน โดยส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทาง เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม และ นำข้อมูลย้อนกลับมาใช้ในการพัฒนาการสื่อสารและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพ บุคลากรและกระบวนการบริหารจัดการการสื่อสารดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และ ความยั่งยืนในการบริหารงานภาครัฐในยุคดิจิทัล รวมทั้งควรมีการศึกษาต่อยอดในบริบทและแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และแนวทางการสื่อสารภาครัฐให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อต่อยอดผลการวิจัย การจัดการการสื่อสารผ่าน เฟซบุ๊กของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อย่างมีประสิทธิภาพ และขยายผลในระยะยาว ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะต่อไปนี้ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 1) ควรกำหนด นโยบาย



การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นทางการ โดยบูรณาการการสื่อสารด้านนโยบายและการดำเนินงานเข้าด้วยกัน เพื่อให้การสื่อสารมีทิศทางที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพในทุกระดับของหน่วยงาน 2) ควรกำหนดให้การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเป็น กลไกเชิงยุทธศาสตร์ของการบริหารงานภาครัฐ ไม่ใช่เพียงเครื่องมือประชาสัมพันธ์ โดยเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการตรวจสอบได้ และ 3) ควรส่งเสริม นโยบายการสื่อสารแบบสองทางที่เปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและสะท้อนปัญหา เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดและปรับปรุงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ 1) ควรจัดตั้งหรือพัฒนาทีมงานด้านการสื่อสารที่ทำหน้าที่รวบรวม ตรวจสอบ และเรียบเรียงผลงานจากการดำเนินงานจริงในพื้นที่ ก่อนการเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก 2) ควรมีการจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาที่จะเผยแพร่ โดยพิจารณาจาก ความสอดคล้องกับนโยบายหลัก ผลกระทบต่อประชาชน และสถานการณ์ปัจจุบัน และ 3) การเผยแพร่เนื้อหาควรวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึง ช่วงเวลา รูปแบบการนำเสนอ และพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชน เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม ข้อเสนอแนะครั้งถัดไป 1) ควรศึกษาการจัดการการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้นำหรือหน่วยงานภาครัฐในระดับและบริบทที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบและปัจจัยความสำเร็จของการสื่อสาร 2) ควรขยายการศึกษาไปยังแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น X (Twitter), YouTube หรือ TikTok เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารและการตอบสนองของประชาชน และ 3) ควรพัฒนาการวิจัยเชิงผสมผสานหรือเชิงปริมาณเพื่อทดสอบโมเดลการจัดการการสื่อสารภาครัฐผ่านสื่อสังคมออนไลน์เชิงบูรณาการ และศึกษาผลกระทบต่อความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2567). ข้อมูลประชากร. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2567 จาก <https://shorturl.asia/7eNCL>
- ธานีนท์ ศิลป์จารุ. (2564). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญปิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บีบีซี. (2565). เลือกลงผู้ว่าฯ กทม.: ประวัติศาสตร์ สถิติ และเกร็ดน่ารู้. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-60951332>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). ประวัติ “ซัชชาติ สิทธิพันธุ์” ผู้ว่ากรุงเทพมหานคร คนที่ 17. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.prachachat.net/person/news-933995>
- พิชญา อุทัยเจริญพงษ์. (2565). วันนี้ผู้ว่าฯ ทำอะไร กลยุทธ์สร้างความเชื่อใจ พุดน้อย ทำมาก และเน้นสร้างความร่วมมือของทีมสื่อสารซัชชาติ สิทธิพันธุ์. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2567 จาก <https://shorturl.asia/J3ewd>
- สนธิ จรอนันต์. (2549). ความเข้าใจเรื่องการปกครองท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2 (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร: สถาบันนโยบายการศึกษา
- สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า. (2567). กลยุทธ์ปรากฏการณ์ “ซัชชาติ” โลพี เส้นบาง ๆ... “โซเซียล” แคมเปญที่ไม่ใช่ “ฟิวเจอร์”. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2567 จาก <https://shorturl.asia/TxyAm>
- เอกกร มีสุข และคณะ. (2563). รูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นด้วยเฟซบุ๊กของเทศบาลตำบลเขานินพันธ์ อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(3), 59-78.

- De Veirman, M. et al. (2016). Marketing through Instagram influencers: impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (2014). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Grunig, J. E. (2017). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New York: Routledge.
- Howlett, M. (2019). *The Policy Design Primer: Choosing the Right Tools for the Job*. New York: Routledge.
- Insightera. (2023). Digital 2022: DIGITAL 2023 THAILAND. Retrieved May 15, 2024, from <https://shorturl.asia/Qx6PY>
- Johnson, E. (2022). Dissemination of city leaders' achievements through Facebook: A case study of mayors in the UK. *Journal of Media and Communication*, 18(4), 300-315.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Khan, A. (2023). Policy communication through Facebook in Pakistan: The role of local leaders. *South Asian Journal of Public Policy*, 10(1), 75-90.
- McQuail, D. (2013). *McQuail's Mass Communication Theory*. (6th ed.). London: Sage Publications.
- Servaes, J. (2012). *Communication for Development: One World, Multiple Cultures*. London: Sage Publications.
- Tourish, D. (2013). *The Dark Side of Transformational Leadership: A Critical Perspective*. New York: Routledge.
- Tufte, T. & Mefalopulos, P. (2013). *Participatory Communication: A Practical Guide*. London: Sage Publications.
- Welch, M. (2012). Appropriateness and Acceptability: Employee Perspectives of Internal Communication. *Public Relations Review*, 38(2), 246-254.