

การบริหารจัดการสื่อเฟซบุ๊กเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช* FACEBOOK MEDIA MANAGEMENT OF THUNG SONG MUNICIPALITY NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

มณี ศรีสมุทร^{1*}, วิทยาธร ท่อแก้ว²

Manee Srisamut¹ Wittayatorn Tokeaw²

¹นักวิจัยอิสระ สงขลา ประเทศไทย

¹Independent researcher, Songkhla, Thailand

²สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

²School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

*Corresponding author E-mail: Korphai@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษานโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง 2) ศึกษาแผนการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง และนักวิชาการที่ปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น เลือกแบบเจาะจง รวมจำนวน 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสงประกอบด้วยแนวคิดการใช้สื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสาร หลักการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือ ประชาชนต้องรับข่าวสารจากเทศบาลอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับช่องทางสื่อสารใหม่ ๆ ที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมการสื่อสาร เป้าหมายเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีของผู้รับสาร แนวทางปฏิบัติสร้างเครือข่ายการสื่อสาร และความคาดหวังสร้างความเข้มแข็งแบบยั่งยืนของเมือง 2) แผนการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ประกอบด้วยแผนการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลกระทบจากความเดือดร้อน แผนการมีส่วนร่วมสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิม แผนการผลิตสร้างความแตกต่างการออกแบบเนื้อหา และแผนการประเมินผล มีแอดมินเพจหลักที่มีทักษะด้านสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีคอยตรวจสอบ ติดตามรับฟังรับเรื่องราว แก้ไขเฉพาะหน้า 3) แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาศักยภาพมุ่งเน้นผู้ส่งสารที่ทรงอิทธิพลทางความคิดจากเครือข่ายการจัดการเนื้อหาสารที่ตอบสนองความต้องการผู้รับสาร สื่อและกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: การบริหารจัดการสื่อ, เฟซบุ๊ก, เทศบาลเมืองทุ่งสง

Abstract

This research had the objectives of 1) studying the policy for using Facebook media of Thung Song Municipality, 2) studying the plan for using Facebook media of Thung Song Municipality, and 3) studying the guidelines for developing the use of Facebook media of the municipality. Thung Song City It was qualitative research. Data were collected through in-depth interviews with people directly involved in the use of Facebook media by Thung Song Municipality

and an academic advisor on political communication and local government. A specific group, totaling 9 people, was selected, and the data were analyzed to draw conclusions. The results of the research found that 1) The policy for using Facebook media of Thung Song Municipality consisted of the concept of using media to create knowledge and understanding about communication. Principles of using Facebook media were that people must receive news from the municipality thoroughly, in line with new communication channels that are easily accessible to citizens to create communication participation. The goal was to create knowledge, understanding, and a positive attitude in the audience. Guidelines were established for building a communication network and expectations for building sustainable strength for the city. 2) The plan for using Facebook of Thung Song Municipality consisted of analyzing target groups affected by suffering, a plan for sharing new and traditional media, a production plan that differentiates content design, and an evaluation plan. There was a main page admin with communication and technology skills to monitor, follow, and listen to stories to solve immediate problems. 3) Guidelines for developing the use of Facebook media by Thung Song Municipality consisted of focusing on influential messengers of ideas from the content management network that responds to the needs of the receiver. Creative media and activities were outlined to encourage participation.

Keywords: Media management, Facebook media, Thung Song Municipality

บทนำ

การสื่อสารทางการเมืองและปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากเพราะการที่ประชาชนจะเลื่อมใสศรัทธา จะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ เกิดความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจต่อองค์กรและผู้บริหาร นักบริหารบ้านเมืองต้องสื่อสารวิสัยทัศน์ นโยบาย ผลการดำเนินงาน คือสาร หรือสาระสำคัญที่เป็นตัวชี้วัดศักยภาพ สื่อสารเพื่อให้คนภายใน-ภายนอกองค์กร รับรู้ เข้าใจ จากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักของประชาชน และเกิดการยอมรับ ในที่สุด (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2562) การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาท ความสำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป นำมาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสาร ด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นในเรื่องของการลดต้นทุน ช่วยลดค่าใช้จ่าย สามารถสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารให้ข้อเท็จจริงในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารหรือผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันเกิดการรับรู้การยอมรับ เป็นที่รู้จัก เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีตลอดจนนำไปสู่การมีส่วนร่วมระหว่างกัน (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2562)

สื่อสังคมออนไลน์นับเป็นช่องทางที่มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารของคนในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงถึงกันได้ทั่วทุกมุมโลกสามารถรับส่งข้อมูลได้หลายรูปแบบด้วยศักยภาพในการสื่อสารที่รวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและระยะทาง และสามารถค้นคว้าข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ โดยไม่จำกัดปริมาณส่งผลการสื่อสารขององค์กรต่าง ๆ เพราะสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ประชาชนผู้รับข่าวสารสามารถติดต่อถึงกันโดยที่แต่ละคนสามารถสร้างสารและส่งสารเองได้ อาจกล่าวได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ทุกคนสามารถลุกขึ้นมาเป็นผู้สร้างสารและเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา (กรมประชาสัมพันธ์, 2563)

การใช้สื่อเพชฌัญญู วางแผนการสื่อสารเพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร ให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะในการสื่อสารผ่านช่องทางดังกล่าวของผู้รับสารแล้ว การจัดการสื่อสารให้สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย นับตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ชัดเจน การออกแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม ทั้งนี้ การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพชฌัญญูเน้นความสดใหม่ของเนื้อหา การนำเสนอโดดเด่นมีความชัดเจน ง่ายต่อการเข้าถึง และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมเป็นสำคัญ (Advertiser Perceptions, 2021) นโยบายการใช้สื่อเพชฌัญญู ของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการจัดการการสื่อสาร ทั้งกระบวนการ ทั้งผู้ส่งสาร มีทักษะการสื่อสารที่ดี สาร การออกแบบการสร้างเนื้อหา และรูปแบบสำหรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์การใช้สื่อเพชฌัญญูในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผลงานตามนโยบายที่เทศบาลเมืองทุ่งสงนำมาปรับประยุกต์ใช้และบูรณาการปฏิบัติงานขององค์กรในงานด้านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร มีหลักการและองค์ประกอบ ทำให้การใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง นั้นบรรลุผลตามเป้าหมายได้นอกจากนโยบาย แผนการใช้สื่อเพชฌัญญู ของเทศบาลเมืองทุ่งสง สื่อสารสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ การยอมรับและเกิดความรู้สึกที่ดีไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายแล้วยังให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชฌัญญูบูรณาการร่วมสื่อต่าง ๆ การเลือกใช้อุปกรณ์การสื่อสารกลุ่มเครือข่ายร่วมในฐานะผู้ส่งสาร ที่มีทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น

เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชเห็นประโยชน์ในข้อนี้จึงได้นำสื่อสังคมออนไลน์ มาปรับใช้และบูรณาการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้เป็นหน่วยงานระดับท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จนโยบายการพัฒนา การจัดการด้านการสื่อสารองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับประชาชน ได้แก่ เพชฌัญญูเครื่องมือนี้สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความผูกพันระหว่างองค์กร และประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันนำมาซึ่งชื่อเสียงภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร การใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชมุ่งเน้นให้เกิดภาพลักษณ์เชิงบวกทั้งภายในและภายนอกองค์กร สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดทัศนคติที่ดี จนนำไปสู่ความสัมพันธ์และการสื่อสารการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น จากปัจจัยความสำเร็จด้านนโยบาย แผนงาน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง จึงถอดบทเรียนหาความรู้ทางวิชาการ ด้านนโยบาย แผนงาน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง ซึ่งเป็นประโยชน์แก่เทศบาลเมืองทุ่งสงหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานของตนที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายการใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาแผนการใช้เพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สื่อเพชฌัญญูของเทศบาลเมืองทุ่งสง และนักวิชาการที่ปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น เลือกแบบเจาะจง รวมจำนวน 9 คน ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย คือ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง 1 คน 2) กลุ่มผู้กำกับแผนงาน คือ ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน 1 คน 3) กลุ่มปฏิบัติการ คือ หัวหน้าฝ่ายแผนงาน หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติข่าวสาร และงานประชาสัมพันธ์สื่อเพชฌัญญู และเจ้าหน้าที่ออดมินเพจ รวม 5 คน (4) กลุ่มนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้สื่อเพชฌัญญูเพื่อการสื่อสารองค์กร 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง จากกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสัมภาษณ์เจาะลึกด้วยตนเองมีการนัดหมายก่อนล่วงหน้า

การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ประกอบด้วย แนวคิด หลักการ เป้าหมาย แนวทางปฏิบัติ และผลที่คาดหวังจากการใช้สื่อเฟซบุ๊ก 2) แผนการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ประกอบด้วย การวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อเฟซบุ๊ก เทคนิคการผลิตและการใช้สื่อเฟซบุ๊ก และการประเมินผลการใช้สื่อเฟซบุ๊ก 3) แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของผู้สื่อสาร ตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง จัดหมวดหมู่โดยการสร้างข้อสรุปเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

โดยผลการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษา นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า 1) แนวคิดการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือการสร้างความรู้ ความเข้าใจจากข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น วิสัยทัศน์องค์กร ภารกิจ กิจกรรม และผลงานของเทศบาลเมืองทุ่งสงไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งพนักงานเทศบาล ฝ่ายบริหาร สมาชิกสภา ประธานชุมชน ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด และสื่อมวลชนใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยการใช้สื่อเฟซบุ๊กได้ผสมผสานการใช้สังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้แก่ LINE กลุ่ม LINE Official Account เว็บไซต์ และสื่อดั้งเดิม ได้แก่ แกนนำในชุมชนที่ทำหน้าที่นักสื่อสารชุมชน หนังสือคน รด ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ป้าย เอกสารแจก โปสเตอร์ และจดหมายข่าว 2) หลักการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือประชาชนต้องรับข่าวสารจากเทศบาลอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับช่องทางใหม่ ๆ ที่ประชาชนเข้าถึงได้โดยง่ายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร เนื่องด้วยสื่อเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ผู้รับสารเป็นผู้ส่งสารได้ในเวลาเดียวกัน การสื่อสารในรูปแบบนี้จะก่อให้เกิดพลังการเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ส่งผลต่อการสื่อสารเพื่อพัฒนาที่มั่นคงและยั่งยืนในการใช้งาน 3) เป้าหมายการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกเพจ ผู้เข้าชมหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง การใช้สื่อจึงมุ่งให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง การปลูกจิตสำนึก ร่วมรับผิดชอบสร้างศรัทธาและยอมรับ มุ่งสร้างพื้นที่การมีส่วนร่วมในพัฒนาเมืองภายใต้ความรู้สึกเป็นเจ้าของของเมืองทุ่งสงร่วมกัน 4) แนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือทีมงานของเทศบาลเป็นผู้บริหารจัดการประเด็นข่าวสาร เปิดพื้นที่สร้างเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ฝ่ายบริหาร ฝ่ายข้าราชการการเมืองสภาท้องถิ่น หัวหน้าส่วนราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้าง เครือข่ายร่วมโรงเรียนในสังกัดเทศบาลเมืองทุ่งสง ครู ผู้ปกครอง และนักเรียนที่ใช้สื่อใหม่ในสังคมออนไลน์ให้เกิดการแชร์และการบอกต่อในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต่อเนื่อง และ 5) ความคาดหวังในการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือการสร้างพลังเครือข่ายชุมชนเมืองทุ่งสงที่เข้มแข็งแบบยั่งยืนใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารสมัยใหม่ให้เกิดผลการรับรู้ ความเข้าใจ การยอมรับให้ทุกภาคส่วนในชุมชนเทศบาลเมืองร่วมสร้าง “ทุ่งสงทุ่งสวรรค์ ทุ่งสงสมารถชาติ” สรุปผลศึกษา นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงนโยบายการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. แผนการใช้เพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาแผนการใช้เพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง พบว่าแผนวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่สื่อสารในสังคมออนไลน์ได้รับผลกระทบจากปัญหาความเดือดร้อนต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาน้ำท่วม ถนน ไฟฟ้าส่องสว่าง ชะงัก วิเคราะห์ติดตามทุกครั้งที่มีการโพสต์ข้อความผลกระทบหรือแสดงความคิดเห็นของกลุ่มหรือสมาชิก เพื่อหาคำตอบหรือสร้างความเข้าใจอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

แผนการกำหนดวัตถุประสงค์การใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์โดยกองยุทธศาสตร์และแผนงานเทศบาลเมืองทุ่งสง ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลและจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเพชบุ๊ก แผนการออกแบบสารการเขียนข่าวพาดหัวข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย การคัดเลือกภาพประกอบสอดคล้องเนื้อหา ต้องสื่อให้ตรงกับประเด็นของเนื้อหา การเลือกเนื้อหาเขียนข้อความเชิญชวนให้ติดตามข่าวสาร สนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่ ผลงาน ภารกิจ รวมถึงกิจกรรมทุกด้านของเทศบาลเมืองทุ่งสง เพื่อให้ข้อมูลด้านความรู้การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล การรายงานความเคลื่อนไหว การลงพื้นที่พื้นที่เพื่อแก้ปัญหาเร่งด่วนและรายงานความต่อเนื่องการพัฒนาตามโครงการและกิจกรรมเด่นของเทศบาลเมืองทุ่งสง ภารกิจของทีมผู้บริหาร ส่วนราชการ สร้างสรรค์ความสนุก สร้างการมีส่วนร่วมปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันกับสมาชิกเพจอีก 5-6 เพจ หรือผู้เข้าร่วมด้วยกิจกรรมของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายภาคประชาสังคม กลุ่มสมาชิกแฟนเพจเช่นเพจโรงเรียนร้องทุกข์ เพจภาพถ่ายภูมิทัศน์เมือง สร้างสีสันกิจกรรมการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยศิลปะการแสดงพื้นบ้าน บอกเล่าเรื่องราวข่าวสารทันทีรวดเร็ว การจัดการภัยพิบัติน้ำท่วมทันที บอกเล่าการเข้าถึงบริการตรวจรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพที่รวดเร็ว

แผนการผลิตและการใช้ มีทีมเจ้าหน้าที่ 5 - 6 คน ร่วมรับผิดชอบและ 1 คนทำหน้าที่แอดมินหลัก สร้างความแตกต่างด้วยเนื้อหาข้อความ ภาพ เสียง คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก การถ่ายทอดออกอากาศสดตรวจสอบความถูกต้อง โดยเจ้าหน้าที่แอดมินเพจหลัก 1 คน ที่มีความชำนาญทักษะด้านการสื่อสาร ผลิตเองและดูแลกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน จัดทำเนื้อหา แก๊ซ ควบคุมและวิเคราะห์ข้อมูลก่อนเพื่อ “โพสต์” เพจหลักเทศบาลเมืองทุ่งสงทำหน้าที่เผยแพร่ และเพจเครือข่าย 5 - 6 เพจซึ่งมีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดร่วมเผยแพร่ ซึ่งปัจจุบันเฟซบุ๊กเทศบาลเมืองทุ่งสงมียอดผู้เข้าชมในปี 2566 จำนวน 32,000 คน รวมเครือข่ายเพจพันธมิตร กว่า 1,000,000 คน และการประเมินผลการใช้สื่อเฟซบุ๊ก จากการติดตามด้านเนื้อหา การเข้าถึงแบบออร์แกนิกและเพจเครือข่ายจากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด การจัดการความผิดพลาด รวดเร็วทันทีมแอดมินเพจหลักที่มีทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีร่วมสื่อใหม่ในสังคมออนไลน์ การปรับเปลี่ยนเนื้อหาที่ตอบสนองการสื่อสาร มีลูกเล่นสีสันสวยงาม ไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการใช้งานของสมาชิกและผู้ใช้ได้ทุกมิติ แอดมินหลักสร้างการมีส่วนร่วมการสื่อสารแบบโต้ตอบ ตอบปัญหาทันทีและมีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจากเครือข่าย ร่วมอธิบายทุกข้อสงสัย

สรุปแผนการใช้เฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงแผนการใช้เฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง

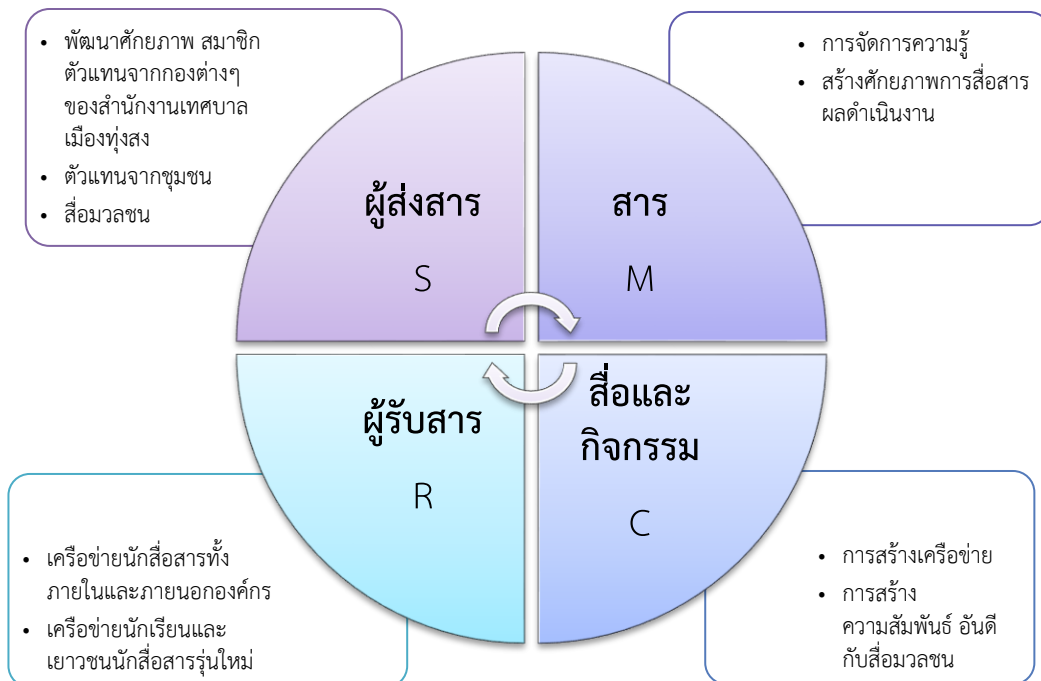
3. แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง พบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ส่งสารโดยมุ่งเน้นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจากเครือข่าย การจัดการสารที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร สร้างสรรค์สื่อและกิจกรรมให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม พัฒนาศักยภาพผู้ส่งสารโดยมุ่งเน้นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด เป็นสมาชิกที่มาจากตัวแทนกองต่าง ๆ ของสำนักงานเทศบาลเมืองทุ่งสง รวมถึงตัวแทนจากชุมชน สื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อมวลชนภูมิภาค พัฒนาทักษะการสื่อสาร ด้วยคุณลักษณะนักสื่อสารที่ดี มีทักษะในการ

ส่งและรับสาร เป็นคนที่เรียนรู้ และติดตามข่าวสารเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน รู้จักการวางแผน มีความพร้อมในการสื่อสาร มีทักษะการพูด ยิ้มแย้มแจ่มใสแสดงความเป็นมิตรทั้งต่อหน้าและลับหลัง สามารถรับมือกับเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้

การจัดการสารที่ตอบสนองความต้องการผู้รับสาร การจัดการความรู้ เพื่อสร้างศักยภาพการสื่อสารผลดำเนินงาน การสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ สร้างสรรค์สื่อและกิจกรรม เพื่อสร้างเครือข่ายกับผู้ที่ทำงานในสายงานเดียวกัน สร้างสรรค์กิจกรรมเปิดช่องทางการดำเนินงานด้านสื่อสารให้สะดวกมากยิ่งขึ้น สร้างความสัมพันธ์ อันดีกับสื่อมวลชน พัฒนาทักษะผู้รับสารที่มีส่วนร่วม ร่วมเป็นเครือข่ายนักสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร การสร้างพลังเครือข่ายชุมชนเมืองทุ่งสงที่เข้มแข็งแบบยั่งยืนใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารสมัยใหม่ให้เกิดผลการรับรู้ ความเข้าใจ การยอมรับ ให้ทุกภาคส่วนในชุมชนเทศบาลเมืองร่วมสร้าง “ทุ่งสงทุ่งสวรรค์ ทุ่งสงสมารถชีวิต”

สรุปแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการสื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษานโยบายการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง 2) เพื่อศึกษาแผนการใช้เพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้รับสาร ในฐานะผู้ทำการสื่อสาร โดยผู้รับสาร เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ทฤษฎีนี้กล่าวว่าคนเราจะแสวงหาสื่อและเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อไปสู่ความพึงพอใจ หรือผลลัพธ์เฉพาะตน นักทฤษฎีด้านการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมองบุคคลเป็นฝ่ายรุก

(active) หรือผู้กระทำมากกว่าเป็นฝ่ายรับ (passive) หรือผู้ถูกกระทำ เนื่องจากผู้ฟัง/ผู้ชมสามารถตรวจสอบและประเมินผลสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการสื่อสาร (Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A., 2008) อภิปรายผลดังนี้

นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ด้วยแนวคิดหลักเพื่อสร้างความร่วมมือการมีส่วนร่วม มีเป้าหมายสร้างทัศนคติที่ดีของผู้เข้าชม แนวทางปฏิบัติเพื่อสร้างเครือข่าย คาดหวังสร้างความเข้มแข็งแบบยั่งยืนของเมือง ในทางปฏิบัติการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง มีการบริหารจัดการประเด็นข่าวสารโดยทีมงานของเทศบาล เช่นเดียวกับการบริหารประเด็นข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ บริหารจัดการประเด็นผ่านการประชุมของศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการประชุมเพื่อกำหนดทิศทางและประเด็นการสื่อสารของสื่อทั้งหมดภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ (สุภานันท์ ฤทธิมนตรี และคณะ , 2566) แนวปฏิบัติในการสร้างเครือข่าย ทำให้การสื่อสารข้อมูลข่าวสารของเทศบาลสามารถกระจายเนื้อหาออกไปในวงกว้าง โดยเครือข่ายบุคคล เครือข่ายสื่อมวลชน เครือข่ายผู้นำในชุมชน และเครือข่ายในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ แนวทางดังกล่าวเช่นเดียวกับ เพจ “วุฒิสภา-สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2562) อธิบายถึงการสร้างเครือข่ายเพื่อแก้ไขปัญหาจากการถูกบิดเบือนข้อมูล ทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิด ส่งผลกระทบต่อองค์กรในวงกว้าง และบุคคลต่าง ๆ ในองค์กร การพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อสื่อสารไปยังมวลชนให้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีช่องทางในการสื่อสาร สอบถาม อธิบายเหตุผลความจำเป็นในการดำเนินงานต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐและนำไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายของตนที่ติดตามรับสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่าง ถูกต้อง รวดเร็วและครบถ้วน

แผนการใช้เฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่ามี 4 แผน ได้แก่ แผนวิเคราะห์ปัญหากลุ่มเป้าหมาย แผนวัตถุประสงค์การใช้ แผนการผลิต แผนการประเมิน การวิเคราะห์กลุ่มสังคมออนไลน์ ที่แสดงความคิดเห็นการได้รับผลกระทบจากปัญหาความเดือดร้อน เช่นเดียวกับแนวคิดของ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อธิบายถึง การวิเคราะห์ประเด็นในสื่อ ต้องวิเคราะห์กระแสความสนใจของสาธารณชน เพื่อให้การสื่อสารประเด็นไปยังสาธารณชนประสบความสำเร็จ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551) แผนวัตถุประสงค์การใช้สื่อเฟซบุ๊ก โดยใช้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและรายงานความเคลื่อนไหวขององค์กร แผนด้านการผลิต ใช้การผลิตสื่อด้วยข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สื่อให้ตรงประเด็น การสร้างความแตกต่าง แผนการประเมินโดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เผยแพร่ ด้วยการแชร์

การวางแผนการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสงเป็นการสื่อสารสองทาง (Two way Communication) นอกจากวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและรายงานความเคลื่อนไหวขององค์กรแล้ว แผนการผลิตมีความสำคัญ แม้ว่าการสื่อสารบนเฟซบุ๊กสามารถสื่อสารข้อความเนื้อหาหรือการใส่ข้อมูลแบบคลิปวิดีโอความยาวตามต้องการได้ แต่การผลิตโดยเน้นเนื้อหาที่สั้น กระชับ เข้าใจง่ายโดยคำนึงถึงผู้อ่านให้สามารถรับข่าวสารและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เป็นวิธีการของการสื่อสารบนเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง เช่นเดียวกับการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (รินดา มะอาลา และคณะ, 2564) ในด้านการดำเนินการเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ด้านเนื้อหา นโยบายของเทศบาล โครงการที่ทางเทศบาลดำเนินการ แผนการที่ได้ทำมาแล้วและกำลังดำเนินการร่วมถึงประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาล ที่มีเนื้อหาน่าสนใจ มีความชัดเจนและความกระชับของเนื้อหา สั้นได้ใจความ และภาพประกอบต้องมีส่วนสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์กับเนื้อหาที่นำเสนอ สื่อที่นำเสนอต้องมีความเหมาะสมกับวัย อาชีพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก ควรออกแบบการใช้สีสดใส สอดใส่ภาพการ์ตูนประกอบได้ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่ ควรใช้ภาพอย่างเหมาะสม ไม่ควรใช้ภาพแบบที่ใช้กับเด็กมาใช้ และรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น ข้อความ คลิปสั้น อินโฟกราฟฟิก (สุภาภรณ์ ศรีดี, 2562)

แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ส่งสารโดยมุ่งเน้นผู้ทรงอิทธิพลจากเครือข่าย สารที่ตอบสนองความต้องการผู้รับสาร สื่อและกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์ และผู้รับสารที่มีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพผู้ส่งสารโดยมุ่งเน้นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจากเครือข่ายกลุ่มเป้าหมาย เป็นนักสื่อสารที่ดี มีทักษะการสื่อสาร เป็นนักสื่อสารที่เรียนรู้ตลอดเวลาเท่าทันโลกและเทคโนโลยี รู้จักการวางแผนและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

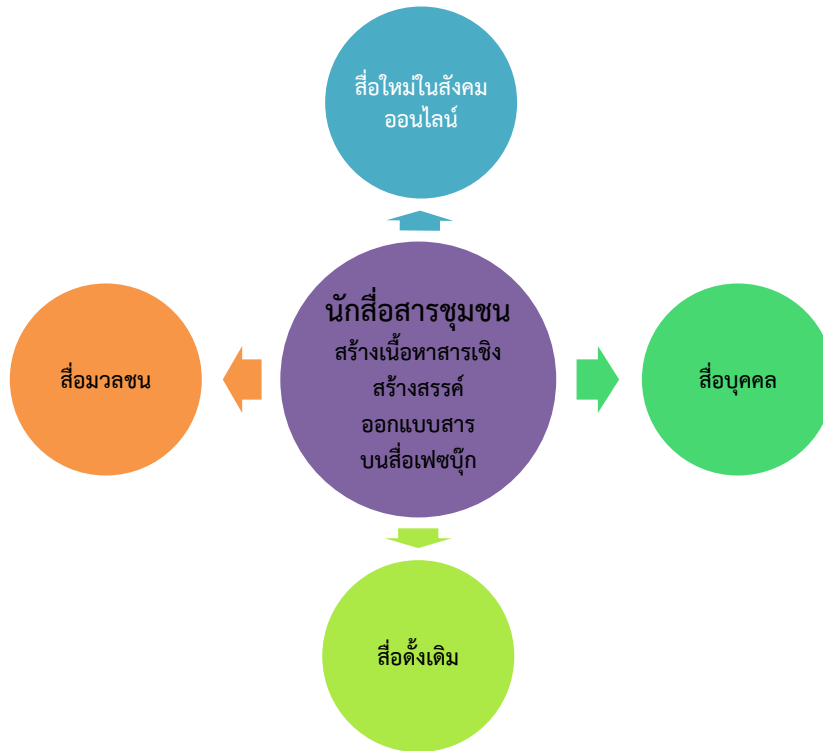
การพัฒนาผู้ส่งสารในฐานะนักสื่อสารของเทศบาลเมืองทุ่งสง ด้วยหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการของบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตัวแทนจากชุมชนต่าง ๆ ทั้ง 22 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสงคือกระบวนการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ สื่อสารด้านความคิดเห็นที่มีต่อบริบทการพัฒนา ผลการดำเนินงานของผู้บริหารหรือผู้นำท้องถิ่น อย่างสอดคล้องกับการแก้ปัญหาและความต้องการของประชาชน พัฒนานักสื่อสารตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักสื่อสารชุมชน สามารถสื่อสารผ่านช่องทางอื่น ๆ ได้

แนวทางการพัฒนาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดตามแบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไรและผู้รับจะรับสารอย่างไร โดยผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2563) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสม และง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ด้านสารการจัดการที่ตอบสนองความต้องการผู้รับสาร การจัดการความรู้ สร้างศักยภาพการสื่อสารผลดำเนินงาน สื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริง เพื่อให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ด้านผู้รับสารที่มีส่วนร่วม พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักสื่อสารชุมชนเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร สร้างพลังสื่อสารร่วมพัฒนาท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง มีแนวทางเช่นเดียวกับการจัดการเพจ วุฒิสภา - สภานิติแห่งชาติ ข้อมูลจาก สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ได้นำเสนอ ความสำเร็จของยอดสมาชิกเพจ วุฒิสภา-สภานิติแห่งชาติ ว่า สังคมออนไลน์ด้วยการใช้เพชบุ๊ก (Facebook) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เกิดจากประเด็นสำคัญ 3 เรื่องได้แก่ 1) การจัดทำเนื้อหาที่น่าสนใจ มีประโยชน์ นำเสนอด้วยรูปแบบใหม่ ทันสมัย ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย การส่งข่าวสารรวดเร็ว มีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้อง 2) การเฝ้าสังเกตและศึกษาพฤติกรรมของคนในสังคม การใช้ข้อมูลสถิติด้านพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ทั่วโลกมาใช้เป็นข้อมูลปฏิบัติการสื่อสารแบบ Two - Way Communication ตอบกลับต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่คนสนใจทันที สื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยใช้มากที่สุดคือ เพชบุ๊ก 3) การพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อสื่อสารไปยังมวลชนให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็วและครบถ้วน (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2562)

องค์ความรู้ใหม่

การบริหารจัดการสื่อเพชบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง การใช้สื่อเพชบุ๊กสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น เป็นการพัฒนาค้น ด้วยองค์ความรู้ และการจัดการองค์ความรู้ด้านการสื่อสาร พัฒนาทักษะนักสื่อสาร นักสื่อสารชุมชน หรือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ผลิตสารเชิงสร้างสรรค์ ออกแบบสารหรือผลิตเนื้อหาสาระบนสื่อเพชบุ๊ก สร้างเครือข่ายการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน และสื่อดั้งเดิม ด้วยพลังสื่อสาร พลังสังคม สร้างพลังร่วมพัฒนาท้องถิ่น



ภาพที่ 4 แผนภูมิที่ได้จากการถอดบทเรียน

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้สรุปได้ว่า 1) นโยบายการใช้สื่อเฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง ได้แก่ 1.1) การสร้างความรู้ความเข้าใจ จากข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น วิสัยทัศน์องค์กร ภารกิจ กิจกรรมและผลงานของเทศบาลเมืองทุ่งสงไปสู่กลุ่มเป้าหมาย 1.2) หลักการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือ ประชาชนต้องรับข่าวสารจากเทศบาลอย่างทั่วถึง 1.3) เป้าหมายการใช้สื่อเฟซบุ๊กคือการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกเพจ ผู้เข้าชมหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง การปลูกจิตสำนึก ร่วมรับผิดชอบสร้างศรัทธาและยอมรับ 1.4) แนวปฏิบัติสร้างเครือข่ายในการใช้สื่อเฟซบุ๊ก คือ ทีมงานของเทศบาลเป็นผู้บริหารจัดการประเด็นข่าวสาร เปิดพื้นที่สร้างเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ฝ่ายบริหาร ฝ่ายข้าราชการการเมืองสภาท้องถิ่น หัวหน้าส่วนราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้าง เครือข่ายร่วมโรงเรียนในสังกัดเทศบาลเมืองทุ่งสง ครู ผู้ปกครอง และนักเรียนที่ใช้สื่อใหม่ในสังคมออนไลน์ให้เกิดการแชร์และการบอกต่อในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต่อเนื่อง 1.5) ความคาดหวังสร้างความเข้มแข็งแบบยั่งยืนของเมือง 2) แผนการใช้เฟซบุ๊กของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 2.1) แผนวิเคราะห์เป้าหมายกลุ่มสังคมออนไลน์ที่มีปัญหาผลกระทบความเดือดร้อนน้ำท่วม ถนน ไฟส่องสว่าง ขยะ 2.2) แผนวัตถุประสงค์และเป้าหมายการใช้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ข้อมูล ความรู้ เผยแพร่ข่าวสาร ภารกิจความเคลื่อนไหวขององค์กร และความบันเทิง 2.3) แผนการผลิตและการใช้ มีทีมเจ้าหน้าที่ 5 - 6 คน ร่วมรับผิดชอบและ 1 คน ทำหน้าที่แอดมินหลัก สร้างความแตกต่างด้วยเนื้อหาข้อความ ภาพ เสียง คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก การถ่ายทอดออกอากาศสด ตรวจสอบความถูกต้อง โดยเจ้าหน้าที่แอดมินเพจหลัก 1 คน ที่มีความชำนาญทักษะด้านการสื่อสาร ผลิตเองและดูแลกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน จัดทำเนื้อหา แก้ไข ควบคุมและวิเคราะห์ข้อมูลก่อนเพื่อ “โพสต์” เพจหลักเทศบาลเมืองทุ่งสงทำหน้าที่เผยแพร่ และเพจเครือข่าย 5 - 6 เพจ ซึ่งมีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดร่วมเผยแพร่ และ 2.4) แผนการประเมินการติดตามด้านเนื้อหาเข้าถึงแบบออร์แกนิกและเพจเครือข่าย

จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด จัดการความผิดพลาด รวดเร็วทันที่เมื่อเดิมนิเทศหลักที่มีทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีร่วมสื่อใหม่ในสังคมออนไลน์ แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุรีของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อเพชบุรีของเทศบาลเมืองทุ่งสง ได้แก่ 3.1) แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ส่งสารโดยมุ่งเน้นผู้ทรงอิทธิพลจากเครือข่าย 3.2) ด้านสารการจัดการที่ตอบสนองความต้องการจากผู้รับสาร การจัดการความรู้ สร้างศักยภาพการสื่อสารผลดำเนินงาน การสื่อสารความคิดเห็น ด้านสื่อและกิจกรรมที่สร้างสรรค์ สร้างเครือข่ายในสายงานเดียวกันรวมถึงร่วมสร้างนักสื่อสารชุมชน สร้างสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพื่อเปิดพื้นที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างกว้างขวาง และด้านผู้รับสารที่มีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพการสื่อสารเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารที่มีทักษะการสื่อสารที่ดี หน่วยงานองค์กรยุคใหม่ควรมีนโยบายการพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรด้านการสื่อสารเพื่อรองรับการเปลี่ยนทางด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง การสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับเนื้อหาที่เผยแพร่บนเพชบุรี ควรมีการสำรวจอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร การจัดการความรู้ด้านการสื่อสาร การผลิตและใช้สื่อเพชบุรีให้สอดคล้องกับผู้รับสารแต่ละกลุ่มเป้าหมายในส่วนของการเสนอแนะ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 1) กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นต้องใช้สื่อ เพชบุรีหรือสื่อใหม่ในสังคมออนไลน์สร้างผู้นำที่มีทักษะด้านการสื่อสารร่วมพัฒนาท้องถิ่น และ 2) สถาบันการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนด้านการสื่อสาร ควรมุ่งเน้นทักษะการใช้สื่อใหม่ในสังคมออนไลน์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียนให้เป็นนักสื่อสารที่เท่าทันโลกยุคดิจิทัล ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ 1) การบริหารจัดการสื่อใหม่สื่อสารทางการเมืองการปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องวางแผนการผลิตและการใช้อย่างสร้างสรรค์ สร้างพลังร่วมชุมชนในท้องถิ่นเพื่อคนในท้องถิ่น ต้องให้ความสำคัญการพัฒนาบุคลากรทั้งในองค์กรและนอกองค์กรโดยเฉพาะภาคประชาชนด้วยองค์ความรู้ด้านการสื่อสารสร้างพลเมืองของท้องถิ่น 2) สื่อบุคคล ในฐานะนักสื่อสารมืออาชีพควรมุ่งเน้นทักษะด้านการสื่อสาร ด้วยแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากเครือข่ายทางความคิดและการสื่อสารร่วมพัฒนาท้องถิ่น ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตรวจสอบและร่วมรับผิดชอบ ในลักษณะพลังการสื่อสาร พลังสังคม พลังการพัฒนา และ 3) ช่องทางการใช้สื่อเพชบุรี สื่อใหม่ที่ทรงพลังและมีข้อจำกัด ควรกำหนดนโยบาย การวางแผนการผลิตการใช้ การจัดการเนื้อหาสาระ กลยุทธ์การออกแบบสารที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่โดดเด่น เข้าถึงง่าย สามารถสร้างเครือข่ายร่วมกับสื่ออื่น ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมสื่อใหม่ในสังคมออนไลน์ที่เกิดประโยชน์สร้างจิตสำนึกที่ดีมีคุณค่าต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2563). แผนพัฒนาดิจิทัล กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2563-2565. เรียกใช้เมื่อ 25 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://www.prd.go.th/th/content/page/index/id/39>
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551). การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รินดา มะอาลา และคณะ. (2564). การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(1), 299-314.
- วิทยาธร ท่อแก้ว. (2562). ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์และความนิยมทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2562). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เพชบุรี (Facebook). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- สุกนันท์ ฤทธิมนตรี และคณะ. (2566). การสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลผ่านสื่อออนไลน์ ในเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(5), 224-240.

- สุภาภรณ์ ศรีดี. (2562). การออกแบบสารและการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช .
- สุรพงษ์ โสณะเสถียร. (2563). ทฤษฎีการสื่อสาร.(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Advertiser Perceptions. (2021). Video ad Spend 2020 & Outlook for 2021. New york: The interactive Advertising Bureau.
- Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A. (2008). Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach. *Communication Quarterly*, 56(1), 87-109.