

รายงานส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การนำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มาใช้เป็นช่องทาง
การรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อัมรินทร์

จัดทำโดย นายกฤษฎากร บุญจูง

ตำแหน่ง เจ้าพนักงานสื่อสารชำนาญงาน

สังกัด ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๔๓
สถาบันพัฒนาทรัพยากรบุคคลกรุงเทพมหานคร
สำนักงาน ก.ก.

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

๑. หัวข้อ การนำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มาใช้เป็นช่องทางการรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อัมรินทร์

๒. ความสำคัญของการศึกษา / ที่มาของการนำเสนอ

กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ที่มีความแตกต่างจากองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่เป็นศูนย์รวมความเจริญในทุกด้าน ทำให้มีประชากรจากทั่วสารทิศเดินทางเข้ามาอาศัยและประกอบอาชีพทั้งเป็นการชั่วคราวและถาวรมากกว่า ๑๐ ล้านคน จึงเป็นหน้าที่ของกรุงเทพมหานครในการดูแลและจัดการปัญหาความเดือดร้อนด้านต่างๆ ให้แก่ประชาชนทุกคนอย่างทั่วถึง ทันทต่อเหตุการณ์เร่งด่วนให้เกิดผลเป็นรูปธรรมได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างมีความสุข นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงได้ประกาศนโยบาย กรุงเทพฯ ๘ ดี (นโยบาย ๘ มิติ) และระยะเวลาการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้เห็นผลงานที่เป็นรูปธรรม มีเป้าหมายการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองน่าอยู่สำหรับทุกคน โดยมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมดี ด้านสุขภาพดี ด้านเดินทางดี ด้านปลอดภัยดี ด้านบริหารจัดการดี ด้านโครงสร้างดี ด้านเศรษฐกิจดี ด้านสร้างสรรค์ดี ด้านเรียนดี การประกาศนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่กล่าวมาข้างต้น ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการสำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) จึงเห็นว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะปัญหาทางกายภาพ เช่น ทางเท้าชำรุด ถนนชำรุด น้ำท่วมขัง ต้นไม้ล้ม ไฟฟ้าส่องสว่างดับตามซอย หรือถนนสายหลัก ขยะตกหล่นบนถนน ขยะสะสม คราบน้ำมันหกบนถนน รถยนต์ รถจักรยานยนต์จอดหรือขับขีบบนทางเท้า และการตั้งวางสิ่งของกีดขวางทางเท้า ฯลฯ มีลักษณะของปัญหาที่ใกล้เคียงกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งความยากของปัญหาเหล่านี้ส่วนหนึ่งอยู่ที่ปริมาณของปัญหาที่มีจำนวนมาก เป็นปัญหาเส้นเลือดฝอยซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร แม้ว่ากรุงเทพมหานครจะมีช่องทางการรับเรื่องร้องทุกข์หลากหลายช่องทาง เช่น สายด่วน ๑๕๕๕ ระบบรับเรื่องร้องทุกข์ทางอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊กศูนย์เรื่องราวร้องทุกข์ กรุงเทพมหานคร / ศูนย์กทม.๑๕๕๕ ทราฟฟิฟองคว์ ฯลฯ แต่ช่องทางเหล่านี้ยังมีข้อดัดขาดในบางมิติ เช่น

- การติดตามและตรวจสอบความคืบหน้าของการแก้ไขยังมีอยู่อย่างจำกัด ปัจจุบันใช้การโทรสอบถาม หรือกรอกข้อมูลตรวจสอบเป็นเรื่องๆ ผ่านหน้าเว็บไซต์

- การขาดการรายงานผลและการแสดงการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนทั่วไปได้รับทราบ โดยปัจจุบันแจ้งเพียงรายงานตัวเลขเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการแล้วเสร็จ ทำให้ประชาชนทั่วไปไม่รับรู้ถึงความคืบหน้าทำให้กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างประชาชนและกรุงเทพมหานคร ไม่สามารถทำได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ฯลฯ

ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใช้บริการจากภาครัฐได้อย่างรวดเร็ว เป็นการอำนวยความสะดวก และสร้างความพึงพอใจ รวมทั้งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชน อันจะส่งผลให้ประชาชนให้ความร่วมมือในการบริหารจัดการเมืองกรุงเทพมหานคร ซึ่งแนวคิดโดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ในการทำงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ฉบับปรับปรุง ด้านที่ ๗ ด้านการสร้างความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการมหานคร ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๗.๕ เทคโนโลยีสารสนเทศ เป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๗๐ สามารถจำแนกเป็น ๒ ประเด็นหลักๆ ดังนี้

(๑) การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภายใน กรุงเทพมหานคร รวมถึงการพัฒนาฐานข้อมูล เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ กรุงเทพมหานคร เพื่อสนับสนุนดำเนินงานและการตัดสินใจของผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และผลักดันให้มีการพัฒนาระบบการให้บริการ e-service และนวัตกรรมทางด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ขับเคลื่อนภารกิจสำคัญเชิงยุทธศาสตร์

(๒) การพัฒนาและปรับปรุงระบบ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้มีความปลอดภัย ทันสมัย และครอบคลุม การดำเนินงานตามภารกิจของหน่วยงานภายใต้สังกัดกรุงเทพมหานครอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เหมาะสมกับภารกิจของการบริหารจัดการเมือง ให้ภาครัฐมีการบริหารจัดการที่ตั้งอยู่บนข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ มีความยืดหยุ่น คล่องตัวสูง นำนวัตกรรม เทคโนโลยี ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลมาใช้ในการบริหาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนโยบายที่ ๕ บริหารจัดการดี ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ เพิ่มความโปร่งใส โดยใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการ

แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ เป็นรูปแบบการสื่อสารสองทาง รวมทั้งการใช้งานแบบเรียลไทม์ รับรู้ข่าวสารก่อนใคร สามารถติดต่อสื่อสารในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการสำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) จึงนำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มาใช้เป็นช่องทางบริการประชาชนในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์สำคัญเร่งด่วนที่เกิดขึ้น โดยการรับเรื่องแล้วติดต่อผ่านวิทยุสื่อสารในการประสานงานการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนกับศูนย์วิทยุภายในหน่วยงานกรุงเทพมหานคร และศูนย์วิทยุหน่วยงานภายนอกกรุงเทพมหานคร เช่น ตำรวจนครบาล ตำรวจจราจร การไฟฟ้านครหลวง การประปานครหลวง ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาซึ่งเป็นบุคลากรของฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) จึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบและแนวทางการนำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มาใช้เป็นช่องทางบริการรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับประชาชนที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร ได้ใช้ชีวิตอย่างปลอดภัย มีความเป็นอยู่ที่ดี มีความสุข และเป็นเมืองที่น่าอยู่สำหรับทุกคน

๓. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อกำหนดรูปแบบและแนวทางการรับเรื่องร้องทุกข์ และประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร รายงานการแก้ไขปัญหาของกรุงเทพมหานคร ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์”
๒. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์”
๓. เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีช่องทางแจ้งเรื่องร้องทุกข์เพิ่มเติม

๔. เป้าหมาย

๑. มีสมาชิกผู้ติดตามแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๐% ต่อปี เริ่มดำเนินการนับตั้งแต่ เดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖
๒. มีการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ภายในระยะเวลา ๑-๓ วัน เมื่อได้รับเรื่องผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์”
๓. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” เมื่อดำเนินการแก้ไขเป็นผลสำเร็จเรียบร้อย

๕. แนวคิด / หลักการที่ใช้ในการศึกษา

แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” สร้างขึ้นเพื่อรับเรื่องร้องทุกข์ และประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ผลการดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องทุกข์ กิจกรรม เหตุสาธารณภัย เหตุอัคคีภัย เหตุการณ์ สำคัญเร่งด่วนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ประชาชนที่ใช้ทวิตเตอร์ สามารถติดตามรับข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกและเชิงรับ เนื่องจากทวิตเตอร์ เป็นการสื่อสารแบบสองทาง คือ สามารถแบ่งปันข้อมูลจากหน่วยงานถึงประชาชนได้โดยตรง ขณะเดียวกันสามารถเปิดรับการกล่าวถึง ความคิดเห็น การโต้ตอบระหว่างหน้าโปรไฟล์ หรือหน้ากระดานข่าว ได้ตลอดเวลา แบบเรียลไทม์ อีกทั้งยังสามารถ เผยแพร่ข้อมูลได้ทั้งแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ

การใช้งานแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ (Twitter) ต้องทำการสมัครสมาชิก โดยใช้อีเมลเป็น ตัวกลางในการสื่อสาร เช่น Yahoo, Mail, Gmail ฯลฯ และสิ่งสำคัญข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการสมัครควร เป็นชื่อจริง ทั้งนี้ เพื่อให้บุคคลอื่นๆ สามารถเข้ามาติดตามคุณได้ว่า "คุณกำลังทำอะไรอยู่" จากนั้นจะมี หน้าต่างแสดงให้เรา ติดตามเพื่อนที่ใช้งาน Twitter ด้วยกัน จะมีหน้าต่าง ที่แนะนำให้ผู้ใช้กดติดตาม บุคคล สิ่งที่น่าสนใจ สื่อต่างๆ และผู้ใช้งานอื่นๆ จากนั้นให้กดปุ่ม "Finish" จะได้รับข้อความส่งมาที่ อีเมลยืนยันตัวตน เพื่อสามารถเริ่มใช้งาน Twitter ได้โดยการเริ่มต้นฝากข้อความ หรือที่เราเรียกว่า "Tweet" ทักทายผู้ใช้งานท่านอื่นๆ ที่หน้ากระดานข่าว โดยสามารถพิมพ์ข้อความได้ไม่เกินครั้งละ ๒๘๐ ตัวอักษร เท่านั้น การใช้ทวิตเตอร์ Twitter ให้เกิดประโยชน์จะเป็นการฝากข้อความสั้นกระชับ สะดวกรวดเร็ว ทำให้เหมาะสำหรับใช้เป็นช่องทางการแจ้งเรื่องร้องทุกข์ และใช้ติดตามข่าวสาร

ประชาสัมพันธ์ การแก้ไขปัญหา เหตุการณ์สำคัญเร่งด่วน ของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งเรื่องที่มีความน่าสนใจจากหน่วยงานภาครัฐที่เป็นประโยชน์ ทวิตเตอร์ มีฟังก์ชันที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

- กระดานข่าว Timeline ที่มีทุกอย่างของสิ่งที่ผู้ใช้กดติดตาม จะแสดงผลในหน้านี้
- หน้าหลัก Profile พื้นที่ส่วนตัวของผู้ใช้แอดเคาททวิตเตอร์
- โปสข้อความ Tweet ประกาศแจ้งรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ให้ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ทราบ
- การกดถูกใจ Like (Favorite) ของ Twitter ไม่ใช่แค่แสดงความถูกใจเท่านั้น แต่เป็นการทำบันทึกไว้ว่าผู้ใช้ชอบอะไร และสามารถกลับไปดูสิ่งนั้นได้
- การรีทวีต Retweet (RT) คือ เป็นการอ้างอิงข้อความ Tweet ของบุคคลอื่น เพื่อไม่ให้สาระสำคัญขาดหายไป จึงต้องเก็บข้อความเอาไว้ด้วย โดยข้อความที่ส่งต่อจะสามารถส่งไปถึงเพื่อนๆ อีกมากมาย ทั้งของผู้ใช้ และเพื่อนของผู้รับด้วย
- การอ้างอิงถึงผู้ใช้ Mention ทวิตเตอร์ไม่มีการแสดงความคิดเห็น Comment แต่มีปุ่มเมนที่ขึ้นที่เอาไว้อ้างอิงถึงผู้ใช้ ซึ่งเจ้าของแอดเคาทจะมองเห็นว่าใครพูดถึงผู้ใช้
- การแจ้งเตือน Notification ใช้เพื่อดูสมาชิกที่มีการรีทวีตเรา และใครเมนที่ขึ้นถึงเราเท่านั้น
- การกดติดตาม Follow มีเพียงสมาชิกทวิตเตอร์ที่สามารถอ่านความเห็นเราและกดติดตามโดยที่เราไม่มีสิทธิปฏิเสธ ยกเว้นจะไปบล็อกสมาชิกผู้นั้น
- สมาชิกติดตาม Follower ซึ่งทุกคนสามารถติดตามใครก็ได้ ยกเว้นเจ้าของแอดเคาทจะบล็อกส่วนคนที่เราติดตามเรียกว่า following บางทีก็ไม่ใช่เพื่อนเช่นกันหรือไม่รู้จักกันเลย
- เครื่องหมายแฮชแท็ก # (hashtag) ในทวิตเตอร์เพื่อใช้ Tweet ข้อความ จะเป็นการติด tag เพื่อให้สะดวกในการค้นหาคำศัพท์นั้นๆ ที่มีคน Tweet ออกไปได้ง่ายขึ้นการใส่ tag #... ในทวิตเตอร์คือคำสั้นๆ หรือ Keyword ซึ่งเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรากำลังนำเสนอ การใส่แท็ก จะใส่เพื่อให้คนอื่นรู้ว่าเรากำลังคุยเรื่องอะไรอยู่ โดยใส่ #ตามเรื่องที่เราตั้งไว้ เวลาจะค้นจาก hashtag ก็จะสามารถค้นได้ว่า ใครพูดถึงเรื่องอะไรบ้าง เช่นคำว่า #ผิวจรรยาจรูรด์ ก็ไปค้นจาก Tag ได้
- ใช้สัญลักษณ์ @ ถ้าคุณต้องการอ้างอิง ให้เครดิต หรืออยากติดต่อกับผู้ใช้ทวิตเตอร์คนอื่นๆ ให้ใส่สัญลักษณ์ @ แล้วตามด้วยชื่อทวิตเตอร์ของบุคคลๆ นั้นไว้ในทวิตของคุณ เช่นคำว่า @ศูนย์อัมรินทร์ ผู้ใช้งานศูนย์อัมรินทร์ก็จะมาติดต่อกับท่าน โดยทันทีเมื่อได้รับการแจ้งเตือน

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้ผู้ใช้ทวิตเตอร์ มีจำนวนสมาชิกติดตามเพิ่มมากขึ้น คือ การสร้างความรู้สึกให้ สมาชิกมีส่วนร่วมโดย “การ ทวิตทุกครั้งควรจะจบด้วยประโยคคำถาม” เพื่อให้สมาชิกเข้ามาอ้างอิงถึงเรา (Mention) กดถูกใจ (Favorite) และแบ่งปัน Retweet (RT) ซึ่งทำให้โพสต์นั้นแสดง

ในหน้ากระดานข่าว Timeline ส่งผลให้มีคนอื่น ๆ เห็นโพสต์ได้มากกว่าปกติ และยังส่งผลให้มีสมาชิกใหม่ติดตาม Follower เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นจุดเด่นในการทำการตลาดทางทวิตเตอร์

การจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง การนำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มาใช้เป็นช่องทางการรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อัมรินทร์ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และนโยบายที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

๕.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรสถาบันกับ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน มีวัตถุประสงค์ คือ

๑) เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมให้สาธารณชนได้รับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสาธาณะนั้นประกอบด้วยสมาชิกขององค์กรและ ประชาชนนอกองค์กร

๒) เพื่อสร้างชื่อเสียง และป้องกันชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์กรเป็นที่ รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง สรรพคุณ โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม

๓) เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน

๕.๒ แนวคิดเรื่องกลยุทธ์เกี่ยวกับสื่อออนไลน์

กลยุทธ์ (Strategy) เป็นวิธีการที่องค์กรเลือกนำมาใช้ในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลไปยังเป้าหมายในอนาคตที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่ประชาชนต่างหันมานิยมใช้สื่อสังคม ออนไลน์หลายประเภทในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเพื่อส่วนตัว สังคมธุรกิจ การงาน ฯลฯ กันมากขึ้น หากขาด กลยุทธ์ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้ว ย่อมทำให้ขาด โอกาสที่จะได้รับผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร มีดังนี้

๑) สร้างทีมผู้รับผิดชอบช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดูแลข้อมูลที่สื่อสารออกไปให้มีความถูกต้อง ครบคลุม

๒) วางแผนให้เหมาะสม ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลการสื่อสารออนไลน์ควรวางแผนให้ชัดเจน เช่น ควรลงเนื้อหา ข้อความอย่างไร ก็ครั้ง เรื่องที่จะสื่อสารออกไปเป็นเรื่องใด ใช้ข้อความแบบใดบ้าง เป็นต้น

๓) สร้างความแตกต่างในแต่ละช่องทางให้เหมาะสม เพราะสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท เช่น Facebook, Twitter, Line เป็นต้น ควรทำการศึกษาและเข้าใจลักษณะเฉพาะของแต่ละช่องทางของ สื่อสังคมออนไลน์เสียก่อน

๔) เฝ้าติดตามประชาชนที่ต้องการจะสื่อสารกับองค์กรอยู่เสมอ

๕) จัดการกับความผิดพลาดที่เกิดขึ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การสะกดคำผิดหรือใช้ภาษาผิด หากเป็นความผิดพลาดร้ายแรง ควรทำการขอโทษอย่างเป็นทางการ เป็นต้น

๖) เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์ ประเมินผล คาดการณ์ เพื่อนำมาปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

๕.๓ แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR)

เรามี ทอมป์สัน ประธาน เจ้าหน้าที่บริหาร Cision and PR Newswire กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล มีแนวคิด ๕ ประการ ดังนี้

(๑) Great Content : ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคอนเทนต์ที่ดี น่าสนใจ โดยเฉพาะในยุคที่มีข่าวล้นหลามเป็นจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคเลือกรับข่าวสารมากขึ้น นักเขียนคอนเทนต์จึงต้องเขียนข่าวที่ตรงประเด็น ไม่เยิ่นเย้อ ใช้มัลติมีเดียประกอบ เช่น การอธิบายในรูปแบบวิดีโอ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟฟิก ทำให้ข่าวน่าดึงดูด เพื่อจะได้เพิ่มจำนวนของการส่งต่อ กดไลค์ หรือการพูดถึง ในออนไลน์ (Earned Media) มากขึ้น

(๒) Distributed Everywhere : การประชาสัมพันธ์ข่าวให้ครบทุกช่องทางที่มี Influencer ที่เหมาะสมกับข่าวหรือคอนเทนต์ที่ต้องการนำเสนอ แต่การประชาสัมพันธ์หลายช่องทางนี้จำเป็นต้องมี ระบบที่เป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อการสร้างแคมเปญโฆษณาที่น่าสนใจ

(๓) Amplified through Social : ใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางที่สำคัญในการโปรโมทข่าวประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายเงินเพื่อโปรโมทแบบลงโฆษณาสปอนเซอร์ (Paid Media) หรือ การลง โปรโมทหน้าเว็บ สินค้าและบริการผ่านเพจขององค์กรเองบนโซเชียลมีเดีย (Owned Media) และการที่ ผู้บริโภค นำชื่อหรือประสบการณ์จากการใช้บริการไปบอกต่อผ่านการแชร์ กดไลค์ หรือ การเขียน รีวิว รีวิว (Earned Media)

(๔) Shared by Influencers : การส่งและเผยแพร่ข่าวไปยัง Influencer หรือผู้ที่สามารถ กระจายข่าวต่อได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อหาข่าว ไม่ว่าจะเป็นตัวกลางประชาสัมพันธ์หรือผู้บริโภคปลายทางก็ตาม จะทำให้ข่าวมีคุณค่ามากขึ้น และสามารถกระจายออกไปได้เร็วยิ่งขึ้นด้วย ทั้งนี้ การหา Influencer ที่ดี จำเป็นต้องมาจากการวางแผนและการกำหนด Paid , Owned และ Earned Media ที่เหมาะสม

(๕) Connected to the Bottom Line : การติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ออกไป โดยใช้สถิติและเทคโนโลยี ว่าสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใด ผ่านช่องทางใดบ้าง เช่น การติดตามจำนวนการคลิกคลิงค์ของกลุ่มบุคคลอายุหนึ่งๆ ยอดดาวน์โหลดบนโทรศัพท์มือถือ ยอดกดไลค์ ยอดแชร์ ฯลฯ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงระหว่างยอดขายและความสำเร็จของข่าวประชาสัมพันธ์

๕.๔ แนวคิดวงจรการบริหารงานแบบ PDCA (Plan - Do - Check - Act)

PDCA เป็นแนวคิดในการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพของการดำเนินงาน ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน คือ วางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบ และปรับปรุง ซึ่งการดำเนินกิจกรรม PDCA อย่างเป็นระบบครบ วงจรและต่อเนื่อง ย่อมส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเพิ่มขึ้น วงจร PDCA ประกอบด้วย

(๑) Plan (การวางแผน) หมายถึง การวางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบ ครอบคลุมถึงการกำหนดหัวข้อที่ต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน อาจประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน Plan การ จัดอันดับความสำคัญของเป้าหมาย กำหนดการดำเนินงาน กำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน กำหนด ผู้รับผิดชอบหรือผู้ดำเนินการและกำหนดงบประมาณที่จะใช้ การเขียนแผนดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนได้ตาม ความเหมาะสมของลักษณะการดำเนินงาน การวางแผนยังช่วยให้เราสามารถคาดการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นใน อนาคต และช่วยลดความสูญเสียต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

(๒) Do (การปฏิบัติตามแผนหรือการดำเนินงาน) หมายถึง การดำเนินการตามแผน อาจประกอบด้วย การมีโครงสร้างรองรับการดำเนินการ มีวิธีการดำเนินการ และมีผลของการดำเนินการ

(๓) Check (การตรวจสอบการปฏิบัติตามแผนหรือการประเมินผล) หมายถึง การประเมินแผนเป็น ทักษะในการรวบรวมข้อมูลของผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับประเด็นตัวบ่งชี้ที่ตั้งไว้ อาจประกอบด้วย การประเมิน โครงสร้างที่รองรับการดำเนินการ การประเมินขั้นตอนการดำเนินงาน และการประเมินผลของ การดำเนินงานตามแผนที่ได้ตั้งไว้ โดยในการประเมินดังกล่าวสามารถทำได้เอง โดยเจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบแผนการดำเนินงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการประเมินตนเอง

(๔) Act (การปรับปรุงแก้ไข) หมายถึง การนำผลการประเมินมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนปรับปรุงการดำเนินงานในครั้งต่อไปให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เช่น สร้างความพึงพอใจให้มากขึ้น ผลงาน ได้รับ ผลสำเร็จ - ยอดกดไลค์ / ยอดทวีต - การรีวิวของประชาชน – ยอดผู้ติดตาม / ความพึงพอใจ - มีการประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย มีปริมาณงานมากขึ้น สร้างความคุ้มค่า หรือสร้างคุณค่าของผลงานให้สูงขึ้น อาจประกอบด้วย การนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ว่ามีโครงสร้าง หรือขั้นตอน

การปฏิบัติงานใดที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และสังเคราะห์รูปแบบการดำเนินการใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการในปีต่อไป

๕.๕ การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีการนำหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร เพื่อกำหนดวิธีการดำเนินการรับเรื่องร้องทุกข์ และการประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้อง กับองค์กรให้มากที่สุด แนวคิดวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หรือ SWOT Analysis ของ Albert Humphrey เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาส และอุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กร พัฒนาไปในทางที่เหมาะสม ประกอบด้วย

(๑) S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

(๒) W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อ บรรลุวัตถุประสงค์ โดยจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหานั้น หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ ไม่ดีเช่น การวางแผนงานขององค์กร ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้แนวคิดทางการตลาด ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ภาพพจน์ดั้งเดิมขององค์กร เป็นต้น

(๓) O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการ ดำเนินการขององค์กร

(๔) T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อม ภายนอก ที่เป็นปัญหาต่อองค์กรบางครั้ง การจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่ง นี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

ผู้จัดทำรายงานได้วิเคราะห์ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม ภายในและภายนอกที่ส่งผลกับการนำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มาใช้เป็นช่องทางการรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อัมรินทร์ ดังนี้

จุดแข็ง Strengths

๑. ผู้บริหารสำนักเทศกิจ มีนโยบายด้านการบริหารจัดการ ส่งเสริม สนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน โดยใช้ทุกช่องทางการติดต่อสื่อสารไปสู่ประชาชน

๒. ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) มีรูปแบบการทำงานเป็นศูนย์สื่อสารกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางด้านการใช้วิทยุสื่อสารในการติดต่อประสานงานกับศูนย์วิทยุหน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอกกรุงเทพมหานครเพื่อความสะดวกรวดเร็ว

๓. ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) มีบุคลากรปฏิบัติหน้าที่ในการรับเรื่องร้องทุกข์ได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

จุดอ่อน (Weaknesses)

๑. ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) ยังไม่มีการกำหนดแนวทางการใช้ทวิตเตอร์ในการรับเรื่องร้องทุกข์และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ชัดเจน

๒. บุคลากรฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) ที่เข้ามาใหม่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานแพลตฟอร์มทวิตเตอร์

๓. รูปแบบการรับเรื่องร้องทุกข์ที่ผ่านมาเป็นการรับเรื่องด้วยโทรศัพท์และโทรสาร หากผู้แจ้งไม่ประสงค์ที่จะให้หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อกลับ ก็จะเกิดปัญหาเมื่อเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบแล้วไม่พบเหตุจึงไม่สามารถติดต่อผู้แจ้งเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้

โอกาส (Opportunities)

๑. ประชาชนกลุ่มที่ชื่นชอบติดตามสื่อที่มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบันมีความรู้ทางเทคโนโลยี และให้ความสนใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ ออนไลน์ ทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถสื่อสาร ข้อมูลไปยังประชาชนได้ง่าย สะดวก รวดเร็วขึ้น เพิ่มการสื่อสารแบบสองทาง

๒. อุปกรณ์ในการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ฯลฯ มีหลากหลายยี่ห้อ หลายราคาส่วนใหญ่มิมีราคาถูกลง ทำให้ประชาชน ทุกกลุ่มสามารถเป็นเจ้าของได้ทำให้โอกาสในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนได้อย่างครอบคลุมทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

๓. ทวิตเตอร์เป็นช่องทางที่เข้าถึงประชาชนที่มีอุปกรณ์ในการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ฯลฯ ได้จากทุกพื้นที่และตลอดเวลา

๔. สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความเกี่ยวข้องต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน ทำให้ประชาชนมีความสนใจติดตามการดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร

อุปสรรค (Threats)

๑. ความสนใจในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนแต่ละ กลุ่มแตกต่างกัน ทำให้การสื่อสารไม่สามารถ ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

๒. ความหลากหลายของโครงสร้างประชากรในกรุงเทพมหานคร ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างไม่ทั่วถึง

๓. สภาพสังคมไทยมักให้ความสนใจในการติดตามข้อมูล ข่าวสาร รูปแบบเดิมไม่เปิดโอกาสใช้ช่องทางออนไลน์อื่นในการเข้าถึงการบริการประชาชนของภาครัฐ

๔. การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรีมีไม่ครอบคลุมและไม่ทั่วถึง

๖. แนวทางการดำเนินการ / ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากการวิเคราะห์ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคแล้วจะเห็นว่าโอกาสคือการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ ตลอดจนมีความพร้อมในการเข้าถึงสื่อออนไลน์และเทคโนโลยีการสื่อสารที่หลากหลาย มีอุปกรณ์ในการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ฯลฯ ทำให้ประชาชนสามารถรับและส่งข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่และตลอดเวลา ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์) จึงได้นำแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการรับเรื่องร้องทุกข์และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ควบคู่กับช่องทางการรับเรื่องอื่นๆ เป็นการเพิ่มโอกาส เพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับประชาชนให้ได้รับความสะดวกและรวดเร็วได้มากขึ้น

๖.๑ แนวทางการดำเนินการ

๖.๑.๑ เสนอผู้บริหารสำนักเทศกิจเพื่อทำหนังสือถึงหน่วยงานสำนักฯ และสำนักงานเขตในการมอบหมายเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงานการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนให้กับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการประสานงาน

๖.๑.๒ ประชุมเพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์แนวทาง ทิศทาง และนโยบายการรับเรื่องร้องทุกข์ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์”

๖.๑.๓ จัดทำแผนและแนวทางในการกระตุ้นให้ประชาชนเข้าชมหรือติดตามการรับเรื่องร้องทุกข์ ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์”

๖.๑.๔ แต่งตั้งผู้ดูแลหลัก (Admin) แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” เพื่อกำกับดูแล และติดตามผลดำเนินการแก้ไข ให้เป็นไปตามกรอบระยะเวลา

๖.๑.๕ จัดตั้งกลุ่มไลน์ผู้ประสานงาน เพื่อสนับสนุนข้อมูลแก่ผู้ดูแลหลัก (Admin) ซึ่ง สมาชิกประกอบด้วยผู้ที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร อย่างน้อย หน่วยงานละ ๑ คน เพื่อเป็นผู้ติดต่อประสานงานเจ้าหน้าที่รับเรื่อง และติดตามผลดำเนินงานแล้วเสร็จ ได้อย่างรวดเร็ว

๖.๑.๖ ดำเนินการตามแนวทางในข้อ ๖.๑.๑ - ๖.๑.๕ ข้างต้น

๖.๑.๗ ประเมินผลการดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์ วัดจำนวนการรับแจ้งเรื่องร้องทุกข์ ผู้ก่อดิตตามการเข้าถึง พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้น และจัดทำรายงาน สรุปผลภาพรวมทั้งโครงการของผลการดำเนินงาน

๖.๒ ระยะเวลาดำเนินการ

ดำเนินการระหว่างเดือนกันยายน ๒๕๖๖ – สิงหาคม ๒๕๖๗

๖.๓ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

- ผู้บริหารของสำนักเทศกิจ
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักเทศกิจ (ศูนย์อัมรินทร์)
- ผู้แทนจากสำนักฯ
- ผู้แทนจากสำนักงานเขต

๗. ประโยชน์จากการศึกษา

๑. มีรูปแบบ แนวทาง และการติดตามงาน การรับเรื่องร้องทุกข์ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” ได้อย่างมีระบบ

๒. ประชาชนมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานกรุงเทพมหานครในการแก้ไขปัญหา เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์

๓. ประชาชนสามารถรับข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เหตุการณ์สำคัญเร่งด่วนที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

๘. งบประมาณ

ไม่ใช้งบประมาณดำเนินการ

๕. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๕.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ระดับผลผลิต (Output) และหรือระดับผลลัพธ์ (Outcome)

ระดับผลผลิต (Output)

- มีสมาชิกติดตามแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” เพิ่มขึ้นมากกว่า ๒๐% ต่อปี
- มีข้อมูลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์” มากกว่า
- มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ เมื่อดำเนินการแก้ไขเรียบร้อยแล้ว

ระดับผลลัพธ์ (Outcome)

- มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาทางกายภาพเพิ่มมากขึ้นในกระดานข่าวทวิตเตอร์
- สมาชิกผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีช่องทางในการแจ้งปัญหาความเดือดร้อนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

๕.๒ วิธีการ / เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและการประเมินผล (สำเร็จ)

- จำนวนสมาชิกผู้ติดตามที่ปรากฏบนหน้าแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ “ศูนย์อัมรินทร์”
- หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับปัญหาเรื่องร้องทุกข์ดำเนินการแก้ไขเป็นผลสำเร็จ
- มีข่าวประชาสัมพันธ์การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์และมีผู้ใช้งานทวิตเตอร์รีทวีตของศูนย์อัมรินทร์

๑๐. ข้อเสนอแนะ

๑๐.๑ ผู้บริหารกรุงเทพมหานครควรบูรณาการรูปแบบการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานครในการร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทุกช่วงเวลาและมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการรับผิดชอบให้มีความชัดเจนต่อการประสานงาน

๑๐.๒ ควรมีการประชุมติดตามการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน โดยแบ่งเป็นพื้นที่แต่ละสำนักงานเขต จำนวนครั้ง และจุดที่ยังเป็นปัญหาอยู่เป็นประจำเพื่อพิจารณาแก้ไขอย่างถาวรและไม่เกิดขึ้นซ้ำอีก

๑๐.๓ หัวหน้าหน่วยงานของกรุงเทพมหานครต้องให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนการแก้ไขปัญหา เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยมอบหมายผู้ประสานงานเพื่อจัดทำกำลังคนและอุปกรณ์ในการออกปฏิบัติหน้าที่ และสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่หน้างานได้ตลอดเวลา กับผู้ดูแลระบบหลัก (Admin) เพื่อนำข้อมูลไปประชาสัมพันธ์ตอบแก่ประชาชนในกรอบระยะเวลาที่กำหนด

ภาคผนวก

ฝ่ายการสื่อสารของกรุงเทพมหานครมีศูนย์วิทยุสื่อสารหน่วยงานต่างๆ ทำหน้าที่ควบคุม
 ข่ายสื่อสารตามภารกิจที่กำหนด การติดต่อประสานงานสื่อสารภายในข่ายจะต้องติดต่อผ่าน
 ศูนย์ควบคุมข่ายสื่อสารซึ่งกรุงเทพมหานครมีสถานี ดังนี้

๑. ศูนย์อัมรินทร์ ฝ่ายการสื่อสาร สำนักงานเลขานุการ สำนักงานเทศกิจ แม่ข่ายควบคุมการ
 ติดต่อสื่อสารกับลูกข่ายศูนย์วิทยุหน่วยงานกรุงเทพมหานคร
๒. ศูนย์เสาวภา ติดต่อประสานงาน ๑๘ สำนักงานเขต เขตดินแดง เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
 เขตพระนคร เขตพระโขนง เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตยานนาวา เขตสัมพันธวงศ์
 เขตคลองเตย เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตบางนา เขตพญาไท
 เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา
๓. ศูนย์อ่อนนุช ติดต่อประสานงาน ๑๗ สำนักงานเขต เขตคันนายาว เขตบางกะปิ
 เขตบางเขน เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตหนองจอก เขตจตุจักร เขตดอนเมือง เขตบึงกุ่ม
 เขตประเวศ เขตลาดพร้าว เขตสวนหลวง เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตสะพานสูง
 เขตวังทองหลาง เขตคลองสามวา
๔. ศูนย์เพชรเกษม ติดต่อประสานงาน ๑๕ สำนักงานเขต เขตบางพลัด เขตธนบุรี
 เขตคลองสาน เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตคลองสาน เขตทวีวัฒนา เขตภาษีเจริญ
 เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตจอมทอง เขตบางบอน เขตราชบุรีบูรณะ
 เขตทุ่งครุ
๕. ศูนย์พระราม สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ติดต่อประสานงานเหตุสาธารณภัย
 และอื่นๆ
๖. ศูนย์ระบายน้ำ สำนักการระบายน้ำ ติดต่อประสานงานข้อมูลสภาพอากาศ น้ำท่วมขัง
 และอื่นๆ
๗. ศูนย์เอราวัณ สำนักการแพทย์ ติดต่อประสานงานช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ รถพยาบาลและอื่นๆ
๘. ศูนย์บพิตร สำนักการจราจรและขนส่ง ติดต่อประสานงานสัญญาณไฟจราจร และอื่นๆ
๙. ศูนย์โยธา ๖๐๑-๖๐๖ สำนักการโยธา ติดต่อประสานงานทางเท้าและถนนชำรุด และอื่นๆ
 หน่วยงานภายนอกกรุงเทพมหานครที่มีการใช้วิทยุสื่อสารเพื่อติดต่อประสานงาน
๑. ศูนย์วิทยุผ่านฟ้า ตำรวจนครบาล ติดต่อประสานงานขยะตกค้าง เส้นทางเสด็จ และอื่นๆ
๒. ศูนย์วิทยุ บก.๐๒ ตำรวจจราจร ติดต่อประสานงานการซ่อมผิวการจราจร และอื่นๆ
๓. ศูนย์วิทยุระบบ การไฟฟ้านครหลวง ติดต่อประสานงานด้านไฟฟ้าดับ และอื่นๆ
๔. ศูนย์วิทยุมูลนิธิ อาสาสมัคร สวพ.๕๑ จส.๑๐๐ ติดต่อประสานงานเรื่องทั่วไป และอื่นๆ