บทที่ 4
ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัททีวีบูรพา กลุ่มชาวนาคุณธรรม เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่ายความมั่นคงทางอาหารเรื่องข้าวของบริษัททีวีบูรพานี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ข้อมูลทั้งหมดได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยวิธีการต่างๆ คือ การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นสองส่วนคือ

1. ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัททีวีบูรพา กลุ่มชาวนาคุณธรรม และเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา
2. การก่อตั้งและการดำเนินงานของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

1. ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัททีวีบูรพา กลุ่มชาวนาคุณธรรม และเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พบข้อมูลเบื้องต้นที่น่าสนใจ เกี่ยวกับเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยพบว่าเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้นมีการทำงานแบบอาศัยพึ่งพิงกัน ในรูปแบบสามเส้า โดยเป็นการทำหน้าที่ร่วมกันระหว่างบริษัททีวีบูรพา กลุ่มชาวนาคุณธรรมและเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องทราบข้อมูลเบื้องต้นของทั้งสามกลุ่มนี้ ผู้วิจัยจะแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

(1) บริษัททีวีบูรพา จำกัด

(2) กลุ่มชาวนาคุณธรรม

(3) เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

(1) บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน มีนาคม พ.ศ. 2545 โดยสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ เป็นองค์กรขนาดกลางที่มีพนักงานประมาณ 150 คน (สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ,รายการโทรทัศน์ "มาดามแมงโก้") โดยบริษัทที่วีบูรพา ก่อตั้งขึ้นบนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า สื่อโทรทัศน์ ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการประกอบธุรกิจ แสวงหาเงินทองเพียงอย่างเดียว แต่ สื่อโทรทัศน์ยังมีความสำคัญต่อสังคมโดยภาพรวม ในแง่ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ ขับเคลื่อน และ ชักจูงโน้มนำสังคม ให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้อย่างดียิ่ง (http://jslglobalmedia.com /th/tv-burabha.asp)

สำหรับรายการโทรทัศน์ของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ที่ผลิตขึ้นนั้น แทบทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นงานสื่อโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นเพื่อมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทางอันเดียวกัน นั่นก็คือ การร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดีงาม ตามเจตนารมณ์ในการก่อเกิดขึ้น ของทีวีบูรพา ไม่ว่าจะเป็นรายการ "คนค้นคน" "กบนอกกะลา" "หลุมดำ" "ผู้มาเยือน" "จุดเปลี่ยน" "แผ่นดินไท" "คิดข้ามเมฆ" และ "กระบี่มือหนึ่ง" (http://jslglobalmedia.com /th/tv-burabha.asp) โดยเฉพาะรายการคนค้นคนและรายการกบนอกกะลา แสดงให้เห็นถึงนิมิตหมายอันดีที่สังคมไทยให้การตอบรับกับรายการประเภทสารคดี เนื่องจากทั้งสองรายการนี้สามารถยืนหยัดอยู่คู่กับผู้ชมมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทที่วีบูรพา

นอกจากรายการโทรทัศน์ที่กล่าวมาแล้ว ทีวีบูรพายังได้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่นิตยสาร ศ. คน นิตยสารรายเดือน โดยมีแนวคิด "จุดไฟชีวิต จุดความคิดผู้คน" และต่อมาได้ผลิตการ์ตูนความรู้จากรายการกบนอกกะลา ในชื่อการ์ตูนกบนอกกะลา นอกจากนั้น ทีวีบูรพาได้จัดตั้งสำนักพิมพ์พิมพ์บูรพา ขึ้นเพื่อผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สร้างสรรค์ ทั้งหนังสือและพ็อคเก็ตบุ๊ก อีกด้วย

บริษัทที่วีบูรพาได้ประกาศจุดยืนในการทำงานสื่อเพื่อสังคม มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 โดยกำหนดสถานะให้ที่วีบูรพาเป็น หน่วยงานสร้างแรงบันดาลใจ และปลูกฝังสำนึกสาธารณะ โดยจะใช้สื่อโทรทัศน์และรายการที่มีอยู่ของบริษัทเป็นเครื่องมือ ทั้งยังมีแนวคิดที่จะสร้างเครือข่ายคนทำสื่อโทรทัศน์เพื่อสังคมในอนาคต ทั้งนี้เพื่อทำให้กลุ่มคนที่ใช้สื่อโทรทัศน์ทำงานเชิงสังคมได้มีพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิด มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างกลุ่มองค์กรของสื่อดี สื่อสร้างสรรค์ที่เข้มแข็งขึ้น มี

คุณภาพมากขึ้น และสามารถอยู่ได้อย่างมีคุณค่า (http://jslglobalmedia.com/th/tv-burabha .asp) ในขณะที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่นี้ (พ.ศ.2555) ยังไม่พบบทบาทการสร้างเครือข่ายคนทำสื่อโทรทัศน์ พบเพียงแต่การสร้างเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาของบริษัททีวีบูรพาเท่านั้น

นอกจากการผลิตสื่อที่รับผิดชอบต่อสังคมแล้ว บริษัททีวีบูรพา ยังได้พาตัวเองเข้าไปส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม คนดี และช่วยเหลือเยียวยาสังคมมาโดยตลอด อาทิ การสนับสนุนการทำค่ายของนักเรียนนักศึกษาในพื้นที่กันดาร การให้ทุนช่วยเหลือเด็กนักเรียนยากจนในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศที่ทีมงานได้เข้าไปพบเห็นจากการทำรายการ รวมทั้งการ ให้ทุนช่วยเหลือระยะยาว แก่คนต้นเรื่องบางรายเพื่อให้รอดพ้นจากปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (http://jslglobal media com/th/tv-burabha .asp)

อย่างไรก็ตาม การทำงานเพื่อสังคมที่แท้จริงตลอดมาและจะดำรงอยู่ตลอดไปของทีวีบูรพาก็คือ การผลิตงานโทรทัศน์ที่สร้างสรรค์ ทำให้สังคมเกิดการเรียนรู้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ชม และไม่ทำร้ายซ้ำเติมสังคม ด้วยการยืนอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า งานโทรทัศน์กับงานเพื่อสังคมไม่ใช่สิ่งที่แยกจากกัน แต่สามารถที่จะทำให้เป็นสิ่งเดียวกันได้ ซึ่งทีวีบูรพาได้ พิสูจน์ให้เห็นจริงตลอดเวลาที่ผ่านมา พนักงานของทีวีบูรพาถูกปลูกฝังให้ผลิตงานทุกชิ้นออกสู่สาธารณะ ดุจเดียวกับการทำงานเพื่อสังคม นั่นก็คือ ต้องคำนึงถึงผู้ชมและผลกระทบต่อ สังคมเป็นลำดับแรกเสมอมา เพราะถือว่างานโทรทัศน์กับงานเพื่อสังคม คือ สิ่งเดียวกันนั่นเอง (www.tvburabha. com)

(2) กลุ่มชาวนาคุณธรรม

กลุ่มชาวนาคุณธรรมหรือกลุ่มข้าวคุณค่าชาวนาคุณธรรม เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มชาวนาเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดยโสธร ในปี พ.ศ.2548 (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) โดยกระจายอยู่ใน จังหวัดยโสธร อำนาจเจริญ มุกดาหาร อุบลราชธานี แต่เดิมมีสมาชิกนำร่อง 100 คน ปัจจุบัน พ.ศ.2556 มีสมาชิก 113 คน (และมีเป้าหมายที่จะขยายกลุ่มสมาชิกไปที่จังหวัด ศรีสะเกษ และร้อยเอ็ด) (ปลูกข้าวในนา ปลูกคุณค่าชีวิต ,2551) ซึ่งกลุ่มชาวนาสามารถ

ติดต่อกันได้ง่าย เนื่องจากมีพื้นที่อยู่ในบริเวณรอยต่อของแต่ละจังหวัด จึงสามารถเดินทางมาร่วมกิจกรรม หรือมาประชุมกันที่มูลนิธิธรรมะร่วมใจ อ.ป่าติ้ว จ.ยโสธร ซึ่งเป็นศูนย์กลางของกลุ่มชาวนาคุณธรรมได้โดยใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง โดยชาวนากลุ่มนี้ได้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และสรุปบทเรียนด้วยกัน จนได้ข้อตกลงร่วมกัน คือ สมาชิกต้องออมกองบุญหนุนเกื้อ ชาวนาต้องปฏิบัติตามหลักศีล ๕ ลด ละ เลิกอบายมุข ไม่ดื่มสุราของมึนเมา ไม่สูบบุหรี่ ไม่เล่นการพนัน และทำการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ที่มีการรับรองมาตรฐาน รวมทั้งเข้าร่วมกลุ่มออมสวัสดิการกองบุญหนุนเกื้อ เพื่อชาวนาได้ปฏิบัติธรรมไปพร้อมๆกับการทำไร่ทำนา เพื่อให้ได้ผลผลิตข้าวอินทรีย์ ไร้สารพิษ บนวิถีของการพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง บนฐานของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและคุณธรรม ซึ่งข้าวอินทรีย์หรือข้าวคุณธรรมนี้ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล(IFOAM) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 นั่นคือได้รับมาตรฐานนี้มาตั้งแต่ก่อนเกิดการรวมตัวของกลุ่มชาวนาคุณธรรมในปี พ.ศ.2548 (http://www.tvburabha. com/tvb/rice/r_k.html)

รูปที่ 4 ภาพแสดงแผนที่จังหวัดของกลุ่มชาวนาคุณธรรม

ภาพจาก http://pirun.ku.ac.th/

การเกิดขึ้นของกลุ่มชาวนาคุณธรรมนั้น มีสาเหตุมาจากความมุ่งหวังของพระครูทักษะรักขิตธัมโม หรือ หลวงพ่อธรรมชาติ อดีตเจ้าอาวาสวัดป่าสวนธรรมร่วมใจ (มรณภาพในปีพ.ศ.

2540) ที่ต้องการให้จิตใจของชาวนาเข้าถึงความสุขในทางธรรมอย่างสอดคล้องและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชีวิต จึงก่อให้เกิดเครือข่ายข้าวคุณธรรม หรือกลุ่มชาวนาคุณธรรมขึ้น เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม มุ่งเน้นคุณค่าในแง่ชีวิตจิตใจและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการผลิตและสร้างรายได้ โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่ "สำนักสงฆ์สวนธรรมร่วมใจ" หรือ "วัดป่าสวนธรรมร่วมใจ" อ.ป่าติ้ว จ.ยโสธร

โดยหลวงพ่อธรรมชาตินั้นมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มชาวนาเป็นอย่างมาก เนื่องจากท่านได้ทำนุบำรุงปรับปรุงสภาวะแวดล้อมในทุกด้านภายในสำนักสงฆ์ และพลิกฟื้นธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์เป็นไปอย่างสมดุลและกลมกลืนกับการปฏิบัติธรรม จนเมื่อปี พ.ศ.2527 หลวงพ่อธรรมชาติได้เริ่มจัดอบรบเผยแพร่การปฏิบัติธรรม รวมไปถึงแนะนำให้ญาติธรรมมาร่วมกันทำนารวม ปลูกถั่ว ปลูกงา พืชผักผลไม้ โดยวิธีธรรมชาติ ไม่ใช้ปุ๋ยและสารเคมีทุกชนิด เป็นการดำเนินกิจกรรมทั้งทางธรรมและการสร้างความมั่นคงทางอาหารบนฐานของมรรค 8 ดังนั้นเพื่อจะให้เกิดความมั่นคงยั่งยืนสืบต่อไปจนถึงรุ่นหลาน ทางวัดจึงได้ร่วมกันคิดหาแนวทางให้ถูกต้องตามกฎหมายบ้านเมือง โดยจัดตั้งองค์กร "มูลนิธิธรรมะร่วมใจ" ขึ้นในปีพ.ศ.2530 (ปลูกข้าวในนา ปลูกคุณค่าชีวิต ,2551)

"มูลนิธิธรรมะร่วมใจ" นี้ มีการทำงานประกอบไปด้วย 5 ส่วนที่สำคัญคือ 1. หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ 2.สถานีวิทยุชุมชน 3.ศูนย์ฝึกอบรมคุณธรรม กสิกรรมไร้สารพิษเศรษฐกิจพอเพียง 4.สวัสดิการกองบุญหนุนเกื้อ และ 5. **โครงการข้าวคุณค่าชาวนาคุณธรรม**

โครงการข้าวคุณค่าชาวนาคุณธรรมนี้เกิดขึ้น ในปี พ.ศ.2548 จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มชาวนาเกษตรอินทรีย์จังหวัดยโสธรกับผู้บริหารสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในเรื่องการแก้ไขปัญหาหนี้สินที่เกิดขึ้นของกลุ่มชาวนา ที่ถึงแม้จะทำนาแบบอินทรีย์แต่ชาวนาก็ยังคงเป็นหนี้สิน รายได้ไม่พอกับรายจ่าย ซึ่งรายจ่ายที่เกิดขึ้นนี้มาจากการดื่มเหล้า สูบบุหรี่ เล่นการพนัน ผลที่เกิดขึ้น คือ โครงการข้าวคุณค่าชาวนาคุณธรรมนี้ได้ดำเนินการต่อยอดการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์แบบมาตรฐานสากล (เกิดขึ้นตั้งแต่ พ.ศ.2538) ที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่จังหวัดยโสธร และได้ข้อสรุปเป็นปฏิญญาชาวนาผู้ปลูกข้าวคุณธรรม คือ

ผู้ที่เข้าร่วมโครงการชาวนาคุณธรรม จะต้องปฏิบัติตามหลักศีล 5 ลด ละ เลิก อบายมุข ไม่ดื่มสุรา หรือของมึนเมา ไม่สูบบุหรี่ ไม่เล่นการพนันทุกชนิด ไม่เกียจคร้านและต้องทำการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ที่มีการรับรองมาตรฐานสากล (ปลูกข้าวในนา ปลูกคุณค่าชีวิต ,2551) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของกลุ่มข้าวคุณธรรม

1) เพื่อพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมของผู้ผลิตและครอบครัว สู่การพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
2) เพื่อพัฒนาระบบการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์อย่างมีคุณธรรม
3) เพื่อพัฒนาระบบการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืนภายในฟาร์มและให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ
4) เพื่อฟื้นฟู รักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยการใช้ทรัพยากรในฟาร์มมาหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด
5) เพื่อรักษาความสมดุลของระบบนิเวศในฟาร์ม และความยั่งยืนของระบบนิเวศโดยรวม
6) ป้องกันและหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม
7) สนับสนุนระบบการผลิตและกระบวนการจัดการทุกขั้นตอน ที่คำนึงถึงหลักมนุษยธรรม ยึดหลักการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว และการแปรรูปที่เป็นวิธีการธรรมชาติ ประหยัดพลังงาน และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

การจะเป็นชาวนาคุณธรรมได้นั้น จะต้องผ่านการประเมินและได้รับการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบศีลของกลุ่ม จึงจะสามารถเข้าร่วมกลุ่มชาวนาคุณธรรมได้ โดยกลุ่มชาวนาคุณธรรมนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มมาตรฐาน คือ

1. **กลุ่มข้าวคุณธรรมเต็มรูปแบบ** คือชาวนาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐาน มกท. (IFOAM) และเข้าสู่ระบบการตรวจศีล โดยกระบวนการของโครงการ คือ ให้ชาวนาตรวจสอบตนเองและจากการตรวจสอบจากผู้ตรวจศีลซึ่งจะเป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ในหมู่บ้าน เป็นระบบที่ใช้ตรวจสอบคุณธรรมของผู้ผลิต และ

2.**กลุ่มข้าวคุณธรรมปรับเปลี่ยน** คือชาวนาที่ยังไม่ได้รับรองข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐาน มกท. (IFOAM) แต่เข้าสู่กระบวนการข้าวคุณธรรมของโครงการฯ

เมื่อชาวนาเข้าสู่กระบวนการกลุ่มชาวนาคุณธรรมแล้ว ก็จะมีการตรวจสอบศีลของชาวนาทุกๆปี โดยจะตรวจสอบศีลอย่างเคร่งครัด แบ่งได้ 3 ระดับ คือ 1.ตรวจสอบโดยแกนนำคนสำคัญ มีทั้งผู้นำกลุ่มชาวนา พระสงฆ์ในชุมชน ผู้ทำหน้าที่สอนเรื่องหลักธรรมให้กับสมาชิกในกลุ่มชาวนา และนักส่งเสริมผู้ทำหน้าที่ประเมินเกษตรกรตามมาตรฐานโครงการ คือ การตรวจที่แปลงนา (ตรวจว่าไม่มีการใช้สารเคมีปนเปื้อนตามที่ตกลงกันไว้หรือไม่) 2. ตรวจสอบในระดับเพื่อนบ้าน (จะช่วยกันตรวจสอบว่ามีการใช้สารปนเปื้อน และมีการละเมิดผิดศีล หรือเปล่า) และสุดท้าย 3.ตรวจศีลที่วัด (การจัดสร้างเวทีให้ความรู้และเสวนาธรรมโดย มีพระคุณเจ้าพรหมมา สุภทฺโธ เจ้าอาวาสวัดป่าสวนธรรมร่วมใจเป็นผู้ตรวจสอบ) (ปลูกข้าวในนา ปลูกคุณค่าชีวิต ,2551)

ในปี พ.ศ. 2549 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้เข้ามาดำเนินโครงการวิจัยการพัฒนาขบวนการสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดยโสธร เพื่อแก้ไขปัญหาการขายข้าวอินทรีย์ของชาวนาได้ในราคาต่ำ (กล่าวคือชาวนาคุณธรรมปลูกข้าวที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากกว่า แต่ได้ราคาขายข้าวเท่ากับข้าวที่ปลูกโดยใช้สารเคมีทั่วไป ตกอยู่ที่ราคาประมาณกิโลกรัมละ 11 – 12 บาท (อดุลย์ โคลนพันธุ์,สัมภาษณ์ , 29 มีนาคม 2556))

อีกทั้งกลุ่มชาวนาคุณธรรมนั้น ปลูกข้าวสายพันธุ์พื้นเมืองซึ่งโรงสีข้าวไม่รับซื้อ เนื่องจากข้าวพันธุ์พื้นเมืองจะมีเมล็ดข้าวที่ยาวสั้นไม่เท่ากัน เมื่อสีออกมาแล้วจะไม่สวย จึงทำให้ขายสู่ตลาดได้ยาก ดังนั้น รศ.จุฑามาศ ภัทราวาท ผู้อำนวยการสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ จึงได้เข้ามาสนับสนุนการพัฒนาแนวคิดของชาวนาคุณธรรม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับข้าวที่ผลิตได้ ด้วยการชูสโลแกนเรื่อง "คุณธรรมของชาวนาผู้ผลิต " เข้ามาเป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาคนและผลผลิตควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์ "ข้าวคุณธรรม" ซึ่งแบรนด์ข้าวคุณธรรมนี้ได้มาจากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มชาวนา ทีมงานและผู้ประสานงานของ รศ.จุฑาทิพย์ เป็นจำนวน 3 ครั้งที่วัดป่าสวนธรรมร่วมใจ อ.ป่าติ้ว จ.ยโสธร จึงได้ข้อสรุปในการแก้ไขปัญหาข้าวอินทรีย์นี้ขึ้นมา โดยมีเจตนารมณ์ที่สำคัญ คือ ต้องการแก้ไขปัญหาการขายข้าวของชาวนาที่ได้ราคาต่ำ เพราะต้อง

อาศัยคนกลางในระบบตลาดเสรี โดยมุ่งหวังให้เกิดการค้าที่ยุติธรรมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ ชาวนาผู้ผลิต ผ่านกระบวนการตลาด จนถึงมือผู้บริโภค จะต้องสร้างความเป็นธรรมให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (ผู้จัดการออนไลน์, 4 มกราคม 2551) และเกิดกระบวนการตลาดที่ดำเนินการโดยโรงสีชุมชนซึ่งเป็นโรงสีของกลุ่มชาวนาคุณธรรม (สร้างจากเงินออมของกลุ่มชาวนาคุณธรรม "กองบุญหนุนเกื้อ") ที่จะทำหน้าที่รวบรวมข้าวเข้าสู่คลังสินค้าที่วัดป่าสวนธรรมร่วมใจ อ.ป่าติ้ว จ.ยโสธร และโรงสีนาโส่ อ.ป่าติ้ว จ.ยโสธร ซึ่งเป็นโรงสีของชุมชน จากนั้นโรงสีก็จะสีข้าวตามแผนการสั่งซื้อของพันธมิตรที่เป็นเอกชน และรับหน้าที่การตลาดตามข้อตกลง นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ในหมู่ชาวนาที่เข้าร่วมโครงการให้มีความรู้เท่าทันและร่วมกันสร้างระบบการผลิตและการค้าข้าวที่จะนำไปสู่ระบบการค้าที่เป็นธรรม fair trade ด้วย และในปัจจุบันกลุ่มชาวนาคุณธรรมก็ยังดำเนินการพัฒนางานวิจัยเรื่องข้าวคุณธรรมในด้านของการติดตามผลของกลุ่มชาวนา ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรอยู่อย่างต่อเนื่อง และกลุ่มชาวนาคุณธรรมยังเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาของบริษัททีวีบูรพา(จะกล่าวในส่วนต่อไป)อีกด้วย

(3) เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2553 โดยสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ประธานกรรมการผู้จัดการบริษัททีวีบูรพา จำกัด โดยมีเจตนารมณ์เพื่อสร้างสรรค์สังคมแห่งการเกื้อกูลกัน ผูกพันระหว่างชาวนากับคนกินข้าว ให้เป็นมากกว่าผู้ผลิตกับผู้บริโภค คนซื้อกับคนขาย แต่ให้เป็นดั่งกัลยาณมิตร ที่คอยประสานความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเป็น "เกลอเมือง" และกลุ่มชาวนาคุณธรรมนั้นเป็น "เกลอทุ่ง" (www.tvburabha.com/tvb/rice) ซึ่งการเป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้นสามารถทำได้ด้วยการซื้อข้าวผูกปี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา สามารถสมัครสมาชิกได้โดยการสั่งซื้อข้าวคุณธรรม โดยไม่ได้มีการแยกเก็บค่าสมาชิกต่างหาก เรียกได้ว่าความเป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาจะเกิดขึ้นทันทีเมื่อสั่งซื้อข้าวคุณธรรม ซึ่งผู้สมัครสามารถเลือกสมัครได้ผ่านช่องทางออนไลน์ หรือจะสมัครกับบริษัททีวีบูรพาโดยตรง (ผ่านการออกบูธเครือข่ายคนกินข้าว

เกื้อกูลชาวนาที่จัดตามห้างสรรพสินค้าต่างๆหรือที่ทำการบริษัททีวีบูรพา) ก็ได้ โดยมีขั้นตอนดังนี้ (เอกสารประกอบการสมัครสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ของบริษัททีวีบูรพา,2556)

ขั้นตอนการสมัครสมาชิก

1. เลือกประเภทข้าวที่ต้องการ พร้อมกับระบุจำนวนปริมาณที่จะบริโภคในแต่ละเดือน รวมทั้งประเภทของสมาชิก

2. ชำระเงินค่าข้าวพร้อมค่าจัดส่งล่วงหน้าทั้งหมด ซึ่งคำนวณตามน้ำหนักของข้าวและระยะทางตามที่กำหนด โดยการโอนเงินมาตามบัญชี

3. ส่งแฟกซ์หรืออีเมล์หลักฐานการชำระเงิน พร้อมใบสมัครสมาชิก (กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบถ้วน) พร้อมแผนที่บ้านหรือสำนักงาน ไปยังบริษัททีวีบูรพา

4. ผู้สมัครจะได้รับการแจ้งยืนยันกลับทางโทรศัพท์หรือทางอีเมล์จากเครือข่ายฯ

5. ผู้สมัครที่ไม่สะดวกในการกรอกข้อมูลด้วยตนเอง สามารถต่อติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อการอำนวยความสะดวกให้ได้

ประเภทของสมาชิก

ประเภทของสมาชิก	ได้รับส่วนลดในการซื้อข้าว
1.สมาชิกประเภท 3 เดือน	ไม่มีส่วนลด
2.สมาชิกประเภท 6 เดือน	10 %
3.สมาชิกประเภท 12 เดือน	15 %

การสมัครสมาชิกในประเภทต่างๆ ผู้สมัครจะต้องคำนวณปริมาณข้าวที่ตนเองจะบริโภคและเลือกชนิดของข้าว รวมถึงการคำนวณราคาทั้งหมดรวมค่าขนส่ง แล้วจึงโอนเงินให้แก่บริษัททีวีบูรพา โดยมีราคาข้าวและค่าขนส่งตามตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงชนิดข้าวและราคาข้าวคุณธรรม

ชนิดของข้าว	ราคาฉลาก ขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม (บาท)	ราคาสมาชิก ประเภท 3 เดือน (บาท)	ราคาสมาชิก ประเภท 6 เดือน (บาท)	ราคาสมาชิก ประเภท 12 เดือน (บาท)
ข้าวกล้องหอมมะลิ 105 อินทรีย์	75.-	75.-	68.-	64.-
ข้าวซ้อมมือหอมมะลิ 105 อินทรีย์	75.-	75.-	68.-	64.-
ข้าวกล้องหอมมะลิเวสสันตะระ อินทรีย์	80.-	80.-	72.-	68.-
ข้าวขัดขาวหอมมะลิ 105 อินทรีย์	80.-	80.-	72.-	68.-
ข้าวกล้องหอมมะลิแดง อินทรีย์	85.	85.	77.-	73.-
ข้าวซ้อมมือหอมมะลิแดง อินทรีย์	85.	85.	77.-	73.-
ข้าวสามพญา อินทรีย์	110.	110.	99.-	94.-
ข้าวฮางหอมมะลิเวสสันตะระ	120.	120.	108.-	102.-
ข้าวฮางหอมมะลิ 105 อินทรีย์	120.	120.	108.-	102.-
ข้าวกล้องหอมนิล อินทรีย์	120.	120.	108.-	102.-
ข้าวฮางหอมมะลิแดง อินทรีย์	125.-	125.-	113.-	106.-
ข้าวฮางหอมนิล อินทรีย์	135.-	135.-	122.-	115.-
ข้าวกล้องพื้นเมือง 150 สายพันธุ์ อินทรีย์	150.-	150.-	135.-	128.-
ข้าวกล้องเหลืองสร้อยทอง อินทรีย์	135.-	135.-	122.-	115.-
ข้าวเหนียวแดงใหญ่ซ้อมมือ อินทรีย์	95.	95.	86.	81.
ข้าวเหนียวกล้องก่ำน้อย อินทรีย์	115.	115.	104.-	98.-

ตารางแสดงค่าขนส่งข้าวคุณธรรมให้แก่สมาชิกในพื้นที่ต่างๆ

น้ำหนักข้าว	เขตพื้นที่	ราคาค่าจัดส่ง/ครั้ง
1-10 กิโลกรัมแรก	กรุงเทพฯและเขตปริมณฑลบางอำเภอ	70 บาท
1-10 กิโลกรัมต่อไป	กรุงเทพฯและเขตปริมณฑลบางอำเภอ	คิดอัตราราคาเหมาจ่าย 50 บาท

1-10 กิโลกรัมแรก	จังหวัดอื่นๆ	120-320 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทาง
กิโลกรัมต่อไป	จังหวัดอื่นๆ	คิดอัตราราคาเหมาจ่ายตั้งแต่ 100-300 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทาง

<u>ตัวอย่างแสดงการสั่งซื้อข้าวคุณธรรม</u>

กรณีสมาชิกประเภท 12 เดือน ในเขตการส่งกรุงเทพฯ

ประเภทข้าว	**ราคาข้าว 1 กก. สำหรับสมาชิกประเภท 12 เดือน**	**ปริมาณการบริโภคข้าว /เดือน**	**จำนวนเงิน/ประเภทข้าว**	**ค่าจัดส่ง**
ข้าวกล้องหอมมะลิ 105	64 บาท	5 กิโลกรัม	64 x 5 = 320 บาท	
ข้าวกล้องหอมนิล	102 บาท	5 กิโลกรัม	102 x 5 = 510 บาท	
รวมราคาค่าข้าว/เดือน			= 320 + 510 = 830 บาท/เดือน X อายุสมาชิก 12 เดือน =9,960 บาท	
ค่าจัดส่ง 1-10 กิโลกรัมแรก ในเขตกรุงเทพฯ				= 70 บาท/เดือน x อายุสมาชิก 12 เดือน = 840 บาท
รวมราคาข้าว+ค่าจัดส่ง = 9,960 บาท + 840 บาท รวมทั้งสิ้น = **<u>10,800 บาท</u>**				

เมื่อครบระยะเวลาในการเป็นสมาชิกแล้ว ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ว่าจะต่ออายุสมาชิกหรือจะยกเลิกการสมัครสมาชิกก็ได้ ซึ่งเงินที่สมาชิกจ่ายให้ชาวนาล่วงหน้าไปก่อนนั้น จะช่วยให้ชาวนามีทุนหมุนเวียนในการทำนาก่อน และช่วยให้ชาวนาลดการกู้ยืมเงินจากธนาคารได้อีกด้วย

โดยบริษัททีวีบูรพาได้กล่าวถึงความสำคัญของการเป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาไว้ในเว็บไซต์ของเครือข่าย (http://www.tvburabha.com/tvb/rice/) ดังนี้

1.เป็นการร่วมขบวนบุญครั้งใหญ่ของสังคมไทย เพราะนี่คือ การซื้อข้าวโดยตรงจากชาวนา โดยไม่ผ่านระบบคนกลาง ชาวนาเป็นผู้กำหนดราคาข้าวด้วยตนเองในราคาที่ยุติธรรม ซึ่งเป็นการเข้าสู่ระบบการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) อย่างเป็นรูปธรรม

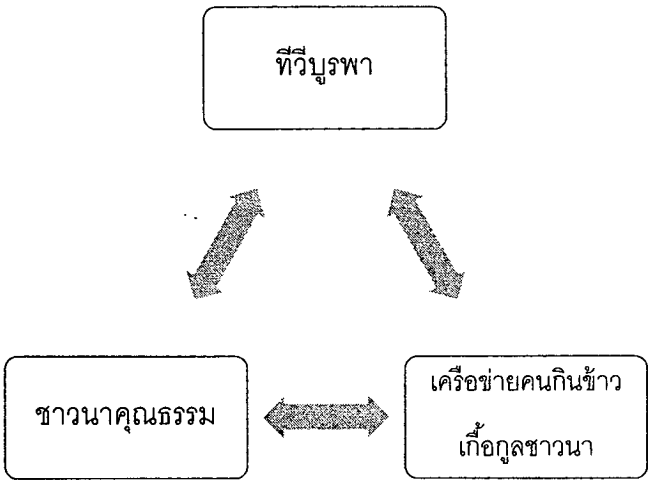
2.ชาวนาสามารถนำเงินที่ได้จากการที่สมาชิกชำระค่าซื้อข้าวล่วงหน้าไปต่อยอดในการทำงานทั้งในส่วนของการขยายและการพัฒนางาน โดยที่ไม่ต้องไปทำการกู้ยืมเงินทั้งในและนอกระบบ

3.สมาชิกได้บริโภคข้าวคุณภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอย่างรู้ที่มา (เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาจะนำสมาชิกลงไปทำกิจกรรมและลงไปดูพื้นที่ปลูกข้าวคุณธรรม ที่ จ.ยโสธร) ในราคาที่สมเหตุผล โดยชาวนาผู้ฟูมฟักข้าวด้วยหัวใจในทุกขั้นตอนการผลิต

4.สมาชิกได้บริโภคข้าวพันธุ์พิเศษที่หาบริโภคได้ยากในท้องตลาด โดยเฉพาะ ข้าว 150 สายพันธุ์ ซึ่งมีผลผลิตจำกัดเพียง 3 ตันต่อปีเท่านั้น โดยเครือข่ายฯจะทำการกันข้าวในส่วนนี้ไว้สำหรับสมาชิกให้มีบริโภคได้ตลอดทั้งปี

2. การก่อตั้งและการดำเนินงานของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

การทำงานของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้นจะมีการทำหน้าที่พึ่งพาอาศัยกันแบบ 3 เส้า ระหว่าง บริษัททีวีบูรพา ชาวนาคุณธรรม และเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นจะมีบทบาทและทำหน้าที่แตกต่างกันไป



รูปที่ 5 แผนภาพแสดงกระบวนการดำเนินงานแบบ "สามเส้า" ของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

โดยผู้ที่ทำหน้าที่หลักในเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานี้คือ บริษัททีวีบูรพา ซึ่งการทำหน้าที่ในการก่อตั้งและสานต่อเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานี้ สอดคล้องกับการทำหน้าที่ตามจุดยืนในการทำงานเพื่อสังคมของบริษัททีวีบูรพา ที่อยู่ในยุคของการเน้นการเป็นองค์กรเพื่อสังคม เป็นสื่อรับใช้ โน้มนำสังคม โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของสุชาทิพย์ ทิพย์บำรุง (2552) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของรายการทีวีบูรพาในแต่ละช่วงยุคสมัย โดยการวิเคราะห์การสื่อสารผ่านรายการของบริษัททีวีบูรพา สามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุค คือ

ยุคที่ 1 (พ.ศ.2545 - 2547) เป็นยุคที่เน้นการสื่อสารผ่านตัวรายการให้เห็นวิธีการทำงานที่ทุ่มเท เพื่อสร้างการยอมรับในกลุ่มผู้ชม โดยวิธีการนำเสนอที่แตกต่าง ทำให้เกิดกระแสการตอบรับที่กว้างขวาง เรียกได้ว่าเป็นยุคเรียกผู้ชม ให้สนหันมาสนใจรายการสารคดี ก็ว่าได้

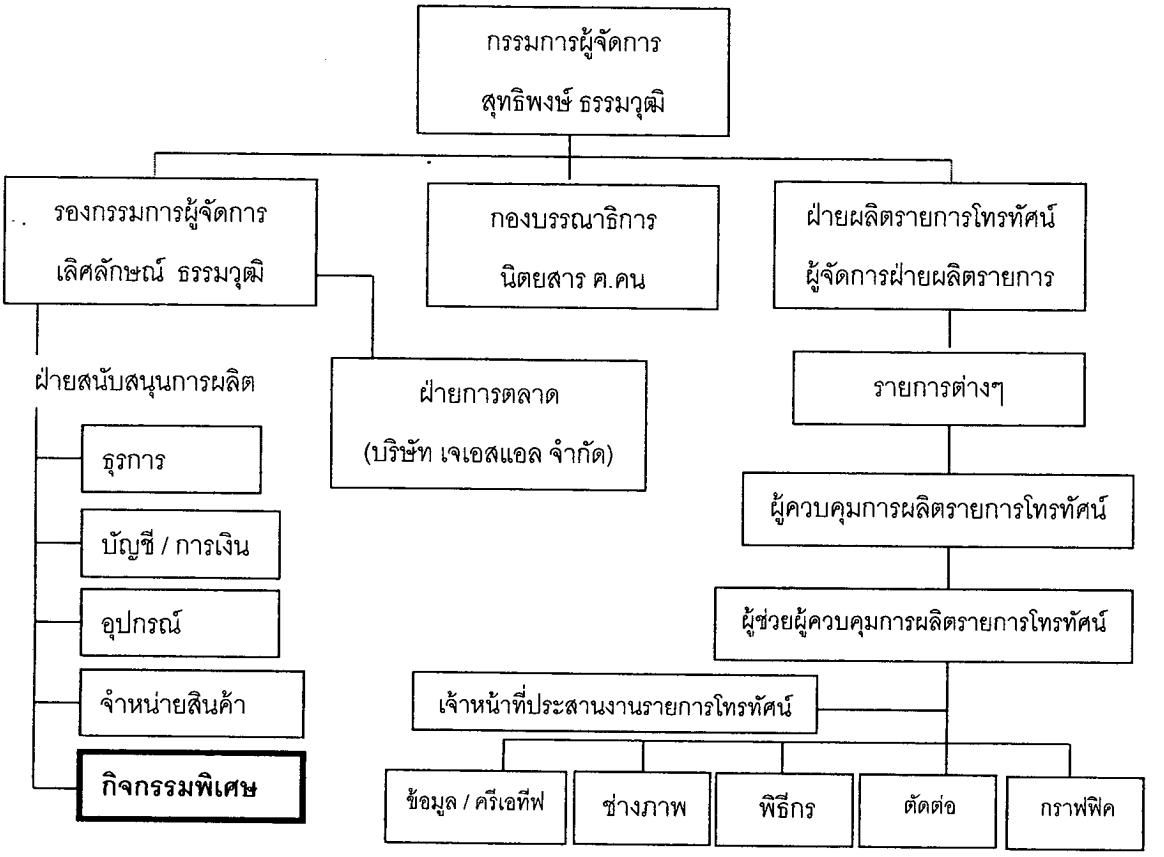
ยุคที่ 2 (พ.ศ.2546 - 2547) ยุคการสื่อสารผ่านตัวรายการโดยนำเสนอแบบเรียนชีวิต เมื่อรายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้องค์กรปรับวิธีการสื่อสารผ่านตัวรายการมาเป็นการเสนอเนื้อหาแบบเรียนชีวิต เพื่อให้เกิดข้อคิดกับสังคม ด้วยการนำเสนอสารคดีแบบกึ่งละคร ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมและทำให้ตัวรายการมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์โดดเด่นเรื่องความคิดสร้างสรรค์และได้รับความศรัทธาจากการทำงานที่คำนึงถึงสังคม

ยุคที่ 3 (พ.ศ.2547 - 2550) เป็นยุคที่ทีวีบูรพา สื่อสารผ่านรายการโดยการแสดงบทบาทของการเป็น "สื่อที่ให้ความรู้และระดมพลังทางสังคม" โดยการเสนอเนื้อหาความรู้เรื่องใกล้ตัว ในรูปแบบของการต่อยอดความรู้ หรือตามหาความรู้ทีละขั้น ในขณะเดียวกันก็ยังคงบทบาทของการเป็นสื่อสะท้อนปัญหาสังคมโดยมุ่งสร้างความเข้าใจร่วมกันของคนในสังคม พร้อมเสนอแนวทางแก้ไข ซึ่งในยุคนี้สะท้อนให้เห็นว่าบริษัททีวีบูรพา เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ซึ่งสามารถอธิบายเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

ยุคที่ 4 (พ.ศ.2550 – ปัจจุบัน) เป็นการสื่อสารที่เน้นการเป็นองค์กรที่ทำงานเพื่อสังคม ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของบริษัทกลายเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการทำงานที่หลากหลาย และผลิตสื่อสาระเพื่อระดมพลังสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดเครือข่ายผู้ชมในส่วนต่างๆของสังคม

จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การทำงานของบริษัททีวีบูรพาในพ.ศ.2555 นี้ ยังคงมีแนวทางชัดเจนในเรื่องของการช่วยเหลือสังคม ซึ่งอยู่ในยุคที่ 4 ของบริษัททีวีบูรพา โดยบทบาทในยุคนี้ที่เห็นเด่นชัดคือ **การก่อตั้งและสานต่อเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา** นั่นเอง

ในการดำเนินการของบริษัททีวีบูรพานั้น จะมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบไปในแต่ละส่วน ซึ่งส่วนที่สำคัญของบริษัท คือฝ่ายการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่บริษัท โดยมีโครงสร้างการบริหารงานประกอบด้วยฝ่ายต่างๆดังรูปต่อไปนี้ (เกรียงไกร กลิ่นศรีสุข,2551)



รูปที่ 5 โครงสร้างการบริหารงานของบริษัทที่วีบูรพา
(เกรียงไกร กลิ่นศรีสุข, 2551)

การทำงานของบริษัทที่วีบูรพานั้นจะมีความชัดเจนในเรื่องของการแบ่งงาน โดยโครงสร้างการบริหารงานจะเป็นแบบแนวระนาบ แต่ละส่วนจะมีการบริหารจัดการอย่างเป็นอิสระ โดยเฉพาะฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (เกรียงไกร กลิ่นศรีสุข,2551) และผู้ที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาโดยตรงก็คือ แผนกกิจกรรมพิเศษที่อยู่ในฝ่ายสนับสนุนการผลิต

แผนกกิจกรรมพิเศษนี้จะมีพนักงานดูแลรับผิดชอบ จำนวน 4 คน และมีหน้าที่ในการดูแลการจัดอีเวนท์ของบริษัท การจัดกิจกรรมส่งเสริมรายการ และ ดูแลการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของบริษัท ซึ่ง "เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา" นั้นก็เป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของบริษัทที่วีบูรพา ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการทำงานของแผนกกิจกรรมพิเศษในตอนต่อจากนี้

กำเนิดเครือข่าย

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้นเกิดจากการก่อตั้ง โดยสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ประธานกรรมการผู้จัดการ บริษัททีวีบูรพา จำกัด โดยเกิดจากการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำรายการคนค้นคน ตอน ตุ๊หล่าง เด็กหนุ่มเลือดชาวนา และได้พบกับกลุ่มชาวนาคุณธรรม ที่ถือศีล 5 และไม่ได้ข้องเกี่ยวกับอบายมุข แต่ก็ยังต้องประสบกับปัญหาการมีหนี้สิน ที่เกิดจากการบริหารจัดการเรื่องการขายข้าวอินทรีย์ ที่มีปัญหาในเรื่องของช่องทางการจำหน่าย ทำให้เงินที่ขายข้าวนั้นไม่พอจ่ายให้กับกลุ่มชาวนาทุกคน จึงทำให้เกิดความสนใจที่จะช่วยเหลือชาวนาคุณธรรมกลุ่มนี้

> ...สิ่งที่เป็นแรงผลักให้ผมอยากทำอะไรบางอย่างในวันนั้น มาจากความประทับใจในความคิดความอ่านและความตั้งใจของเด็กหนุ่มชาวนาคนหนึ่ง ซึ่งบังเอิญการงานพาให้ผมได้มาพบและรับรู้ความจริงหลังฉากอันเป็นโศกนาฏกรรมซ้ำซากของชาวนาไทย...พูดง่ายเข้าก็คือ ผมอยากช่วยให้ครอบครัวของเขาเป็นอิสระจากหนี้สิน... (สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ,2555)

ในการให้ความช่วยเหลือชาวนานี้ แรกเริ่มนั้นบริษัททีวีบูรพาคิดว่าจะให้ความช่วยเหลือในการเป็นตัวแทนจำหน่ายข้าว แต่พบว่าการเป็นตัวแทนขายข้าวนั้นเป็นการช่วยเหลือชาวนาในระยะสั้น เพราะถ้าหากบริษัททีวีบูรพา หันมาเป็นตัวแทนจำหน่าย ก็จะสามารถขายข้าวให้หมดได้ภายในระยะเวลารวดเร็ว เนื่องจากบริษัททีวีบูรพาเป็นสื่อมวลชนที่มีช่องทางการสื่อสารเป็นของตนเองอยู่แล้ว ทั้งสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร จึงทำให้การขายข้าวเป็นเรื่องง่าย

แต่สำหรับข้าวคุณธรรม ที่ปลูกโดยกลุ่มชาวนาคุณธรรมที่ "รักษาศีล 5" นั้นเป็นสิ่งที่คนส่วนน้อยจะทราบถึงข้อมูลนี้ เนื่องจากการนำเสนอข่าว หรือการนำเสนอภาพชาวนาหรือเกษตรกรในประเทศไทยเกี่ยวกับชาวนานั้น ส่วนใหญ่จะแสดงให้เห็นว่า ชาวนาชอบดื่มเหล้า เล่นการพนัน ไม่รู้จักอดออม จึงทำให้จน เช่น โฆษณาจน เครียด กินเหล้า เป็นต้น แต่กลุ่มชาวนาคุณธรรมเป็นกลุ่มชาวนาที่แตกต่างจากกลุ่มชาวนาทั่วไป ดังที่สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิกล่าวไว้ ดังนี้

> "ชาวนาคุณธรรม (อย่างน้อยก็จำนวนหนึ่ง) เป็นกลุ่มชาวนาที่มีความแตกต่างจากชาวนาส่วนใหญ่ของประเทศ ตรงที่พวกเขาไม่ได้เท่าทันแค่ความจริง

ที่ห่อหุ้มอาชีพชาวนาอยู่ แต่พวกเขามองเห็นความจริงของโลกและชีวิต พวกเขามีความรัก ความภาคภูมิใจในอาชีพชาวนา พวกเขาเป็นชาวนาที่มีฉันทะในการทำนา และไม่เคยคิดที่จะทิ้งผืนนาไปทำอาชีพอื่น พวกเขาเป็นชาวนาที่อยู่กับนา เห็นคุณค่าของข้าว บูชาแม่โพสพ พวกเขาเชื่อว่าอาหารเป็นหนึ่งในโลก ข้าวเปลือกเป็นทรัพย์อย่างยิ่ง ความปรารถนาของพวกเขาคือทำท้องนาให้เป็นสรวงสวรรค์" (สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ,2555)

ด้วยเหตุนี้เองผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า หากบริษัททีวีบูรพามีรูปแบบการให้ความช่วยเหลือชาวนาที่นอกเหนือจากการเป็นตัวแทนขายข้าวเพียงอย่างเดียวแล้ว ก็จะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งกลุ่มชาวนาและบริษัททีวีบูรพาได้มากขึ้น

ดังนั้นในปี พ.ศ.2553 สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิจึงได้คิดที่จะก่อตั้งเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาขึ้น โดยได้ปรึกษากับทีมงานของบริษัททีวีบูรพา นั่นคือ แผนกกิจกรรมพิเศษ ถึงการก่อตั้งเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา โดยให้ทีมงานไปพบและพูดคุย ประสานงานกับกลุ่มชาวนาอย่างต่อเนื่องและใช้ระยะเวลาพอควร จึงทำให้กลุ่มชาวนา ตกลงใจรับความช่วยเหลือ โดยเริ่มต้นจากการเยียวยา หนี้สินของกลุ่มชาวนาที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืมเงินจากธนาคาร เพื่อนำมาใช้หมุนเวียนเป็นทุนในการปลูกข้าว และซื้อข้าวจากสมาชิกเพื่อมาเก็บไว้ในยุ้งฉาง ซึ่งทางบริษัททีวีบูรพาให้กลุ่มชาวนาคุณธรรมยืมเงินล่วงหน้าจำนวนห้าแสนบาท และทำสัญญาตกลงกัน

"ด้วยความที่อยากจะช่วยก็ไม่รู้จะช่วยยังไง ตอนแรกก็มองเรื่องต้นทุนกำไร แพคเกจ การโฆษณา กระจายสินค้า แต่ปรากฏว่าพอไปนั่งทบทวนแล้ว ตัวเงินที่จะกลับมาโดยเฉพาะเมื่อไม่ได้เป็นของใหญ่ เงินที่จะกลับมาจากการขายข้าวนั้นไม่กี่พัน อย่างดีก็หลักหมื่น ผมตกผลึกเลยว่าปัญหาไม่ได้ถูกแก้ ถ้าจะแก้ต้องแก้ตามหลักพระพุทธศาสนา ทุกข์ สมุทัย ต้องกลับไปแก้ที่เหตุ เหตุมีทั้งที่เราแก้ได้กับแก้ไม่ได้ ผมก็เลยมาดูที่เหตุที่ผมพอทำได้ คือ หนี้สินเก่าที่ยังดิ้นไม่หลุดดอกเบี้ยร้อยละ 6 คือถ้าแกนนำไม่สามารถจะซื้อข้าวมาไว้ที่กลุ่มได้ กลุ่มก็จะล่มสลาย กลุ่มยังไม่เหนียวแน่น มันทำให้กลุ่มไม่สามารถจะรวมกลุ่มได้ เหมือนมี

แผลอยู่ ก็ต้องห้ามเลือดก่อน ผมก็เลยคิดว่าทำยังไงว่าไม่ให้มีหนี้กับธนาคารก่อน" (สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ, 10 พฤศจิกายน 2555)

เหตุการณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า การที่บริษัททีวีบูรพาให้ชาวนายืมเงินนั้นแสดงให้เห็นถึงการให้ความเชื่อใจของบริษัททีวีบูรพาที่มีต่อกลุ่มชาวนาคุณธรรม เรียกได้ว่าเป็นการซื้อใจซึ่งกันและกัน และแสดงให้เห็นถึงความเป็นชาวนาคุณธรรมที่มีความซื่อสัตย์ ที่ยืมเงินจากบริษัทไปและสามารถส่งใช้คืนได้ครบตามจำนวน ซึ่งเรื่องผู้วิจัยเห็นว่าสามารถนำมาใช้รับประกันให้แก่ผู้บริโภคได้ว่า ถึงแม้จะจ่ายเงินซื้อข้าวล่วงหน้าไปก่อน ก็มั่นใจได้ว่าจะได้รับข้าวที่ไว้อย่างแน่นอน

เมื่อสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิได้พูดคุยและประชุมกับทีมงานคือแผนกกิจกรรมพิเศษแล้ว การเริ่มต้นของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาจึงเกิดขึ้น ซึ่งการก่อตั้งเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานี้ก็เป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท (CSR)

"ด้วยภาพรวม พี่เช็คคิดว่าเรามาสร้างเครือข่าย เราอยากให้คนนึกถึงทีวีบูรพานึกถึงอะไร ตอนนี้ก็อยากให้นึกถึงเรื่องข้าว กินข้าวอย่างรู้ที่มา กินข้าวอย่างรู้แจ้ง คล้ายๆ กับที่พูดถึง SCG แล้วนึกถึงเรื่องฝาย พูดถึง ปตท. แล้วนึกเรื่องต้นน้ำ พี่เช็คก็ให้นโยบายมาแบบนี้ เราก็ไปพูดคุยกับกลุ่มชาวนาว่าเป็นอะไรยัง เราก็เลยช่วยทำการตลาดให้ชาวนากลุ่มนี้ เลยเกิดเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาขึ้น" (จริยา พุ่มเสือ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2556)

สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

ในฐานะที่บริษัททีวีบูรพาเป็นสื่อมวลชนที่ผลิตรายการโทรทัศน์มากว่า 10 ปี ทำให้บริษัททีวีบูรพามีฐานแฟนรายการเดิม (ที่มีการเก็บข้อมูลสมาชิก)อยู่กว่า 700 คน ซึ่งกลุ่มแฟนรายการเหล่านี้ เป็นแฟนกลุ่มแรกที่บริษัททีวีบูรพาชักชวนให้เข้ามาร่วมเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าบริษัททีวีบูรพามีความสามารถในการสลับบทบาทหน้าที่ของแฟนรายการจากการเป็นสมาชิกของบริษัททีวีบูรพา มาเป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

สำหรับช่องทางการหาสมาชิกของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้น สามารถแบ่งได้ 3 ช่องทาง ดังนี้

(1) จากแฟนรายการเดิม

(2) จากกลุ่มผู้ปกครอง

(3) จากการออกบูธ

(1) จากแฟนรายการเดิม

ในการเป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้น สมาชิกจะต้องซื้อข้าวแบบผูกเดือนหรือผูกปี (ประกอบไปด้วยราย 3 เดือน 6เดือน และ 1 ปี ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในข้อมูลเบื้องต้น) ซึ่งการจ่ายเงินก่อนได้ข้าวทีหลังนั้น เป็นสิ่งที่คนไทยไม่คุ้นชิน ดังนั้นจึงทำให้มีแฟนรายการเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ตัดสินใจสมัครเข้าร่วมเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

> "เดิมทีเรามีแฟนรายการอยู่แล้ว คือกลุ่ม ศนคอเดียวกัน เดิมรับสมัครสมาชิกมีประมาณ 700 คน แล้วก็จะมีวารสารอัพเดทระหว่างกัน แต่ด้วยเศรษฐกิจที่ค่ากระดาษแพงขึ้น ต้นทุน 100 บาท เดิมมันก็ไม่พออยู่แล้ว เลยต้องจบไป ตอนตั้งเครือข่าย เราก็พีอาร์ไปในกลุ่มศนคอเดียวกัน ว่าเราจะไปคุยไปเจอกับชาวนา สนใจกินข้าวอินทรีย์ไหม จ่ายตังค์ก่อน ก็จะมีสมาชิกบางรายที่สนใจก็จะสมัคร เพราะการซื้อข้าวผูกปีมันไม่ใช่ความคิดของคนไทยนะ นอกจากจะสนใจจริงๆ" (จริยา พุ่มเสือ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2556)

(2) จากกลุ่มผู้ปกครอง

หลังจากได้สมาชิกที่เป็นแฟนรายการแต่เดิมแล้ว บริษัททีวีบูรพาก็ได้นำแนวคิดการตั้งเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานี้ไปเผยแพร่ให้กับกลุ่มผู้ปกครองโรงเรียนทอสี โรงเรียนปัญญาประทีป และโรงเรียนรุ่งอรุณ อีกด้วย ด้วยการเข้าไปติดต่อที่โรงเรียนโดยตรง ว่าบริษัททีวีบูรพาจะขอจัดกิจกรรมในการสร้างเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ดี เนื่องจากมี

ผู้ปกครองให้ความสนใจและมาสมัครเป็นสมาชิกทันที คุณบงกช ภูษาธร หัวหน้าโครงการเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาของบริษัททีวีบูรพา ได้กล่าวถึงกระบวนการหาสมาชิกว่า

> " ตอนที่เริ่มกระบวนการหาสมาชิก ตอนนั้นพี่เช็คก็ติดต่อไปทางโรงเรียนทอสี โรงเรียนปัญญาประทีป และโรงเรียนรุ่งอรุณ ซึ่งเขาเป็นโรงเรียนวิถีพุทธ เพื่อขอความร่วมมือในการพูดคุยเรื่องข้าว ตอนนั้นก็พาตุ๊หล่างไปพูดให้ผู้ปกครองฟังด้วย ผู้ปกครองก็สนใจกันมากและสมัครสมาชิกกันตอนนั้นเลย ซึ่งตอนนี้สมาชิกกลุ่มนี้ก็ยังคงอยู่" (บงกช ภูษาธร, สัมภาษณ์,10 มีนาคม2556)

(3) จากการออกบูธ

และช่องทางที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งของการเพิ่มจำนวนสมาชิก คือ การออกบูธ ตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งช่องทางนี้ถือเป็นช่องทางที่ทำให้บริษัททีวีบูรพา สามารถเผยแพร่ความคิด ความตั้งใจ เป้าหมายของการตั้งเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาสู่ผู้บริโภคได้โดยตรง อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาไปในตัวอีกด้วย

> "สมาชิกที่เพิ่มขึ้นก็จะมาจากการออกบูธ คนจะสนใจเพราะเราได้พูด ได้อธิบายให้เขาฟัง เขาจะเข้าใจในสิ่งที่เราต้องการสื่อ เวลาขายข้าวที่บูธ พี่ก็จะพูดคุยกับลูกค้า ถามไถ่ถึงเรื่องสุขภาพ ว่าเขามีโรคประจำตัวอะไรไหม แล้วเราก็จะแนะนำให้ทานข้าวตามสายพันธุ์ที่เหมาะสม เพราะข้าวบางชนิด เช่น ข้าวฮางไม่เหมาะกับคนที่เป็นเบาหวาน หรือข้าวที่มีมากเกินไปก็ไม่ดี เวลากินมากๆจะร้อนใน เราใช้ความจริงใจในการสื่อสาร" (ปัญญพัส จันทผา ,สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2555)

ปัจจุบัน (พ.ศ.2555) เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนามีสมาชิกประมาณ 100 คน ซึ่งในแต่ละปีจะมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันไป แต่ก็ยังมีสมาชิกคงระดับอยู่ที่ประมาณ 100 คน เสมอ ซึ่งคุณบงกช ภูษาธร หัวหน้าโครงการเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาของบริษัททีวีบูรพา ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกว่า

"สมาชิกของเครือข่ายคนกินข้าวฯที่เกื้อกูลเรา จะมีจำนวนไม่นิ่งค่ะ แต่ก็ร้อยคนขึ้นไป สมาชิกบางคนที่หายไปก็จะเป็นเพราะกินข้าวไม่ทันเลยหยุดสั่งไปก่อน แต่เดี๋ยวพอข้าวหมด เขาก็จะกลับมาต่ออายุสมาชิกใหม่" (บงกช ภูษาธร, สัมภาษณ์ ,10 มีนาคม 2556)

การดำเนินงานของเครือข่าย

ในขณะที่เครือข่ายเริ่มก่อตั้งและเริ่มมีสมาชิกนั้น บริษัททีวีบูรพาก็ได้เดินหน้าในเรื่องของการจำหน่ายข้าวคุณธรรมและจัดกิจกรรมเพื่อรองรับสมาชิกไปพร้อมๆกันด้วย ซึ่งในการดำเนินงานของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา จะมีการทำงานกันแบบ 3 เส้า จาก 3 กลุ่มประกอบไปด้วย บริษัททีวีบูรพา กลุ่มชาวนาคุณธรรม และเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ดังที่กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ โดยแบ่งการดำเนินงานได้ออกเป็นสองส่วน คือ

(1) การจำหน่ายข้าวคุณธรรม

(2) การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ของสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

(1) การจำหน่ายข้าวคุณธรรม

ในส่วนการจำหน่ายข้าวคุณธรรมนี้ แผนกกิจกรรมพิเศษจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ ในขั้นตอนการสั่งซื้อ การตลาด และการจำหน่าย ซึ่งจากการให้สัมภาษณ์ของชาวนาคุณธรรมและคุณสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการเจาะใจ ปีพ.ศ.2554 พบว่าขณะนั้นบริษัททีวีบูรพาขายข้าวได้ปีละประมาณ 3 ตัน หรือ 3,000กิโลกรัม และจากการสัมภาษณ์คุณอดุลย์ โคลนพันธุ์ ฝ่ายการตลาดของกลุ่มชาวนาคุณธรรมพบว่า การขายข้าวให้แก่บริษัททีวีบูรพานั้นมียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ 20 เปอร์เซ็นต์ทุกปี ผู้วิจัยคาดว่าปัจจุบันบริษัททีวีบูรพาขายข้าวคุณธรรมได้ประมาณปีละ4 – 4.5 ตัน หรือ 4,000 – 4,500กิโลกรัม โดยผู้วิจัยสามารถจำแนกการจำหน่ายได้เป็น 3 ช่องทาง คือ

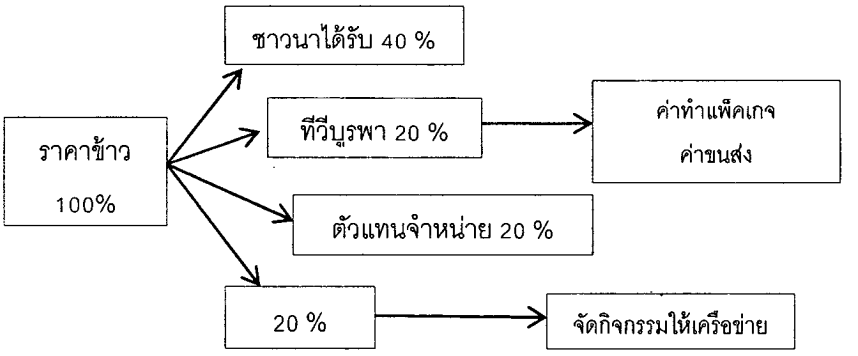
1.1 จำหน่ายผ่านการเป็นสมาชิก คือ การส่งข้าวให้แก่สมาชิกเครือข่ายที่ได้สมัครกินข้าวแบบผูกเดือน - ผูกปีตามขั้นตอนที่ได้กล่าวไว้ในส่วนข้อมูลเบื้องต้น โดยสมาชิกประเภทนี้จะเป็นสมาชิกที่มีความสำคัญในการช่วยเหลือชาวนาโดยตรง ซึ่งการขายข้าว

ให้แก่สมาชิกกลุ่มนี้ ประมาณ 100 กว่าคน น่าจะขายข้าวได้ประมาณ 1 ตัน หรือ 1,000 กิโลกรัมต่อปี

1.2 จำหน่ายตามบูธต่างๆ นอกจากการส่งข้าวให้สมาชิกที่กินข้าวแบบผูกเดือนและผูกปีแล้ว บริษัทที่วีบูรพา ยังได้ออกบูธตามงานต่างๆเป็นประจำและต่อเนื่อง โดยการออกบูธจะสร้างยอดขายได้มากที่สุด โดยคาดว่าช่องทางนี้จะสามารถจำหน่ายข้าวได้ประมาณ 1.5 ตัน หรือ 1500 กิโลกรัมต่อปี

1.3 จำหน่ายผ่านร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ หรือห้างสรรพสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย การจำหน่ายผ่านช่องทางนี้จะทำให้ผู้บริโภคซื้อข้าวได้ง่ายขึ้น โดยจะวางจำหน่ายในร้านเพื่อสุขภาพ เช่น ร้านบ้านสวนผัก ร้านดีใจออร์แกนิค ร้านสุขภาพเอเดน เป็นต้น โดยในปี พ.ศ.2554 ข้าวคุณธรรมก็ได้เริ่มเข้าไปวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์อีกด้วย โดยผู้วิจัยพบว่าร้านที่จำหน่ายข้าวคุณธรรมนี้มีประมาณ 30 ร้านทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด จึงคาดว่าในช่องทางนี้น่าจะจำหน่ายข้าวได้ประมาณ 2 ตัน หรือ 2,000 กิโลกรัมต่อปี

ในเรื่องของการจัดจำหน่ายนั้น กลุ่มชาวนาจะเป็นผู้กำหนดราคาขายเอง ถ้าหากสังเกตราคาข้าวคุณธรรมจะพบว่า ราคาข้าวคุณธรรมนั้นจะแตกต่างกันไปตามสายพันธุ์ ราคาที่ต่ำที่สุด คือ ข้าวกล้องหอมมะลิ 105 อินทรีย์ ราคากิโลกรัมละ 75 บาท และราคาข้าวที่สูงที่สุด คือ ข้าวพื้นเมือง 150 สายพันธุ์ ราคากิโลกรัมละ 150 บาท สาเหตุที่ข้าวคุณธรรมมีราคาสูง โดยเฉพาะข้าวพื้นเมือง 150สายพันธุ์ เนื่องจาก ข้าวชนิดนี้เป็นข้าวที่ต้องอาศัยการคัดพันธุ์โดยตุ๊หล่าง (สมาชิกกลุ่มชาวนาคุณธรรม)เพียงคนเดียวเท่านั้น และเป็นข้าวที่หาซื้อได้จากกลุ่มชาวนาคุณธรรมเพียงแห่งเดียวเท่านั้น โดยสัดส่วนราคาของข้าวคุณธรรม เมื่อขายแล้วผู้ที่จะได้รับส่วนแบ่งต่างๆ ดังนี้



จากภาพดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า หากราคาข้าว 100 บาท ชาวนาคุณธรรมจะได้รับไป 40 บาท ซึ่งในส่วน 40 เปอร์เซ็นต์นี้ กลุ่มชาวนาได้ตกลงและมีการประชุมกลุ่มว่าจะคิดบนความคุ้มทุน ที่ทำให้กลุ่มชาวนาอยู่ได้

ส่วน 20 บาท ต่อมา จะเป็นของ บริษัททีวีบูรพา ซึ่งในส่วน 20 บาทนี้ บริษัททีวีบูรพาจะนำไปทำแพ็คเกจข้าวคุณธรรม รวมไปถึงใช้เป็นค่าขนส่งด้วย

> "ที่เราทำก็แทบจะไม่ได้กำไรนะคะ เพราะเราขายข้าวได้เงินมาก็คิดเป็นค่าแพคเกจ ค่าขนส่งก็หมดแล้ว ถ้าเอาเวลาขายข้าวไปขายงาน ขายโฆษณายังจะได้เยอะกว่า แต่ที่เราทำเพราะเราทำด้วยใจจริงๆ " (บงกช ภูษาธร ,สัมภาษณ์ 10 มีนาคม 2556)

สำหรับตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้าที่รับข้าวคุณธรรมไปวางจำหน่ายนั้น จะได้รับส่วนแบ่ง 20 บาท และ 20 บาทสุดท้ายนั้นจะเป็นเงินจัดสรรไว้เพื่อการทำกิจกรรมให้กับเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

> "ส่วนกำไร ส่วนนี้เราก็จะเอาไปให้ชาวนาไว้ทำกับข้าว จ่ายค่าน้ำค่าไฟที่เราพัก ทำบุญให้วัด ในเวลาที่เรามีกิจกรรมดำนา หรือกิจกรรมลงพื้นที่ กำไรที่ได้ก็จะมาเป็นค่าใช้จ่ายส่วนนี้ค่ะ" (จริยา พุ่มเสือ ,สัมภาษณ์ 10 มีนาคม 2556)

ในกระบวนการจำหน่ายข้าวคุณธรรม โดยการทำงานแบบสามเส้า สามารถอธิบายได้ดังนี้ เริ่มต้นจากกลุ่มสมาชิก(เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา) ต้องสั่งซื้อข้าวคุณธรรม ผ่านทางบริษัททีวีบูรพา(แผนกกิจกรรมพิเศษ)ก่อน และต้องชำระเงินให้กับทางบริษัททีวีบูรพา หลังจากนั้นบริษัททีวีบูรพาจะโอนเงินไปให้กลุ่มชาวนาล่วงหน้า และส่งออเดอร์ข้าวที่ได้รับจากสมาชิกไปยังกลุ่มชาวนาคุณธรรม ชาวนาคุณธรรมก็จะปลูกและสีข้าวตามชนิดที่กลุ่มสมาชิกสั่ง และส่งมายังบริษัททีวีบูรพาเพื่อให้ทำแพ็คเกจและส่งไปให้สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาบริโภคต่อไป

(2) การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ของสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา จะมีการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องราว ความคิดเห็นเรื่องความมั่นคงทางอาหารต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง ข้าว ระหว่างเกลอเมือง(สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา) กับเกลอทุ่งอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยกิจกรรมที่จัดนั้นจะเป็นกิจกรรมที่เรียกว่าเป็น "ประเพณีประจำปี" ของเครือข่าย

โดยประเพณีที่ว่านี้ เป็นประเพณีที่ทีวีบูรพาจัดขึ้นทุกๆปี ซึ่งในความหมายของคำว่าประเพณีประจำปีนั้น หมายถึง การที่สมาชิกของเครือข่ายที่เป็นผู้บริโภคเข้าไปพบปะและทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำการเกษตรตามฤดูกาล เช่น การดำนา เกี่ยวข้าว เก็บแตงโม ปลูกแตงโม เป็นต้น ร่วมกับกลุ่มชาวนาคุณธรรม ที่จังหวัดยโสธร กิจกรรมต่างๆที่จัดนั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและความพร้อมของชาวนาในปีนั้นๆ ในแต่ละปีอาจจะได้ทำกิจกรรมต่างกัน อย่างเช่น ในเดือนมีนาคม ปีพ.ศ.2554 มีการจัดกิจกรรมเก็บแตงโม แต่ในปีพ.ศ.2555 และปี 2556 นั้นงดการจัดกิจกรรมเก็บแตงโม เนื่องจากในปีพ.ศ.2555 กรุงเทพมหานครเกิดน้ำท่วม สมาชิกเครือข่ายไม่สามารถไปทำกิจกรรมได้ และปี พ.ศ.2556 ในเดือนมีนาคมซึ่งตรงกับฤดูหนาว แต่อุณหภูมิในขณะนั้นกลับเพิ่มสูงขึ้น จึงส่งผลต่อการเจริญเติบโตของแตงโมและทำให้ไม่สามารถเก็บเกี่ยวผลิตผลได้ ดังนั้นหากจะมีการจัดกิจกรรม แผนกกิจกรรมพิเศษจึงจำเป็นที่จะต้องปรึกษากับกลุ่มชาวนาคุณธรรมก่อนเสมอ

เนื่องด้วยแผนกกิจกรรมพิเศษของบริษัททีวีบูรพา เป็นผู้รับผิดชอบในการคิดกิจกรรมทั้งหมดของเครือข่าย ในการจะจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง แผนกกิจกรรมพิเศษจึงต้องลงพื้นที่เพื่อปรึกษากับชาวนาก่อนว่า จะสามารถจัดกิจกรรมอะไรได้บ้าง โดยเฉพาะกิจกรรมนอกสถานที่ เนื่องจากกิจกรรมนอกสถานที่ (จัดที่ จ.ยโสธร) ส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่เป็นไปตามฤดูกาลตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

เมื่อได้ข้อสรุปจากชาวนาว่าสามารถจัดกิจกรรมได้แล้ว แผนกกิจกรรมพิเศษก็จะเขียนโครงการเสนอให้แก่ทางบริษัททีวีบูรพา เพื่อของบประมาณในการจัดกิจกรรม หลังจากนั้นก็จะส่งเข้าที่ประชุมเพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยกิจกรรมทั้งหมดจะถูกตรวจสอบขั้นสุดท้ายโดยสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ประธานกรรมการผู้จัดการบริษัททีวีบูรพา

> "เราก็จะคิดกิจกรรม แล้วไปลงพื้นที่ เห็นแล้วคิดกิจกรรมอะไรได้บ้าง ก็มาเขียนโครงการเสนอบริษัท ว่าต่อไปนี้นะ จะมีช่วงฤดูดำนา ต้นกล้าขึ้นแล้วจะมีการดำนา เราพาเกลอเมืองมาเจอเกลอทุ่งดีไหม จะกินยังไง อยู่ยังไง ให้อยู่กับชาวนาไหม ก็เข้าไปดูพื้นที่ว่ารับได้กี่คน 40 คน ถ้ามา 40 คนแล้วจะเป็นยังไง จะอยู่ที่ไหน ใช้งบประมาณเท่าไหร่ ก็พรีเซ้นท์กันหลายรอบ พี่เช็คก็จะมาเคาะๆ บีบให้เข้ารูป จนสำเร็จเป็นโปรเจ็คขึ้นมา " (จริยา พุ่มเสือ,สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2556)

การจัดกิจกรรมนี้เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาได้เข้าไปสัมผัสกับความเป็นอยู่ของชาวนาหรือเกลอทุ่ง และเข้าใจ รับรู้ความยากลำบากของชาวนามากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากกิจกรรมเหล่านี้ที่เป็นกิจกรรมนอกสถานที่ (กิจกรรมที่จัดขึ้นในต่างจังหวัดส่วนใหญ่จัดขึ้นที่ จ.ยโสธร ซึ่งเป็นศูนย์รวมของกลุ่มชาวนาคุณธรรม)แล้ว ยังมีกิจกรรมเสริมที่จัดขึ้นเพื่อรองรับสมาชิกเครือข่ายที่ไม่สามารถไปร่วมทำกิจกรรมนอกสถานที่ได้ เช่น กิจกรรมเสวนา "กินข้าวอย่างรู้แจ้ง" ที่จัดขึ้นในวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ.2554 ณ บริษัททีวีบูรพา จำกัด เป็นกิจกรรมที่นำผู้ผลิตและผู้บริโภคมาพบกัน โดยมี อ.เดชา ศิริภัทรและกลุ่มชาวนา ที่มาจากภาคต่างๆเป็นผู้เสวนาหลัก เนื้อหาโดยสรุปของงานเสวนาครั้งนี้ คือ การกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึง

ความสำคัญของข้าว โดยแสดงให้เห็นว่าข้าว อาหารจานหลักของคนไทยนั้น สามารถเชื่อมโยงไปสู่มิติต่างๆ ได้ เช่น ด้านสุขภาพ ที่แสดงให้เห็นว่าการกินข้าวในทุกวันนี้มีความเสี่ยงต่อร่างกายของคนกินเป็นอย่างมาก เนื่องจากชาวนาส่วนใหญ่ปลูกข้าวพันธุ์ กข ซึ่งข้าวพันธุ์นี้จะตอบสนองได้ดีต่อการใช้สารเคมี ถ้าเรากินทุกวันก็เท่ากินสารเคมีสะสมไปเรื่อยๆ ดังนั้นการเลือกบริโภคข้าวอินทรีย์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยรักษาสุขภาพของคนกินได้ เป็นต้น

นอกจากการเสวนาแล้ว บริษัททีวีบูรพาก็ยังมี กิจกรรมเสริมอีก คือ กิจกรรมข้าวเทสติ้ง ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ลองชิมข้าวสายพันธุ์พื้นเมืองต่างๆ กว่า 16 สายพันธุ์ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ต่างได้รับความร่วมมือจากสมาชิกทั้ง "เกลอเมือง" และ "เกลอทุ่ง" เป็นอย่างดี และทางทีวีบูรพากับเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาก็ยังจัดประชุม วางแผนเพื่อสานต่อเครือข่ายให้แข็งแรงมั่นคงอยู่เป็นประจำทุกเดือนอีกด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้นก็ยังพบปัญหาอุปสรรคอยู่ เนื่องจากการจัดกิจกรรมนั้นไม่ได้ตอบสนองต่อสมาชิกที่เป็นสมาชิกแบบซื้อข้าวผูกเดือน – ผูกปีโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะความคลุมเครือของการเป็นสมาชิกเครือข่ายที่ บริษัททีวีบูรพานั้นไม่ได้มีการกำหนดคุณสมบัติของการเป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาอย่างชัดเจน จึงส่งผลให้การจัดกิจกรรมนั้นไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

> "ด้วยสไตล์คนที่เป็นเครือข่าย(กินข้าวแบบผูกปี) จะเป็นพ่อบ้านแม่บ้าน ต้องส่งลูก เขาจะไม่ค่อยมีโอกาสไปร่วมกิจกรรมที่ยโสธร คนที่ไปจะเป็นแฟนรายการ(มาจากการติดตามรายการ และเฟซบุ๊ค) ที่สามารถไปร่วมกิจกรรมได้ทุกอย่าง มันก็เลยทำกิจกรรมยังไงก็ไม่ตรงเป้าสักที ความจริงเราทำกิจกรรมเพื่อซัพพอร์ตเครือข่าย แต่เค้าก็จะบอกว่า พี่ไม่ว่างต้องไปขายของ ป้าไม่ว่างต้องไปส่งลูก" (จริยา พุ่มเสือ,สัมภาษณ์ ,10 มีนาคม 2556)

กล่าวคือการจัดกิจกรรมของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา เช่น กิจกรรมดำนา หว่านข้าว เกี่ยวข้าว เก็บแตงโมนั้น บริษัททีวีบูรพา(ในนามของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา) จัดขึ้นให้แก่สมาชิกเครือข่ายฯที่กินข้าวแบบผูกเดือน – ผูกปี ได้ไปร่วมกิจกรรม เพื่อให้ไปเห็นแหล่งปลูก

ข้าวคุณธรรม เห็นการทำงานของกลุ่มชาวนาคุณธรรมที่ปลูกข้าวให้กลุ่มสมาชิกกิน แต่ในความเป็นจริงแล้วกลับพบว่า ผู้ที่มาร่วมกิจกรรมกับทางเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้น ส่วนมากไม่ใช่สมาชิกที่กินข้าวแบบผูกเดือน – ผูกปี แต่เป็นผู้ที่สนใจเรื่องของการทำนา ปลูกข้าว และพบเห็นการเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมผ่านทางสื่อออนไลน์ คือ เฟซบุ๊คของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ซึ่งสาเหตุที่ทำให้สมาชิกที่กินข้าวแบบผูกเดือน – ผูกปี ไม่ได้ไปร่วมกิจกรรมนั้น เป็นเพราะกลุ่มสมาชิกเหล่านี้ ส่วนใหญ่มักจะเป็นพ่อบ้านแม่บ้าน ทำให้ไม่มีเวลาไปร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นที่ต่างจังหวัด สรุปคือ คนซื้อข้าวไม่ได้ไปร่วมกิจกรรมและคนที่ไปร่วมกิจกรรมก็ไม่ได้เป็นคนที่ซื้อข้าว

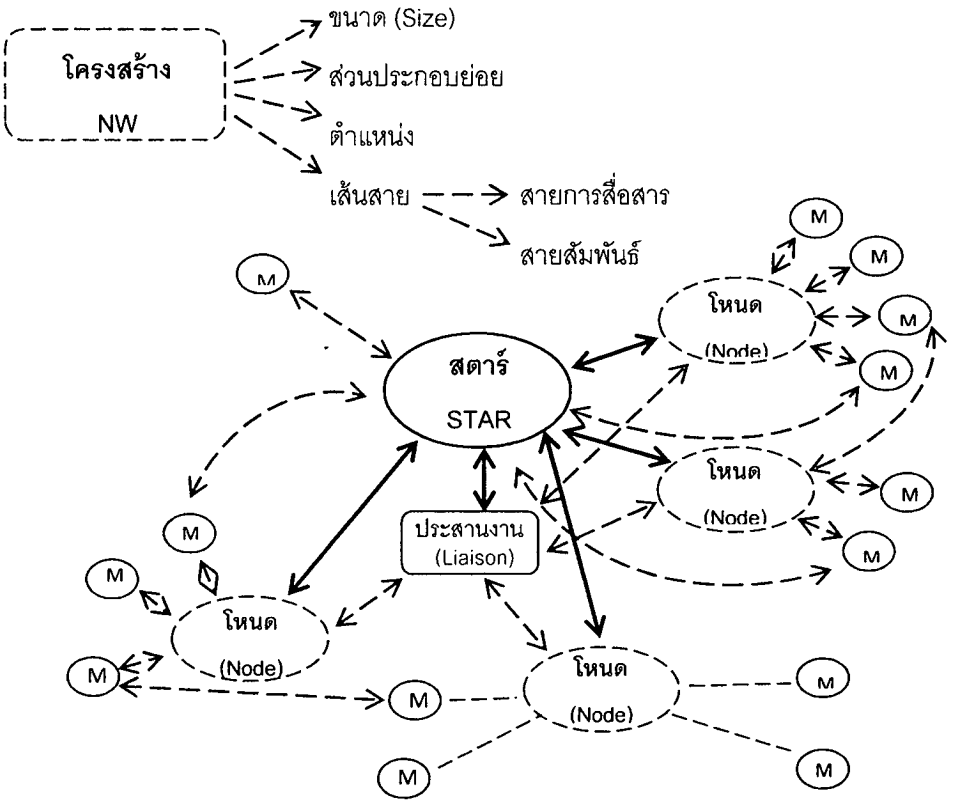
นอกจากปัญหาความคลุมเครือของสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาแล้ว บริษัทที่วีบูรพาก็ได้มองเห็นถึงปัญหาการทำกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นอีก เนื่องจากผู้ที่ไปร่วมกิจกรรมจะเป็นคนกลุ่มเดิมๆ และกิจกรรมที่ทางเครือข่ายจัดก็มีลักษณะเป็นกิจกรรมรูปแบบเดิม ซึ่งก็เป็นกิจกรรม ดำนา เกี่ยวข้าว เก็บแตงโม ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความซ้ำซาก ปัญหานี้จึงยังคงเป็นปัญหาที่บริษัทที่วีบูรพาต้องหาทางแก้ไข

> "ส่วนการไปยโสธรนี่ต้องหากิจกรรมให้ทำเพิ่มนะ เพราะคนที่ไปก็จะเป็นคนเดิมๆ กิจกรรมก็จะเป็นแบบเดิม ดำนาก็ดำแล้ว เก็บแตงโมก็เก็บแล้ว หว่านข้าวก็หว่านแล้ว เพราะว่ากิจกรรมของชาวนาฤดูกาลเป็นคนกำหนด และกิจกรรมก็เป็นเท่านั้นจริงๆ มันไม่สามารถดำนาแบบสวิงสวาย ดำนาแบบสามมิติ มันก็คือดำนา จัดกี่ครั้งก็คือดำนา คนที่ไปก็ไม่ใช่กลุ่มนั้นจริงๆ บางทีเราก็ต้องดูสมาชิกด้วย เพื่อจะปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมไม่ให้น่าเบื่อหรือจำเจ" (จริยา พุ่มเสือ,สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2556)

โครงสร้างของเครือข่าย

เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานี้ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2553 รวมระยะเวลาถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2555) จะนับอายุได้ ประมาณ 3 ปี ถือว่าอยู่ในระยะที่กำลังเจริญเติบโต ซึ่งเครือข่ายในระยะนี้มีความเสี่ยงต่อการสลายตัว ดังนั้นเครือข่ายจึงจำเป็นต้องจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของเครือข่ายอยู่อย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาโครงสร้างของ

เครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่และเข้าใจการทำงานของแต่ละฝ่ายได้ดียิ่งขึ้น



รูปที่ 6 แผนภาพแสดงโครงสร้างของ Network (กาญจนา แก้วเทพ,2552)

จากแผนภาพข้างต้นนี้ สามารถอธิบายตำแหน่งแต่ละตำแหน่งได้ ดังนี้

- ตำแหน่งศูนย์กลางของเครือข่าย (สตาร์ / star) : บริษัททีวีบูรพา

  ในเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา บริษัททีวีบูรพาจะเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงทั้งกลุ่มชาวนาคุณธรรมและสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนาไว้ด้วยกัน เป็นตัวกลางที่รวบรวมข่าวสาร การจัดกิจกรรม ทั้งหมด

- ตำแหน่งผู้ประสานงาน/ติดต่อสื่อสาร (liaison) : แผนกกิจกรรมพิเศษ

  แผนกกิจกรรมพิเศษของบริษัททีวีบูรพาจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างบริษัททีวีบูรพา กลุ่มชาวนาคุณธรรมและสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูล

ชาวนา เมื่อมีการจัดกิจกรรม ฝ่ายนี้จะลงสำรวจพื้นที่ที่จะจัดกิจกรรมแล้วนำมาประชุมกับแกนนำเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา เมื่อได้ข้อสรุปแล้วจะไปติดต่อสื่อสารให้สมาชิกรับทราบต่อไป

- ตำแหน่งชุมสายย่อย/โหนด (Node) : แกนนำเครือข่าย,แกนนำกลุ่มชาวนา

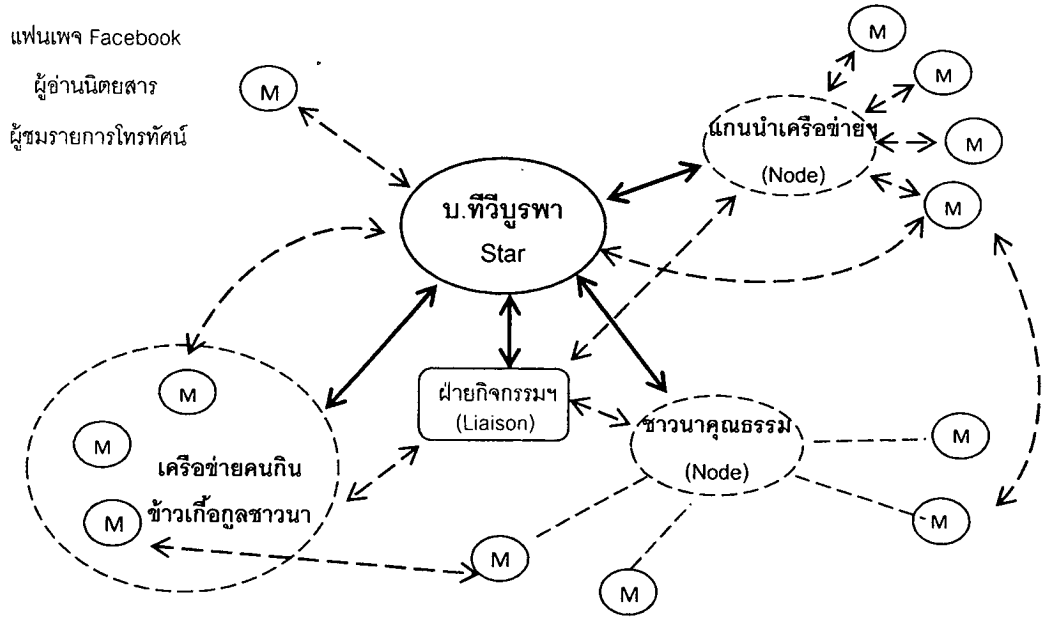
ในชุมสายย่อยนี้สามารถแบ่งกลุ่มออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น เนื่องจากการสื่อสารของเครือข่าย โดยเฉพาะในเรื่องการจัดกิจกรรมนั้นจะต้องอาศัยช่องทางการกระจายข่าวสารที่กว้างขวาง คือ เมื่อแผนกกิจกรรมพิเศษ ได้ข้อสรุปในการจัดกิจกรรมแล้ว แกนนำเครือข่าย และแกนนำกลุ่มชาวนา ก็จะทราบทันทีเนื่องจากว่ามีการประชุมร่วมกัน ดังนั้น แต่ละชุมสายจึงต้องไปกระจายข่าวให้สมาชิกของตนเองทราบ ตามนี้

แกนนำเครือข่าย ติดต่อกับ สมาชิกเครือข่ายที่ร่วมกิจกรรรมกันบ่อยครั้ง

แกนนำชาวนา ติดต่อกับ สมาชิกกลุ่มชาวนาคุณธรรม

- ตำแหน่งสมาชิก (member) : สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา

สมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1.สมาชิกที่เป็นผู้บริโภคที่ร่วมกิจกรรม 2. สมาชิกผู้บริโภคที่ไม่ร่วมกิจกรรม 3. สมาชิกที่เป็นแฟนรายการซึ่งยังไม่ได้เข้าร่วมเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ซึ่งสมาชิกประเภทแรกที่ร่วมกิจกรรมนั้นจะติดต่อกับโหนดแกนนำเครือข่าย ส่วนสมาชิกที่ไม่ค่อยได้ร่วมกิจกรรม ฝ่ายประสานงานจะเป็นผู้ติดต่อเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรมโดยส่งอีเมล์และโทรศัพท์ไปสอบถามอีกครั้ง สำหรับสมาชิกที่เป็นแฟนรายการแต่ไม่ได้เป็นสมาชิกเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนานั้นจะรับข่าวสารผ่านช่องทางของบริษัท คือ Facebook เว็บไซต์ทีวีบูรพา และนิตยสาร ค.คน ดังแผนภาพต่อไปนี้



รูปที่ 7 แผนภาพแสดงโครงสร้างของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา
(ดัดแปลงจาก กาญจนา แก้วเทพ,2552)

แผนกกิจกรรมพิเศษของบริษัททีวีบูรพา เกิดขึ้นเพื่อรองรับการการจัดงานต่างๆ ที่ไม่ใช่งานที่เกี่ยวข้องกับโปรดักชัน การผลิตรายการ เป็นฝ่ายที่เข้ามาช่วยเหลือให้ทีวีบูรพาสามารถขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆที่ไม่ใช่การถ่ายรายการได้อย่างราบรื่น เช่น การดูแลเรื่องการจัดอีเวนท์ของบริษัททีวีบูรพา (งานคนอวอร์ด , การจัดการประกาศผลรางวัลกบจูเนียร์) การออกบูธเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา เรียกได้ว่าแผนกกิจกรรมพิเศษเป็นผู้รับผิดชอบดูแลเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา อย่างครบวงจร ทั้งการดูแลการจัดการการขาย การจัดกิจกรรมของเครือข่าย โดยมีผู้ที่ดูแลเรื่องนี้อยู่ 4 คน ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้

ตัวอย่างการทำกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการทำงานของเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ผู้วิจัยจะยกตัวอย่างกิจกรรมการเกี่ยวข้าว จากเรี่ยมแรงสู่เรียวรวง ครั้งที่ 2 ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 9 -11 ตุลาคม พ.ศ. 2555 มาอธิบายการทำงานของเครือข่าย ดังนี้

เริ่มจากการประชุมร่วมกันระหว่างทีวีบูรพา (แผนกกิจกรรมพิเศษ) ตัวแทนกลุ่มชาวนาคุณธรรม และตัวแทนเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา เพื่อปรึกษาหารือเรื่องการทำกิจกรรม

เกี่ยวข้าว ซึ่งแผนกกิจกรรมพิเศษจะปรึกษากับกลุ่มชาวนาว่าสามารถจัดกิจกรรมในช่วงใดได้บ้าง เมื่อได้วันจัดกิจกรรมแล้ว แต่ละฝ่ายก็จะแยกกันไปทำหน้าที่ คือ

แผนกกิจกรรมพิเศษทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง จะลงพื้นที่เพื่อเตรียมการเบื้องต้น และจะติดต่อประสานงานระหว่างกลุ่มเครือข่ายฯและกลุ่มชาวนา โดยจะเป็นผู้แจกแจงกำหนดการให้แต่ละฝ่ายนำไปบอกต่อแก่สมาชิกของตน ในการจัดกิจกรรมครั้งหนึ่ง แผนกกิจกรรมพิเศษนี้จะถือเป็นศูนย์กลางการประสานงาน

กลุ่มชาวนาคุณธรรม ก็จะไปจัดการเกี่ยวกับการหาบ้านของกลุ่มชาวนาเพื่อให้เครือข่ายมาพักและทำกิจกรรมร่วมกัน และเตรียมงานต้อนรับกลุ่มเครือข่ายคนกินข้าว โดยติดต่อกับสมาชิกและแบ่งฝ่ายเพื่อรับผิดชอบงานแต่ละส่วน เช่น การดูแลเรื่องอาหารในมื้อที่ทุกคนต้องรับประทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งกลุ่มชาวนาจะต้องประสานงานกับแผนกกิจกรรมพิเศษอยู่ตลอดเวลา

กลุ่มเครือข่ายคนกินข้าวเกื้อกูลชาวนา ที่เป็นแกนนำจะเป็นพี่เลี้ยงให้กับสมาชิกคนอื่นๆ ที่มาทำกิจกรรม โดยจะติดต่อประสานงานกับแผนกกิจกรรมพิเศษ เพื่อนำกำหนดการต่างๆไปบอกแก่สมาชิกคนอื่นๆด้วย