

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน” ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการบริหารจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานฯ แนวทางในการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร รวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่วางไว้ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการเข้าไปเป็นผู้สังเกตการณ์ (Observer) ในการทำงานและการประชุมของคณะทำงาน และการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ

ในส่วนของ การสัมภาษณ์นั้น ได้สัมภาษณ์คณะทำงานรวมทั้งสิ้น 7 ท่าน โดยที่พยายามให้แต่ละท่านเป็นตัวแทนของประเภทของศรัทธาวิชาชีพที่เข้ามาร่วมทำงาน ได้แก่ ตัวแทนจากภาค เอกชน ตัวแทนจากภาครัฐ นักวิชาการ และนักสื่อสารมวลชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามารวบรวมเป็นหมวดหมู่ ก่อนจะนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษารูปได้ว่า โครงสร้างการบริหารจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานฯ มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวคือ การที่คณะทำงานแต่ละท่านเข้ามาร่วมงานในลักษณะของอาสาสมัคร และไม่มียงบประมาณสนับสนุน ซึ่งส่งผลให้การบริหารจัดการต้องมีรูปแบบที่สอดคล้อง ื่อต่อการทำงานภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว แนวทางการบริหารจัดการและการสื่อสารสำคัญๆ ที่ค้นพบว่า คณะทำงานฯ ได้ทำมาใช้ ได้แก่ การสรรหาคณะทำงานโดยใช้การแนะนำต่อกัน การได้คณะทำงานที่มีความเห็นด้วยและความเชื่อมั่นต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง การประสานพลังในการทำงาน (Synergy) การเป็นผู้นำเชิงบารมี (Charismatic Leader) และการสื่อสารที่เน้นรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสาร แยกศึกษาตามกลุ่มเป้าหมายของคณะทำงานฯ ซึ่งแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชน และกลุ่มเป้าหมายประชาชน ในส่วนกลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชน พบว่าคณะทำงานได้ใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้ การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การสนับสนุนให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และการพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชน ส่วนในกลุ่มเป้าหมายประชาชน ใช้กลยุทธ์ดังนี้ การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลาย การนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และประสานความร่วมมือเพื่อสร้างความมีส่วนร่วมในการสื่อสาร โดยพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารของคณะทำงานฯ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

พอเพียง แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ แนวคิด การติดตามและประเมินผล สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารนั้น การศึกษา แบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนของปัจจัยภายใน (Internal Factor) แบ่งเป็น สองระดับ คือปัจจัยภายในระดับตัวสารเอง ซึ่งพบว่าด้วยความยากและลึกซึ้งของเนื้อหาเศรษฐกิจ พอเพียง ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจสับสน คลาดเคลื่อน หรือเข้าใจไม่รอบด้าน นำไปสู่การให้ ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ และการนำเสนอตัวอย่างที่เป็น รูปธรรม ส่วนปัจจัยภายในระดับองค์กร ก็คือปัจจัยด้านงบประมาณและบุคลากรที่ส่งผลให้กล ยุทธ์การสื่อสาร เน้นเรื่องของการประสานความร่วมมือ และการชักจูงหรือขอร้องเพื่อให้เกิดการ สนับสนุนการทำงานขับเคลื่อนในรูปแบบต่าง ๆ

สำหรับปัจจัยภายนอก (External Factor) แบ่งเป็นปัจจัยภายนอกระดับ ภายในประเทศ กับปัจจัยภายนอกระดับภายนอกประเทศ ระดับภายในประเทศ ก็คือ กระแส เศรษฐกิจพอเพียงที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยได้รับแรงเสริมจากวาระเฉลิมฉลองการครองราชย์ ครบ 60 ปี และวาระเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา จึงทำให้คณะทำงานฯ ประสบความสำเร็จ อย่างมากในการประสานความร่วมมือจากเครือข่ายต่าง ๆ ทั้งเอกชน ภาครัฐ และเครือข่าย สื่อมวลชน ส่วนปัจจัยภายนอกระดับภายนอกประเทศ ก็คือ องค์กรระหว่างประเทศ และประเทศ ต่าง ๆ แสดงความเห็นด้วยหรือความชื่นชมต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง จึงทำให้มีโอกาสที่จะทำ ให้ประชาชนเกิดความ ตระหนักในคุณค่าหรือความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงในแง่ที่เป็น กระแสการพัฒนาของโลก