

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การจากรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาเรื่อง “การจัดการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน” จะเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งประเด็นที่ศึกษาเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 โครงสร้างการบริหารจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน

1.1 โครงสร้างการบริหารจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน

1.2 แนวคิดและเหตุผลในการออกแบบโครงสร้างการจัดการและการสื่อสาร

1.3 โครงสร้างการจัดการองค์การและการสื่อสารดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการบริหารและการทำงานอย่างไร

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน

2.1 กรอบการทำงาน ได้แก่ พันธกิจ วิสัยทัศน์ การวิเคราะห์ SWOT Analysis อำนวยการหน้าที่ วัตถุประสงค์การขับเคลื่อน กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา พื้นที่ดำเนินการ และงบประมาณ ของการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงภาคสื่อมวลชนและประชาชน

2.2 คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนได้ใช้กลยุทธ์ใดบ้างเพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมาย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงาน

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อกลยุทธ์การสื่อสาร

ส่วนที่ 1

โครงสร้างการบริหารจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ด้านสื่อมวลชนและประชาชน

โครงสร้างการบริหารจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ด้านสื่อมวลชนและประชาชน

คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) โดยเกิดขึ้นของคณะทำงานนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการปรับกลไกการทำงานของการขับเคลื่อนในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2548 ซึ่งแต่เดิมมีเพียงคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง คณะทำงานฯ ที่เกิดขึ้นจากการปรับกลไกการทำงานครั้งนั้นมีทั้งสิ้น 7 คณะ

1. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านผู้นำทางความคิด
2. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านวิชาการและการเมือง
3. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาครัฐ
4. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาคธุรกิจเอกชน
5. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสถาบันการศึกษาและเยาวชน
6. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน
7. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านประชาสังคม

โดยอนุกรรมการฯ ได้มอบหมายให้สมาชิกในอนุกรรมการฯ ไปเป็นประธานคณะทำงานขับเคลื่อนฯ แต่ละคณะย่อย สำหรับคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนนั้น ได้มอบหมายให้คุณอภิชาต วัชรสินธุ์ ซึ่งเดิมเป็นหนึ่งในคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ให้รับผิดชอบเป็นประธานคณะทำงานขับเคลื่อนด้านสื่อมวลชนและสื่อมวลชน พร้อมทั้งทาง สศช. ได้มอบหมายให้คุณกัญญารัตน์ ศรีทองรุ่ง หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มาเป็นเลขานุการและคณะทำงาน ในเบื้องต้นคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนนี้ มีเพียง 2 ท่านเท่านั้น

จากนั้นทั้งสองท่านจึงได้ร่วมกันติดต่อทาบตามผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ในสายงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์ เข้ามาร่วมเป็นคณะทำงาน และนำเสนอรายชื่อเพื่อแต่งตั้งไปตามลำดับขั้นตอน โดยมีคำสั่งประกาศแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2548

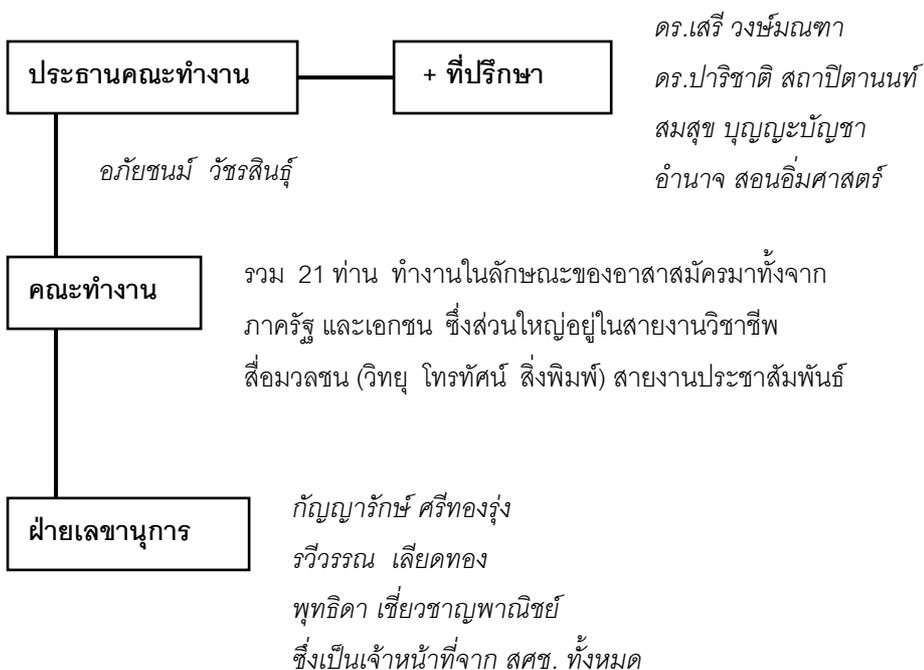
(ดูรายละเอียดคณะทำงานฯ ได้ในภาคผนวก ค) โดยคณะทำงานทั้งหมดมาทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร ซึ่งไม่มีผลตอบแทนเป็นรายได้หรือค่าจ้างใด ๆ รวมถึงไม่มีเบี้ยประชุมในการเข้ามาร่วมประชุมด้วย ประการสำคัญคือเป็นการทำงานโดยที่ไม่มีงบประมาณสนับสนุน

สำหรับในส่วนของโครงสร้างการบริหารจัดการของคณะทำงานขับเคลื่อนด้านสื่อมวลชนและประชาชนมีองค์ประกอบดังนี้

- ที่ปรึกษา
- ประธานคณะทำงาน
- คณะทำงาน ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภาครัฐ ธุรกิจเอกชน ประชาสังคม นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มาจากทุกภาคส่วนของสังคม ทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร โดยทาง สศช. จะส่งเจ้าหน้าที่บางส่วนไปร่วมเป็นคณะทำงานด้วย
- ฝ่ายเลขานุการ เป็นเจ้าหน้าที่ของ สศช. มาจากสองหน่วยงานหลัก คือฝ่ายประชาสัมพันธ์ และกลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง

แผนภาพที่ 4.1

โครงสร้างและองค์ประกอบของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง
ด้านสื่อมวลชนและประชาชน



ส่วนโครงสร้างของคณะทำงานทั้งหมดมีทั้งสิ้น 30 ท่าน (รวมประธานฯ ที่ปรึกษา และฝ่ายเลขานุการ) ซึ่งส่วนใหญ่คณะทำงานมีประสบการณ์ทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชนและงานประชาสัมพันธ์ จากการศึกษพบว่ามีการผสมผสานสัดส่วนของคณะทำงานให้มีความหลากหลาย ทั้งตัวแทนจากภาครัฐ เอกชน วิชาชีพสื่อสารมวลชน นักประชาสัมพันธ์ และนักวิชาการ ดังนี้

งานด้านสื่อสารมวลชนรวม 11 ท่าน

- ภาครัฐ 5 ท่าน ได้แก่ ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ ผู้แทนจากกองกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์กรมสื่อสารทหารอากาศ ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท

- ภาคเอกชน 4 ท่าน ได้แก่ ฉัตรชัย ตะวันธรงค์ (ทีวี) ธนกร แสนสุกใส (วิทยุ) ศักดิชัย พฤติภัค (สิงพิมพ์) อำนาจ สอนอิมศาสตร์ (วิทยุ)

- นักวิชาการ 2 ท่าน ได้แก่ ดร.เสรี วงษ์มณฑา และ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

งานด้านประชาสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์รวม 12 ท่าน

- ภาครัฐ 2 ท่าน ได้แก่ กัญญารัตน์ ศรีทองรุ่ง และรวีวรรณ เลียดทอง จากฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ สภาพัฒนาฯ

- ภาคเอกชน 8 ท่าน ได้แก่ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์ สุปรีย์ เบ้าสิงห์สวย สุนทรี ศรีธนะชัยโชค เกษม ตั้งทรงศักดิ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ จามรี คุปตะเวทิน ศรีเบญจา เสมอมีสุข และวิรัตน์ ตรีสานุรัตน์

- อื่น ๆ (องค์กรมหาชน และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร) 2 ท่าน ได้แก่ สงกรานต์ ภาคโชคดี และสมสุข บุญญะบัญชา

งานด้านอื่น ๆ รวม 5 ท่าน ได้แก่ อัจฉิ ชวนประพันธ์ อตินันท์ พรหมพันธุ์ใจ กัณฑิลาภรณ์ วีระวิทย์ สุภาภรณ์ ตรีแสน และพุทธิดา เขียวชาญพานิชย์

โดยในส่วนของนักสื่อสารมวลชนนั้น พบว่ามีคณะทำงานฯ ที่มาทั้งจากสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ รายละเอียดดูในตารางที่ 4.1 ประกอบ

ตารางที่ 4.1

วิเคราะห์พื้นฐานประสบการณ์และวิชาชีพของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง
ด้านสื่อมวลชนและประชาชน

หน้าที่	ชื่อ - นามสกุล	วิชาชีพ/ องค์กรที่สังกัด
ที่ปรึกษา	นายอำนาจ สอนอิมศาสตร์	นักสื่อสารมวลชน
	นายเสรี วงษ์มณฑา	นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน
	นางปราชาติ สถาปิตานนท์	นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน
	นางสาวสมสุข บุญญาปัญญา	องค์กรมหาชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน
ประธาน คณะทำงาน	นายอภัยชนม์ วัชรสินธุ์	องค์กรเอกชน : รองกรรมการผู้จัดการ ด้าน ประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์
คณะทำงาน	นายศักดิ์ชัย พงศ์มิกัด	นักสื่อสารมวลชน (หนังสือพิมพ์) บก.บห. หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ
	นายฉัตรชัย ตะวันธรงค์	นักสื่อสารมวลชน (ทีวี) : ผู้บริหาร TITV
	นางสาวมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์	องค์กรเอกชน (บ.ประชาสัมพันธ์) กก.ผจก.บริษัท เอพีเซ่ จำกัด
	นางจามรี คุปตะเวทิน	องค์กรเอกชน (บ.ประชาสัมพันธ์) ตัวแทน บ.อาซีแอม เบอร์สัน-มาร์ สเตลเลอร์
	นางสาวศรีเบญจา เสมอมีสุข	องค์กรเอกชน (บ.ประชาสัมพันธ์) ตัวแทน บ.อาซีแอม เบอร์สัน-มาร์ สเตลเลอร์
	นายสงกรานต์ ภาคโชคดี	องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า
	นายสุปรีย์ เป้าสิงห์สวอย	องค์กรเอกชน : เครือเจริญโภคภัณฑ์
	นางสุนทรี ศรีธนะชัยโชค	องค์กรเอกชน : เครือเจริญโภคภัณฑ์
	นางอัจฉรี ชวนประพันธ์	องค์กรเอกชน : สายงานด้านการตลาด
	นายเดชพล ฐิตยารักษ์	สศช.
	นายอดิพนธ์ พรหมพันธุ์ใจ	องค์กรเอกชน (ทันตแพทย์)
	นายธนกร ศรีสุกใส	นักสื่อสารมวลชน (ทีวีและวิทยุ) กก.ผจก. บริษัท เรนโบว์ ดิงค์
	นายเกษม ตั้งทรงศักดิ์	องค์กรเอกชน : รองผู้อำนวยการฝ่ายชุมชน สัมพันธ์ บมจ.ทรูคอร์ปอเรชั่น

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

หน้าที่	ชื่อ – นามสกุล	วิชาชีพ/ องค์กรที่สังกัด
	นายวิรัตน์ ตรีสาธุรัตน์	นักประชาสัมพันธ์ (อิสระ)
	ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	หน่วยงานด้านสื่อสารมวลชน ของภาครัฐ
	ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก	หน่วยงานด้านสื่อสารมวลชน ของภาครัฐ
	ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ	หน่วยงานด้านสื่อสารมวลชน ของภาครัฐ
	ผู้แทนจากกองกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์กรมสื่อสารทหารอากาศ	หน่วยงานด้านสื่อสารมวลชน ของภาครัฐ
	ผู้แทนจากสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท	หน่วยงานด้านสื่อสารมวลชน ของภาครัฐ
	นางสาวกานทิลาภรณ์ วีระวิทย์	สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
	นางสาวสุภาภรณ์ ตรีแสน	สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
คณะทำงานและเลขานุการ	นางสาวกัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง	สศช. : หน่วยงานฝ่ายประชาสัมพันธ์
คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ	นางสาววีวรรณ เลียดทอง	สศช. : หน่วยงานฝ่ายประชาสัมพันธ์
	พุทธิดา เชี่ยวชาญพาณิชย์	สศช. : กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง

สำหรับโครงสร้างการสื่อสารนั้น แม้ว่าชื่อของคณะทำงานจะชี้ให้เห็นกลุ่มเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจนว่า ได้แก่ “สื่อมวลชน” และ “ประชาชน” แต่ในเชิงการดำเนินงานจริงแล้ว กลุ่มเป้าหมายที่คณะทำงานฯ ต้องติดต่อสัมพันธ์ด้วยแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร (Internal Publics) และกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร (External Publics)

กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร (Internal Publics) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง แม้ว่าคณะทำงานฯ จะมีอิสระในการทำงาน แต่การตัดสินใจในกรณีที่มีความสำคัญ เช่น ต้องการความร่วมมือจากคณะทำงานชุดย่อยอื่น ๆ หรือเป็นงานที่ต้องการการสนับสนุนด้านงบประมาณ จะต้องผ่านการเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการฯ ก่อน และผลงานที่เผยแพร่สู่สาธารณะจะต้องออกไปในนามของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความมีเอกภาพในการทำงานและการสื่อสาร

2. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านอื่น ๆ ที่มีอยู่ 6 คณะ โดย คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน จะทำหน้าที่ประสานนำ ข้อมูล ผลงาน กิจกรรมของคณะทำงานฯ ย่อยชุดอื่น ๆ เผยแพร่สู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชน

3. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะที่เป็น หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการดำเนินงานขับเคลื่อน

กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร (External Publics) ด้วยหลักการในการทำงานขับเคลื่อนที่ต้องการการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในสังคม การทำงานของคณะทำงานฯ จึงต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับกลุ่มเครือข่ายต่างๆ แต่กลุ่มเป้าหมายที่ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก (Major Audience) ของคณะทำงานฯ นี้ก็คือ

1. กลุ่มสื่อมวลชน คือผู้เกี่ยวข้องในวิชาชีพสื่อสารมวลชน ทั้งระดับผู้บริหาร เจ้าของสถานี ผู้ผลิตรายการ ผู้ผลิตละคร ผู้ประกาศข่าว และตัวผู้สื่อข่าวเอง

2. ประชาชนทั่วไป ซึ่งการนิยามกลุ่มเป้าหมายประชาชนในที่นี้ จะต้องไม่ซ้ำซ้อนกับกลุ่มประชาชนอื่น ๆ ซึ่งเป้าหมายของคณะทำงานที่เหลืออีก 6 คณะ

ผลกระทบด้านการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการปรับกลไกการขับเคลื่อน ทำให้ให้เกิดระบบย่อย (Subsystem) ขึ้น และทำให้โครงสร้างการบริหารจัดการมีความซับซ้อน (Complexity) เพิ่มขึ้น และโดยที่แต่ละคณะทำงานย่อยแต่ละคณะมีความเป็นอิสระจากกัน ดังนั้นในการออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการ จึงได้คำนึงถึงการสร้างกลไกการสื่อสารเพื่อประโยชน์ในการประสานงาน (Co-ordination) ทั้งภายในและภายนอกองค์กรขึ้น

ในส่วนของการสื่อสารภายในองค์กร จะมีบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นเหมือนหมุดเชื่อมโยง (Links) ระหว่างส่วนต่าง ๆ โดยวิธีการ คือ สร้างสมาชิกในกลุ่มให้มีบทบาทเชื่อมโยงกับกลุ่มอื่น (Bridges) ขึ้น กรณีนี้จะเห็นว่าผู้ทำหน้าที่เป็น Bridges ในการสื่อสารนั้นจะแทรกอยู่ในทุกองค์ประกอบของคณะทำงาน คือทั้ง ระดับคณะทำงาน และระดับเลขานุการ

ระดับประธาน คุณอภัยชนม์ ประธานคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน เป็นหนึ่งในคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

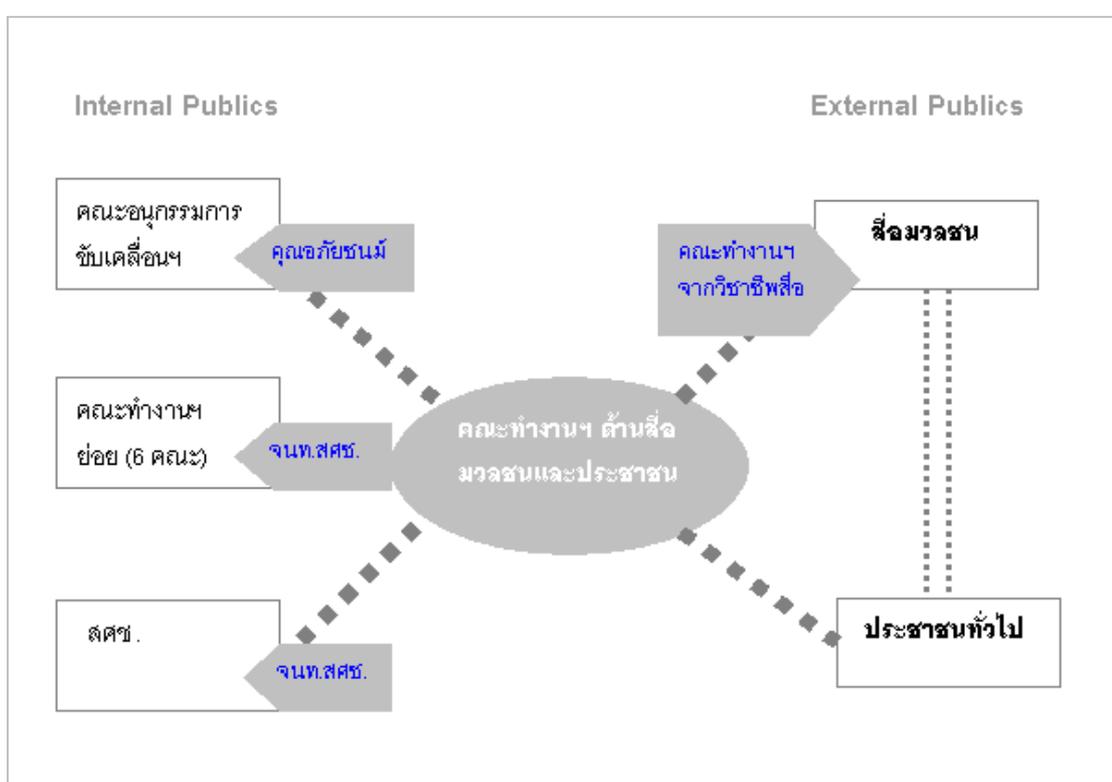
ระดับคณะทำงาน จะมีเจ้าหน้าที่บางส่วนจาก สศช. มาร่วมเป็นคณะทำงาน และบางท่านเป็นคณะทำงานในคณะทำงานย่อยชุดอื่นด้วย ส่วนคณะทำงานที่เข้ามาเป็นอาสาสมัคร ซึ่งมาจากองค์กรสื่อสารมวลชนและงานประชาสัมพันธ์ ก็จะเป็นจุดเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายคือ สื่อมวลชน

ระดับเลขานุการ มีคุณกัญญารัตน์ และคุณรวีวรรณ ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่มาจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ สศช. ส่วนในคณะทำงานย่อยชุดอื่นก็เช่นเดียวกัน เพราะฝ่ายเลขานุการถือได้ว่าเป็นศูนย์ประสานงานเบื้องต้นของแต่ละเครือข่าย ดังนั้นคณะทำงานในฝ่ายเลขานุการส่วนใหญ่จึงมาจากโดยส่วนใหญ่มาจากกลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง

ในส่วนของโครงสร้างการสื่อสาร สามารถแสดงได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4.2

โครงสร้างการสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน



แนวคิดและเหตุผลในการออกแบบโครงสร้างการจัดการและการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างการบริหารและการสื่อสารดังกล่าว เกิดจากแนวคิดและเหตุผลสำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ

1. แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

สืบเนื่องจากแนวคิดในการขับเคลื่อนฯ ที่ต้องการเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนมาสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการทำงาน และต้องการขยายเครือข่ายของความ

ร่วมมือ เพื่อเป็นพลังหนุนเสริมการสร้างกระแสเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งคำว่า “ประชาชนทุกภาคส่วน” หมายถึงสมาชิกทุกคนในสังคม เพื่อความชัดเจนในการทำงานจึงได้ระบุและจำแนกกลุ่มประชาชนผู้รับสาร (Receiver) ออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ โดยในขั้นต้นแบ่งเป็น 8 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้นำทางความคิด วิชาการ การเมือง องค์การภาครัฐ องค์การภาคธุรกิจเอกชน เยาวชน สื่อมวลชน และประชาสังคม โดยจะเห็นว่า ‘สื่อมวลชน’ เองก็จัดเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้รับสารด้วย และนำไปสู่การปรับกลไกการขับเคลื่อน โดยพัฒนาเป็นคณะทำงานชุดย่อยขึ้น โดยแต่ละชุดจะแยกกันรับผิดชอบในการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารต่าง ๆ กัน

ในเบื้องต้นแม้ว่าจะแบ่งกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารเป็น 8 กลุ่ม แต่เมื่อดำเนินมาถึง ส่วนของการพัฒนาโครงสร้างการทำงานย่อย (Subsystem) ได้ลดเหลือเพียง 7 คณะ โดยเชื่อมกลุ่มเป้าหมายทางวิชาการและการเมืองเข้าด้วยกัน (คณะทำงานชุดที่ 2)

สำหรับคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนนั้น กลุ่มเป้าหมายผู้รับสารมี 2 กลุ่มสำคัญ คือ กลุ่มผู้ทำงานในวิชาชีพสื่อสารมวลชน มุ่งหวังให้สื่อมวลชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสามารถสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ต่อไปยังประชาชนทั่วไปอีกทอดหนึ่ง

2. แนวคิดเรื่องความเป็นกลางทางการเมือง

เหตุผลประการสำคัญที่ทำให้กลุ่มเป้าหมาย 8 กลุ่ม เมื่อถึงขั้นตอนการจัดโครงสร้างย่อยกลับลดเหลือเพียง 7 คณะทำงานย่อย สืบเนื่องจากนโยบายการทำงานของคณะอนุกรรม การช ที่มีจุดยืนความเป็นกลางทางการเมือง และต้องการความโปร่งใสเป็นอิสระจากกระบวนการทางการเมือง ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายด้านการเมือง จึงมิได้หมายถึงพรรคการเมืองหรือผู้ทำงานด้านการเมือง แต่เน้นไปที่ผู้สนใจด้านการเมือง โดยผ่านรูปแบบของการให้การศึกษาและความรู้ นำไปสู่การเชื่อมกลุ่มเป้าหมายทางการเมืองไว้ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายทางวิชาการ ในคณะทำงานชุดที่ 2 โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือสภาพัฒน์ฯ ร่วมกับสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์หรือนิด้าเป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อน เพื่อใช้ฟังก์ชันการเป็นสถาบันการศึกษาและกลุ่มนักศึกษาของนิด้าซึ่งมีความสนใจทางด้านการเมืองให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานขับเคลื่อนในส่วนนี้

3. เหตุผลด้านข้อจำกัดทางกำลังคนและงบประมาณของสภาพัฒน์ฯ

สืบเนื่องจากบทบาทของสภาพัฒน์ฯ เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เสมือน “คลังสมอง” ของประเทศที่สร้างองค์ความรู้ และประสานงานการพัฒนา แตกต่างจากการบริหารในรูปแบบของกระทรวง ทบวง กรม ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการกระจายอยู่ทั่วประเทศ และเจ้า

กระทรวงสามารถใช้อำนาจสั่งการตามสายงานบังคับบัญชาได้อย่างเต็มที่ ประกอบกับรูปแบบของการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในระยะแรกนั้น เป็นลักษณะที่เชิญผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ มาร่วมให้ความคิดเห็นและคำแนะนำ แต่หน่วยงานที่จะรับหน้าที่ไปปฏิบัติคือ กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งไม่มีกำลังเพียงพอที่จะรองรับปริมาณงานทั้งหมดได้

นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ อันเกิดจากการติดขัดในการเบิกจ่ายตามระเบียบราชการ จึงนำไปสู่การพัฒนาการทำงานในรูปแบบของอาสาสมัคร โดยสภาพัฒนาฯ ส่งเจ้าหน้าที่บางส่วนเป็นร่วมเป็นคณะทำงาน ซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการดังกล่าวเอื้อให้สภาพัฒนาฯ สามารถแก้ปัญหาเรื่องกำลังคนและงบประมาณได้ สามารถใช้ศักยภาพของอาสาสมัครที่เข้ามาเป็นคณะทำงานได้ค่อนข้างเต็มที่ตาม มีการแบ่งงานออกไปตามลักษณะความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialization) ขณะเดียวกันสภาพัฒนาฯ ก็ยังสามารถเข้าใจภาพรวมการทำงานทั้งหมด และไม่สูญเสียการมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางในการสร้างสรรค์กลยุทธ์และกิจกรรมด้วย คุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

เข้าใจว่าสภาพัฒนาฯ จะมองเห็นปัญหาของการทำงาน ที่มีปัญหาคอขวดเกิดขึ้น จึงได้เกิดโครงสร้างการทำงานใหม่ขึ้น โดยเกิดเป็นคณะทำงานชุดต่าง ๆ ขึ้นมา โดยมี focus ตามกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 8 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะทำงานแยกเป็นอิสระ โดยแต่ละชุดจะมีคนของสภาพัฒนาฯ อยู่ ข้อดีคือ ทำให้รู้สภาวะ รู้ยุทธวิธี รู้แผน และรู้งบประมาณ ดังนั้นสภาพัฒนาฯ จะรู้ภาพรวมของงานทั้งหมด¹

โครงสร้างการจัดการองค์กรและการสื่อสารดังกล่าวส่งผลต่อการบริหารและการทำงานอย่างไร

จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างการจัดการองค์กรและการสื่อสารดังกล่าว ได้ส่งผลสืบเนื่องต่อการบริหารและการทำงานในระยะถัดมาหลายประการ โดยสามารถแยกได้เป็นผลที่มีต่อการบริหารจัดการได้ 6 ประเด็นหลักต่อไปนี้

1. การสรรหาคณะทำงานโดยใช้วิธีการแนะนำต่อ ๆ กัน

¹สัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

2. การได้คณะทำงานฯ ที่มีความเห็นด้วยและความเชื่อมั่นในแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

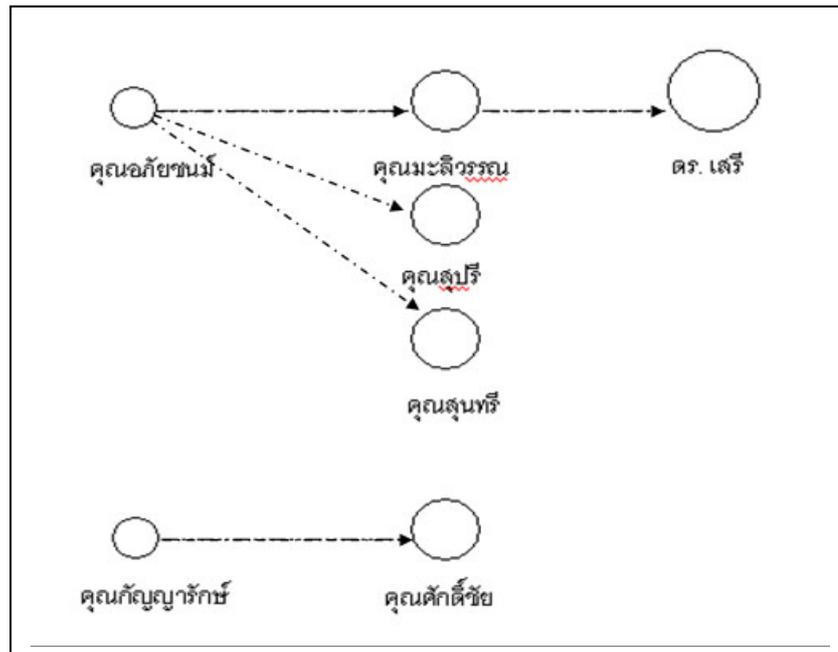
3. การประสานพลัง (Synergy) ในการทำงาน
 4. ความเป็นผู้นำเชิงบารมี
 5. ปัญหาในการวางแผนและติดตามงาน
 6. การติดต่อสื่อสารที่เน้นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ
- โดยในแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดดังนี้
1. การสรรหาคณะทำงานโดยใช้วิธีการแนะนำต่อกัน

ดังที่ได้กล่าวไปเบื้องต้นแล้วว่า คณะทำงานฯ ชุดนี้ เริ่มต้นด้วยบุคคลเพียง 2 ท่าน คือคุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ ประธานคณะทำงาน และคุณกัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง โดยได้รับมอบหมายจากสภาพัฒนฯ ให้มาช่วยงานในตำแหน่งเลขานุการ ทั้งสองท่านจึงเริ่มต้นสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมมาเข้าร่วมทำงาน โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือเป็นการทำงานแบบอาสาสมัคร ไม่มีค่าตอบแทนในการทำงาน และจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์ อีกทั้งการสรรหาคณะทำงานฯ นี้ ไม่สามารถให้การประกาศรับสมัครตามรูปแบบขององค์กรปกติได้

ดังนั้นในการสรรหาคณะทำงานและการดำเนินงานขับเคลื่อนจึงใช้วิธีการแนะนำต่อกันในลักษณะของห่วงโซ่ โดยวิธีการคือเริ่มต้นชักชวนจากบุคคลใกล้ชิดที่มีความพร้อมที่จะทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมก่อน จากนั้นก็ให้ช่วยหาบุคคลอื่นๆ ซึ่งมีคุณสมบัติตามที่คณะทำงานฯ ต้องการต่อ ๆ กันไป ซึ่งวิธีการนี้เปรียบเสมือนระบบส่งต่อ (Referral System) จากการสัมภาษณ์พบว่าคณะทำงานฯ ที่เข้ามาช่วยงานส่วนใหญ่มีสายสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสมาชิกเดิม เช่น คุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์ คุณสุปรีย์ เบ้าสิงห์สวย คุณสุนทร ศรีธนะชัยโชค ได้รับการชักชวนผ่านทางคุณอภัยชนม์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ปรึกษาของคณะทำงานชุดนี้ ได้รับการชักชวนจากคุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์ อีกทอดหนึ่ง ส่วนคุณศักดิ์ชัย พฤติภัก เป็นเพื่อนและได้รับการชักชวนจากคุณกัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง เป็นต้น

แผนภาพที่ 4.3

การสรรหาคณะทำงานโดยใช้วิธีแนะนำต่อ ๆ กัน



2. การได้คณะทำงานที่มีความเห็นด้วยและมีความเชื่อมั่นกับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการสรรหาโดยใช้วิธีการสโนว์บอลล์ การแนะนำผ่านคนรู้จักทำให้เกิดการคัดกรองและเป็นเสมือนการรับรองคณะทำงานฯ เบื้องต้น เพราะผู้แนะนำย่อมต้องแน่ใจว่าบุคคลที่แนะนำมีคุณสมบัติเหมาะสมกับความต้องการขององค์กร

ด้วยเงื่อนไขของการทำงานแบบอาสาสมัคร ซึ่งไม่มีค่าตอบแทนใด ๆ เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เหตุผลหลักของการอุทิศตัวทำงานนี้ คือ ความเชื่อมั่นต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งจากการสัมภาษณ์คณะทำงานฯ พบว่าทุกท่านล้วนมีความเชื่อมั่นต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และระดับของความเชื่อมั่นนั้นจะต้องมีความเข้มข้นมากพอที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการทำงานแบบเสียสละได้ ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของคณะทำงานส่วนใหญ่กล่าวตรงกันว่าเห็นด้วยกับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และเชื่อมั่นว่าจะเป็นวิถีแห่งการพัฒนาที่จะนำไปสู่ความอยู่เย็นเป็นสุขของประเทศ ส่วนเหตุผลรองลงมาคือต้องการตอบแทนบุญคุณแผ่นดินและพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ดังจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของคณะทำงาน ดังนี้

โดยส่วนตัวผมทำเรื่องการพัฒนาชนบทอยู่แล้ว ได้เห็น ได้รับทราบถึงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และรวมถึงเรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่ พอจังหวะที่ได้รับการติดต่อ

ทาบตามจากสภาพพัฒนาฯ ก็รู้สึกเป็นเกียรติ และตั้งใจทำเต็มที่ คงไม่ใช่เรื่อง
เทิดพระเกียรติเพียงอย่างเดียว แต่ผมถือว่าเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อผู้คน ช่วย
ให้ประชาชนรู้จักคิด ประชาชนต้องคิดให้มากกว่านี้ คิดให้ไกล รอบคอบ²

สอดคล้องความเห็นของคุณธนกร แสนสุกใส ในคณะทำงานฯ ซึ่งเป็นท่านหนึ่งที่
เคยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ดังนั้นเมื่อได้ยื่นพระราชดำรัสเรื่อง
“เศรษฐกิจพอเพียง” ที่ได้รับการถ่ายทอดสดผ่านทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ จึงเกิดความ
กระทบใจอย่างรุนแรงและน้อมนำไปสู่การปฏิบัติ จนค้นพบด้วยตนเองเป็นทางออกของการ
แก้ปัญหาที่แท้จริง

ในอาชีพของคนทำสื่อที่จริงสะดุดใจกับคำว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” มาตั้งแต่ปี
2540 ยิ่งช่วงหลังได้มาศึกษามากขึ้น ก็รู้สึกว่าเรื่องนี้มีความลึกซึ้ง มีการตกผลึก
เป็นองค์ความรู้ที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าสามารถนำไปใช้ได้จริงของ
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว... ที่ทำขอยืนยันว่าไม่ใช่เป็นเพราะกระแส ไม่ได้
ต้องการโน้มน้าว 60 ปีครองราชย์ และ 80 ปี เฉลิมพระชนม์พรรษา แต่ทำ
เพราะว่าแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงน่าจะเป็นทางออกให้กับชีวิตคนไทย และเป็น
ทางออกให้ประเทศไทย³

คุณศักดิ์ชัย พฤติภาค คณะทำงานอีกท่านหนึ่ง ก็กล่าวไว้ตรงกันว่า
คณะทำงานถามความสมัครใจว่าสนใจไหมที่จะเข้ามาทำกิจกรรมนี้ด้วยกัน ผมก็
สนใจ ก็เหมือนกับว่าเกิดมาครั้งหนึ่ง เป็นคนไทย ถ้าหากว่าได้มีโอกาสทำ
กิจกรรมเป็นการขยายแนวพระราชดำริของในหลวง ซึ่งเป็นแนวพระราชดำริที่
ประเสริฐอย่างมาก ก็ไม่ลังเลที่จะตอบรับ⁴

²สัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์
เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและ
ประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

³สัมภาษณ์ ธนกร แสนสุกใส, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอนโบริว ลิงค์ จำกัด และ
คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 23 มกราคม 2550.

⁴สัมภาษณ์ ศักดิ์ชัย พฤติภาค, บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ และ
คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 22 มีนาคม 2550.

ความหมายหนึ่งขององค์กรคือการรวมตัวของกลุ่มบุคคลผู้มีเป้าหมายเดียวกัน และร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น ดังนั้นความเห็นด้วยและความเชื่อมั่นในแนวทาง เศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ทำให้คณะทำงานเกิด 'เป้าหมาย' (Objective) การทำงานร่วมกันตั้งแต่แรก และเป้าหมายนั่นเองก็คือแรงขับเคลื่อนจากภายในของแต่ละบุคคล ที่นำไปสู่การทำงานในระยะต่อ ๆ มา การที่คณะทำงานมีฐานความคิดความเชื่อที่สอดคล้องไปใน ทิศทางเดียวกัน หรือที่ทางพุทธศาสนาเรียกว่ามี 'สัมมาทิฐิ' ร่วมกันเป็นพื้นฐาน ซึ่งเป็น คุณลักษณะสำคัญที่ทำให้การทำงานขับเคลื่อนสามารถดำเนินไปได้ภายใต้เงื่อนไขของการเป็น อาสาสมัคร ซึ่งไม่มีอำนาจบังคับบัญชาตามสายงานเป็นตัวควบคุม

3. การประสานพลัง (Synergy) ในการทำงาน

ด้วยพื้นฐานประสบการณ์อันแตกต่างหลากหลายของคณะทำงาน เป็นปัจจัยนำเข้า (input) ที่สำคัญซึ่งก่อให้เกิดการผสมผสานทั้งในแง่ทักษะ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และ ทรัพยากรในการทำงาน อันได้แก่เครือข่ายในการทำงานที่แต่ละท่านมีสายสัมพันธ์อยู่ เช่น คณะทำงานที่มาจากวิชาชีพสื่อมวลชน นอกจากจะมีความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งของบุคคลใน วิชาชีพสื่อ ซึ่งทำให้สามารถให้ข้อเสนอแนะต่อการทำงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้แล้ว ยังเอื้อต่อ การสร้างเครือข่ายหรือสายสัมพันธ์กับสื่อมวลชนที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกัน คณะทำงานที่มาจาก องค์กรเอกชนก็สามารถนำประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ รวมถึงเครือข่ายและทรัพยากร ด้านทุนจากองค์กรเอกชนมาสนับสนุนการขับเคลื่อนได้ ทำให้เกิดการประสานพลัง (Synergy) ใน การทำงานขึ้น เพราะบุคคลที่เข้ามาเป็นคณะทำงานมิได้เพียงแต่นำความรู้ ความสามารถมาใช้ในการ ทำงานเท่านั้น แต่ยังสามารถนำปัจจัยสนับสนุน (Supportive) การทำงานในรูปแบบต่างๆ เข้ามาด้วย เช่น งบประมาณบางส่วนในการทำงาน และเครือข่ายสายสัมพันธ์

กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง หนึ่งในคณะทำงานซึ่งได้รับการมอบหมายจากทาง สภาพัฒนาฯ ให้มาเป็นเลขานุการคณะทำงานขับเคลื่อนฯ แสดงความเห็นต่อเรื่องนี้ว่า ในแง่บวกทำ ให้คณะทำงานได้มุมมองจากคนที่ทำงานสายนี้จริง ๆ เช่น บางท่านเป็นนักข่าวมาจากสายวิชาชีพ สื่อสารมวลชน บางท่านเป็นนักประชาสัมพันธ์ นักการตลาดนักองค์กรเอกชน ซึ่งเป็นโอกาสใน การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน ทำให้คณะทำงานได้มุมมองใหม่ ๆ เกี่ยวกับใช้ สื่อ การวางแผน รวมถึงกิจกรรมประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ

นอกจากผสมผสานทักษะความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการทำงานแล้ว ยังเป็นการผสมผสานทรัพยากรด้านทุนและปัจจัยสนับสนุนการทำงานในรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น จาก ความเห็นของมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์

คือคณะทำงานขับเคลื่อนไม่มีตั้งคณะ แต่ก็ Drive ได้นะ ไม่เข้าใจชีวิตเหมือนกัน คือถ้าประชุมที่สำนักงานทรัพย์สินฯ ทรัพย์สินเลี้ยงข้าว ถ้ามาประชุมที่ฟอร์จูน หรือซีพีที่สีลม ซีพีเลี้ยงคุณอภัยชนม์เซ็น แล้วบางทีก็จะมีของซีพีมาให้เราทาน นี่คือ Volunteer จริง ๆ⁵

ตัวอย่างข้างต้นที่ยกมา แม้จะเป็นเพียงการสนับสนุนส่วนเล็ก ๆ ในการทำงาน เช่น เรื่องของค่าอาหาร แต่ก็สามารถสะท้อนบรรยากาศซึ่งเป็นภาพรวมในการทำงานให้เห็นได้ว่า คณะทำงานฯ ทำงานภายใต้บรรยากาศและเงื่อนไขในการทำงานอย่างไร

4. การเป็นผู้นำเชิงบารมี (Charismatic Leaders) จากการศึกษาพบว่าเงื่อนไขการเป็นผู้นำของคณะทำงานฯ นี้มีอยู่ 3 ประการหลัก

ประการแรก คือคณะทำงานฯ เข้ามาทำงานในลักษณะอาสาสมัคร จึงไม่สามารถควบคุมการทำงานโดยอาศัยกฎเกณฑ์การทำงานในองค์กรปกติได้ ดังนั้นผู้นำจึงต้องเป็นบุคคลที่คณะทำงานให้ความเคารพ ศรัทธา หรือเกรงใจได้

ประการที่สอง คณะทำงานฯ ทำงานโดยไม่มีงบประมาณสนับสนุน ดังนั้นผู้นำจะต้องแสดงศักยภาพในการแสวงหาทรัพยากรด้านทุนจากแหล่งสนับสนุนอื่น

ประการที่สาม แนวทางการขับเคลื่อนเน้นการประสาน และการขอความร่วมมือจากบุคคล องค์กร และเครือข่ายต่าง ๆ ดังนั้นผู้นำจะต้องมีความน่าเชื่อถือ (Credibility) ที่จะโน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือได้

ทั้งหมดนี้ตัวตนของผู้นำจึงสำคัญมากกับการทำงานภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขดังกล่าว ความมีบารมีในบริบทนี้มีใช่ความเหนือกว่าในเชิงอำนาจ แต่เป็นคุณลักษณะบางประการที่สามารถดลใจให้ผู้อื่นเกิดความน่าเชื่อถือ ความเคารพ ความนิยม ความศรัทธา ที่จะทำให้ผู้ร่วมงานไว้วางใจ เชื่อมั่น และพร้อมสนับสนุนร่วมมือในการปฏิบัติงานต่าง ๆ เช่น ความเห็นของคุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์

คุณอภัยชนม์มีลักษณะบางอย่าง คือเคยเป็นผู้นำนักศึกษามาก่อน พอมาทำงานด้านอาสาสมัคร มันต้องการสิ่งที่เรียกว่า Charisma คือบารมีกับตัวตนของผู้เป็นผู้นำที่จะทำให้อันที่มาจากต่างที่ต่างงาน ซึ่งไม่ใช่คนที่ไม่เห็นผลประโยชน์เป็นเงินมาทำ แล้วเอาสิ่งที่ตัวเองเชี่ยวชาญออกมาแชร์ มันเป็นบริบทอีกอย่างหนึ่งของ

⁵ สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพีเซ่ จำกัด และ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

การทำงานประเภทอาสาสมัครที่ต้องการคนแบบนี้ เป็นเชิงของบารมีและวิถีคิด
อะไรต่าง ๆ รวมถึงแง่มุมในเชิงบุคลิกภาพด้วย⁶

นอกจากภาวะผู้นำเชิงบารมี ยังพบว่ามีการบริหารจัดการโดยเน้นผลลัพธ์เป็น
หลัก เพื่อให้คณะทำงานฯ มองเห็นผลลัพธ์ปลายทางที่เป็นเป้าประสงค์ร่วมกัน ร่วมกับการ
มอบหมายงานตามความเชี่ยวชาญ (Specialization) โดยพิจารณาจากความสามารถ
ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของคณะทำงานฯ ที่เข้ามาเป็นอาสาสมัครเป็นหลัก ยกตัวอย่างเช่น
คุณศักดิ์ชัย พุทธิภักดิ์ ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินรายการและดูแลการผลิตรายการ “ตามรอย
เศรษฐกิจพอเพียง” คุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์ ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิจัย ได้รับ
มอบหมายให้เป็นผู้ดูแลและติดตามการทำงานของ AC Neilson ซึ่งเข้ามาทำวิจัยเพื่อประเมินผล
โครงการ พ.ศ. พอเพียง คุณวิรัตน์ ตรีสาธุรัตน์ ซึ่งเคยทำงานเป็นนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์
ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ติดตาม (Monitor) การนำเสนอข่าวสารข้อมูลเศรษฐกิจพอเพียงใน
สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า แนวทางการบริหารจัดการพยายามตัดรายละเอียดปลีกย่อย
อื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเป้าประสงค์ เพื่อลดภาระลดขั้นตอน และลดความยุ่งยากซับซ้อนในการ
ทำงาน เนื่องจากทุกคนมีภาระงานประจำอยู่แล้ว

สำหรับการประชุมของคณะทำงาน หากมีงานที่ต้องมอบหมายเฉพาะบุคคล ก็
จะใช้วิธีประชุมกลุ่มย่อยเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานจริง ๆ เพื่อปรึกษาและมอบหมายงาน ซึ่ง
สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารที่เน้นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียด
ต่อไป ทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่าแนวทางการบริหารจัดการ จะพยายามลดภาระ ลดขั้นตอน ลดความ
ยุ่งยากซับซ้อนระหว่างการทำงานลงให้มากที่สุด มุ่งเฉพาะผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการทำงาน โดย
อาศัยวิธีการทำงานที่ยืดหยุ่น ขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์ เน้นการประสานงานและความ
ร่วมมือ

4. ปัญหาในการวางแผนและติดตามงาน

คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนเป็นการ
รวมกลุ่มกันทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร ซึ่งไม่มีอำนาจตามสายงานที่ชัดเจน รวมถึงไม่
สามารถใช้กฎระเบียบข้อบังคับ (Formalization) ให้คุณให้โทษกับคณะทำงานได้ แม้ว่า

⁶ สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพีเซ่ จำกัด และ
คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

คณะทำงานจะมาทำงานด้วยความเต็มใจ แต่จากการสัมภาษณ์พบว่างานที่มีอันดับความสำคัญเป็นอันดับต้น (Priority) ก็คืองานประจำ ดังนั้นในการติดตามผลการทำงานหรือการนัดหมายต่างๆ จึงอาศัยการประนีประนอม ประกอบกับเป็นการทำงานที่ขาดงบประมาณสนับสนุนจึงไม่เอื้อต่อการกำหนดแผนการทำงานที่ต่อเนื่องและชัดเจนได้

ในส่วนของ การวางแผนนั้น คณะทำงานฯ มีแผนงานหลักซึ่งวางไว้เป็นกรอบการทำงานกว้าง ๆ แต่ไม่ได้มีการระบุเรื่องของวิธีการ เวลา หรืองบประมาณที่จะบรรลุเป้าหมายอย่างชัดเจน เป็นงานที่มีลักษณะค่อย ๆ คิด ค่อย ๆ ทำ โดยดูตามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของสถานการณ์ในขณะนั้น ดังเช่น ความเห็นที่สะท้อนในบทสัมภาษณ์ของคุณธนกร แสนสุกใส หนึ่งในคณะทำงาน ต่อคำถามที่ถามถึงแผนการทำงาน

แผนมี แผนรายปีก็เหมือนที่อยู่ในคู่มือ ก็คือ ต้องการร่วมเรียนรู้ สถานข่าย ขยาย ผลยุคแรกต้องการเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่ทุกภาคส่วนของสังคมก่อน แล้วก็ต้องการให้เกิดความร่วมมือในเชิงเครือข่าย หลังปี 2550 เป็นต้นไป หวังว่าสังคมไทยจะเป็นสังคมแห่งความพอเพียง มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ในทุกภาคส่วนของสังคม แต่แผนที่เป็น Step การทำงานไม่มี พุดแบบตรงไปตรงมาเลยว่าไม่มี ไม่ชัด มีแต่กรอบเป้าหมายใหญ่ ๆ ส่วนวิธีเดินไปนี่ค่อย ๆ คิดกันไป คิดได้ก็ทำ คิดได้วันนี้ก็ทำพรุ่งนี้ คิดไปเรื่อย ทำไปเรื่อย⁷

ที่เป็นเช่นนี้ ส่วนหนึ่งสืบเนื่องงานส่วนใหญ่เน้นการประสาน เชื่อมโยงความร่วมมือจากเครือข่ายต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างน้อย 2 ประการ คือ เพิ่มความยุ่งยากในขั้นตอนการประสานงาน และความร่วมมือขึ้นอยู่กับความสมัครใจซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่เหนือการควบคุมของคณะทำงาน

จากการที่มันเป็นงานอาสาสมัครก็ค่อนข้างอะลุ่มอล่วยกัน เช่น ถึงเวลาที่นัดหมายไว้ว่าจะต้องมาพิธีเซนต์หรือนำเสนองานในที่ประชุม ก็อาจจะต้องเลื่อนไปเพราะความไม่สะดวก ไม่ว่าง ตัดโน่นนี่ ที่จะต้องไปทำก่อน ก็คือเป็นงานรอง เป็นงานอาสาสมัคร แล้วประธานคณะทำงานก็ไม่อยู่ในวิสัยที่จะเคี่ยวเข็ญได้ เพราะว่าทุกคนมาด้วยใจ มาเป็นอาสาสมัคร การเคลื่อนงานอยู่ที่สำนึก

⁷สัมภาษณ์ ธนกร แสนสุกใส, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เรนโบว์ ลิงค์ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 23 มกราคม 2550.

รับผิดชอบของแต่ละคนมากกว่า เพราะไม่มีใครมาลงโทษ เดี่ยวผมจะไล่คุณออก มันไม่มี⁸

สอดคล้องกับความเห็นของคุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ ที่กล่าวว่า

ตอนเข้ามาทำงานที่แรก เราคิดแบบมุ่งหวังผลสำเร็จ เพราะเราเคยทำองค์กรของบริษัท เพราะฉะนั้นมันต้อง 1-2-3-4 เป๊ะ ๆ เพราะว่าเราคุม Factor ได้ เราได้ Authorized มา ถูกไหมคะ แต่พอเป็นอาสาสมัคร มันมี Factor ที่ไม่สามารถควบคุมได้อยู่เยอะ แล้วก็เป็นการขับเคลื่อนระดับประเทศที่ชอบเซตมันใหญ่⁹

5. เน้นการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

สำหรับการจัดการด้านการสื่อสารในการทำงานนั้น ใช้วิธีนัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น (Brainstroming) การประชุมแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ อย่างเป็นทางการ (Formal) และไม่เป็นทางการ (Informal) ทั้งนี้พบว่าการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีบทบาทในการประสานงาน ดำเนินงาน และติดตามงานมากกว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการ

เหตุผลสืบเนื่องจากสาเหตุหลักสองประการ คือ หนึ่งคณะทำงานฯ ทุกท่านมีอาชีพและงานประจำอยู่แล้ว และสองเป็นความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงความล่าช้าอันเกิดจากระบบ กลไกและขั้นตอนการทำงาน เช่น หากเป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ จะต้องมีการนัดหมายของการจัดเตรียมวาระการประชุม จัดเตรียมสถานที่ อาหาร รวมถึงการติดต่อนัดหมายของคณะประชุม ดังนั้นเพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการงาน และเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนคณะทำงานฯ มากจนเกินไป การประชุมอย่างเป็นทางการจึงจัดขึ้นให้มีเพียงเดือนละครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่จะขอใช้สถานที่ห้องประชุมของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เมื่อมีมติในการประชุม ประธานคณะทำงานจะมอบหมาย (Assign) ให้คณะทำงานแต่ละท่านรับผิดชอบ โดยพิจารณาจากพื้นฐานประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญของคณะทำงานแต่ละคนที่มาเป็นอาสาสมัคร อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์คณะทำงาน บ่อยครั้งที่การประชุมอย่างเป็นทางการนี้ต้องเลื่อนออกไปอันสืบเนื่องจากคณะทำงานติดภารกิจต่าง ๆ

⁸ สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพิเซ่ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

⁹ สัมภาษณ์ ศักดิ์ชัย พฤตมิภัก, บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 22 มีนาคม 2550.

ดังนั้นในการทำงานจริง การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการจึงมีบทบาทมากกว่าการสื่อสารอย่างเป็นทางการ ยกตัวอย่างเช่น การประสาน ติดตามงาน ปรีกษาหารือ หรือแม้แต่การสั่งการ ก็อาจจะใช้การพูดคุยผ่านทางโทรศัพท์ซึ่งสะดวกกว่าการนัดหมายมาพบกัน หนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่ประธานคณะทำงานฯ มักจะใช้ก็คือ การนัดหมายคณะทำงานเฉพาะที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานที่ต้องการขอความเห็นมาร่วมประชุมและปรึกษากันระหว่างการรับประทานอาหาร เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เป็นส่วนตัวและไม่รบกวนเวลาทำงานปกติ โดยผลจากการพูดคุยปรึกษาอย่างไม่เป็นทางการจะตกผลึกมาเป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งอาจมาจากลักษณะของการทำงานขับเคลื่อน ที่เน้นการสร้างและขยายเครือข่าย ดังนั้นบรรยากาศการสนทนาแบบไม่เป็นทางการอาจจะเอื้อต่อสานสายสัมพันธ์ได้มากกว่า

ส่วนที่ 2

กลยุทธ์การสื่อสารของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านสื่อมวลชนและประชาชน

2.1 กรอบการทำงาน ได้แก่ พันธกิจ วิสัยทัศน์ การวิเคราะห์ SWOT Analysis
 อำนาจหน้าที่ วัตถุประสงค์การขับเคลื่อน กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา พื้นที่ดำเนินการ และ
 งบประมาณ ของการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงภาคสื่อมวลชนและประชาชน

คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนมีกรอบ
 การในการทำงานดังนี้

พันธกิจ สร้างกระแสสังคมให้ประชาชนทุกภาคส่วน ทุกระดับนำหลักเศรษฐกิจ
 พอเพียงไปใช้เป็นกรอบความคิดหรือส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต (Way of Life)

วิสัยทัศน์ การพัฒนาที่สมดุลยั่งยืน และการพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ
 ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์

SWOT Analysis คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผล
 กระทบด้านบวกและด้านลบแก่การทำงาน

จากการศึกษาพบว่า จุดแข็ง (Strength) ประการสำคัญคือประชาชนมีทัศนคติที่
 ดีต่อเศรษฐกิจพอเพียง เนื่องจากแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวพระราชดำริใน
 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ประชาชนส่วนใหญ่พร้อมจะยอมรับ เห็นด้วย และปฏิบัติตาม อัน
 เนื่องมาจากพลังความศรัทธาที่มีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ประกอบกับเศรษฐกิจพอเพียง

ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ดังนั้นประชาชนส่วนมากจึงมีการรับรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่แล้ว รวมทั้งเห็นว่าเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ทั้งในชีวิตประจำวันและภาคธุรกิจ ปัจจัยภายในที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ คณะทำงานขับเคลื่อนฯ มีประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถที่เป็นประโยชน์ต่องานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง และมาทำงานด้วยความเชื่อมั่นในแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง

จุดอ่อน (Weakness) สืบเนื่องจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความยากและลึกซึ้งในการเข้าใจและการตีความ แม้ประชาชนจะให้ความสนใจ แต่ก็ไม่รู้ว่าจะนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างไร รวมทั้งประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจที่ไม่รอบด้านเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวคือหลักการเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 3 ห่วง คือ พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน และ 2 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขความรู้ และเงื่อนไขคุณธรรม แต่ประชาชนส่วนใหญ่จะรับรู้เศรษฐกิจพอเพียงในแง่ของ ความพอประมาณ ประกอบกับในระยะแรกของการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง เน้นหนักไปทางภาคเกษตรกรรม จึงทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งเข้าใจว่าปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเหมาะสมกับการนำไปใช้เฉพาะบางกลุ่มเป้าหมาย คือ เกษตรกรรมและชนบทเท่านั้น รวมถึงมีความเข้าใจที่สับสนระหว่างเศรษฐกิจพอเพียง กับเกษตรทฤษฎีใหม่

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การที่เกิดกระแสเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น ทำให้คำว่า “พอเพียง” กลายเป็นคำแฟชั่น ที่ถูกหยิบยกไปใช้ ซึ่งหลายครั้งพบว่าเป็นการนำไปใช้อย่างไม่ถูก ต้องและไม่ระมัดระวัง จนเกิดความเข้าใจที่สับสนว่า “พอเพียง” หมายถึง ทำแค่นี้ ได้เท่านั้นก็พอ

ทั้งหมดนี้นำไปสู่ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนที่มีต่อเศรษฐกิจพอเพียง ดังเช่น การแสดงความเป็นห่วงต่อปัญหานี้ ของ คุณศักดิ์ชัย พงศ์ภักดิ์ หนึ่งในคณะทำงาน

แนวพระราชดำริตรงนี้เป็นนามธรรม บางครั้งคนจำเป็นที่จะต้องเห็นตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม คืออะไรที่มันเป็นนามธรรมมันเสี่ยงต่อการตีความ ฉะนั้นมันต้องสร้างรูปธรรมที่เป็นตัวอย่างให้คนได้เห็นบ่อย ๆ ในรูปลักษณะหรือมิติต่าง ๆ ไม่เช่นนั้น เราก็จะได้ยินการนำ เศรษฐกิจพอเพียง พอเพียงมาพูดในเชิงดูหมิ่นดูแคลนว่า แค่นี้พอแล้วละ พอเพียง ทำอะไรมากมาย ซึ่งมันสะท้อนถึงความเข้าใจ

ที่มันไม่ลึกซึ้ง เราจะได้ยินบ่อย ๆ ยุคนี้อยู่คพอเพียง ทำแค่นี้พอแล้ว อย่าหวังมาก ซึ่งผิดเลย¹⁰

นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารที่ผ่านมายังไม่สามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจพอเพียงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนที่มีเศรษฐกิจแตกต่างกันได้ ความซับซ้อนของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงยังกลายเป็นจุดเปราะบางที่ทำให้ผู้ที่ไม่เห็นด้วยสามารถบิดเบือนสารเพื่อสร้างความเข้าใจผิดแก่ประชาชนได้

สุดท้ายคือปัญหาด้านงบประมาณ เนื่องจากการเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นส่วนหนึ่งของโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้ความดูแลของ สศช. ซึ่งต้องแบ่งสรรงบประมาณกับโครงการอื่น ๆ ด้วย จึงทำให้คณะทำงานฯ ต้องแสวงหาทรัพยากรด้านทุนจากแหล่งอื่น ประกอบกับคณะทำงานฯ เข้ามาทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร จึงไม่สามารถอุทิศตัวกับการทำงานได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากมีภารกิจด้านอื่น ๆ

คุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ แสดงความเห็นต่อจุดแข็งและจุดอ่อนในการทำงานว่า ในแง่ของ SWOT บุคลากรที่เราที่มีที่เราทำงานเป็นจุดแข็งและเป็นแนวคิดของในหลวงอันนี้คือสิ่งที่แข็งแรงมากแล้วทำให้คนอยากทำ แต่จุดอ่อนก็มีมันเป็น Philosophy คือนามธรรมที่ไม่ใช่รูปธรรมเพราะฉะนั้นในเชิงการที่จะทำให้มันเป็นรูปธรรมที่คนจับต้องได้แล้วเอาไปใช้ มันยาก แล้วมันขึ้นอยู่กับประสบการณ์แต่ละคนเหมือนกัน การ define ของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสิ่งที่ค่อนข้างยาก¹¹

คุณอภิรักษ์ วัชรสินธุ์ ประธานคณะทำงานฯ แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ปัญหาประกอบด้วยสองส่วนคือ ตัวสภาพพัฒนฯ หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ ไม่ใช่กระทรวง ไม่มีเครื่องมือ ด้านบุคลากร แต่เน้นการจัดการด้านความรู้ ความคิด เป็นคลังสมองของประเทศ ประกอบกับปัญหาของตัวเอง ในส่วนภาษาไทยก็มีความยากและซับซ้อนในระดับหนึ่งแล้วยังเกิดการแปลความหมายของคำผิดซึ่งนำไปสู่ความไม่เข้าใจของสื่อต่างประเทศ

ปัญหาอีกอย่างหนึ่ง อยู่ที่ความยากของคำ Sufficiency Economy และ Self - Sufficiency Economy ซึ่งแตกต่างกันนะ เศรษฐกิจพอเพียงคือ Sufficiency

¹⁰ สัมภาษณ์ ศักดิ์ชัย พงศ์ทิพย์, บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 22 มีนาคม 2550.

¹¹ สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพีเซ่ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

Economy ทำให้ตีความคลาดเคลื่อน เพราะเราอยู่ในศตวรรษที่ 21 แต่กลับไปพูดถึงเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตัวเองที่ย้อนไปศตวรรษที่ 19 แต่จริง ๆ เราพยายามพูดให้เข้าใจว่าความเพียงพอ มีสามชั้น เป็นเพียงพอแบบก้าวหน้า ไม่ใช่แค่นี้ก็พอ¹²

ในขณะเดียวกันโอกาส (Opportunity) ในการขับเคลื่อนก็มีอยู่หลายประการเช่นกัน โดยเฉพาะบริบทด้านเวลาที่เหมาะสม กล่าวคือ ปี พ.ศ. 2549 ต่อเนื่องกับปี พ.ศ. 2550 เป็นปีมหามงคล คือเฉลิมฉลองการครองราชย์ 60 ปี และเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา การแสวงหาแนวร่วมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นแนวพระราชดำริจึงมีโอกาสดำเนินการร่วมมืออย่างมากทั้งจากภาครัฐ เอกชน สื่อมวลชน และประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันไม่ค่อยดีนัก จึงทำให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจกับเศรษฐกิจพอเพียง

ประชาชนส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงอยู่แล้ว ดังนั้นคณะทำงานฯ จึงสามารถสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจจากพื้นฐานเดิมที่มีอยู่ รวมถึงการที่นานาประเทศแสดงท่าทียอมรับและเห็นด้วยต่อแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง หากสามารถทำให้เห็นว่าเศรษฐกิจพอเพียงคือกระแสการพัฒนาใหม่ของโลก ก็จะทำให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในประเทศมีโอกาสประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

ดังเช่น ความคิดเห็นของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา กล่าวถึงโอกาสในการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงว่า

โอกาสมี เพราะเศรษฐกิจเราแย่ก็ทำให้คนนึกถึงเศรษฐกิจพอเพียงได้ การที่เรื่องนี้เป็นกระแสพระราชดำรัส ก็ทำให้โอกาสที่คนจะเชื่อและคล้อยตามเป็นไปได้ง่าย และเจ้าชายจิกมีซึ่งเป็นขวัญใจของคนไทยก็ทรงเห็นด้วยกับเศรษฐกิจพอเพียง จนมาเรียนรู้กับไทยไปก็เยอะ และตอนนี้หลาย ๆ ประเทศก็นำเอาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ เพียงแต่ตั้งชื่อต่างกันไป แต่เรื่องแนวความคิด การมีวินัย การไม่พึ่งพาใคร พึ่งพาตัวเอง จัดสรร ทรัพยากรอย่างดี รักษาความยั่งยืน มันเป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศ แม้แต่ประเทศมหาอำนาจอย่างอังกฤษ

¹² สัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านภาคสื่อมวลชน และประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

ก็ยอมรับไอดีนี้ไปด้วย ดังนั้นถ้าเราทำให้เป็นกระแสโลกได้ก็มีโอกาสเผยแพร่ได้สำเร็จ¹³

ส่วนอุปสรรค (Treat) พบว่าอุปสรรคส่วนหนึ่งเป็นปัจจัยมาจากนอกประเทศ กล่าวคือ ความไม่เห็นด้วยและความไม่เข้าใจของประเทศเพื่อนบ้านต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เช่น กรณีที่ ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ เสนอตัวทำงานเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงความไม่เข้าใจและไม่เห็นด้วยของสื่อมวลชนต่างประเทศ เช่น กรณีข่าวที่เผยแพร่ใน The Economist, The Asian Wall Street Journal และ Newsweek ที่เข้าใจว่าประเทศไทยต้อง การจะถอยจากแนวทางเศรษฐกิจเสรี ส่วนอุปสรรคภายในประเทศ คือ เศรษฐกิจพอเพียงถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองเพื่อโจมตีรัฐบาลและสถาบัน

ปัจจัยภายนอกคือ เศรษฐกิจพอเพียงถูกหยิบไปเป็นเรื่องการเมือง เนื่องจากการที่รัฐบาลชุดนี้ประกาศให้ใช้เศรษฐกิจพอเพียงเป็นนโยบาย คนที่ไม่หวังดีต่อรัฐบาลก็โจมตีเศรษฐกิจพอเพียง จึงทำให้บางครั้งเศรษฐกิจพอเพียงถูกวิพากษ์วิจารณ์ คือมันเหมือนถูกโยงเข้าไปเป็นเรื่องการเมืองหลายครั้ง สำหรับผู้ที่ไม่หวังดีต่อสถาบันฯ หรือว่าไม่หวังดีต่อรัฐบาลชุดนี้¹⁴

สามารถประมวลความเห็นของคณะทำงานเพื่อสรุปเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ได้ตามตารางดังต่อไปนี้

¹³ สัมภาษณ์ เสรี วงษ์มณฑา, ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต และดุขุภักดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และที่ปรึกษาในคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

¹⁴ สัมภาษณ์ กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง, หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 12 พฤษภาคม 2550.

ตารางที่ 4.2

แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของ

การทำงานจากความเห็นของคณะทำงาน

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
1. เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวพระราชดำริ 2. ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อเศรษฐกิจพอเพียง 3. ประชาชนส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงอยู่แล้วจากการเผยแพร่ของสื่อ 4. ประสิทธิภาพ ความสามารถ และความตั้งใจของคณะทำงานฯ	1. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นนามธรรมที่ยากต่อความเข้าใจและการตีความก่อให้เกิด - ความเข้าใจที่ไม่รอบด้านต่อเศรษฐกิจพอเพียง - ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนและสับสน - ยากต่อการถูกบิดเบือน 2. ขาดตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมและหลากหลาย 3. การสื่อสารไม่สามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจให้เข้ากับประชาชนที่มีเศรษฐกิจฐานะต่างกัน 4. เศรษฐกิจพอเพียงกลายเป็นคำแฟชั่นที่ถูกใช้อย่างไม่ระมัดระวัง 5. คณะทำงานเป็นอาสาสมัคร ไม่สามารถอุทิศเวลาให้การทำงานอย่างเต็มที่ 6. ขาดแคลนงบประมาณ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treat)
1. บริบทด้านเวลาที่เหมาะสม คือ วาระครองราชย์ 60 ปี และเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา สร้างความร่วมมือได้ง่าย 2. ประชาชนมีการรับรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงอยู่แล้ว คณะทำงานฯ สามารถสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ จากฐานเดิมที่มีอยู่ 3. ต่างประเทศให้การยอมรับและเห็นด้วย 4. ภาวะเศรษฐกิจของไทยปัจจุบันไม่ค่อยดี ทำให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง	1. ความไม่เห็นด้วยและความเข้าใจของต่างประเทศ 2. ความไม่เข้าใจและไม่เห็นด้วยของสื่อมวลชนต่างประเทศ 3. การถูกเชื่อมโยงกับประเด็นทางการเมือง

อำนาจหน้าที่ อำนาจหน้าที่ของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน ตามที่ได้รับภาระระบุไว้ในคำสั่งแต่งตั้ง มีดังนี้

1. วางแผนและดำเนินการสื่อสารกับภาคประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ทั้งในส่วนของ การดำเนินกิจกรรม ตลอดจนข้อมูลข่าวสาร ภายใต้คณะทำงานด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิด “สังคมแข็งแรง” โดยผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง เกิดกระแส “ความพอเพียง” ในทุกสังคม และครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

2. ดำเนินการพัฒนาเครือข่ายทั้งภายใน คือระหว่างคณะทำงานด้านต่าง ๆ และภายนอก คือ สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เชื่อมโยงและสนับสนุนสาระ ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ อย่างเป็นระบบและมีพลัง

3. ดำเนินงานตามแผนพัฒนาระบบและเครื่องมือการสื่อสารเพื่อการสร้างความรู้ความเข้าใจให้สอดคล้อง/ เหมาะสมกับข้อมูลแต่ละประเภท ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

4. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

5. ปฏิบัติงานตามภารกิจอื่นใดที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

วัตถุประสงค์การขับเคลื่อน ให้สื่อมวลชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน เพื่อสามารถนำไปสื่อสารต่อกับสังคมและประชาชนได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มเป้าหมาย คณะทำงานฯ มีกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 ส่วน คือ

1. สื่อมวลชน
2. ประชาชนทั่วไป

ระยะเวลา 2 ปี (เดือนธันวาคม พ.ศ.2548 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2550)

พื้นที่ดำเนินการ ทั่วประเทศ

งบประมาณ ไม่มี

2.2 คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชนได้ใช้กลยุทธ์ใดบ้างเพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมาย

คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงภาคสื่อมวลชนและประชาชนมีระยะเวลาในการทำงานประมาณ 2 ปี (เดือนธันวาคม พ.ศ.2548- เดือนธันวาคม พ.ศ. 2550) แต่ในการศึกษาค้างครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างเดือนมกราคม 2549 จนถึงเดือนมิถุนายน 2550 รวมเป็นระยะเวลาประมาณปีครึ่งหรือ 18 เดือน

สืบเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารของคณะทำงานฯ ชุดนี้ มีสองกลุ่มหลัก คือ กลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มประชาชน โดยการทำงานกับกลุ่มเป้าหมายสองส่วนนี้ คุณณภัชชนม์วัชรสินธุ์ แสดงจุดยืนทางความคิดของคณะทำงานไว้ดังนี้

ปรัชญาหรือ Philosophy ของการทำงาน คือเคารพสื่อ และเคารพผู้รับสื่อ ในการทำงานสื่อสารอะไรก็ตาม ประกอบด้วยตัวสื่อ ตัวสาระ และผู้รับ ในส่วนของแนวคิดเรื่องสื่อ สื่อนั้นมีอยู่แล้ว แต่ทำอย่างไรจึงจะให้สื่ออยากเกิดความร่วมมือ เราอยากให้ทำในเชิงอาสา โดยใช้การประสานให้กับแต่ละราย ส่วนผู้รับสาร เราเห็นว่าบางครั้งก็ถูกบังคับให้ต้องรับ ทำให้อยากบริโภค แต่หลักการของเราคือ

เคารพ Reciever ไม่ยึดเยียด เราเพียงแต่ให้ทางเลือก ใครจะสนใจมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับแต่ละคน¹⁵

ภายใต้ปรัชญาในการทำงานดังกล่าว พบว่าคณะทำงานฯ ได้สร้างกลยุทธ์การสื่อสารและแนวทางการทำงานที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ

1. กลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชน ได้แก่ “สื่อมวลชน” แขนงต่าง ๆ โดยคณะทำงานได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชนเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

- สื่อวิทยุโทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์
- ผู้จัดรายการ
- ค่ายเพลง
- ผู้จัดรายการโทรทัศน์
- องค์การสถาบันวิชาชีพ

โดยสามารถสรุปกลยุทธ์ในการทำงานร่วมกับกลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชนได้ดังนี้

1.1 การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

แนวทางสำคัญที่คณะทำงานฯ ใช้เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ก็คือการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจนให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชนยังมีความสำคัญในฐานะของ ‘ช่องทาง’ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่สาธารณชน ดังนั้นแนวทางกิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับสื่อมวลชน จึงเน้นไปในลักษณะที่ให้ความรู้ ความเข้าใจ เช่น จัดกิจกรรมสัมมนา “เข้าถึงเศรษฐกิจพอเพียง” แก่ผู้จัดรายการวิทยุ/โทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าว และบรรณาธิการข่าว พร้อมทั้งได้ทำคู่มือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เศรษฐกิจพอเพียง โดยสรุปสาระสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุและโทรทัศน์ใช้ในการสื่อสารความรู้ ความเข้าใจ ต่อไปยังประชาชน โดยเฉพาะในช่วงเดือน พ.ค.-มิ.ย. 49 ซึ่งเป็นช่วงเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี

¹⁵ สัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

นอกจากสื่อมวลชนภายในประเทศแล้ว สื่อมวลชนและสำนักข่าวต่างประเทศก็เป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่ทางคณะทำงานฯ ขับเคลื่อนมีความพยายามที่จะสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ดังจะเห็นได้จาก รายงานการพัฒนาคณะของประเทศไทย ปี 2550 ในหัวข้อ “เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาคน” ซึ่งจัดทำโดยโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) โดยนำเสนอแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ตลอดจนแนวทางประยุกต์ใช้ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้อ่านในประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ในขั้นตอนการจัดทำเนื้อหาของรายงานดังกล่าว จึงมีคณะที่ปรึกษาในคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงาน เพื่อความมั่นใจว่าสาร (message) ที่ส่งออกไปมีความถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน ดังความเห็นของ คุณศักดิ์ชัย พฤฒิมัก

ใน country report ของ UNDP หยิบยกแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็น Theme หลักในการทำ Thailand Country Report เผยแพร่ออกไปทั่วโลก ทางเครือข่ายขององค์การสหประชาชาติ ก็มีคณะที่ปรึกษาในคณะกรรมการเราหลายท่านเข้าไปร่วมในการเขียน Country Report ท่านองคมนตรีเกษม วัฒนชัย ก็เป็นที่ปรึกษาในการจัดทำ Country Report ของ UNDP ฉบับประจำปีนี้ด้วย เพื่อที่จะให้ท่านองคมนตรีเกษมช่วยดูความถูกต้องของเนื้อหาว่ามันมีอะไรตรงไหน เขียนไปบ้างไหม เราค่อนข้างจะระมัดระวังในการอธิบายความหมายเศรษฐกิจพอเพียง เพราะไม่ต้องการให้คนเข้าใจผิดกัน¹⁶

1.2 สนับสนุนให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

แนวทางการทำงานขับเคลื่อนของคณะทำงานฯ มุ่งสร้างความมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกับประชาชนทุกกลุ่มอาชีพ ทุกภาคส่วน และทุกระดับ กับกลุ่มสื่อมวลชนก็เช่นกัน เมื่อสามารถสร้างความเข้าใจเบื้องต้นร่วมกันเกี่ยวกับสาระสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงแล้ว คณะทำงานฯ ก็ใช้แนวทางขอความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวสู่ประชาชน โดยคณะทำงานฯ ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้ ซึ่งเป็นบทบาทขั้นต้นของคณะทำงานฯ แต่นอกจากนี้แล้วยังพบว่า ในบางกรณีคณะทำงานมีบทบาทเพิ่มขึ้น ในฐานะผู้ผลักดัน สนับสนุนให้สื่อมวลชนเข้ามามีส่วนร่วมสำคัญในการสื่อสารปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ประชาชน กิจกรรมที่เห็นได้ชัดเจน ก็คือ โครงการ พ.ศ.พอเพียง ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้ความร่วมมือ

¹⁶ สัมภาษณ์ ศักดิ์ชัย พฤฒิมัก, บรรณารักษ์การบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 22 มีนาคม 2550.

ระหว่างคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง และบริษัท เจ เอส แอล จำกัด การที่คณะทำงานฯ มีบทบาทสำคัญในการผลักดัน สนับสนุนให้โครงการนี้เกิดขึ้น จึงทำให้คณะทำงานฯ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางเนื้อหาสาร (Message) เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงที่จะสื่อสารสู่สาธารณะในทุกชั้นตอนได้ ซึ่งแตกต่างกับแนวทางขอความร่วมมือทั่ว ๆ ไปจากสื่อมวลชนที่คณะทำงานฯ จะไม่สามารถกำหนดสาระสำคัญในการสื่อสารได้

ตอนนี้เรามีเครือข่ายใหญ่ คือเจเอสแอล โดยทางบริษัทสนใจว่าในวาระเฉลิมพระชนมพรรษาในหลวง 80 พรรษา อยากจะทำอะไรให้พระองค์ท่าน เขาก็คิดมานานคิดเป็นเรื่องเป็นราวเป็นขั้นตอนตั้งแต่ปีที่แล้ว โดยขั้นแรกเข้ามาคุยกับ ดร.จิรายุ ว่าอยากทำเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ท่าน ดร.จิรายุ จึงส่งต่อให้มาคุยกับคณะเรา ก็ตกลงเราจะร่วมมือกัน¹⁷

1.3 พัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชน

โดยใช้วิธีการจัดกิจกรรมพบปะกับสื่อมวลชน (Press Meeting) ระหว่างฝ่ายบริหารของสื่อมวลชนกับแกนนำคณะทำงาน ดังจะเห็นได้จากงานจิบน้ำชา (Tea Party) ซึ่งได้รับความร่วมมือเข้าร่วมประชุมจากสื่อมวลชนมากถึง 86 คน และมาจากหลากหลายสื่อ คือทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร ค่ายเพลง ผู้ผลิตรายการ ผู้ผลิตละคร ฯลฯ โดยที่ผู้เข้าร่วมงานจำนวนหนึ่งเป็นระดับผู้บริหารขององค์กร เช่น คุณสุรางค์ เปรมปรีดี ผู้บริหารบริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ (ช่อง 7) คุณมิ่งขวัญ แสงสุวรรณ จาก บมจ.อสมท. คุณพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร บมจ.มติชน คุณสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ บมจ.โพสต์พับลิชชิง คุณเมตตา – คุณระริน อุทกพันธุ์ บมจ.อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิง เป็นต้น (รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด ดูได้จากภาคผนวก จ.)

ทั้งนี้โดยแนวทางการขับเคลื่อนเชื่อมั่นว่าการพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชนจะนำไปสู่การประสานพลังและความร่วมมือในการเผยแพร่ข้อมูลเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าวต่อไปยังประชาชน

¹⁷ สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพีเซ่ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

1.4 การติดตามผลการสื่อสาร

ในส่วนของการทำงานเพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงผ่านสื่อสารมวลชน ทางคณะทำงานฯ ได้ติดตามผล (Monitoring) ข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนเป็นประจำทุกวัน โดยได้เริ่มการติดตามผลนี้มาตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ในลักษณะของการจัดทำแฟ้มข่าว (Clipping) โดยในงานส่วนนี้อยู่ในความรับผิดชอบของคุณวิรัตน์ ตรีสานุรัตน์ ทำหน้าที่ประมวล รวบรวม ข่าวสารเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน แต่ด้วยข้อจำกัดของเครื่องมือ เครื่องมือ และกำลังทรัพยากรของคณะทำงานเอง การติดตามผลนี้จึงทำเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) เท่านั้น ได้แก่หนังสือพิมพ์รายวันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หนังสือพิมพ์รายสามวัน และหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ รวมทั้งสิ้นประมาณ 20 ฉบับ

โดยกระบวนการของการติดตาม สารสำคัญข่าวที่ผ่านการกลั่นกรอง และสรุปจากคุณวิรัตน์ จะนำเสนอไปยัง ดร.จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา ประธานคณะอนุกรรมการฯ และคุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ ประธานคณะทำงานฯ เป็นประจำทุกวัน ซึ่งขณะนี้แฟ้มข่าวที่เก็บรวบรวมไว้ มีประมาณ 2,000 ข่าว กลายเป็นระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงที่สามารถสะท้อนให้เห็นสถานะของเศรษฐกิจพอเพียงในมุมมองของสื่อมวลชน ทำให้คณะทำงานฯ มีความเท่าทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และบางครั้งยังเห็นสัญญาณเตือนบางอย่างที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย

นอกจากการประมวลรวบรวมข่าวปกติแล้ว บางที่เรายังต้องมองไปข้างหน้าอีกสัปดาห์หนึ่ง เช่น เมื่อต้นปีที่ผ่านมา อดีตนายทศ คุณทักษิณ ได้เปิด www.hitaksin.net ผมก็ได้ ได้แจ้งเตือน (alert) ทางคณะทำงานฯ ให้จับตาดูเว็บนี้ให้ดี เพราะไม่รู้ว่า จะการพูดถึงเศรษฐกิจพอเพียงในเว็บนี้หรือไม่ ซึ่งพอเวลาผ่านไปก็ปรากฏว่าพูดจริง ๆ ทำให้กระแสเศรษฐกิจพอเพียงช่วงนั้นขึ้นมาอย่างรุนแรง ปกติเราจะมีข่าวประมาณ 150-170 ข่าวต่อเดือน แต่ช่วงนั้นเพิ่มเป็น 300 ข่าว¹⁸

ข้อมูลที่ได้รับจากการติดตามผลสม่ำเสมอ ทำให้คณะอนุกรรมการฯ และคณะทำงานสามารถประเมินสถานการณ์ และแสดงบทบาทต่อเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่าง

¹⁸ สัมภาษณ์ วิรัตน์ ตรีสานุรัตน์, คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 8 พฤษภาคม 2550.

เหมาะสม อย่างเช่น ต่อกรณีข่าวของท่านอดีตนายกรัฐมนตรีที่เกิดขึ้นนี้ คณะทำงานฯ มีความเห็นว่าจะไม่ตอบโต้ใด ๆ ให้กลไกต่าง ๆ ดำเนินไปตามปกติ เพราะคณะอนุกรรมการฯ และคณะทำงานฯ เองก็ไม่ปรารถนาที่จะขับเคลื่อนอย่างออกนอกหน้า อยากให้เป็นเรื่องของความพร้อมของบริบททางสังคม และสังคมขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้ของตนเอง

สำหรับสถานะความรู้ ความเข้าใจ ของสื่อมวลชนที่มีต่อเศรษฐกิจพอเพียง ณ ปัจจุบัน โดยประเมินจากคุณภาพเนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอผ่านข่าว และบทความต่าง ๆ คุณวิรัตน์ มีความเห็นว่า

สิ่งที่เห็นคือ เศรษฐกิจพอเพียงกลายเป็นคำแฟชั่น ซึ่งน่าเป็นห่วง เพราะบางทีสื่อนำเสนอว่านี่คือความพอเพียง แต่พอลงในดูพฤติกรรม พฤติการณ์ก็มีคำถามว่าจริงไหม ซึ่งนำไปสู่คำถามถัดมาว่า คนเข้าใจ รู้จักเศรษฐกิจพอเพียงดีแค่ไหนเท่าที่ประเมินก็ยังไม่รู้ ไม่เข้าใจ สื่อมวลชนพูดถึงเรื่องนี้มี 2 ระดับ ส่วนใหญ่มักแค่พูดถึง ไม่แต่ลงลึก แต่เหมือนแค่โปรยดึงคนอ่าน¹⁹

2. กลุ่มเป้าหมายประชาชน สำหรับคณะทำงานฯ กลุ่มเป้าหมายประชาชน คือประชาชนทั่วไป ซึ่งจะต้องไม่ซ้ำกับกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายหลักของในคณะทำงานย่อยอื่น ๆ อยู่แล้ว

2.1 การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

ทั้งนี้สืบเนื่องเหตุผลหลักที่สำคัญสองประการ หนึ่งคือความยากและความลึกซึ้งในความหมายของตัวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเอง ประกอบกับจากการรณรงค์เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในช่วงแรก จะเน้นไปทางภาคเกษตร ทำให้มีความสับสนระหว่าง ‘เศรษฐกิจพอเพียง’ กับ ‘เกษตรทฤษฎีใหม่’ จึงทำให้คนเข้าใจว่าความพอเพียงมีความหมายถึง การประหยัด อดออม การปลูกผักรับประทานเอง ฯลฯ ซึ่งเป็นความหมายที่ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ จึงทำให้การรับรู้ภาพของเศรษฐกิจพอเพียงถูกคลาดเคลื่อน (Misperception) ดังความเห็นของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน และที่ปรึกษาของคณะทำงานฯ

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวคิดที่ดี แต่ที่ผ่านมาจะโดยฝีมือใครก็ได้แต่ ได้บิดเบือนความหมายของเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นเรื่องของคนจนเท่านั้น เป็นเรื่องของคนจนแล้วต้องเจียม แล้วก็ในขณะเดียวกันก็ไม่ได้โยงเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง

¹⁹ สัมภาษณ์ วิรัตน์ ตรีสารรัตน์, คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 8 พฤษภาคม 2550.

เข้ากับคนที่มีเศรษฐกิจฐานะที่แตกต่างกัน จริง ๆ คนรวยก็ต้องพอเพียง คนชั้นกลางก็ต้องพอเพียง คนจนก็ต้องพอเพียง เพราะความหมายของคำว่าพอเพียงก็คือ ใช้เงินอย่างมีวินัย ลงทุนอย่างมีวินัย เติบโตอย่างมีวินัย ฟังพาตัวเองได้ ไม่สร้างภาระแก่สังคม บริหารทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ รักษาความยั่งยืน²⁰

ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับความเห็นของคุณศักดิ์ชัย พงศ์มิกค์ คนทั่ว ๆ ไปก่อนหน้านี้ เข้าใจว่าเศรษฐกิจพอเพียง คือแนวทางสำหรับการแก้ปัญหา ปัญหาความยากจน เป็นแนวทางสำหรับชนบท ฉะนั้นคนเมืองไม่มีอะไรที่จะต้องไปรับรู้ เป็น “คู่มือแก่น” สำหรับคนบ้านนอกบ้านนา ทั้ง ๆ ที่โดยข้อเท็จจริง มันไม่ใช่²¹

ในเบื้องต้น ทางสภาพัฒน์ฯ จึงได้พยายามถอดรหัส (Encoding) ความหมายของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เข้าใจง่ายขึ้น ภายใต้หลักการ 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความมีเหตุผล ความพอประมาณ การมีภูมิคุ้มกันที่ดี บนเงื่อนไขของความรู้ และเงื่อนไขของคุณธรรม โดยคุณอภิชาต วัชรสินธุ์ ประธานฯ คณะทำงาน สรุปความความหมายที่อยากให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจ สั้น ๆ ง่าย ๆ ว่าเศรษฐกิจพอเพียงไม่ใช่ “คู่มือแก่น” สำหรับภาคเกษตรหรือคนยากคนจนเท่านั้น แต่เป็น ‘คู่มือสร้างความสุข’ ที่ทุกระดับในสังคมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับวิถีชีวิตของตนเองได้ ดังที่ คุณศักดิ์ชัย พงศ์มิกค์ หนึ่งในคณะทำงานอธิบายว่าเศรษฐกิจพอเพียงเสมือนเซรุ่ม วัคซีน และวิตามินในตัว กล่าวคือ เป็นเซรุ่มแก้พิษความยากจน ขณะเดียวกันสำหรับประชาชนทั่วไปก็เป็นเหมือนวัคซีนป้องกันความยากจน และขณะเดียวกันก็เป็นวิตามินเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้การดำเนินชีวิต

ด้วยเหตุผลดังกล่าว การสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง จึงมีความสำคัญอันดับต้น ๆ ในการทำงานนี้ ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าแนวทางสื่อและกิจกรรมที่คณะทำงานฯ จัดทำขึ้น เป็นสื่อและกิจกรรมที่สนับสนุนการสร้างความรู้ ความ

²⁰ สัมภาษณ์ เสรี วงษ์มณฑา, ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต และดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และที่ปรึกษาในคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

²¹ สัมภาษณ์ ศักดิ์ชัย พงศ์มิกค์, บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 22 มีนาคม 2550.

เข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง ยกตัวอย่างเช่น ป้ายข้อความบิลด์บอร์ดเศรษฐกิจพอเพียง ที่สรุปสาระสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นข้อความสั้นๆ เข้าใจง่าย การจัดเสวนาเฉลิมพระเกียรติ "ตามรอยพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง" ในโอกาสการจัดงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีผู้เข้าร่วมรับฟังการเสวนา ประมาณ 2,000 คน

2.2 การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ หรือ IMC (Integrated Marketing Communication)

สืบเนื่องจากกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชน เป็นคนกลุ่มใหญ่ในสังคม ที่มีความแตกต่างหลากหลายทั้งวัย การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และการเปิดรับสื่อ ดังนั้นกิจกรรมและสื่อที่ผลิตขึ้นจะต้องมีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถ "เข้าถึง" กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ซึ่งมีทั้งกิจกรรมที่ใช้สื่อและไม่ใช้สื่อ โดยแนวคิดหลักคือของ IMC คือการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบผสมผสานกัน มิได้ใช้เพียงสื่อใดสื่อหนึ่งหรือช่องทางการสื่อสารรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง แต่จะวางแผนโดยการประสานศักยภาพของสื่อหลายชนิดเข้าด้วยกันอย่างมีเอกภาพ จากการประมวลและวิเคราะห์ผลงาน พบว่ามีการสื่อสารผ่านช่องทางและรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.2.1 สื่อสารมวลชน (Mass Media)

- รายการ "ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง" ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 10.30-11.00 น. (เริ่มออกอากาศ 5 ตุลาคม 2550)

- รายการ "พ.ศ.พอเพียง" ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 18:05-19:00 น. (เริ่มออกอากาศ 7 มกราคม 2550)

- สารคดีเทิดพระเกียรติชุด "แผ่นดินพอเพียง" ออกอากาศหลังข่าวพระราชสำนัก เวลา 20:10 น. ความยาว 2 นาที ทุกช่องสถานี ออกอากาศระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-ธันวาคม 2550 รวม 334 ตอน

นอกจากนี้การจัดแถลงข่าว การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ก็มีผลสืบเนื่องทำให้เกิดข่าวสารความเคลื่อนไหวผ่านสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อีกทางหนึ่งด้วย

2.2.2 สื่อการเรียนการสอน โดยเป้าหมายระยะยาวแล้ว คณะทำงานฯ ต้องการให้บทเรียนเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงได้รับการติดตั้งอยู่ในกลไกการศึกษาอย่างถาวร โดยการบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับชั้นต่าง ๆ ดังนั้นสื่อการเรียน

การสอนที่ผลิตขึ้นเบื้องต้นนี้จึงเปรียบเสมือนงานนำร่อง ตัวอย่างของสื่อการเรียน การสอน เศรษฐกิจพอเพียง เช่น

- วิถีชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง (ระดับช่วงชั้นที่ 3 มัธยมศึกษาตอนต้น)
- บทเรียนเรื่อง Sufficiency Economy วิชาภาษาอังกฤษอ่าน – เขียน (ระดับช่วงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย)
- บทปฏิบัติการ วิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจพอเพียง (ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปวช.)

2.2.3 สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising & Public Relation) โดยแนวทางของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ค่อนข้างระมัดระวังที่จะไม่ให้ภาพของการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงออกมาในลักษณะของโฆษณาแบบมวลชน (Mass Marketing) ดังนั้นการผลิตสื่อโฆษณาที่พบ จึงเป็นเพียงสื่อโฆษณาที่แทรกอยู่ในโครงการ พ.ศ. พอเพียง ของทางเจเอสแอล เท่านั้น

2.2.4 คู่มือ (Manual) เนื่องจากเนื้อหาเศรษฐกิจพอเพียงมีความลึกซึ้ง และมีความหลากหลาย ในการประยุกต์ใช้ จึงได้จัดทำคู่มือขึ้นเพื่ออธิบายเศรษฐกิจพอเพียงในแง่มุมต่าง ๆ เช่น

- การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (เล่มเขียวเข้ม)
- เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร
- นานาคำถามเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

รวมถึง ‘คู่มือพอเพียง’ ที่จัดทำโดยเจ เอส แอล อธิบายถึงแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่เข้าใจง่าย และแนะนำแนวทางในการปฏิบัติ

2.2.5 สื่อบุคคล (Presenter) จะเห็นว่าในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดงานจิบน้ำชา (Tea Party) กับสื่อมวลชน หรือการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อต่างๆ ระดับแกนนำของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง เช่น ดร.จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา ลศช. คุณอำพน กิตติอำพน รวมถึงคุณอภัยชนม์ จะมีบทบาทหลักในการเป็นผู้ส่งสารเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่สื่อมวลชนและสาธารณชน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าท่านเหล่านี้มีบทบาทเป็นสื่อบุคคลด้วย นอกจากนี้ยังมี ‘Young Celebrity’ คือตัวแทนคนรุ่นใหม่ที่น่าเชื่อถือพอเพียงไปใช้ใน ชีวิต

2.2.6 กิจกรรมการตลาด (Marketing Event) โดยร่วมกับเจ เอส แอล จัดกิจกรรมพอเพียงสัญจรขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และกรุงเทพฯ ซึ่งภายในงานจะประกอบด้วย การแสดงนิทรรศการ พอเพียง การสัมมนา การจำหน่ายสินค้า การแสดง เทิดพระเกียรติ ฯลฯ

2.2.7 การใช้ป้ายต่าง ๆ (Signage) ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดข้อความ พระราชดำรัสที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจพอเพียง

2.2.8 การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising) โดยทางโครงการ พ.ศ. พอเพียง ได้จัดทำเป็นสายรัดข้อมือ (Whistband) สีเหลืองขึ้น เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความพอเพียง

2.2.9 เว็บไซต์ (Website) www.ppgen.com มุ่งสร้างให้เกิดการสื่อสารแบบออนไลน์ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ แลกเปลี่ยนความเห็น และเป็นสื่อกลางข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

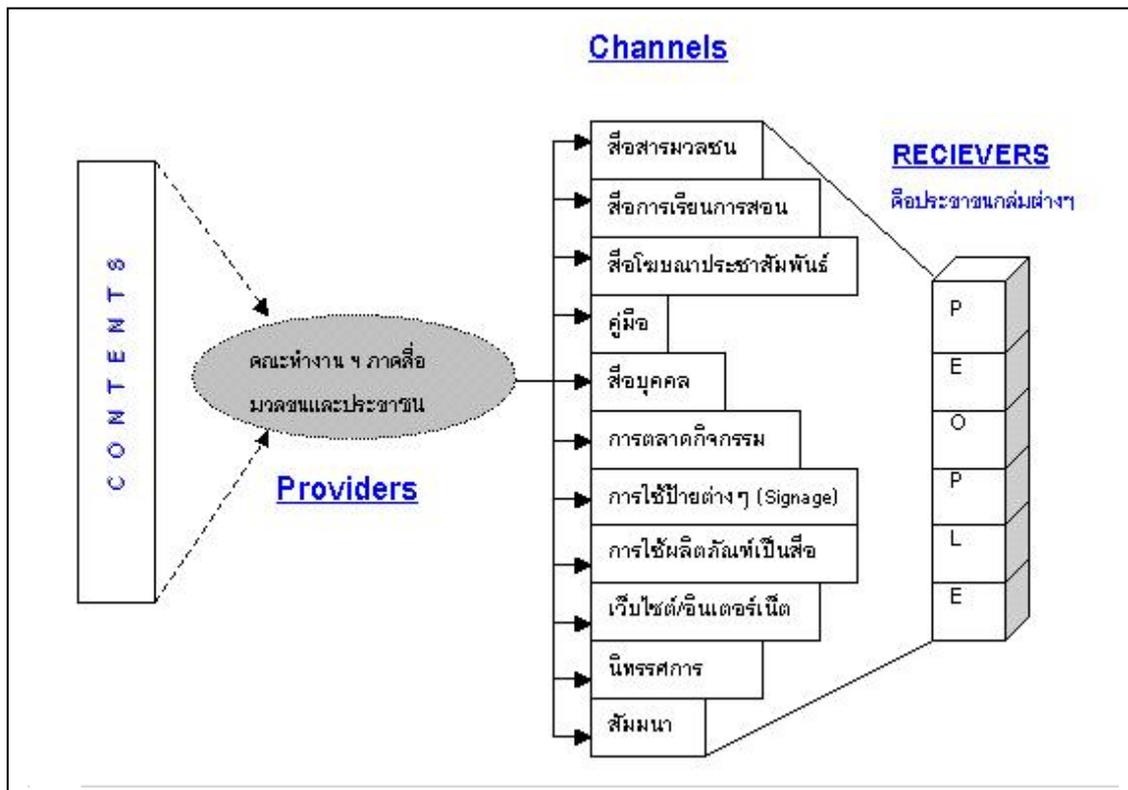
2.2.10 นิทรรศการ (Exhibition) โดยในงานนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติฯ เนื่องในโอกาสการจัดงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 26 พฤษภาคม-4 มิถุนายน 2549 ได้จัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่ง ทำเป็นห้องที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงขึ้นโดยเฉพาะ ได้แก่ “ห้องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่”

2.2.11 การสัมมนา (Seminar) เช่น จัดการสัมมนา “เข้าถึงเศรษฐกิจพอเพียง” แก่ผู้จัดรายการวิทยุ/โทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าว และบรรณาธิการข่าว

โดยสื่อและกิจกรรมทั้งหมดที่ผลิตขึ้นนี้ คุณอภิชาต วัชรสินธุ์ ประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงภาคสื่อมวลชนและประชาชน มองแบบจำลองของการทำงานครั้งนี้ว่า ผลงานจากการทำงานของคนทำงานขับเคลื่อนฯ ทั้งหมด 7 คนะนั้นคือ เนื้อหา (Content) หรือ ตัวสาร (Message) โดยที่คนทำงานขับเคลื่อนฯ ด้านสื่อมวลชนและประชาชนทำหน้าที่เป็นผู้จัดสรรเนื้อหา (Content Providers) ต่าง ๆ เหล่านั้น ไปสู่กลุ่มประชาชนผู้รับสาร (Recievers) ผ่านช่องทางการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบโดยอาศัยแนวคิดการสื่อสารแบบบูรณาการ ‘IMC’

ดังสามารถสรุปแนวคิดได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4.4
วิเคราะห์กิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงตาม
แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ



ที่มา : ปรับปรุงจากการสัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

2.3 การนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมและหลากหลาย

โดยแนวทางของการขับเคลื่อนฯ จะให้ความสำคัญกับการค้นหา กิจกรรมและตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม (Show Cases หรือ Best Practices) ในสาขาต่างๆ และระดับต่างๆ ตั้งแต่สาขาเกษตร อุตสาหกรรม บริการ ฯลฯ และตั้งแต่มุมบุคคล ครอบครัว ชุมชน ธุรกิจขนาดเล็กและกลาง จนถึงองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ โดยเชื่อว่าตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และหลากหลายจะเป็นเครื่องมือที่มีพลังในการสื่อความหมายของเศรษฐกิจพอเพียงในสังคม

นอกจากนี้สืบเนื่องจากการสื่อสารในระยะแรกจะเน้นความสำเร็จการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในภาคเกษตร จึงทำให้ประชาชนมองเศรษฐกิจด้วยความเข้าใจที่ไม่รอบด้าน คณะทำงานจึงพยายามสร้างความสมดุล ของเนื้อหา (Balancing Information) ในข่าวสารต่าง ๆ เช่น ในเรื่องสามห่วง สองเงื่อนไข ความพอประมาณเป็นเรื่องที่ถูกพูดถึงมากที่สุด คณะทำงานก็จะพยายามนำเสนอให้ประชาชนเห็นว่าความจริงแล้วเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงยังต้องอาศัยความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันด้วย หรือที่ผ่านมามากคนหันมาแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่ประชาชนรับรู้ผ่านสื่อ มักจะมาจากภาคเกษตร คณะทำงานฯ ก็จะพยายามค้นหาและพัฒนาต้นแบบทางด้านอื่นๆ ด้วย เช่น ในส่วนภาคธุรกิจ ได้สรรหาคณะกรรณการต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น 4 บริษัท คือ บมจ.ปูนซีเมนต์ไทย บมจ.แพนด้า จิวเวลรี่บ้านอนุรักษ์กระดาดชา และบริษัทชื่อไทย.คอม ซึ่งทั้ง 4 บริษัทนี้มีความหลากหลายของขนาดธุรกิจ ตั้งแต่องค์กรธุรกิจมหาชนที่มีมูลค่าสินทรัพย์หลักหมื่นล้านอย่างปูนซีเมนต์ ไปจนถึงบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างบริษัทชื่อไทย.คอม

ส่วนต้นแบบที่เป็นบุคคล พยายามนำเสนอให้มีความแตกต่างหลากหลายของเศรษฐกิจฐานะ และชีวิตความเป็นอยู่ ตั้งแต่ภาคชนบท คนชั้นกลาง ไปจนถึงมหาเศรษฐี เช่น โครงการ การค้นหาทูตจิตติมศักดิ์ พ.ศ. พอเพียง ซึ่งได้มีการเปิดตัว "Young Celebrity" 12 คน เช่น ณพภรณ์ โพธิรัตนกุล ปวีศา เพ็ญชาติ วิชชุดา ลีบุตรพงษ์ ฯลฯ ซึ่งสาธารณชนรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ว่าเป็นผู้มีฐานะดี หรือเป็น 'ไฮโซ' การเปิดตัวนี้จึงเป็นการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเกิดการความเข้าใจว่า แม้จะขึ้นชื่อว่าเป็นไฮโซ แต่ก็สามารถใช้ชีวิตอย่างเพียงพอได้ โดย Young Celebrity ที่ได้รับการคัดเลือกทั้ง 12 คน จะเป็นตัวแทนเผยแพร่ความรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ดังนั้นบทบาทหนึ่งของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน จึงเป็นผู้หยิบยื่นหรือนำเสนอข้อมูลของตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมเหล่านี้ผ่านสื่อ ดังจะเห็นได้ข่าวสาร (message) ผ่านสื่อมวลชนซึ่งเป็นช่องทางที่เข้าถึงประชาชนทั่วไปได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด จะเน้นเรื่องการนำเสนอ "ตัวแบบ" ได้แก่ รายการ "ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง" ทางช่อง 11 รายการ "พ.ศ.พอเพียง" ทางช่อง 5

2.3.1 ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง โดยเป้าหมายรายการต้องการสร้าง "ห้องเรียนเศรษฐกิจพอเพียง" เพื่อประชาชน ประกอบด้วยการสนทนาสาระกับวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าด้วยแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง สาระคดีสะท้อนรูปธรรมจากแนว

พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง สู่แบบแผนการปฏิบัติ แบบแผนการดำเนินชีวิต และในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงจัดสรรช่วงเวลาหนึ่งของรายการในการตอบคำถามข้อสงสัยของประชาชน

2.3.2 รายการ “สารคดีแผ่นดินพอเพียง” โดยมุ่งนำเสนอให้เห็นตัวอย่างของ “คนต้นแบบ” คือ บุคคลที่ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้กับชีวิตด้านต่าง ๆ ของตนเองอย่างได้ผล

2.3.3 รายการ “พ.ศ.พอเพียง” มีแนวคิดรายการเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นให้ผู้ชมได้เรียนรู้ความหมายของคำว่า “พอเพียง” ผ่านรูปแบบ Reality Talk Show ซึ่งมี Case Study ตัวอย่างของผู้ที่นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับชีวิต โดยมีแนวทางการนำเสนอ 4 รูปแบบ คือ แบบทดลองเพื่อเรียนรู้ แบบคู่เทียบ แบบมีคนต้นแบบ และแบบเปลี่ยนพฤติกรรม

2.3.4 ประสานความร่วมมือเพื่อสร้างความมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ที่เน้นการประสานและเชื่อมโยงเครือข่าย ดังนั้นวิธีการที่พบว่าถูกใช้มากที่สุดและคณะทำงานฯ สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพดีเยี่ยม ก็คือการประสานและเชื่อมโยง “ประชาชน” กลุ่มต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน สื่อมวลชน ธุรกิจ ที่มีความสนใจที่จะทำงานเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในวาระครองราชย์ครบ 60 ปี และเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา ให้มาร่วมกันจัดงาน ภายใต้แก่นความคิด (Theme) เดียวกัน นั่นก็คือ “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นการเชื่อมร้อยพลังจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้มาเสริมกันจนกลายเป็นพลังการขับเคลื่อนที่มากขึ้น

ในเรื่องการสร้างความร่วมมือในการสื่อสาร มีคำถามสำคัญอยู่ 2 ข้อ คือ ใครมีส่วนร่วมบ้าง และมีส่วนร่วมอย่างไร โดยจะยกตัวอย่างบางกิจกรรมของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงมาแสดงให้เห็นแนวทางการสร้างความร่วมมือในการสื่อสาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.3.4.1 ป้ายบิลบอร์ดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง

คณะทำงานฯ ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตป้ายและโฆษณา และธนาคารกรุงเทพ จัดทำพระราชดำริเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับป้ายบิลบอร์ด โดยลักษณะของความร่วมมือคือ คณะอนุกรรมการฯ จัดหาพระราชดำริ สมาคมผู้ผลิตป้ายฯ ประสานหาเครือข่ายคือ ธนาคารกรุงเทพ ให้เข้ามาสนับสนุนภายใต้งบประมาณพิเศษ โดยที่ทางสมาคมฯ ไม่คิดค่าเช่าป้าย คิดแต่ค่าใช้จ่ายด้านการผลิต และคณะทำงานฯ ช่วยในเรื่องการออกแบบดีไซน์

2.3.4.2 “ห้องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่”

ในนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติฯ ภาครัฐและเอกชนร่วมกัน จัดนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติฯ เนื่องในโอกาสการจัดงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็คเมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 26 พฤษภาคม-4 มิถุนายน 2549 โดยในส่วนหนึ่งของงานได้จัดทำเป็น “ห้องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่” ขึ้นรวมทั้งได้จัดเสวนาเฉลิมพระเกียรติ “ตามรอยพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง” ขึ้นในวันที่ 3 มิถุนายน 2549

โดยในเบื้องต้นนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติฯ ที่เมืองทองธานี ไม่มีเรื่องของเศรษฐกิจพอเพียงแยกออกมาอย่างเด่นชัด แต่ด้วยการประสานงานระหว่างคุณภักย์ชนม์ วัชรสินธุ์ กับภาครัฐและเอกชนที่ร่วมกันจัดงานนี้ ทำให้เกิดพื้นที่นิทรรศการ “ห้องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่” ขึ้นเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน โดยได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้สนับสนุนหลัก 4 ราย คือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

2.3.4.3 สมุดบันทึกเศรษฐกิจพอเพียง

เป็นสื่อที่ทางคณะทำงานขับเคลื่อนฯ ผลิตขึ้น แล้วได้รับการนำไปเผยแพร่ต่อจากเครือข่าย โดยบริษัท เอไอเอส จำกัด (มหาชน) นำไปพิมพ์เพื่อแจกลูกค้าของบริษัทจำนวนหนึ่งล้านเล่ม

2.3.4.4 รายการ “ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง”

ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี 10.30 -11.00 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ โดยได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณการผลิตจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

- สำเนาเทปที่ออกอากาศแล้วจะอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง www.sufficiencyeconomy.org

- สถาบันราชภัฏสวนสุนันทาซึ่งมีการพัฒนาหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรเศรษฐกิจพอเพียงขึ้นมาในการเรียนการสอน ติดต่อขอสำเนาเทปรายการที่ออกอากาศไปแล้ว เพื่อที่จะมาประกอบชุดวิชา พร้อมทั้งอัปโหลดขึ้นบนเว็บไซต์ของสวนสุนันทา

- ประสานความร่วมมือกับทางทางสถานีโทรทัศน์ยูบีซี หรือทรูวิชั่น นำเทปที่ออกอากาศแล้ว ไปออกอากาศซ้ำทางทรูวิชั่นช่อง 7 ทุกเสาร์ - อาทิตย์ ช่วง 20.30 – 21.00 น. เพื่อขยายฐานคนดูกว้างขึ้นไปอีก

- ผู้บริหารผังรายการของช่อง 5 ติดต่อขอสำเนาเทปของ รายการไปออกอากาศในไทยไกลบอลเน็ตเวิร์คของช่อง 5 (โทรทัศน์ดาวเทียม) มีขอบเขตการแพร่ ภาพออกอากาศ 170 ประเทศทั่วโลก ซึ่งจะสามารถเข้าถึงกลุ่มคนไทยที่กระจายอยู่ทุกประเทศใน โลก โดยเริ่มเผยแพร่ตั้งแต่เดือนเมษายน 2550 เป็นต้นไป

2.3.4.5 โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง “พอเพียง Generation”

แม้จะไม่ได้เป็นรายการที่ทางคณะทำงานขับเคลื่อนฯ ผลิตขึ้นเอง แต่กล่าวได้ว่ามีส่วนร่วมอย่างสำคัญในการผลักดันให้โครงการนี้เกิดขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่างคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง และบริษัทเจ เอส แอล จำกัด รวมทั้งคณะทำงานฯ เข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางเนื้อหาสาร (Message) เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงที่จะสื่อสารสู่สาธารณะในทุกขั้นตอน

ตอนนี้เรามีเครือข่ายใหญ่ คือเจเอสแอล โดยทางบริษัทสนใจว่าในวาระเฉลิมพระชนมพรรษาในหลวง 80 พรรษา อยากจะทำอะไรให้พระองค์ท่าน เขาก็คิดมานานคิดเป็นเรื่องเป็นราวเป็นขั้นตอนตั้งแต่ปีที่แล้ว โดยขั้นแรกเข้ามาคุยกับ ดร.จิรายุ ว่าอยากทำเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ท่าน ดร.จิรายุ จึงส่งต่อให้มาคุยกับคุณอภัยชนม์ ก็ตกลงเราจะร่วมมือกัน²²

โดยในส่วนของงบประมาณการผลิตนั้น ทางคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ ได้ให้ความช่วยเหลือในลักษณะของการแนะนำ ‘ชี้ช่อง’ ให้เห็นว่าบริษัทหรือองค์กรธุรกิจใดบ้างที่มีงบประมาณและความสนใจในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ทางเจเอสแอลเข้าไปประสานติดต่อ โดยที่ทางคณะอนุกรรมการฯ จะออกเอกสารในลักษณะของหนังสือรับรองให้โครงการ พ.ศ. พอเพียง มีงบประมาณสูงถึง 200 ล้านบาท สปอนเซอร์ร่วมกัน 4 ราย คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสิน และบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

²² สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เดชาฤทธิ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพีเซ่ จำกัด และ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

ผลสืบเนื่องจากการที่คณะกรรมการขับเคลื่อนฯ มีส่วนร่วมในการสนับสนุน และผลักดันให้เกิดโครงการดังกล่าวขึ้น จึงสามารถเข้าไปมีบทบาทในการควบคุมและตรวจสอบเนื้อหาสารของรายการก่อนการเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสภาพัฒน์ฯ เป็นผู้รับผิดชอบหลัก นอกจากการคัดเลือก กลั่นกรอง แก้ไขให้คำแนะนำแล้ว บางครั้งยังพบว่าคณะทำงานขับเคลื่อนฯ มีบทบาทในการควบคุมและกำหนดทิศทางของเนื้อหาสารอย่างเบ็ดเสร็จ เห็นได้จากในกิจกรรมสำคัญ ๆ เช่น สุนทรพจน์กล่าวเปิดงาน “พ.ศ.พอเพียง” ที่สวนลุมพินี ของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์สภาพัฒน์ฯ จะรับหน้าที่ในการจัดทำสคริปต์ทั้งหมด

พอตรงนี้แล้ว มันก็เป็นอะไรที่เราต้องคุมคอนเท้นท์เหมือนกัน เพราะว่าเจเอสแอลคอนเท้นท์เขาเป็นเอ็นเตอร์เทน เขาทำหนังสวยแต่ว่าบางครั้ง communicate อาจจะไม่ค่อยออก เราก็มีหน้าที่ดูว่าน่าจะเปลี่ยนวิธีนำเสนอใหม่ หรือว่ายังขาดประเด็นเรื่องอะไรบ้าง เช่น เรื่องประหยัดอดออม พุดกันมากแล้ว ต้องให้น้ำหนักกับเรื่องอื่นบ้าง คือเราต้องเข้าไปตบให้มันเข้ารูปเข้ารอย²³

2.3.4.6 สารคดีเทิดพระเกียรติชุด “แผ่นดินพอเพียง”

ออกอากาศหลังข่าวพระราชสำนัก ความยาว 2 นาที ทางสถานีโทรทัศน์ 3, 5, 7, 9, 11 และ True Visions รวม 334 ตอน

สารคดีเทิดพระเกียรติชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “พอเพียง Generation” แต่การที่นำมาแยกเป็นหัวข้อต่างหากนี้ เพื่อต้องการแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการประสานความร่วมมือกับสื่อมวลชนของคณะทำงานขับเคลื่อนฯ

ความเป็นมาของสารคดีเทิดพระเกียรตินี้ เกิดจาก นายกรัฐมนตรี พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ มีดำริว่าอยากให้มีการผลิตสารคดีสั้น ๆ หลังข่าวเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ดร.อำพน กิตติอำพน เลขาธิการสภาพัฒน์ฯ เป็นผู้รับนโยบายมา แล้วส่งเรื่องต่อมายังคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงภาคสื่อมวลชนและประชาชน ดังที่ได้กล่าวเบื้องต้นแล้วว่าการทำงานของคณะทำงานฯ ไม่มีงบประมาณสนับสนุน คุณอภิชนม์ วัชรสินธุ์ ประธานคณะทำงานขับเคลื่อนฯ จึงเริ่มจากการศึกษาข้อมูลว่าโครงการนี้ต้องการงบประมาณมากน้อย

²³ สัมภาษณ์ กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง, หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 12 พฤษภาคม 2550.

เพียงใด ซึ่งพบว่าใช้งบประมาณ 2-3 ล้านบาท ประกอบกับเป็นช่วงจังหวะเวลาที่ทางเจเอสแอลเข้ามาเสนอโครงการ “พอเพียง Generation” จึงเจาะใจให้ทางเจเอสแอลรับทำสารคดีในส่วนนี้ด้วย เพราะฉะนั้นสารคดีนี้ก็เหมือนของแถม แต่ว่า in term ของแพ็คเกจที่เขาขาย ก็ทำให้แพ็คเกจดี คือ มีทั้งรายการ พ.ศ พอเพียง มีสัญจร มีเว็บไซต์ มี whistband แล้วก็มีสารคดี แล้วออกอากาศช่วง Prime Time ของทุกช่อง เป็น free media เจเอสแอลออกแค่โปรดักชั่น²⁴

โดยลักษณะของการมีส่วนร่วมในการทำงานระหว่างคณะทำงานฯ และเครือข่ายประชาชนกลุ่มต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3

แสดงแนวทางการมีส่วนร่วมในการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

ผลงาน / กิจกรรม	
กิจกรรมและลักษณะความมีส่วนร่วม	
1. ป้ายบิลบอร์ดพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง ผู้มีส่วนร่วม	<u>ลักษณะความร่วมมือ</u>
1.1 คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง	- จัดทำ/คัดสรรพระราชดำรัส
1.2 คณะทำงานขับเคลื่อนฯ	- ออกแบบดีไซน์
1.3 สมาคมผู้ผลิตป้ายและโฆษณา	- พื้นที่แสดงป้าย , ผลิต
1.4 ธนาคารกรุงเทพฯ	- สนับสนุนด้านงบประมาณ

²⁴ สัมภาษณ์ มะลิวรรณ เตชาฤทธิ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพีเซ่ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ผลงาน / กิจกรรม	
กิจกรรมและลักษณะความมีส่วนร่วม	
<p>2. ห้องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่</p> <p><u>ผู้มีส่วนร่วม</u></p> <p>2.1 คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>2.2 คณะทำงานขับเคลื่อนฯ</p> <p>2.3 รัฐบาล</p> <p>2.4 เครือเจริญโภคภัณฑ์</p> <p>2.5 บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด</p> <p>2.6 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)</p> <p>2.7 บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)</p>	<p><u>ลักษณะความร่วมมือ</u></p> <p>- ประสานความร่วมมือ</p> <p>- ประสานความร่วมมือ</p> <p>- ผู้ดำเนินการ (เจ้าภาพ)</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p>
<p>3. สมุดบันทึกเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p><u>ผู้มีส่วนร่วม</u></p> <p>3.1 คณะทำงานขับเคลื่อนฯ</p> <p>3.2 AIS</p>	<p><u>ลักษณะความร่วมมือ</u></p> <p>- ผลิตสื่อต้นแบบ</p> <p>- งบประมาณ และเครือข่ายการเผยแพร่</p>
<p>4. รายการตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p><u>ผู้มีส่วนร่วม</u></p> <p>4.1 คณะทำงานขับเคลื่อนฯ</p> <p>4.2 ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์</p> <p>4.3 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)</p> <p>4.4 สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา</p> <p>4.5 ทิวทัศน์</p> <p>4.6 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5</p>	<p><u>ลักษณะความร่วมมือ</u></p> <p>- เป็นผู้ผลิต</p> <p>- จัดสรรเวลาออกอากาศ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- เครือข่ายการเผยแพร่</p> <p>- เครือข่ายการเผยแพร่</p> <p>- เครือข่ายการเผยแพร่</p>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ผลงาน / กิจกรรม	
กิจกรรมและลักษณะความมีส่วนร่วม	
<p>5. โครงการ พ.ศ. พอเพียง</p> <p><u>ผู้มีส่วนร่วม</u></p> <p>5.1 คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>5.2 คณะทำงานขับเคลื่อนฯ</p> <p>5.3 เจเอสแอล</p> <p>5.4 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)</p> <p>5.5 ธนาคารออมสิน</p> <p>5.6 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)</p> <p>5.7 บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)</p>	<p><u>ลักษณะความร่วมมือ</u></p> <p>- ประสานความร่วมมือจากส่วนต่าง ๆ</p> <p>- ดูแลการผลิต</p> <p>- ผลิต</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p>
<p>6. สารคดีเทิดพระเกียรติ “แผ่นดินพอเพียง”</p> <p><u>ผู้มีส่วนร่วม</u></p> <p>6.1 คณะทำงานขับเคลื่อนฯ</p> <p>6.2 เจเอสแอล</p> <p>6.3 สถานีโทรทัศน์ 3,5,7,9 และ 11</p> <p>6.4 ทิวทัศน์</p> <p>6.5 ธนาคารออมสิน</p> <p>6.6 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)</p> <p>6.7 บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)</p>	<p><u>ลักษณะความร่วมมือ</u></p> <p>- ประสานความร่วมมือจากส่วนต่าง ๆ และดูแลการผลิต</p> <p>- ผลิต</p> <p>- เครือข่ายการเผยแพร่</p> <p>- เครือข่ายการเผยแพร่</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>- สนับสนุนด้านงบประมาณ</p>

จากตารางข้างต้น ทำให้เห็นลักษณะการมีส่วนร่วมในการสื่อสารและการทำงานของ
กลุ่มประชาชนซึ่งรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายต่าง ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานขับเคลื่อน

เศรษฐกิจพอเพียงแบ่งเป็น 4 กลุ่มใหญ่ โดยแต่ละฝ่ายจะมีบทบาทในการมีส่วนร่วมอย่างชัดเจน กล่าวคือ

1. คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

บทบาทการมีส่วนร่วม : ประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน และมีส่วนร่วมในการผลิต (บางส่วน)

2. รัฐบาล

บทบาทการมีส่วนร่วม : เป็นเจ้าภาพและประสานความร่วมมือ เช่น กรณีของงานนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ

3. สื่อมวลชน ซึ่งมีทั้งภาคของผู้ผลิต สถานี และสมาคมวิชาชีพ

บทบาทการมีส่วนร่วม : ร่วมผลิตผลงาน และเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ ภายใต้เงื่อนไขพิเศษ เช่น กรณีที่เจเอสแอลรับผลิตสารคดีแผ่นดินพอเพียง หรือการที่สมาคมผู้ผลิตป้ายฯ ช่วยจัดหาพื้นที่แสดงป้ายบิลบอร์ดพระราชดำรัส พร้อมผลิตให้ในราคาพิเศษ ซึ่งในส่วนนี้จะสะท้อนให้เห็นว่าลักษณะความร่วมมือไม่ได้เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่มีลักษณะบางประการที่แสดงถึง “ความร่วมมือแรงร่วมใจ” ด้วย

4. ภาคเอกชน ซึ่งจากรายชื่อภาคเอกชนที่เข้ามามีส่วนร่วม จะเห็นว่าล้วนแต่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ เช่น บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอริวส์ จำกัด (มหาชน) เครือเจริญโภคภัณฑ์ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ฯลฯ

บทบาทการมีส่วนร่วม : สนับสนุนด้านงบประมาณ

จากผลการทำงานที่ปรากฏ จะเห็นว่าในแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น คณะทำงานประสบความสำเร็จระดับหนึ่งในการระดมพลังทรัพยากรขนาดใหญ่ระดับประชาสังคม (Civil Society) โดยมีการประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคสื่อมวลชนอย่างน่าสนใจ

วิธีการทำงานของผมคือ เชิญพบ พูดคุย แล้วเชื่อมโยง ผลที่เกิดขึ้น ผมใช้คำว่า ‘พลาณาภาพ’ คือพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน มีการประสานงานกันมากขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่องค์กรใดองค์กรหนึ่งในการทำงานช่วงต่อไป จุดพีคอีกช่วงหนึ่งคือช่วงเฉลิมฉลอง 80 พรรษา เรากำลังเริ่มคุยกัน แต่แนวทางที่คิดไว้คือ แต่ละบริษัทจะต้อง

ทำเรื่องนี้อยู่แล้ว มีงบประมาณอยู่ แต่เราจะประสานให้ร่วมกันจัดงานเป็นภาพใหญ่²⁵
ทั้งหมดนี้ สามารถประมวลและสรุปกลยุทธ์การทำงานของคุณะทำงานฯ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4

กลยุทธ์การทำงานของคุณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

กลุ่มเป้าหมายด้าน “สื่อมวลชน”	กลุ่มเป้าหมายด้าน “ประชาชน”
1. การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง - สัมมนา “เข้าถึงเศรษฐกิจพอเพียง” - คู่มือประชาสัมพันธ์เศรษฐกิจพอเพียง	1. การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง เช่น - ป้ายบิลบอร์ดเศรษฐกิจพอเพียง - งานจัดเสวนาเฉลิมพระเกียรติ "ตามรอยพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง"
2. สนับสนุนให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร เช่น - โครงการ พ.ศ. พอเพียง (เจ เอส แอล)	2. การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด IMC ได้แก่ - สื่อสารมวลชน - สื่อการเรียนการสอน - สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ - คู่มือ - สื่อบุคคล - การตลาดกิจกรรม

²⁵ สัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคุณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

กลุ่มเป้าหมายด้าน “สื่อมวลชน”	กลุ่มเป้าหมายด้าน “ประชาชน”
	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ป้ายต่าง ๆ - การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ - เว็บไซต์/ อินเทอร์เน็ต - นิทรรศการ - สัมมนา
<p>3. พัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชน เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - งานจับน้ำชา “เศรษฐกิจพอเพียง” 	<p>3. การนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมและหลากหลาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายการ “ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง” - รายการสารคดี “แผ่นดินพอเพียง” - รายการ พ.ศ. พอเพียง
<p>* โดยในส่วนของความร่วมมือในการสื่อสารจากสื่อมวลชนพบว่าส่วนใหญ่เป็นความร่วมมือในการผลิตสาร และเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ *</p>	<p>4. ประสานความร่วมมือเพื่อสร้างควมมี ส่วนร่วมในการสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ป้ายบิลบอร์ดพระราชดำรัส - ห้องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ - สมุดบันทึกเศรษฐกิจพอเพียง - รายการตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง - โครงการ พ.ศ.พอเพียง - สารคดีเทิดพระเกียรติ

ส่วนที่ 3

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงาน

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการกลยุทธ์การสื่อสาร

จากการประมวลและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ของคณะทำงานฯ พบว่ามีความเห็นต่อเรื่องปัจจัยภายนอกซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานขับเคลื่อนอย่างหลากหลาย ซึ่งสรุปได้

ส่วนปัจจัยภายใน (Internal Factor) แบ่งเป็นสองระดับเช่นกัน คือปัจจัยภายในระดับตัวสาร (Message) ของเศรษฐกิจพอเพียงเอง และปัจจัยภายในระดับองค์กร

1. ปัจจัยภายในระดับตัวสาร สืบเนื่องจากตัวสารเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงเอง ประการแรกเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวพระราชดำริ ส่งผลให้นโยบายการขับเคลื่อนในภาพรวมค่อนข้างจะระมัดระวังเรื่องการสื่อสาร เพราะไม่ต้องการให้เป็นไปในลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ หรือการบังคับให้ทำ แต่ใช้แนวทางการสื่อสารเพื่อความรู้ ความเข้าใจ ร่วมกัน ประการที่สองเศรษฐกิจพอเพียงมีลักษณะนามธรรมจึงยากต่อความดีความและความเข้าใจ นำไปสู่ปัญหาในการสื่อสารหลายประการ ประการแรกคือเข้าใจความหมายของเศรษฐกิจไม่ครบถ้วน ทำให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนและมองภาพเศรษฐกิจพอเพียงต่างจากความเป็นจริง

ด้วยเหตุผลทั้งสองประการ ดังนั้นจึงพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารของคณะทำงานจึงดูตามเหตุที่เกิดขึ้น และแก้ไขตามเหตุ กล่าวคือ เมื่อพบว่าประชาชนยังขาดความรู้ ความเข้าใจต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง กลยุทธ์การสื่อสารจึงเน้นที่การสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ประกอบการความเป็นนามธรรมทำให้ยากต่อการไปประยุกต์ใช้ ดังนั้นสิ่งที่จะสื่อความหมายเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงที่ดีและได้ผลที่สุด ก็คือ ตัวแบบ ประการสุดท้ายการให้ความรู้ หรือการให้ตัวแบบ จะต้องสามารถเข้าถึงประชาชนที่มีความหลากหลายได้ ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานนี้

2. ปัจจัยภายในระดับภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านงบประมาณ และปัจจัยด้านบุคลากรที่เข้ามาทำงานในลักษณะอาสาสมัคร ผลกระทบด้านลบคือพบว่าแม้คณะทำงานจะมีการวางแผนกลยุทธ์การทำงานไว้ เช่น การใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ การใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์ แต่ก็ไม่สามารถนำแนวคิดต่าง ๆ มาใช้ได้อย่างครบวงจร อันสืบเนื่องมาจากปัจจัย

ภายในลำคัสองประการ คือ ปัจจัยด้านงบประมาณ และปัจจัยด้านบุคลากรที่มาทำงานในเชิงอาสา ดังนั้นรูปแบบและกิจกรรมที่วางแผนไว้ บางครั้งจึงไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้อย่างเต็มที่ เช่น คณะทำงานฯ เคยมีแนวคิดที่จะจัดงานพบปะสื่อมวลชน (Press Meeting) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นระยะ ๆ แต่ในความเป็นจริงก็ไม่สามารถดำเนินการได้ อันสืบเนื่องมาจากปัญหางบประมาณและความพร้อมของบุคลากรที่กล่าวมาข้างต้น ดังความเห็นของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ซึ่งกล่าวว่า

ปัจจัยภายใน คือความเชื่อ นโยบาย ทิศทาง งบประมาณความเชื่อในเรื่องการสื่อสาร ความเชื่อในเรื่องการรณรงค์ งบประมาณที่มีเพียงพอ นโยบายที่กำหนด ทิศทางอย่างชัดเจนแจ่มแจ้ง แล้วก็การแสดงภาวะผู้นำของคนที่มีหน้าที่รับผิดชอบทั้งหลาย ถ้าดูในแผนงานของคณะทำงานชุดนี้ก็เป็นสิ่งที่ใช้ได้ แต่พอลงมาถึงภาคปฏิบัติมันก็ไม่ง่ายอยู่ดี เพราะว่ามันไปติดกับเรื่องปัญหางบประมาณ²⁶

แต่ในแง่บวกก็คือ สืบเนื่องจากคณะทำงานฯ มีประสบการณ์ในสายงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์ ดังนั้นความรู้ ความเข้าใจ และความหลากหลายทางประสบการณ์ จึงปัจจัยนำเข้าไปที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำงาน เช่น คณะทำงานฯ ที่มาจากสายงานด้านสื่อมวลชนเป็นประโยชน์ต่อกิจกรรมการพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชน หรือจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์เรื่อง IMC นั้นมาจากคุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ ซึ่งมาจากภาคธุรกิจเอกชนจึงนำมุมมองและประสบการณ์ที่ใช้กับภาคเอกชนมาใช้ในงานขับเคลื่อนด้วย

สำหรับปัจจัยด้านงบประมาณนั้น การไม่มีงบประมาณเป็นเงื่อนไขสำคัญที่นำไปสู่กลยุทธ์การทำงานที่ประสานความร่วมมือ และสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารและการทำงาน

ปัจจัยภายนอก (External Factor) หมายถึงปัจจัยภายนอกขององค์กร แบ่งได้ 2 ระดับ

2.1 ปัจจัยภายนอกระดับภายในประเทศ กล่าวคือ กระแสเศรษฐกิจพอเพียงที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนี้ โดยมีจุดสูงสุด (Peak) ของกระแสสองช่วง คือ วาระเฉลิมฉลองครองราชย์

²⁶ สัมภาษณ์ เสรี วงษ์มณฑา, ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต และคณาจารย์ บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และที่ปรึกษาในคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

ครบ 60 ปี และวาระเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา ทำให้ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง เนื่องจากเป็นสิ่งที่อยู่ในกระแสความสนใจ ทั้งจากสื่อมวลชน และประชาชนอยู่แล้ว และการขอความร่วมมือกับสื่อมวลชนก็ดำเนินการได้ง่าย ดังจะเห็นได้จากผลสำเร็จของงานสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ ผ่านงานจับน้ำชา (Tea Party) มีสื่อมวลชนเข้าร่วมมากถึง 86 ท่าน

นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การมีส่วนร่วมในการสื่อสารของกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ดังที่แสดงให้เห็นในตารางที่ 4.4 ซึ่งพบว่าลักษณะของการมีส่วนร่วมมีความหลากหลาย ทั้งส่วนร่วมในการผลิต ส่วนร่วมในการเป็นเครือข่ายเผยแพร่ และส่วนร่วมในการสนับสนุนด้านงบประมาณ ซึ่งความสำเร็จนี้ได้รับพลังหนุนเสริมจากปัจจัยภายในประเทศนี้เป็นสำคัญ

อยากเล่าว่าความจริงตอนงาน 9 มิถุนายน เราไม่ได้ทำอะไรเลย กระแสมาเอง ผมได้เตรียมพนักงานซีพีสามพันคนไปร่วมงาน แต่พอไปถึงงานจริง ๆ แล้วเข้าไม่ได้ อยู่ได้แค่ข้างนอก จุดพีคจะมีสองช่วง คือ มิถุนายน 2549 และธันวาคม 2550 ก่อนช่วงถึงธันวาคม เรียกว่า “ตกท้องช้าง” งานของเราคือคิดว่าจะทำอะไร เพื่อดึงกระแสให้อยู่อย่างต่อเนื่อง และจับโอกาสเมื่อมาถึง เช่น งานที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี เราไปเจรจาจนได้พื้นที่มา ซึ่งปรากฏว่างานนี้คนแน่นมาก²⁷

ปัจจัยอีกส่วนหนึ่ง คือปัจจัยด้านเศรษฐกิจ จากกรรายงานข่าวของสื่อมวลชนต่าง ๆ ทำให้เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยปัจจุบันยังไม่ดีนัก ส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากภาวะการณ์ทางการเมืองของประเทศที่สร้างความไม่แน่ใจให้กับนักลงทุนภาคธุรกิจ และประชาชนทั่วไป ในภาวะเช่นนี้ จึงทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งหันมาให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะในแง่มุมของการประหยัด อดออม เนื่องจากคนส่วนใหญ่ยังสามารถจดจำเหตุการณ์เมื่อปี 2540 ได้อยู่ จึงทำให้ตั้งอยู่ในความไม่ประมาท เช่น ความเห็นของคุณธนกร แสนสุขใส หนึ่งในคณะทำงานขับเคลื่อนฯ

ปี 2540 ฟองสบู่แตก คนส่วนหนึ่งเริ่มตระหนัก แต่ว่าทุนนิยมก็ยังไม่ตาย รัฐบาลทักษิณเข้ามาปั๊บก็ใช้วิธีอัดฉีดเงินเข้าสู่ระบบ ตามทฤษฎีของเคนเซียน เอาเงินเข้าระบบก็เกิดกำลังซื้อ การบริโภคก็เพิ่มขึ้น การจับจ่ายใช้สอยก็คึกคักขึ้น นี่เป็น

²⁷ สัมภาษณ์ อภัยชนม์ วัชรสินธุ์, รองกรรมการผู้จัดการ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

วงจรของเศรษฐกิจกระแสหลัก คือ ทุนนิยม ทำให้มันก็ทำท่าจะเกิดเป็นฟองสบู่ขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง แต่ว่าฟองสบู่ในรอบสองนี้ มันเตือนสติคนพอสมควรไม่ให้หลงระเหิงจนเกินไป เนื่องจากบาดแผลปี 2540 เรายังมีอยู่ ฉะนั้น คนจึงหันมาตั้งอยู่ในความไม่ประมาท²⁸

2.2 ปัจจัยภายนอกองค์กรระดับภายนอกประเทศนั้น มีองค์กรต่างประเทศ และหลาย ๆ ประเทศที่แสดงความเห็นด้วยต่อเศรษฐกิจพอเพียง จึงเปิดโอกาสให้คณะทำงานฯ ใช้โอกาสดังกล่าวเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสามารถพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง อย่างเช่น รายงานการพัฒนาคณะของประเทศไทย เป็นความร่วมมือระหว่างรัฐบาล คณะอนุกรรมการฯ และโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ ซึ่งรายงานดังกล่าวถูกพิมพ์เผยแพร่ไปทั่วโลก

นอกจากนี้ คุณธนกร แสนสุกใส ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าภาวะเศรษฐกิจโลกชี้ให้เห็นว่าทุนนิยมโลกกำลังมีปัญหา อันเกิดจากการพัฒนาที่ไม่เท่าเทียม เศรษฐกิจพอเพียงจึงกลายเป็นทางออก

ทุนนิยมโลกกำลังมีปัญหา เห็นว่าเศรษฐกิจของอเมริกาหรือสิงคโปร์นี้เห็นชัด ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นว่าไม่สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยกลไกเศรษฐกิจธรรมดา คือการผลิตและบริโภค แต่เศรษฐกิจของอเมริกาในช่วงสิบปีนี้ อยู่ได้ด้วยสงคราม เพราะทุนนิยมพอถึงจุดหนึ่งมันก็เริ่มต้น ต้องไปเอาของคนอื่น และจากที่เราค้าสินค้าเพื่อบริโภค ก็หันมาค้าเงิน มี Head Fund เต็มไปหมด แล้วก็ไปไล่ล่าไปปั่นเอาเงินจากประเทศอื่นเข้ากระเป๋าตัวเอง ดังนั้นอเมริกาจึงเจอวิกฤตขาดดุลการค้ามหาศาล อันนี้เห็นได้ชัดว่าเศรษฐกิจทุนนิยมโลกในฐานะทุนนิยมโลกาภิวัตน์มันเจอวิกฤต คือ ทำให้เห็นว่ามันถึงทางเสื่อม โลกก็เป็นแบบนี้ ฉะนั้นเศรษฐกิจพอเพียงจะเข้ามาแทนเป็นทางสว่าง²⁹

²⁸ สัมภาษณ์ ธนกร แสนสุกใส, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เรนโบว์ ลิงค์ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 23 มกราคม 2550.

²⁹ สัมภาษณ์ ธนกร แสนสุกใส, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เรนโบว์ ลิงค์ จำกัด และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 23 มกราคม 2550.

ส่วนความเห็นของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ให้ความเห็นที่เกี่ยวพันกับภาวะเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก เช่นเดียวกัน แต่ความแตกต่างประเด็นสำคัญที่สุดของสองท่านนี้คือ คุณธนกร มองว่าเศรษฐกิจทุนนิยมถึงจุดเสื่อมดังนั้นเศรษฐกิจพอเพียงจะเป็นทางออกของโลกเพื่อเข้ามาแทนที่ทุนนิยม ในขณะที่ ดร.เสรี มองว่าการสื่อสารที่ได้ผลจะต้องไม่สร้างโอกาสของความขัดแย้ง ดังนั้นจะต้องไม่ทำให้เศรษฐกิจพอเพียงอยู่ฝ่ายตรงข้ามกับทุนนิยม แต่พัฒนาไปเคียงคู่กัน

ปัจจัยภายนอกเราต้องได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในบางส่วนหนึ่ง และเราต้องได้ประชาชนที่ตระหนักที่เห็นความจำเป็นของการที่จะเปลี่ยนแปลงชีวิตดั้งเดิมสู่ชีวิตพอเพียง แล้วฝ่ายตรงข้าม ต้องไม่ไปปิดเบือน จุดกระแสว่าเป็นเรื่องของการปิดประเทศ เป็นเรื่องของการหยุดพัฒนา เพราะถ้าตราบใดคนกลุ่มนี้ยังออกมาพูดจาแบบนี้อยู่ ก็จะมีคนที่กลัวว่าประเทศชาติจะไม่พัฒนา กลัวว่าต่างชาติจะไม่มาค้าขายกับเราจะไม่สนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง คือมีคนจำนวนมาก พยายามจะมองว่าเศรษฐกิจพอเพียงตรงข้ามกับทุนนิยม แล้วจะไม่สนับสนุนแนวคิดนี้เลย เพราะมันก่อให้เกิดความขัดแย้ง มันก่อให้เกิดคนไม่ยอมรับ³⁰

ปัจจัยภายนอกที่เป็นภาวะเศรษฐกิจโลกนั้น แม้จะเป็นโอกาสที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เศรษฐกิจพอเพียง แต่คณะทำงานฯ ก็จำเป็นต้องเลือกสาร (Message) ที่จะสื่อสารอย่างระมัดระวัง เพราะอาจจะก่อให้เกิดความเห็นด้วยกับคนบางกลุ่มและความไม่เห็นด้วยกับคนบางกลุ่มได้

³⁰ สัมภาษณ์ เสรี วงษ์มณฑา, ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต และดุษฎิบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และที่ปรึกษาในคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ด้านสื่อมวลชนและประชาชน, 17 พฤษภาคม 2550.

ตารางที่ 4.5

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อกิจกรรมสื่อสารของคณะทำงาน

ปัจจัยภายใน	ผลกระทบต่อกลยุทธ์
1. ปัจจัยภายในระดับตัวสาร	
- เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวพระราชดำริ	- คณะทำงานระมัดระวังที่จะไม่ใช้การสื่อสารออกมาในลักษณะของการโฆษณา
- เศรษฐกิจพอเพียงเป็นนามธรรม เข้าใจยาก	- กลยุทธ์การสื่อสารเน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ - กลยุทธ์การใช้ต้นแบบที่เป็นรูปธรรม
2. ปัจจัยภายในองค์กร	
- ปัจจัยด้านงบประมาณ	- กลยุทธ์การประสานความร่วมมือ การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และการสร้างเครือข่ายพันธมิตร
- ปัจจัยด้านบุคลากร	- กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชน เพราะมีคณะทำงานที่มาจากวิชาชีพสื่อ - ประสบการณ์คณะทำงาน
ปัจจัยภายนอก	ผลกระทบต่อกลยุทธ์
1. ปัจจัยภายนอกระดับภายในประเทศ	
- วาระเฉลิมฉลองการครองราชย์ 60 ปีและวาระเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา	- กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร
- ภาวะเศรษฐกิจ	- โอกาสในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเศรษฐกิจพอเพียง
2. ปัจจัยภายนอกระดับภายนอกประเทศ	
- องค์กรต่างประเทศ และประเทศต่าง ๆ แสดงความเห็นด้วยกับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง	- โอกาสในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเศรษฐกิจพอเพียง
- ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ทำให้เห็นแนวโน้มว่าระบบเศรษฐกิจทุนนิยมกำลังมีปัญหา	- โอกาสในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเศรษฐกิจพอเพียง