

บทที่ 8

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการและการเผยแพร่ลักษณะเครือข่ายการทำงานและกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย และปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการศึกษาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง ย้อนหลัง 3 ปี คือ ปีพ.ศ.2553-2555 ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth-Interview) โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ คือ ตัวแทนจากสำนักงานประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะผู้ส่งสาร และภาคีการพัฒนาตาม 7 ประเด็นหลักของการพัฒนาในสังคมสีเขียวในฐานะผู้รับสารและผู้ส่งสารในเครือข่าย ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว รวมทั้งสิ้น 18 ท่าน

ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผล และสรุปผลการวิจัยเพื่อตอบปัญหาคำถามวิจัย 3 ข้อ คือ

1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นอย่างไร

2. ลักษณะเครือข่ายการทำงานซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายเป็นอย่างไร

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมีอะไรบ้าง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเริ่มจากประเด็นสำคัญพื้นฐาน และประเด็นปัญหาการวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

จากการที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้น การขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว จึงเป็นประเด็นการพัฒนาที่สำคัญภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559 โดยประกาศใช้ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2554 จนถึง 30 กันยายน 2559) ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาไปสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมไปกับการเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่ดีมีสุขของทุกภาคส่วนในสังคม

เป้าหมายที่สำคัญของเครือข่าย

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่ได้กำหนดให้สังคมสีเขียว เป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายหลักที่ทุกภาคีต้องร่วมกันขับเคลื่อนและสร้างอนาคตประเทศไทยร่วมกัน การพัฒนาประเทศไปสู่สังคมสีเขียว จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกฝ่าย ทุกระดับเพื่อร่วมกันผลักดันให้แนวทางการพัฒนานี้ประสบความสำเร็จ เป็นต้นว่า ผู้นำประเทศ คณะรัฐมนตรี นักการเมือง สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักวิชาการ นักธุรกิจ องค์กรภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน นักศึกษา และสื่อมวลชน เป็นต้น

พิจารณาในแง่เครือข่ายตามประเด็นการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ คือ การพัฒนาภาคการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอน ทั้งเกษตรยั่งยืนอุตสาหกรรมสะอาด และการท่องเที่ยวสีเขียว นวัตกรรมสีเขียว ระบบขนส่งและพลังงานเพื่อเศรษฐกิจสีเขียว การสร้างความเป็นธรรมในสังคม และการรับมือกับภัยพิบัติ โดยอ้างอิงจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่ได้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว ซึ่งประมวลจากยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะ 5 ยุทธศาสตร์ คือ (1)การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (2)โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว (3)การสร้างสังคมที่เป็นธรรม (4)การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และ(5)การพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อ

สนับสนุนการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิตินั้น มาจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการและสถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และภาคประชาชน

ปัญหานำวิจัยข้อ 1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นอย่างไร

1.1 การดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การสร้างสังคมสีเขียว ซึ่งเป็น 1 ใน 3 สังคมที่เป็นจุดมุ่งหมายของแผนพัฒนาฉบับที่ 11 สศช. เป็นเจ้าภาพหลักจัดทำแผนระดับรองโดยกระบวนการมีส่วนร่วม มีแนวทางดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นที่ 1 สศช. ศึกษากรอบแนวคิด ทิศทางการพัฒนา และตัวอย่างการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สรุปทบทวน จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในประเด็นสำคัญ อาทิ การพัฒนาภาคการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอน ทั้งเกษตรยั่งยืนอุตสาหกรรมสะอาด และการท่องเที่ยวสีเขียว นวัตกรรมสีเขียว ระบบขนส่งและพลังงานเพื่อเศรษฐกิจสีเขียว การสร้างความเป็นธรรมในสังคม และการรับมือกับภัยพิบัติ เสนอให้ภาคีการพัฒนาร่วมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุปข้อคิดเห็นและจัดทำร่างข้อเสนอการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว เสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการ

พิจารณาในกรอบของการสื่อสาร การที่ สศช. ได้จัดทำกรอบแนวคิด ทิศทางการพัฒนา และตัวอย่างการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุปทบทวน และจัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ไปตามความเห็นในที่ประชุมของภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ เพื่อให้ภาคีการพัฒนาเหล่านั้นให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลับมา (Feedback) จึงนับเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) และเพื่อความรวดเร็ว สศช. ก็ได้จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในประเด็นสำคัญแทนที่จะเป็นการระดมสมองแบบเต็มตัว

ขั้นที่ 2 เมื่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการแล้ว สศช. ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฉบับที่ 11 ร่วมกับกระทรวง/สำนักงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการระดับชาติ เช่น คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติดำเนินการ ดังนี้

1. แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว ทำหน้าที่กำกับกำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว รวมทั้งดูแลให้มีการนำไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมดังกล่าว

2. สศช.และฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการระดับชาติอาจจัดตั้งคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ มีหน้าที่ดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง ผลกระทบ และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว อาทิ กฎหมายระเบียบปฏิบัติต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคจากเอกสารรายงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ดำเนินการจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดย

2.2.1 กำหนดประเด็นหลัก ให้ครอบคลุมประเด็นทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.2.2 กำหนดประเด็นการพัฒนาร่วม วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด แนวทางการพัฒนาในแต่ละมิติ และประเด็นร่วม

2.2.3 วิเคราะห์และกำหนดประเด็นการดำเนินงานในรายละเอียด

2.2.4 นำประเด็นหลักและประเด็นร่วมมาเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาเป้าหมายและตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ต่างๆของแผนพัฒนาฯฉบับที่11

2.2.5 ทบทวนกลไกการขับเคลื่อนได้แก่คณะกรรมการระดับชาติระดับกระทรวงระดับกรมจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและภาคีการพัฒนาต่างๆได้แก่ภาคธุรกิจเอกชนภาคประชาสังคมสถาบันการศึกษาสื่อมวลชนเพื่อกำหนดบทบาทของหน่วยงาน/ภาคีในการร่วมขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาภายใต้แผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สีเขียว

2.2.6 ยกร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดยใช้ข้อมูลจากข้อ 2.2.1-2.2.5 กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายตัวชี้วัดร่วมกลยุทธ์แผนงาน/โครงการวงเงินงบประมาณระยะเวลาดำเนินการหน่วยงานเจ้าภาพหลักและหน่วยงานร่วมดำเนินงานรวมทั้งแนวทางการติดตามประเมินผลเสนอต่อคณะกรรมการบริหารฯให้ความเห็นชอบ

2.3 จัดประชุมระดมความคิดเห็นหน่วยงานและภาคีที่เกี่ยวข้องทุกระดับเพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวให้มีความชัดเจนและสามารถขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง

2.4 เสนอร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวฉบับปรับปรุงต่อคณะกรรมการบริหารฯ พิจารณาให้ความเห็นชอบอีกครั้งก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาต่อไป

อาจกล่าวได้ว่าคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวเป็นหัวหน้าของคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ กล่าวคือ คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวทำหน้าที่กำกับกำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดยได้มาจากการจัดทำของคณะทำงาน รวมทั้งดูแลให้มีการนำไปปฏิบัติ และติดตามประเมินผล

และสำหรับในขั้นตอนที่ 2 นี้ จะมีการกำหนดบทบาทภาคีในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ ได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว นั้น ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาเชิงบูรณาการ 5 ประเภทคือ (1) ภาครัฐครอบคลุมรัฐบาลหน่วยงานกลาง คณะกรรมการระดับชาติ หน่วยราชการส่วนกลาง ระดับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) ภาคเอกชน ที่สศช. ทำการสื่อสารผ่านคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาธุรกิจตลาดทุนไทย (3) ภาคประชาสังคม ซึ่งสศช. ทำการสื่อสารผ่านผ่านคณะกรรมการสมัชชาปฏิรูปประเทศ (สปร.) สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) สภาพัฒนาการเมือง เป็นต้น (4) สถาบันการศึกษาและเครือข่ายทางวิชาการ ซึ่งสศช. ทำการสื่อสารผ่านสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ 5 ส. คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (สวก.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (สวทน.) และ (5) สื่อมวลชนซึ่งมีความสำคัญระดับเป็นภาคีหนึ่งในลักษณะที่สศช. ขอความร่วมมือหรือจัดซื้อจัดจ้าง

ในขณะที่มีการแยกภาคีการพัฒนาออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังกล่าว แต่ในการปฏิบัติงานการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวตาม 7 มิติ อันได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว นั้นเป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการและต้องการการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนในแต่ละมิติ จากภาคีการพัฒนาต่างๆ เหล่านั้น

ขั้นที่ 3 เมื่อคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวแล้ว หน่วยงานเจ้าภาพ(คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว) ประสานการดำเนินงานกับ หน่วยงาน/ภาคีการพัฒนา ดังนี้

1. คณะกรรมการระดับชาติ อาทิ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ให้ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการฯ นำแผนงาน/โครงการที่รับผิดชอบภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว บรรจุไว้ในแผนระดับ รอง/แผนแม่บท ก่อนประสานให้กระทรวง จังหวัด อปท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไป ประอบการจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงานต่อไป

2. กระทรวงนำแผนงาน/โครงการที่รับผิดชอบภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวบรรจุไว้ในแผนปฏิบัติการราชการ 4 ปี และรายปี โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับแผนการ บริหารราชการแผ่นดิน หากกระทรวงใดมีหน่วยงานในภูมิภาคให้นำแผนงาน/โครงการที่ รับผิดชอบในแผนปฏิบัติการร่วมฯ ไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่และเปิดโอกาสให้ประชาชนที่เป็น กลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมตามแผนงาน/โครงการดังกล่าว

3. บางประเด็นที่ต้องใช้ "จังหวัด" เป็นกลไกดำเนินการในระดับพื้นที่ ให้หน่วยงาน เจ้าภาพประสานดำเนินการใน 2 แนวทาง ดังนี้

3.1 คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กนจ.) นำแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวมาใช้ประกอบการกำหนดแผนงาน/โครงการใน แผนพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและแผนปฏิบัติการประจำปีจังหวัด/กลุ่มจังหวัดก่อนเสนอ คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ และประสานคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (กบจ.) และคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กบก.) กำหนดเป็นนโยบายให้ จังหวัดนำแผนงาน/โครงการในแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ไปแปลงสู่แผนชุมชน ด้วย

3.2 ให้กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น (สถ.) ประสานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) นำแผนงาน/โครงการภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวบรรจุไว้ใน แผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ โดย อปท. หรือกับชุมชนเพื่อจัดทำแผนงาน/ โครงการย่อย และงบประมาณให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการ ก่อนเสนอสู่ระดับจังหวัด/กลุ่ม จังหวัด

กล่าวโดยสรุปแล้ว การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสามารถผ่านช่องทางโครงสร้างหน่วยงานรัฐได้ทั้งหมด 3 ช่องทาง คือ ขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการระดับชาติ กระทรวง และจังหวัด โดยหน่วยงานเจ้าภาพทั้งสาม ก็จะมีเครือข่ายภายในอีกเช่นกัน ทั้งระดับท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เป็นต้น และการสื่อสารเฉพาะของหน่วยงานภาครัฐ ยังนับว่าเป็นการสื่อสารที่เป็นไปในลักษณะของการสั่งการอยู่ (Vertical Communication) แต่หน่วยงานอื่น เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เป็นการสื่อสารในลักษณะการขอความร่วมมือ (Horizontal Communication) นั่นคือ หากพิจารณาการสื่อสารเป็นองค์รวมที่ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ส่วนท้องถิ่น ภาคสื่อมวลชน เป็นต้น การสื่อสารจะเป็นการสื่อสารแบบผสมผสานกันระหว่างการสั่งการและการขอความร่วมมือ (Vertical and Horizontal Communication)

อย่างไรก็ดี การที่ลักษณะการดำเนินการมิใช่การสั่งการเบ็ดเสร็จเด็ดขาด (Vertical Communication) ดังที่แล้่วมา แต่เป็นในลักษณะการดำเนินการร่วมกัน สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับทุกภาคีการพัฒนา และขอให้ช่วยนำไปเผยแพร่ต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow communication) ดังเช่น สคช.ขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัด โดยเปลี่ยนจากการสั่งการโดยใช้คำสั่งเป็นจุดหมายขอความร่วมมือ ซึ่งโดยนัยแล้วยังนับว่าเป็นการสั่งการในหน่วยงานภาครัฐ แต่มีความนุ่มนวลขึ้น (soft) เหมือนเป็นการขอความร่วมมือ/ความช่วยเหลือ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เสียมากกว่า

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆก็ตามในระดับประเทศ รัฐและหน่วยงานรัฐต้องเป็นหน่วยแรกที่เป็นปฐมกรก่อน (First Mover) จึงจะสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดผู้ตามในภาคส่วนอื่นๆต่อมาได้

ขั้นที่ 4 เมื่อแต่ละหน่วยงานดำเนินการตามแนวทางหรือแผนงาน/โครงการในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวแล้วจะต้องติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลการดำเนินงาน โดยแต่ละหน่วยงาน/ภาคีกำหนดแนวทางการติดตามประเมินผลที่สอดคล้องกับกรอบการติดตามประเมินผลที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการร่วมๆ จากนั้นจึงรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลสำเร็จของการดำเนินงานที่มีเป้าหมายร่วมกันระหว่างหน่วยงานแล้วจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลในส่วนที่รับผิดชอบ จากนั้นส่งให้หน่วยงานเจ้าภาพรวบรวมและจัดทำเป็นรายงานติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการร่วมๆต่อไป

โดยหน่วยงานเจ้าภาพที่ทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินการในแต่ละประเด็น การพัฒนาในแผนปฏิบัติการร่วมฉบับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ควรเป็นหน่วยงานจากภาครัฐที่มีจุดแข็งที่มีความมั่นคง (Durability) เพื่อแก้ปัญหาความเป็นเครือข่ายที่มีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็ว

1.2 การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากการรวบรวมข้อมูลจากหน้าเว็บไซต์สศช. รวมถึงข่าวจากหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ปี 2553-2555 พบว่าการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสศช. เพื่อสร้างความเข้าใจกับภาคีทุกภาคส่วน ผ่านกระบวนการและเครื่องมือต่างๆที่ใช้เผยแพร่ ซึ่งเป็นไปใน 4 ลักษณะ คือ

1. สศช.เป็นผู้เผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสมัยใหม่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เป็นต้น

2. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งมักเป็นผู้บริหารของสศช.เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆเป็นผู้จัดการประชุม หรือสัมมนาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว

3. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์ผ่านการแถลงข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหารสศช. การถ่ายทอดสดในโอกาสสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. และการจัดทำข่าวแจกแก่สื่อมวลชนและการจัดส่งข้อมูลที่สำคัญเช่น ข่าวว่าด้วย 7 อุตสาหกรรมที่ได้รับการวางตำแหน่งให้เป็นผู้นำในเศรษฐกิจสีเขียว ข่าวการจัดประชุมประจำปี 2555 "อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว" เป็นต้น

4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ

4.1 การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการที่สศช. ดำเนินการเอง อาทิการศึกษาศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมของพื้นที่มาบตาพุด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมศักยภาพของพื้นที่มาบตาพุดในการรองรับอุตสาหกรรมและจัดทำข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรมในพื้นที่มาบตาพุด (สศช. 2554)

4.2 การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการที่สศช. ทำการศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น ได้แก่ (1) การจัดทำโครงการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียวโดยได้คัดเลือกบ้านสมานมิตรหมู่ 2 ตำบลกะเจ็ดอำเภอเมืองจังหวัดระยองเป็นชุมชนนำร่องและได้ร่วมกับแกนนำบ้านสมานมิตรฯ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) และหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและพื้นที่ อาทิ ศูนย์ฝึกอบรมวชนศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดระยองกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดระยองในการระดมความคิดเห็นการสำรวจข้อมูลและการดำเนินกระบวนการสนับสนุนให้ชาวบ้านสมานมิตรฯ วิเคราะห์เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในบ้านสมานมิตรฯ เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียว (2) การศึกษาวิจัยร่วมกับสถาบันยานยนต์ในการจัดทำแผนจัดตั้งศูนย์ทดสอบมาตรฐานยานยนต์สีเขียวทั้ง 4 รูปแบบในเมืองไทย เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนภายในปี 2558

การเผยแพร่สังคมสีเขียวใน 4 ลักษณะดังกล่าว สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในแต่ละวิธี การใช้ช่องทางในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสารและเหมาะสมกับเนื้อหา(กลยุทธ์การสื่อสาร) ได้ดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในแต่ละวิธีการเผยแพร่สังคมสีเขียว การใช้ช่องทางในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสารและเหมาะสมกับเนื้อหา(กลยุทธ์การสื่อสาร)

ลักษณะการเผยแพร่	จุดแข็ง	จุดอ่อน	การเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร และเนื้อหา
1. สคช.เป็นผู้เผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสมัยใหม่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศให้มากที่สุด -กลุ่มผู้รับสารอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเอง (Information Seeker) - มีปฏิกิริยาตอบกลับ เช่น การแสดงความคิดเห็น (Feedback) 	<ul style="list-style-type: none"> - มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดทำ - กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูล (Information seeker) อาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ต่างๆเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายให้มากที่สุด และอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเองซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจอยู่แล้ว และจะมีปฏิกิริยาตอบกลับการทำการสื่อสารเผยแพร่ที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถให้ข้อมูลได้มาก สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมระดมสมอง ตามเรื่องที่เป็นระดับนโยบาย ซึ่งสามารถให้ความคิดเห็นได้ มีปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)
2. สคช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหาร เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆ เป็นผู้จัด	<ul style="list-style-type: none"> - ประหยัดทรัพยากร เพราะสื่อบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูลเท่านั้น ในแต่ละเวทีที่ภาคส่วนอื่นเป็นผู้จัด - มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิกิริยาตอบกลับได้ทันที 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อบุคคลระดับผู้บริหารอาจเป็นทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ - อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลบ้างเล็กน้อย หากการสื่อสารเผยแพร่เป็นสื่อบุคคลมิใช่คนเดียวกัน ในเวลาและสถานที่ต่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้รับสารซึ่งอาจเป็นผู้ที่สนใจทั่วไป หรืออาจเป็นกลุ่มที่เจาะจงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) - เนื้อหาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว และการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันทันที จะเป็นผู้ให้ความรู้ และโน้มน้าวผู้รับสารให้มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการมีส่วนร่วมการขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว

<p>3. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้แก่ การแถลงข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และการจัดส่งข้อมูลสำคัญแจกแก่สื่อมวลชน</p>	<p>- เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารให้มากที่สุด</p>	<p>- มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ - ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)</p>	<p>- กลุ่มผู้รับสารที่มีความหลากหลายภายในประเทศโดยสื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อ - หากเป็นข่าวที่แจกแก่สื่อมวลชน เป็นข่าวแจกแบบกระชับ เช่น การจัดประชุม หรือข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว</p>
<p>4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ทั้งที่ศช. ดำเนินการเอง และศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น</p>	<p>- เพื่อให้เห็นผลการศึกษาเป็นรูปธรรม หรือใช้เป็นโครงการศึกษานำร่อง - การมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัยจากหน่วยงานอื่น ซึ่งการมีส่วนร่วม นับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารในปัจจุบัน</p>	<p>- เสียค่าใช้จ่ายสูง - ต้องการความต่อเนื่อง และจริงจังในการดำเนินงาน</p>	<p>- ประเด็นเป็นเรื่องระดับนโยบายซึ่งผู้รับสารจะเป็นกลุ่มร่วมกำหนดนโยบาย หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาร่วมในการศึกษาวิจัย เช่น ภาคเอกชน ชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น - การจัดทำรายงานการศึกษา ต้องเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งให้รายละเอียด เนื้อหาได้มาก และสามารถใช้ในการอ้างอิง</p>

ใน 4 ลักษณะการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวที่ค้นพบนั้น เป็นไปตามแนวทางการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11สู่การปฏิบัติในส่วนของ การสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงความสำคัญและพร้อมเข้าร่วมในการผลักดันแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ผ่าน 3 เครื่องมือ ดังนี้

1. จัดทำแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความตระหนักและยอมรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11เป็นเครื่องมือในการพัฒนาแบบบูรณาการที่ทุกภาคีสามารถนำไปปรับใช้ให้บังเกิดผลได้จริง โดยสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านบุคคล สื่อมวลชนทั้งระดับชาติและท้องถิ่น กิจกรรม สื่อสมัยใหม่ จัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11ฉบับประชาชนที่เข้าใจง่าย รวมทั้งการสร้างเครือข่ายให้ข้อมูลข่าวสารกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถทำหน้าที่สื่อสารและถ่ายทอดสาระหลักของแผนพัฒนาฯได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารภายในประเทศให้มากที่สุด ทั้งกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ภาคีการพัฒนา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน รวมถึงประชาชนทั่วไปที่สนใจ

2. จัดทำคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11(เล่มนี้เป็นคู่มือการแปลงแผนฯ ซึ่งคนละเล่มกับแผนฯ ฉบับประชาชน) เผยแพร่แก่ภาคีการพัฒนา เกิดความร่วมมือในการนำแผนไปปฏิบัติอย่างจริงจัง เป็นคู่มือการประสานแผนแต่ละระดับที่ทุกภาคส่วนสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดบูรณาการการทำงานร่วมกัน จัดทำเอกสารรวบรวมวิธีการขับเคลื่อนแผนและกิจกรรมการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ หรือกรณีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จด้วยการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคีต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้ภาคีการพัฒนานำไปปรับใช้ตามความเหมาะสม นำเสนอแนวทางการลงทุนในประเด็นการพัฒนาสำคัญ สำหรับหน่วยปฏิบัตินำไปประกอบการจัดทำแผนระดับรอง แผนงาน/โครงการต่างๆให้มีความชัดเจนในการพัฒนาด้านต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยการดำเนินงานตามแผนควรทำในลักษณะคู่ขนานทั้งภาครัฐและภาคีการพัฒนา

คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ นับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย(Meaning Control)ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเนื่องจากผู้รับสารในประเทศมีความหลากหลายและมีปริมาณมาก ทั้งภาคีการพัฒนาในภาคส่วนต่างๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงประชาชนที่สนใจทั่วไป การเผยแพร่การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยปราศจากข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรในการอ้างอิง อาจทำให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูล(Distortion Information) สร้าง

ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันต่อผู้รับสารกลุ่มต่างๆได้ คู่มีอฯซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) จึงนับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญกลยุทธ์หนึ่งของการสื่อสารของภาครัฐ ที่ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อการอ้างอิง

3. สร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางทั้งระดับนโยบายและพื้นที่ โดยเปิดพื้นที่สาธารณะให้ทุกภาคีใช้ประโยชน์ในการจัดเวทีระดมความคิดเห็นในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดเวทีประชาคม การสานเสวนา รวมถึงใช้ช่องทางเครือข่ายออนไลน์ สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศ

การสร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางนับเป็นการสื่อสารสองทาง(Two- way communication) อันเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในปัจจุบัน

ปัญหานำวิจัยข้อ 2. ลักษณะเครือข่ายการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายเป็นอย่างไร

2.1 ลักษณะเครือข่ายการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เครือข่ายการทำงานเพื่อขับเคลื่อนนับเป็นรูปแบบหนึ่งของการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตามปัญหานำวิจัยข้อ 1 โดยเครือข่ายการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสามารถวิเคราะห์จำแนกได้ 5 ประเภทดังต่อไปนี้

1. เครือข่ายระดับนโยบาย คือ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งมาจากการแต่งตั้งของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2555 นับเป็นเครือข่ายคณะอนุกรรมการระดับนโยบายที่ให้ความเห็นเพื่อขับเคลื่อนในแต่ละสาขา อาทิ เกษตรกรรม เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การวางผังเมือง เป็นต้น คณะอนุกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่กำกับการทำงานขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 11 ในประเด็นการพัฒนาสำคัญที่มีการบูรณาการระหว่างยุทธศาสตร์และระหว่างหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและระดับพื้นที่ รายงานผลการติดตามความก้าวหน้าและการติดตามประเมินผลการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ทั้งผลการพัฒนาตามประเด็นการพัฒนาที่สำคัญและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาปรับปรุงแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาและการจัดสรรงบประมาณประจำปีในระยะต่อไป รวมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อช่วยเหลือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการฯ ได้ตามความจำเป็น(รวมถึงคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว และคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว)

2. เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว ซึ่งจำแนกเป็นไปตามการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. เรื่อง “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว” ได้แก่ ภาคเกษตรอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ชนสงฆ์และพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว ทั้ง 7 มิติของสังคมสีเขียวนี้ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่มาจากความหลากหลายของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ สื่อมวลชน และภาคประชาชน ที่ได้มาร่วมระดมสมองให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสศช. ได้จัดทำแผนที่นำทางไว้ก่อนนั้น

3. ภาคีเครือข่ายการพัฒนาตามแต่ละภาคส่วนได้แก่ ภาคเอกชน คือ คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ประกอบด้วยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย ร่วมด้วยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาธุรกิจตลาดทุนไทย ภาคประชาสังคม ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างที่สศช. เริ่มดำเนินการ ในปี 2556 ผ่านคณะกรรมการสมัชชาปฏิรูปประเทศ (สปร.) สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) สภาพัฒนาการเมือง เป็นต้นและภาควิชาการ คือ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (สวก.) รวมถึงสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่มีภารกิจชัดเจนในพื้นที่

4. เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ซึ่งเป็นไปตามลักษณะโครงสร้างของหน่วยงานรัฐ คือ ระดับจังหวัดและการปกครองส่วนท้องถิ่น (1) คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กนจ.) ผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวแปลงสู่แผนชุมชน และ (2) กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น (สถ.) ประสานองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น(อปท.) นำแผนงาน/โครงการภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ก่อนเสนอสู่ระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด

5. คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว ซึ่งเป็นตัวอย่างเครือข่ายการทำงานที่สศช. เสนอไว้ในคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ (สศช., 2556) และคาดว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะมีคณะกรรมการและคณะทำงานชุดนี้ อันจะได้รับการแต่งตั้งจากคณะรัฐมนตรีหลังจากที่สศช. ได้เสนอไป จากการประชุมเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2555 "อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว" ซึ่งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว มีหน้าที่กำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว การนำไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล และคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯดังกล่าว โดยมีกลไกการขับเคลื่อน ได้แก่ คณะกรรมการระดับชาติ ระดับกระทรวง ระดับกรมระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด และภาคีการพัฒนาต่างๆ ได้แก่ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน เพื่อกำหนดบทบาทของหน่วยงาน/ภาคีในการร่วมขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาภายใต้แผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวที่จัดทำขึ้น

กล่าวโดยสรุป ความเชื่อมโยงของเครือข่ายทั้ง 5 ประเภท เริ่มจากเครือข่ายประเภทแรกคือ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากสศช. เป็นเครือข่ายระดับนโยบายในลักษณะที่ให้ความเห็นเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาในแต่ละด้านตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีสมาชิกหรืออนุกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม เป็นต้น รวมถึงสมาชิกที่มาจากสศช.เอง คณะอนุกรรมการฯชุดนี้เป็นผู้ผลักดันสำคัญให้เกิดการประชุมประจำปี 2555 เรื่องอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว อันนำมาซึ่งเครือข่ายประเภทที่ 2 คือ เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียวและเครือข่ายประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว ซึ่งจะได้กล่าวในลำดับท้ายสุด โดยเครือข่ายประเภทที่ 2 หรือเครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว เป็นไปในลักษณะที่สศช.ได้ไปขอความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนที่มีใช่ภาครัฐที่เห็นความสำคัญของสังคมสีเขียวและบริบทที่เกี่ยวข้อง และได้ดำเนินการขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความเห็นแนวทางการขับเคลื่อน

ประเทศผู้ส่งคมสี่เขียว โดยภาคีการพัฒนาเหล่านั้น ได้แก่ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน ภาควิชาการ เป็นต้น ส่วนภาคีการพัฒนาที่มาจากภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายประเภทที่ 4 คือ เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐในลักษณะการสั่งการตามลำดับชั้น ภาคีที่มาเข้าร่วมจึงเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งอาจจะมิได้สนใจเป็นทุนเดิมมากเท่าภาคส่วนอื่นๆดังที่กล่าวไป แต่มีจุดแข็งที่ภาครัฐมีความคงทนถาวร สำหรับเครือข่ายประเภทที่ 3 คือ ภาคีเครือข่ายการพัฒนาตามแต่ละภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคสื่อมวลชน) พบว่าภาคีการพัฒนาเหล่านี้ได้มีตัวตนมาก่อนที่จะได้มีแนวคิดการขับเคลื่อนสังคมสี่เขียว โดยอาจได้เคยร่วมงานกับสศช.มาบ้าง นั้นหมายถึงสมาชิกจากเครือข่ายประเภทที่ 2 ก็ได้แทรกตัวอยู่ในเครือข่ายประเภทที่ 3 นี้เช่นกัน สำหรับเครือข่ายประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสี่เขียว หากได้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสี่เขียวจะมีบทบาทเป็นศูนย์กลางเครือข่าย (Star) และผู้ประสานงานเครือข่าย (Liaison) ตามลำดับ ในการเชื่อมโยงเครือข่ายขนาดใหญ่ทั้งห้า (Super Network) ซึ่งจะมามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสี่เขียวโดยตรงโดยสมาชิกของเครือข่ายนี้มาจากทุกภาคส่วนในทุกประเด็นที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสี่เขียว และอาจเป็นสมาชิกที่มาจากเครือข่ายประเภทที่ 1- 4 หรือสมาชิกจากภายนอกก็ได้

2.2 กระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนสังคมสี่เขียว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสี่เขียวตาม 7 มิติหลัก คือ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ระบบขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสี่เขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว จึงนับเป็นเครือข่ายการสื่อสารขนาดใหญ่ (Super Network Communication) ซึ่งผู้วิจัยขอแบ่งผลการศึกษาออกเป็นดังนี้

2.2.1 การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสี่เขียวของสศช.

2.2.2 การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสี่เขียวสู่สาธารณชน

2.2.1 การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.

การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ในที่นี้ หมายถึง การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ อันได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติ ภายใต้การเติบโตสีเขียว

รูปแบบของเครือข่าย

พบว่า การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ เป็นไปในลักษณะที่ สศช. ได้ทำการแบ่งกลุ่ม (Grouping) ให้เป็นหมวดหมู่ตามมิติ จากการทำในแต่ละภาคีการพัฒนาทั้ง ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ได้รวมกลุ่มเครือข่ายหรือไม่ รวมกลุ่ม ดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่ สศช. จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ใน แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) หรือหลังจากนี้ ผู้เล่นหลัก (main player) ดังเช่น ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคมจะไปเป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อนเอง โดยการจัดตั้งเครือข่ายคณะกรรมการของตนต่อ แล้วชักชวนภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องไปร่วมดำเนินการด้วย กล่าวคือ ภาคเอกชนและภาคีการพัฒนาจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ลักษณะเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ตาม 7 มิติ ณ ขณะนี้เป็นเครือข่ายแบบหลวมๆ ในลักษณะการขอความร่วมมือและความช่วยเหลือจากภาคีการพัฒนาที่ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในแต่ละประเด็นไว้ก่อนแล้ว ซึ่งนับว่าภาคีการพัฒนาเหล่านั้น มีบทบาทเป็นผู้ปฏิบัติที่แท้จริง โดยบทบาทของสศช. นับเป็นผู้ประสานและผลักดันการขับเคลื่อน ในการให้ข้อมูลนอกจากนี้ ทุกภาคีการพัฒนายังมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเท่าเทียมกัน เป็นในลักษณะการสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication)

หากเป็นการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวผ่านเครือข่ายการทำงาน จะเป็นในลักษณะการร่วมกับทุกภาคีการพัฒนาในการเผยแพร่ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ภาคีการพัฒนาเหล่านั้น และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอดต่อไป นับเป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow Communication)

กระบวนการสร้างเครือข่าย

เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ(ประเภทที่ 2 รวมถึงเครือข่ายคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11- ประเภทที่ 1 และเครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว-ประเภทที่ 5) เป็นไปในลักษณะของการนำเครือข่ายเดิมที่มีอยู่แล้ว (เครือข่ายของแต่ละภาคส่วน- ประเภทที่ 3 และเครือข่ายระดับภูมิภาค-ประเภทที่ 4) มาเพิ่มมูลค่าใหม่ (value added) โดยหลักการคือใช้แกนกลาง(หน่วยงานรัฐที่มีอยู่แล้ว ในที่นี้คือสศช.) ไปเกี่ยวเอาภาคี/กลุ่ม/องค์กรต่างๆ ที่อาจจะรวมตัวกันมาบ้าง หรือกระจัดกระจายบ้าง มารวมตัวกันใหม่ เช่นเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ (ซึ่งภายในเครือข่ายมีสมาชิกที่มาจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมภาคประชาชน ภาควิชาการ และสื่อมวลชน)

เครือข่ายนี้เป็นการดึงดูดเด่นของแต่ละภาคส่วนมาร่วม กล่าวคือ ภาครัฐ เป็นไปในลักษณะคงทนถาวรล้มไม่ได้(Durability) แต่อาจจะไม่ได้สนใจมากเพราะต้องทำตามบทบาทหน้าที่ มาผนวกรวมกับภาคอื่นๆ คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ที่มีความสนใจขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว(Interest) ดังนั้น จึงเป็นกลยุทธ์การประสานจุดแข็งของทุกภาคส่วนมาร่วมกัน(Complement) โดยการดึงดูดเด่น คือ ความคงทน (Durability) กับความสนใจ(Interest) ของภาครัฐและมีใ้ภาครัฐมาเข้าร่วมตามลำดับ โดยสศช.มีบทบาทในการประสานงาน ซึ่งองค์ประกอบของเครือข่าย(Element)ไม่ได้เปลี่ยนจากของเดิมมาก

ในแง่ของการสื่อสาร จากการที่ภายในเครือข่ายมีสมาชิกจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน ภาควิชาการ เป็นต้น การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่(Supra network) จึงเป็นแบบผสมผสาน(Mixed Communication)ระหว่างภาครัฐที่ยังคงเป็นการสั่งการแนวตั้ง(Vertical Communication) และภาคอื่นๆที่มีใ้รัฐที่สศช. ขอความร่วมมือเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมหรือการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication)

และจากรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันนี้เองนำมาซึ่งวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ภาครัฐที่มีรูปแบบการสื่อสารเป็นการสั่งการแนวตั้ง(Vertical Communication) ดังนั้น การเชิญให้มาเข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็น ต้องมีจุดหมายเชิญเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการ และต้องบอกตำแหน่งหน้าที่ทุกครั้ง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นการสื่อสารของภาครัฐ และยังเป็น การให้เกียรติผู้รับสาร สำหรับการสื่อสารในภาคอื่นที่เป็นการขอความร่วมมือ เป็นการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication) ดังเช่น ภาคประชาสังคมที่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมอยู่แล้ว หรือภาคเอกชนบางองค์กรที่มีความยืดหยุ่นคล่องตัวสูง ไม่มี

ระเบียบแบบแผนมาก การโทรศัพท์แจ้งข่าวโดยไม่มีจุดหมายเป็นลายลักษณ์อักษรในบางกรณี ยังสามารถกระทำได้ (แต่ในทางปฏิบัติแล้วไม่ควรกระทำ เพราะถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติผู้รับสาร)

หากวิเคราะห์แล้ว การนำเครือข่ายเดิม คือ เครือข่ายประเภทที่ 3 เครือข่ายของแต่ละภาค ส่วน(อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาควิชาการ) และเครือข่ายประเภทที่ 4 เครือข่ายระดับภูมิภาค มาทำการเพิ่มมูลค่าใหม่(value added) โดยหลักการคือใช้แกนกลาง (หน่วยงานรัฐที่มีอยู่แล้ว ในที่นี้คือสศช.) ไปเกี่ยวเอาภาคี/กลุ่ม/องค์กรต่างๆ ที่อาจจะรวมตัวกันมาบ้าง หรือกระจัดกระจายบ้าง มารวมตัวกันใหม่เป็นเครือข่ายประเภทที่ 1 2 และ 5 คือ เครือข่าย คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ และเครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว ตามลำดับ จะช่วยทำให้การ ดำเนินการขับเคลื่อนและการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพมากกว่าเครือข่ายประเภทเดิม ดังต่อไปนี้

1. การนำเครือข่ายที่แยกกันเป็นเอกเทศมารวมกัน จะได้แนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวจากทุกภาคส่วนที่สามารถนำมาใช้ได้ในความเป็นจริงมากที่สุด

2. สศช.สามารถเลือกการทำงานได้ กล่าวคือ มีช่องทางเครือข่ายในการสื่อสารมากขึ้น หากช่องทางหนึ่งสื่อสารไม่สะดวก ก็ยังมีช่องทางอื่นที่สามารถสื่อสารขับเคลื่อนได้อีก ยกตัวอย่าง เช่น การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวระดับจังหวัด หากผู้ว่าราชการจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งมีค้อย สนับสนุนการดำเนินการขับเคลื่อนเท่าที่ควร ก็ยังมีช่องทางเครือข่ายอื่นในการขับเคลื่อนอีก คือ เครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว

3. การสื่อสารในเครือข่ายประเภทเดิม สำหรับภาครัฐเป็นการสั่งการอยู่ เปลี่ยนไม่ได้ สำหรับภาคที่มีไช้รัฐก็แยกกันอยู่เป็นเอกเทศ ต้องทำการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจง แต่การสื่อสารในเครือข่ายใหม่ที่ล้วนมีสมาชิกมาจากทุกภาคส่วนทั้งรัฐและมิไช้รัฐ เป็นการสื่อสาร 2 ทาง มีการสื่อสารกลับ(Two-way Communication) และประหยัดทรัพยากร ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารให้เกิดความครอบคลุมแก่สมาชิกในเครือข่ายมากที่สุด

4. หากเปรียบเทียบกับเครือข่ายของอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงแล้ว การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้ ซึ่งมีเนื้อหาสาร(Message)ที่เปลี่ยนไปเป็นตัวแปรต้น ทำให้เกิดการรวมกัน (share) ของผู้มีส่วนร่วมสูง อาจกล่าวได้ว่าเป็นการบูรณาการจากเครือข่าย คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งแบ่งกลุ่มคณะทำงานตามอาชีพ

กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย

ผู้ส่งสาร คือ สศช. ซึ่งบทบาทของสศช.ภายในเครือข่ายนับเป็นที่เลื่องลือทางยุทธศาสตร์ มีคนใดคนหนึ่งในองค์กรที่อาจรู้จักภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ ซึ่งเป็นผู้รับสารมาก่อนบ้างทั้งเป็นและไม่เป็นทางการก่อนหน้านี้ จึงได้ดึงเข้ามาสู่การมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

เนื้อหาสาร ประเด็นการพัฒนาที่เป็นนโยบายเพื่อสังคมสีเขียว (Green Policy) ที่จะขับเคลื่อนร่วมกัน วิธีการขับเคลื่อน แผนดำเนินการ การแบ่งหน้าที่และบทบาท ผู้ที่เป็นเจ้าภาพหลัก-รอง และการติดตามประเมินผล

ช่องทางการสื่อสาร สื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในเครือข่ายได้แก่ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อความง่ายต่อทุกภาคีการพัฒนา และผู้ที่สนใจทั่วไปเข้าใจและนำไปปฏิบัติ โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และคู่มือนี้ นับว่าเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย ซึ่งนับว่าเป็นจุดเด่นของการสื่อสารของภาครัฐที่ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรไว้อ้างอิง นอกจากนี้ ช่องทางการสื่อสารซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นสื่ออิจจกรรมที่เห็นหน้ากัน (Face to face communication) คือ การประชุมภาพรวมประจำปีเนื่องจากเรื่องเป็นประเด็นใหญ่และการประชุมย่อยของแต่ละภาค คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ปีละ 3-4 ครั้ง หากเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นในลักษณะการโทรศัพท์นัดหมาย และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อส่งข่าวแบบกระชับ

ผู้รับสาร ทุกภาคีการพัฒนา ตาม 7 ประเด็นของสังคมสีเขียว ที่รวมถึงภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ สื่อมวลชน รวมถึงประชาชนทั่วไป หรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง แต่มีความสนใจ

2.2.2 การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน

ผู้ส่งสาร เครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตาม 7 ประเด็นของสังคมสีเขียว

เนื้อหาสาร แนวทางหลักการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว ได้แก่ การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว การสร้างสังคมที่เป็นธรรม การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ช่องทางสื่อสาร มีคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อความ
 ง่ายต่อภาคีการพัฒนา และผู้ที่สนใจทั่วไปเข้าใจและนำไปปฏิบัติ เป็นเครื่องมือควบคุม
 ความหมาย (Meaning Control) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน นอกจากนี้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อ
บุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารไปบรรยายหรือประชุมตามเวทีต่างๆ สาเหตุที่สื่อบุคคลเป็นระดับผู้บริหาร
 เพราะเนื้อหาเป็นเรื่องระดับนโยบาย ผ่านสื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมประจำปีของสศช.
 ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เอกสารประกอบการประชุม และรายงาน
 สรุปผลการประชุม เป็นต้น โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ค่อนข้างมาก เพราะประหยัด และให้เนื้อหาได้ละเอียด
 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์และซีดี ผ่านสื่อมวลชน ทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์โดย
 การแถลงข่าวเวลาจัดประชุม การสัมภาษณ์ผู้บริหารเกี่ยวกับแนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว
 และการจัดทำข่าวแจกและข้อมูลที่สำคัญให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ต่อเป็นต้น

ผู้รับสาร สาธารณชนทั่วไป และภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมีอะไรบ้าง

ปัจจัยหรือบริบทที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สามารถสรุปได้
 ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ได้แก่

1. ความตระหนัก มีประเด็นดังนี้

1.1 ความตระหนักของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1.2 ความตระหนักของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ทั้งการร่วมกับภาคีพัฒนานำไปถ่ายทอดต่อ และการร่วมกับภาคีการพัฒนาที่เป็นสื่อมวลชนนำไปถ่ายทอดต่อ

1.3 ความตื่นตัวของภาคีการพัฒนาและประชาชนทั่วไป

1.4 ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคลที่สนับสนุนสังคมสีเขียว

1.5 Green เป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสโลก

2. ปัจจัยทางด้านองค์กร การมีเจ้าภาพและมีลักษณะการเป็นผู้นำเครือข่าย มีประเด็นดังนี้

2.1 การมีเจ้าภาพที่เหมาะสมและดำเนินการอย่างจริงจัง

2.2 เจ้าภาพต้องมีลักษณะการเป็นผู้นำเครือข่าย

2.3 บทบาทขององค์กรที่เป็นสมาชิกเครือข่าย ทั้งการเป็นตัวกระตุ้น (Catalyst) ซึ่งมักอยู่ในภาควิชาการ การเป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวก (Facilitator) ซึ่งมักเป็นภาครัฐ เพราะการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวเป็นแผนงานที่ต้องดำเนินการ และบทบาทในการขับเคลื่อนที่แท้จริงคือ ภาคเอกชนและภาคประชาชน สำหรับบางประเด็นใน 7 มิติ

2.4 ลักษณะองค์กร และลักษณะการทำงานขององค์กร ในภาคเอกชนและภาคประชาสังคมซึ่งเป็นสมาชิกเครือข่าย

2.5 สังคมสีเขียวเป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

3. การสื่อสาร มีประเด็นดังนี้

3.1 การใช้ข้อเท็จจริงและการเลือกข้อมูลในการขับเคลื่อน

3.2 เนื้อหาของสังคมสีเขียวที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการ

3.3 การที่มีสื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นทรัพยากรภายในองค์กรอยู่แล้ว

3.4 การกระทำการสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งการทำการสื่อสารหรือจัดทำสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และเนื้อหาสารต้องมีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร

3.5 การสื่อสารต้องเป็นแบบเห็นหน้ากัน (Face to Face Communication) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือการจัดอบรมให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ได้แก่

1. ความเข้าใจและความตระหนัก มีประเด็นดังนี้

- 1.1 ความเข้าใจในความหมาย/นิยามของสังคมสีเขียวที่ยังไม่ตรงกันในหลายภาคส่วน
- 1.2 ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคลที่เห็นว่าบางประเด็นเป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว
- 1.3 การขาดแรงจูงใจของผู้ประกอบการ
- 1.4 ความรู้ใหม่ที่เป็นเรื่องคาดไม่ถึงหรือไม่เคยรู้มาก่อน

2. ปัจจัยด้านองค์กร และการขับเคลื่อนของเครือข่ายบางประการ มีประเด็นคือ

- 2.1 ลักษณะองค์กร และลักษณะการทำงานขององค์กรในภาคองค์กรระหว่างประเทศ และธุรกิจบางประเภท
- 2.2 ความเป็นเครือข่ายที่เพิ่งเริ่ม การขาดความต่อเนื่องในการขับเคลื่อน และการแบ่งงานกันทำ
- 2.3 ขนาดตัวผู้เล่น(player) มีผลต่อความไม่เท่าเทียมกันในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสีเขียว
- 2.4 สื่อมวลชนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยนำเสนอประเด็นสังคมสีเขียวหรือเรื่องราวที่มีประโยชน์เท่าใดนัก

3. เศรษฐกิจและกฎหมาย มีประเด็นดังนี้

- 3.1 ราคาสินค้าและบริการสีเขียวที่ค่อนข้างสูงกว่าสินค้าและบริการปกติ
- 3.2 ข้อจำกัดในงบประมาณเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและภาคประชาสังคม
- 3.3 ข้อก้ำขาในการบังคับใช้กฎหมาย และการรับรองมาตรฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” ผู้วิจัยได้พบประเด็นสำคัญซึ่งเล็งเห็นว่ามีคุณค่าต่อการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว โดยผู้วิจัยจะอภิปรายผลโดยการหยิบยกประเด็นสำคัญจากปัญหานำการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ตามปัญหานำการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
2. ลักษณะเครือข่ายการทำงานซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1.1 ลักษณะการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การสร้างสังคมสีเขียว ซึ่งเป็น 1 ใน 3 สังคมที่เป็นจุดมุ่งหมายของแผนพัฒนาฉบับที่ 11 สศช. เป็นเจ้าภาพหลักจัดทำแผนระดับรองโดยกระบวนการมีส่วนร่วม มีแนวทางดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นที่ 1 สศช. ศึกษากรอบแนวคิด ทิศทางการพัฒนา และตัวอย่างการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สรุปทบทวน จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในประเด็นสำคัญ อาทิ การพัฒนาภาคการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอน ทั้งเกษตรยั่งยืนอุตสาหกรรมสะอาด และการท่องเที่ยวสีเขียว นวัตกรรมสีเขียว ระบบขนส่งและพลังงานเพื่อเศรษฐกิจสีเขียว การสร้างความเป็นธรรมในสังคม และการรับมือกับภัยพิบัติ เสนอให้ภาคีการพัฒนาร่วมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุปข้อคิดเห็นและจัดทำร่างข้อเสนอการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว เสนอคณะกรรมการรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการ

พิจารณาในกรอบของการสื่อสาร การที่สศช.ได้จัดทำกรอบแนวคิด ทิศทางการพัฒนา และตัวอย่างการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุบบทเรียน และจัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ไปตามความเห็นในที่ประชุมของภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ เพื่อให้ภาคีการพัฒนาเหล่านั้นให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลับมา(Feedback) จึงนับเป็นการสื่อสารสองทาง(Two-way Communication) และเพื่อความรวดเร็วสศช.ก็ได้จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ในประเด็นสำคัญแทนที่จะเป็นการระดมสมองแบบเต็มตัว การสื่อสารสองทางของสศช.นี้ สอดคล้องกับการศึกษาบทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อดำรงรักษาความเป็นชุมชนเข้มแข็ง บ้านน้ำเกียน กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน (พิรญา ศรีเพชรารุณ, 2549) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนจะต้องมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งบ้าน วัด โรงเรียน และสถานีนามัย เป็นการสื่อสารสองทางระดมความคิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน

นอกจากนี้ การที่ภาคีการพัฒนาเป็นผู้ให้ความคิดเห็น เสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนกลับมาในมิติต่างๆ ซึ่งมีทิศทางการไหลของข้อมูลแบบล่างขึ้นบน(Bottom-Up Communication) ซึ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม(Participatory Communication) ก็เป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาประเทศกลยุทธ์หนึ่งที่ McQuail (1983) (อ้างถึงโนจินตวีร์ เกษมสุข, 2554) ได้ประมวลไว้ คือ ดังนี้ การสื่อสารจากล่างขึ้นบน(Bottom-Up Communication) เน้นการสนทนาโต้ตอบกันในลักษณะของการปรึกษาหารือระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกระดับ ทิศทางการไหลของข่าวสารจึงมิใช่เป็นเพียงการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือจากเจ้าหน้าที่รัฐไปยังชาวบ้านเท่านั้น แต่จะมีการสื่อสารจากล่างสู่บนจากชาวบ้านสู่เจ้าหน้าที่รัฐ

ขั้นที่ 2 เมื่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการแล้ว สศช.ในฐานะฝ่ายเลขานุการ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฉบับที่ 11 ร่วมกับกระทรวง/สำนักงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการระดับชาติ เช่น คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติดำเนินการ แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว ทำหน้าที่กำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว รวมทั้งดูแลให้มีการนำไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมดังกล่าว เช่นเดียวกับการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง โดยคณะอนุกรรมการชุดนี้ได้มาจากการที่สศช.ได้เสนอร่างการสร้างขบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงต่อคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในการประชุมคณะกรรมการฯ ครั้งที่ 7/2546 และ คณะกรรมการฯ ก็มีมติเห็นชอบต่อร่างดังกล่าว กลุ่มเป้าหมายของการขับเคลื่อน คือ สมาชิกและ กลุ่มเครือข่ายภาคีด้านต่างๆ

นอกจากนี้ จากโจทย์การวิจัยที่ว่าคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้ง นี้ จะ เปลี่ยนไปจากคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงชุดเดิมที่มี 7 คณะทำงานแต่ละด้าน (8 เครือข่าย) หรือไม่ อย่างไร พบว่าคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้ง นี้ มีการเปลี่ยน ชุดคณะทำงานไปจากเดิม มีการแก้ไขของเดิม และเพิ่มของใหม่กล่าวคือ คณะกรรมการและ คณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว เป็นชุดคณะทำงานที่มาจาก การแต่งตั้งของสศช. โดย คณะกรรมการและคณะทำงานอาจมาจากเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ดังต่อไปนี้ที่มีอยู่แล้ว คือ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กระทรวง อุตสาหกรรม คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) สภาธุรกิจตลาดทุน ไทยคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คณะกรรมการบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำหรับในขั้นที่ 2 นี้ จะมีการกำหนดบทบาทภาคีในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ ได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรม ทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว นั้น ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่มี ส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาเชิงบูรณาการ 5 ประเภทคือ (1) ภาครัฐ ครอบคลุมรัฐบาลหน่วยงานกลาง คณะกรรมการระดับชาติ หน่วยงานการส่วนกลาง ระดับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(2) ภาคเอกชน ที่สศช.ทำการสื่อสารผ่านคณะกรรมการร่วม ภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ร่วมด้วยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาธุรกิจ ตลาดทุนไทย (3) ภาคประชาสังคม ซึ่งสศช.ทำการสื่อสารผ่านผ่านคณะกรรมการสมัชชาปฏิรูป ประเทศ (สปร.) สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) สภาพัฒนาการเมือง เป็นต้น (4) สถาบันการศึกษาและเครือข่ายทางวิชาการ ซึ่งสศช.ทำการสื่อสารผ่านสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ 5 ส. คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)สำนักงาน พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข(สวรส.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (สวก.)และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์

เทคโนโลยีและนวัตกรรม(สวทน.) และ(5) สื่อมวลชนซึ่งมีความสำคัญระดับเป็นภาคีหนึ่งในลักษณะที่สศช.ขอความร่วมมือหรือจัดซื้อจัดจ้าง

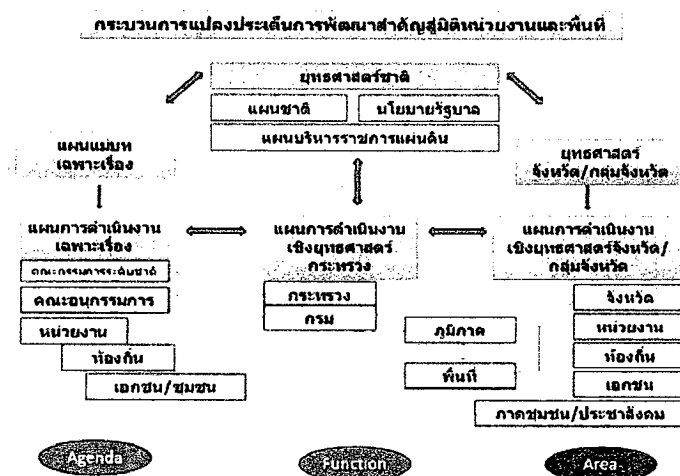
ในขณะที่มีการแยกภาคีการพัฒนาออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังกล่าว แต่ในการปฏิบัติงานการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวตาม 7 มิติ อันได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียวนั้น เป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการและต้องการการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนในแต่ละมิติจากภาคีการพัฒนาต่างๆ เหล่านั้น สอดคล้องกับการศึกษาของปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย พบว่าหลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants) กล่าวคือ เสียงของบุคคลที่หลากหลาย เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็น และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์(Human Potential) ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญต่อการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะสามารถดำเนินไปได้อย่างดี หากบุคคลที่เกี่ยวข้องคำนึงเสมอว่า ทุกคนมีสิทธิและหน้าที่ในการกำกับดูแล และติดตามกระบวนการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะต่างๆ อย่างใกล้ชิด ตลอดจนร่วมรับผลต่างๆ ที่สืบเนื่องจากการตัดสินใจเหล่านั้น

หากพิจารณาเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวจะพบว่าเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ (Supra Network) ที่ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่หลากหลายดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของอภิชา น้อมศิริ (2552) เรื่องการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายสุขภาพโดยกองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ที่พบว่ารูปแบบโครงสร้างของภาคีเครือข่ายมีการจัดเครือข่ายตามรูปแบบโครงสร้างที่ผสมผสานทั้งแบบเครือข่ายแนวตั้ง และเครือข่ายตามแนวนอน กล่าวคือ ภาคีเครือข่ายสุขภาพของกองสุขศึกษาที่มีโครงสร้างการบริหารงานของภาครัฐทำให้มีรูปแบบการดำเนินงานไปอย่างเป็นระบบตามแนวตั้ง แต่ในขณะเดียวกันก็มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนางานด้านสุขภาพ โดยเฉพาะกระบวนการดำเนินการ ดังนั้น โครงสร้างของเครือข่ายจึงเป็นแบบตามแนวนอน อีกทั้งรูปแบบวิธีการจัดโครงสร้างของภาคีเครือข่าย ภายใต้โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการดำเนินงานสร้างสุขภาพ ในปีงบประมาณ 2551 พบว่ารูปแบบวิธีการจัดโครงสร้างของภาคีเครือข่ายสุขภาพเป็นรูปแบบของเครือข่ายที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีความหลากหลายของสมาชิกในภาคีเครือข่ายที่เข้ามา

ร่วมมือกัน จึงปรากฏเป็นเครือข่ายที่มีความซับซ้อน(Complexity Network) ของภาคีเครือข่ายสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

พิจารณาในส่วนของเครือข่ายสื่อสาร ซึ่งพบว่าภาคีการพัฒนาในแต่ละภาคส่วนนั้น จะมีเครือข่ายตัวแทนที่สศช.ได้ทำการสื่อสารผ่าน จึงนับว่าเป็นการสื่อสารสองจังหวะ(Two- step flow Communication) และเครือข่ายตัวแทนเหล่านั้นก็นับว่าเป็นชุมสายย่อยด้วย(Node) สอดคล้องกับการศึกษาของกาญจนา แก้วเทพ (2552) เรื่องสื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา ที่ว่าโครงสร้างของเครือข่ายลักษณะหนึ่งคือชุมสายย่อย(Node) ในกรณีที่เครือข่ายมีขนาดใหญ่หรือครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางมากๆ เนื่องจากสตาร์เป็นมนุษย์ธรรมดา มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลาและพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถติดต่อกับสมาชิกได้อย่างทั่วถึง จำเป็นต้องมีชุมสายย่อย ทำหน้าที่ประสานงานเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกแต่ละกลุ่มกับสตาร์และผู้ประสานงาน

ขั้นที่ 3 เมื่อคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแนวทางการผลักดันการพัฒนาสังคมสีเขียวแล้ว หน่วยงานเจ้าภาพ(คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว) ประสานการดำเนินงานกับหน่วยงาน/ภาคีการพัฒนา ตามภาพกระบวนการแปลงประเด็นการพัฒนาสำคัญสู่มิติหน่วยงานและพื้นที่



ที่มา : สศช.. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2555.2555.

จากภาพ พบว่าโดยหลักแล้วมีการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวได้ทั้งหมด 3 ช่องทาง คือ ขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการระดับชาติ กระทรวง และจังหวัด การที่มีมากกว่าหนึ่งช่องทาง เพื่อเกิดทางเลือกที่มากกว่าหนึ่ง ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาในการสื่อสารของระบบราชการในลักษณะที่ถ้าทางหนึ่งไปไม่ได้หรือดำเนินการขับเคลื่อนไม่สะดวก ก็จะมีทางเลือกอีกสองทาง โดยหน่วยงาน

เจ้าภาพทั้งสามดังกล่าว ก็จะมีเครือข่ายภายในอีกเช่นกัน ทั้งระดับท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เป็นต้น และการสื่อสารเฉพาะของหน่วยงานภาครัฐ ยังนับว่าเป็นการสื่อสารที่เป็นไปในลักษณะของการสั่งการอยู่ (Vertical Communication) แต่หน่วยงานอื่น เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เป็นการสื่อสารในลักษณะการขอความร่วมมือ(Horizontal Communication) นั่นคือ หากพิจารณาการสื่อสารเป็นองค์รวมที่ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ส่วนท้องถิ่น ภาคสื่อมวลชน เป็นต้น การสื่อสารจะเป็นการสื่อสารแบบผสมผสานกันระหว่างการสั่งการและการขอความร่วมมือ(Vertical and Horizontal Communication)

อย่างไรก็ดี การที่ลักษณะการดำเนินการมิใช่การสั่งการเบ็ดเสร็จเด็ดขาด(Vertical Communication) ดังที่แล้มาแล้ว แต่เป็นในลักษณะการดำเนินการร่วมกัน สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับทุกภาคีการพัฒนา และขอให้ช่วยนำไปเผยแพร่ต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ(Two-step flow Communication) ดังเช่น สคช.ขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัดโดยเปลี่ยนจากการสั่งการโดยใช้คำสั่งเป็นจุดหมายขอความร่วมมือ ซึ่งโดยนัยแล้วยังนับว่าเป็นการสั่งการในหน่วยงานภาครัฐ แต่มีความนุ่มนวลขึ้น(soft) เหมือนเป็นการขอความร่วมมือ/ความช่วยเหลือ(Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารในแนวราบ(Horizontal Communication) เสียมากกว่า

การขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัดนี้ อาจเป็นในลักษณะการไปร่วมบรรยายหรือไปร่วมระดมสมองหาแนวทางการขับเคลื่อนในระดับพื้นที่ ซึ่งนับเป็นการลงพื้นที่ของสคช. ส่วนกลาง สอดคล้องกับพนม คลีฉายา (2554) ที่ว่าการใช้สื่อให้กระจายข่าวสารครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายอาจจะมีแหล่งที่อยู่กระจายและแตกต่างกัน การใช้สื่อหลายประเภทเพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายจะช่วยครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ครบถ้วน และสื่อในที่นี้คือสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมในการลงพื้นที่

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆก็ตามในระดับประเทศ รัฐและหน่วยงานรัฐต้องเป็นหน่วยแรกที่เป็นปฐมกรก่อน (First Mover) จึงจะสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดผู้ตามในภาคส่วนอื่นๆต่อมาได้

ขั้นที่ 4 เมื่อแต่ละหน่วยงานดำเนินการตามแนวทางหรือแผนงาน/โครงการในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวแล้ว จะต้องติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลการดำเนินงาน โดยแต่ละหน่วยงาน/ภาคีกำหนดแนวทางการติดตามประเมินผลที่สอดคล้องกับกรอบการติดตาม

ประเมินผลที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการร่วมๆ จากนั้นจึงรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลสำเร็จของการดำเนินงานที่มีเป้าหมายร่วมกันระหว่างหน่วยงาน แล้วจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลในส่วนที่รับผิดชอบ จากนั้นส่งให้หน่วยงานเจ้าภาพรวบรวมและจัดทำเป็นรายงานติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการร่วมๆต่อไป

โดยหน่วยงานเจ้าภาพที่ทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินการในแต่ละประเด็นการพัฒนาในแผนปฏิบัติการร่วมๆขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ควรเป็นหน่วยงานจากภาครัฐที่มีจุดแข็งที่มีความมั่นคง(Durability) เพื่อแก้ปัญหาความเป็นเครือข่ายที่มีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็ว

ไม่เพียงแต่เฉพาะหน้าที่การติดตามและประเมินผลเท่านั้น แต่หน้าที่ต่างๆส่วนใหญ่ก็ควรเป็นรัฐ ทั้งการประสานการดำเนินการ และการประสานเครือข่ายอื่นจะได้กล่าวต่อไป เพื่อแก้ปัญหาความเป็นเครือข่ายเกิดง่ายแต่สลายเร็ว

1.2 การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากการรวบรวมจากหน้าเว็บไซต์สศช. รวมถึงข่าวจากหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ปี 2553-2555 พบว่าการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสศช. เป็นไปใน 4 ลักษณะที่ตรงกับการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้างต้นคือ

1. การที่สศช.เป็นผู้ดำเนินการเอง ทั้งการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ อันได้แก่ วารสารเศรษฐกิจและสังคม คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่อำนาจปฏิบัติราชการประชุม รายงานประจำปี เป็นต้น สื่อสมัยใหม่ คือ หน้าเว็บไซต์สศช. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซีดี การนำเสนอโดย PowerPoint Presentation และสื่อกิจกรรมในรูปแบบการประชุม เป็นต้น โดยคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่อำนาจปฏิบัติ นับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) กล่าวคือการสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่(Supra Network) มีการถ่ายทอดประเด็นสังคมสีเขียว ซึ่งมีเนื้อหาสาระหรือความหมาย(Meaning) เดียวกัน แต่ผ่านสื่อที่หลากหลาย และกลุ่มคนที่หลากหลายอาชีพ หรือแม้กระทั่งการสื่อสารไปยังสาธารณชนภายนอก เครือข่าย จะต้องมีเครื่องมือควบคุมความหมาย(Meaning Control) ไว้อ้างอิงเพื่อให้เป็นไปกันทำนองเดียวกันไม่ให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูล(Distortion Information) จากการบอกปากเปล่าหรือผ่านสื่อที่หลากหลายเหล่านั้นอาจกล่าวได้ว่าเอกสารฉบับเดียวสามารถใช้ได้หลายหน้าที่ (Function) ซึ่งการมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่แน่ชัดไว้อ้างอิงนี้เป็นลักษณะสำคัญของการ

สื่อสารของภาครัฐ ดังเช่น การศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) เรื่องเครือข่ายและกระบวนการของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งพบว่าในการดำเนินงานแต่ละกระบวนการจะต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่แน่ชัด ซึ่งปรากฏในกระบวนการแต่งตั้งและการสื่อสารของสมาชิกเครือข่าย การมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่แน่ชัดนับเป็นข้อเด่นของวัฒนธรรมการสื่อสารของรัฐหรือข้าราชการที่ต้องมีความชัดเจน ต่อเนื่อง มีการอ้างอิง

การที่สศช.จัดทำสื่อ หรือช่องทางการสื่อสารเพื่อเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวในรูปแบบที่หลากหลายดังกล่าว ก็ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้รับสารที่มีความหลากหลาย ทั้งในส่วนของภาคีการพัฒนาภาคต่างๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) รวมถึงผู้สนใจทั่วไป สอดคล้องกับผลการศึกษาของ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวิโร เกษมสุข, 2554) ที่ว่าสื่อที่ใช้ในการพัฒนาประเทศควรมีลักษณะหลากหลายผสมผสานกัน (Multiplicity) ดังนั้น การนำจุดเด่นของแต่ละสื่อมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนการสื่อสาร การใช้สื่อผสม (Media Mix) คือ การใช้สื่อมากกว่าหนึ่งประเภทขึ้นไป เพื่อให้สื่อเหล่านั้นช่วยส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกันในการสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุด เช่นเดียวกับกับ ศุภภาญา ธนวัฒน์เสรี (2550) ที่ได้ศึกษาการจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน ในส่วนกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายประชาชน ใช้กลยุทธ์การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลายสืบเนื่องจากขอบเขตการทำงานของการขับเคลื่อนเป็นระดับภาพรวมของประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องบูรณาการช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมที่ใช้สื่อ (Media Activities) และกิจกรรมที่ไม่ใช้สื่อ (Non-Media Activities) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วไป ซึ่งมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

2. การที่สื่อบุคคลที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารระดับสูงของสศช. ไปเป็นผู้ร่วมบรรยายให้ข้อคิดเห็น หรือวิพากษ์ ในเวทีต่างๆซึ่งนับเป็นสื่อกิจกรรมที่องค์กรอื่นในแต่ละภาคเป็นผู้จัดหรือร่วมกันจัดจากปกติที่รัฐจะเป็นฝ่ายจัดรับ เป็นผู้จัดประชุม ให้อตัวเองเป็นตัวตั้ง/เจ้าภาพ ปัจจุบันให้ภาคอื่น เช่น ภาคเอกชน ประชาสังคม สื่อมวลชน เป็นต้น เป็นเจ้าภาพ และรัฐรับบทเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูล ซึ่งจะใช้ทรัพยากรน้อยกว่ามากและสร้างความรู้ลึกเป็นเจ้าของงาน

สื่อบุคคลที่เป็นผู้บริหารระดับสูงนี้จะทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียว ซึ่งนับเป็นเรื่องระดับนโยบายของประเทศ เป็นนวัตกรรมหนึ่งของสังคมเช่นเดียวกับที่เอเวอร์เร็ด เอ็ม.

โรเจอร์ (Everett M. Rogers, 1995) พยายามชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้สื่อแบบผสมผสานอย่างเหมาะสม กล่าวคือ สื่อมวลชนมักมีอิทธิพลสูงในการให้ความรู้ ในขณะที่สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวใจให้ยอมรับนวัตกรรม เนื่องจากคนเราต้องการข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือได้และเกี่ยวเนื่องกับตน

สอดคล้องกับที่เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้ให้ทัศนะไว้ว่าการเผยแพร่ข่าวสารที่นิยมใช้กันมากคือ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ยืนยัน (Authority Endorsement) ใครก็ตามที่เป็นผู้มีชื่อเสียง สามารถยืนยันสินค้าได้เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ซึ่งเรียกว่าการเผยแพร่ข่าว (Publicity)

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการศึกษาของวิลสัน บัญเรื่อง (2549) เรื่องกลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และการมีส่วนร่วมของครูและเยาวชนที่อยู่ในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่าการโน้มน้าวใจใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลัก เพราะสื่อบุคคลของธนาคารเป็นวิทยากรที่มีความรู้จากการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน มีผลกับผู้รับสารโดยตรง

3. สคช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์ ผ่านการแถลงข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหารสคช. การถ่ายทอดสดในโอกาสสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดการประชุมประจำปี 2555 ของสคช. และการจัดทำข่าวแจกแก่สื่อมวลชนและการจัดส่งข้อมูลที่สำคัญ

การส่งข่าวแจกหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของสื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งเสรี วงษ์มณฑา (2540) พบว่าการผลิตข้อเสนอเทศขององค์กรเพื่อให้ข้อเสนอเทศผ่านสื่อมวลชน มีวิธีการทำการเผยแพร่มากมาย เช่น การแจกข่าว (Press Release) การจัดแถลงข่าว (Press Conference) การส่งข้อมูลให้สื่อมวลชนไปจัดการลงข่าวเอง (Press Script) การแสดงผลงานประจำปี (Annual Report) การเชิญผู้ทรงคุณวุฒิให้มาเขียนข่าว การซื้อพื้นที่เพื่อเขียนข่าวเอง (Informatial) เป็นต้น ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว จากการรวบรวมข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี (2553-2555) พบว่าสคช.ได้ทำสื่อมวลชนสัมพันธ์เกือบทุกลักษณะดังกล่าว (จากตารางรูปแบบการเผยแพร่สังคมสีเขียวของสคช.)

4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ในกรณีศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น ดังเช่นศึกษาร่วมกับสถาบันยานยนต์ในการจัดทำแผนจัดตั้งศูนย์ทดสอบมาตรฐานยานยนต์สีเขียวในเมืองไทย

ศึกษาร่วมกับศูนย์ฝึกอบรมวนศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดระยอง กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดระยอง เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียวสอดคล้องกับปารีสชาติ สถาปัตยกรรม (2545) ที่เสนอว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งพัฒนาขึ้นมาภายใต้กระบวนการตัดสินใจเชิงทางเลือก จำเป็นต้องปรับตัวในด้านต่างๆ เป็นต้นว่า ด้านวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่วัตกรรม แต่เดิมการเผยแพร่นวัตกรรมภายใต้กระบวนการตัดสินใจตาม การแพร่กระจายนวัตกรรมภายใต้กระบวนการตัดสินใจ จะให้ความสำคัญกับระบบการแพร่กระจายนวัตกรรมแบบไม่รวมศูนย์กลาง(Decentralized Diffusion Systems) โดยผู้รับนวัตกรรมอาจไม่ได้ทำหน้าที่รับนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังอาจมีบทบาทในการปรับเปลี่ยนคิณคัณนวัตกรรมใหม่(Re-Invention) ที่อาจแตกต่างไปจากนวัตกรรมเดิมที่เริ่มต้นเผยแพร่แต่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนและเงื่อนไขแวดล้อมต่างๆ

การเผยแพร่สังคมสีเขียวใน 4 ลักษณะดังกล่าว สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในแต่ละวิธี การใช้ช่องทางในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสารและเหมาะสมกับเนื้อหา (กลยุทธ์การสื่อสาร) ได้ดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในแต่ละวิธีการเผยแพร่สังคมสีเขียว การใช้ช่องทางในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสารและเหมาะสมกับเนื้อหา(กลยุทธ์การสื่อสาร)

ลักษณะการเผยแพร่	จุดแข็ง	จุดอ่อน	การเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร และเนื้อหา
1. สคช.เป็นผู้เผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสมัยใหม่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศให้มากที่สุด -กลุ่มผู้รับสารอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเอง (Information Seeker) - มีปฏิกิริยาตอบกลับ เช่น การแสดงความคิดเห็น (Feedback) 	<ul style="list-style-type: none"> - มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดทำ - กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูล (Information seeker) อาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ต่างๆเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายให้มากที่สุด และอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเองซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจอยู่แล้ว และจะมีปฏิกิริยาตอบกลับทำการทำการสื่อสารเผยแพร่ที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถให้ข้อมูลได้มาก สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมระดมสมอง ตามเรื่องที่เป็นระดับนโยบาย ซึ่งสามารถให้ความคิดเห็นได้ มีปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)
2. สคช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหาร เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆ เป็นผู้จัด	<ul style="list-style-type: none"> - ประหยัดทรัพยากร เพราะสื่อบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูลเท่านั้น ในแต่ละเวทีที่ภาคส่วนอื่นเป็นผู้จัด - มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิกิริยาตอบกลับได้ทันที 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อบุคคลระดับผู้บริหารอาจเป็นทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ - อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลบ้างเล็กน้อย หากการสื่อสารเผยแพร่เป็นสื่อบุคคลมิใช่คนเดียวกัน ในเวลาและสถานที่ต่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้รับสารซึ่งอาจเป็นผู้ที่สนใจทั่วไป หรืออาจเป็นกลุ่มที่เจาะจงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) - เนื้อหาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว และการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันทันที จะเป็นผู้ให้ความรู้ และโน้มน้าวผู้รับสารให้มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการมีส่วนร่วมการขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว

<p>3. สคช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้แก่ การแถลงข่าวการสัมมนาผู้บริหาร และการจัดส่งข้อมูลสำคัญแจกแก่สื่อมวลชน</p>	<p>- เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารให้มากที่สุด</p>	<p>- มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ - ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)</p>	<p>- กลุ่มผู้รับสารที่มีความหลากหลายภายในประเทศโดยสื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อ - หากเป็นข่าวที่แจกแก่สื่อมวลชน เป็นข่าวแจกแบบกระชั้น เช่น การจัดประชุม หรือข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว</p>
<p>4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ทั้งที่ศช. ดำเนินการเอง และศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น</p>	<p>- เพื่อให้เห็นผลการศึกษาเป็นรูปธรรม หรือใช้เป็นโครงการศึกษานำร่อง - การมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัยจากหน่วยงานอื่น ซึ่งการมีส่วนร่วม นับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารในปัจจุบัน</p>	<p>- เสียค่าใช้จ่ายสูง - ต้องการความต่อเนื่อง และจริงจังในการดำเนินงาน</p>	<p>- ประเด็นเป็นเรื่องระดับนโยบายซึ่งผู้รับสารจะเป็นกลุ่มร่วมกำหนดนโยบาย หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาร่วมในการศึกษาวิจัย เช่น ภาคเอกชน ชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น - การจัดทำรายงานการศึกษา ต้องเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งให้รายละเอียด เนื้อหาได้มาก และสามารถใช้ในการอ้างอิง</p>

พิจารณาในส่วนของสื่อบุคคลที่ว่าเป็นการประหยัดทรัพยากร มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ทันที สอดคล้องกับพนม คลี่ฉายา (2554) ที่ว่าสื่อบุคคลสามารถปรับการสื่อสารได้ในขณะที่ทำการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี สามารถใช้อธิบายรายละเอียดในขณะที่ทำการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังอย่างได้ผลสะดวกเสียค่าใช้จ่ายน้อย และช่วยให้การสื่อสารประสบความสำเร็จง่ายขึ้น เพราะมีปฏิริยาตอบกลับทันที

สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมระดมสมอง ตามเรื่องที่เป็นระดับนโยบาย ซึ่งสามารถให้ความคิดเห็นได้ มีปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) สอดคล้องกับพนม คลี่ฉายา(2554) ที่ว่าเหตุการณ์พิเศษ (Special Event) เป็นสื่อเฉพาะกิจที่จัดขึ้นมาเอง จึงสามารถกำหนดเนื้อหาและรายละเอียดต่างๆได้ตามข้อจำกัดที่องค์กรมีอยู่ เป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายจะเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กร เป็นสื่อที่สามารถแสดงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ เป็นการให้รายละเอียดข่าวสาร ควบคู่กับการให้ประสบการณ์กับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ช่วยสร้างความเข้าใจได้อย่างดี

นอกจากนี้ จากตารางที่ 5.4 กลยุทธ์การสื่อสารโดยใช้ช่องทางในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร และเหมาะสมกับเนื้อหา ก็สอดคล้องกับพนม คลี่ฉายา (2554) อีกเช่นกัน ที่ว่าการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ ควรให้ความสำคัญกับความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความจำเป็นต้องกำหนดการใช้สื่อและเนื้อหาในสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ใน 4 ลักษณะการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวที่ค้นพบนั้น เป็นไปตามแนวทางการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11สู่การปฏิบัติในส่วนของ การสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงความสำคัญและพร้อมเข้าร่วมในการผลักดันแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ผ่าน 3 เครื่องมือ ดังนี้

1. จัดทำแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความตระหนักและยอมรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นเครื่องมือในการพัฒนาแบบบูรณาการที่ทุกภาคีสามารถนำไปปรับใช้ให้บังเกิดผลได้จริง โดยสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านบุคคล สื่อมวลชนทั้งระดับชาติและท้องถิ่น กิจกรรม สื่อสมัยใหม่ จัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11ฉบับประชาชนที่เข้าใจง่าย รวมทั้งการสร้างเครือข่ายให้ข้อมูลข่าวสารกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถทำหน้าที่สื่อสารและถ่ายทอดสาระหลักของแผนพัฒนาฯได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารภายในประเทศให้มากที่สุด ทั้งกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ภาคีการพัฒนา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน รวมถึงประชาชนทั่วไปที่สนใจ

2. จัดทำคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (เล่มนี้เป็นคู่มือการแปลงแผนฯ ซึ่งคนละเล่มกับแผนฯ ฉบับประชาชน) เผยแพร่แก่ภาคีการพัฒนา เกิดความร่วมมือในการนำแผนไปปฏิบัติอย่างจริงจัง เป็นคู่มือการประสานแผนแต่ละระดับที่ทุกภาคส่วนสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดบูรณาการการทำงานร่วมกัน จัดทำเอกสารรวบรวมวิธีการขับเคลื่อนแผนและกิจกรรมการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ หรือกรณีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จด้วยการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคีต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้ภาคีพัฒนานำไปปรับใช้ตามความเหมาะสม นำเสนอแนวทางการลงทุนในประเด็นการพัฒนาสำคัญ สำหรับหน่วยปฏิบัตินำไปประกอบการจัดทำแผนระดับรอง แผนงาน/โครงการต่างๆ ให้มีความชัดเจนในการพัฒนาด้านต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยการทำงานตามแผนควรทำในลักษณะคู่ขนานทั้งภาครัฐและภาคีการพัฒนา

คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ นับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเนื่องจากผู้รับสารในประเทศมีความหลากหลายและมีปริมาณมาก ทั้งภาคีการพัฒนาในภาคส่วนต่างๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงประชาชนที่สนใจทั่วไป การเผยแพร่การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยปราศจากข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรในการอ้างอิง อาจทำให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูล (Distortion Information) สร้างความเข้าใจที่ไม่ตรงกันต่อผู้รับสารกลุ่มต่างๆ ได้ คู่มือฯ ซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) จึงนับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญกลยุทธ์หนึ่งของการสื่อสารของภาครัฐ ที่ต้องมีพื้นฐานเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อการอ้างอิง

นอกจากนี้ คู่มือฯ ยังเป็นเครื่องมือที่ถูกใช้เพื่อแก้ปัญหาในตอนแรกที่ว่า การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ในส่วนของเนื้อหาสาร อาจประสบปัญหาเดียวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในการศึกษาของศุภานญา ธนวัฒน์เสรี (2550) ที่ว่าความลึกซึ้งของเนื้อหาสังคมสีเขียวที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจสับสนแก่กลุ่มเป้าหมายคือภาคีเครือข่ายต่างๆ ดังนั้น จึงมุ่งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ และนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความกระจ่างชัดเจนในแนวคิดสังคมสีเขียวของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย

3. สร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางทั้งระดับนโยบายและพื้นที่ โดยเปิดพื้นที่สาธารณะให้ทุกภาคีใช้ประโยชน์

ในการจัดเวทีระดมความคิดเห็นในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดเวทีประชาคม การสานเสวนา รวมถึงใช้ช่องทางเครือข่ายออนไลน์ สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศ

การสร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางนับเป็นการสื่อสารสองทาง(Two- way Communication) อันเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาประเทศกลยุทธ์หนึ่งที่ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวิโร เกษมศุข, 2554) ได้ประมวลไว้ว่าการสื่อสารสองทาง(Two-way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันได้ตลอดเวลา ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้ สถานะและบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสลับปรับเปลี่ยนอยู่ตลอด เช่นเดียวกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2553) ให้ทัศนะไว้ว่า กระบวนการสร้างความหมายร่วมให้เกิดขึ้นคู่การสื่อสาร(Shared Meaning) ซึ่งไม่มีใครผูกขาดบทบาทเป็นผู้ส่งหรือผู้รับเพียงฝ่ายเดียว เป้าหมายการสื่อสารเป็นการพบกันครึ่งทาง หลังจากสื่อสารกันแล้ว ต่างฝ่ายต่างเข้าอกเข้าใจกันมากขึ้น ทราบความต้องการของอีกฝ่ายมากขึ้น

2. ลักษณะเครือข่ายการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย

2.1 ลักษณะเครือข่ายการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ความเชื่อมโยงของเครือข่ายทั้ง 5 ประเภท เริ่มจากเครือข่ายประเภทแรก คือ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากสศช. เป็นเครือข่ายระดับนโยบายในลักษณะที่ให้ความเห็นเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาในแต่ละด้านตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีสมาชิกหรืออนุกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม เป็นต้น รวมถึงสมาชิกที่มาจากสศช.เอง คณะอนุกรรมการฯชุดนี้เป็นผู้ผลักดันสำคัญให้เกิดการประชุมประจำปี 2555 เรื่องอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว อันนำมาซึ่งเครือข่ายประเภทที่ 2 คือ เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7มิติของสังคมสีเขียวและเครือข่ายประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว ซึ่งจะได้กล่าวในลำดับท้ายสุด โดยเครือข่ายประเภทที่ 2 หรือเครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว เป็นไปในลักษณะที่สศช.ได้ไปขอความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนที่มีใช้ภาครัฐ

ที่เห็นความสำคัญของสังคมสีเขียวและบริบทที่เกี่ยวข้อง และได้ดำเนินการขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความเห็นแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว โดยภาคีการพัฒนาเหล่านั้น ได้แก่ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน ภาควิชาการ เป็นต้น ส่วนภาคีการพัฒนาที่มาจากภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายประเภทที่ 4 คือ เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐในลักษณะการสั่งการตามลำดับชั้น ภาคีที่มาร่วมจึงเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งอาจจะมิได้สนใจเป็นทุนเดิมมากเท่าภาคส่วนอื่นๆดังที่กล่าวไป แต่มีจุดแข็งที่ภาครัฐมีความคงทนถาวร สำหรับเครือข่ายประเภทที่ 3 คือ ภาคีเครือข่ายการพัฒนาตามแต่ละภาคส่วน(ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคสื่อมวลชน) พบว่าภาคีการพัฒนาเหล่านี้ได้มีตัวตนมาก่อนที่จะได้มีแนวคิดการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว โดยอาจได้เคยร่วมงานกับสศช.มาบ้าง นั้นหมายถึง สมาชิกจากเครือข่ายประเภทที่ 2 ก็ได้แทรกตัวอยู่ในเครือข่ายประเภทที่ 3 นี้เช่นกัน สำหรับเครือข่ายประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว หากได้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียวจะมีบทบาทเป็นศูนย์กลางเครือข่าย(Star) และผู้ประสานงานเครือข่าย(Liaison) ตามลำดับ ในการเชื่อมโยงเครือข่ายขนาดใหญ่ทั้งห้า(Supra Network) ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยตรงโดยสมาชิกของเครือข่ายนี้มาจากทุกภาคส่วนในทุกประเด็นที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว และอาจเป็นสมาชิกที่มาจากเครือข่ายประเภทที่ 1- 4 หรือสมาชิกจากภายนอกก็ได้

สำหรับเครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว อันได้แก่ ภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว ทั้ง 7 มิติของสังคมสีเขียวนี้ ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่มาจากความหลากหลายของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน และภาคประชาชน โดยภาคีการพัฒนาภายในเครือข่ายนี้ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง (ชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ, 2552) ซึ่งเครือข่ายของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งสิ้น 8 เครือข่าย ได้แก่ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านผู้นำทางความคิด คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านวิชาการ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาครัฐ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาคธุรกิจ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสถาบันการศึกษา คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านประชาสังคม และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

พอเพียงด้านการเมือง กระนั้น เครือข่ายคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงจากการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) มีลักษณะที่เป็นทางการ แต่เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 ประเด็นของสังคมสีเขียว เป็นในลักษณะเครือข่ายขอความร่วมมือแบบหลวมๆ ซึ่งเครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว คาดว่ามีความเป็นไปได้ที่จะได้มีการแต่งตั้งในลำดับต่อไป

นอกจากนี้ การที่สศช. ใช้ลักษณะความเป็นมิติ เช่น การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว นวัตกรรมสีเขียว เป็นต้น มาเป็นตัวนำในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ซึ่งในแต่ละมิติประกอบด้วยภาคีการพัฒนาหลากหลายภาคส่วนดังกล่าว นั้น ก็เป็นโอกาสที่ทำให้กลุ่มคนที่เคยถูกแบ่งตามคณะทำงานจากการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่ไม่เคยพบกันให้มาพบกัน ในเวที่ดังกล่าว โดยเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้ (รวมถึงคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียวที่คาดว่าจะได้ทำการแต่งตั้งต่อไป) อาจเป็นสมาชิกจากเครือข่ายเดิมบางส่วน (คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง) เพียงแต่เปลี่ยนเนื้อหาสาร (Message) จากเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสังคมสีเขียว

การเชื่อมโยงให้กลุ่มคนในแต่ละภาคส่วนให้มาพบกันโดยใช้มิติเป็นตัวนำนั้น ยังสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2553) ที่ว่าเรื่องของการผสมผสานเนื้อหาของคนหลากหลายกลุ่ม หลากหลายสาขาอาชีพ โดยปัญหาประการหนึ่งที่สังคมไทยประสบคือการขาดพื้นที่ที่จะทำให้นักหลากหลายกลุ่ม หลากหลายสาขาอาชีพ ได้มีโอกาสมาแลกเปลี่ยนทำความรู้จักและเข้าใจกัน ทั้งนี้เนื่องจากสภาพชีวิตสังคมสมัยใหม่ ได้แยกกลุ่มคนต่างๆ ให้ออกไปใช้ชีวิตในเวลาและสถานที่แตกต่างกัน จึงเกิดปัญหา “ช่องว่าง” ในฐานะที่การสื่อสาร คือ การเชื่อมโยงให้ผู้คนมีความเข้าใจกัน

2.2 กระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

พบว่าการสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ เป็นไปในลักษณะที่ สศช. ได้ทำการแบ่งกลุ่ม (Grouping) ให้เป็นหมวดหมู่ตามมิติ จากการที่ในแต่ละภาคีการพัฒนาทั้งภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ได้รวมกลุ่มเครือข่ายหรือไม่รวมกลุ่ม ดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่สศช. จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ใน

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) หรือหลังจากนี้ ผู้เล่นหลัก(main player) ดังเช่น ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคมจะไปเป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อนเองเอง โดยการจัดตั้งเครือข่าย คณะกรรมการของตนต่อ แล้วชักชวนภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องไปร่วมดำเนินการด้วยกัน กล่าวคือ ภาคเอกชนและภาคีการพัฒนาจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ลักษณะเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ตาม 7 มิติ ณ ขณะนี้ เป็นเครือข่ายแบบหลวมๆ ในลักษณะการขอความร่วมมือและความช่วยเหลือจากภาคีการพัฒนาที่ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในแต่ละประเด็นไว้ก่อนแล้ว ซึ่งนับว่าภาคีการพัฒนาเหล่านั้นมีบทบาทเป็นผู้ปฏิบัติที่แท้จริง โดยบทบาทของสศช. นับเป็นผู้ประสานและผลักดันการขับเคลื่อนในการให้ข้อมูล นอกจากนี้ ทุกภาคีพัฒนายังมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเท่าเทียมกัน เป็นในลักษณะการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาประเทศที่ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวีร์ เกษมสุข, 2554) ได้ประมวลไว้ว่าการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication)ในทุกระดับของสังคมต้องมีการกระจายข้อมูลข่าวสารโดยใช้เครือข่ายของผู้นำ อันเป็นการสื่อสารระหว่างชุมชนหนึ่งกับอีกชุมชนหนึ่ง หรือระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านด้วยตนเอง

หากเป็นการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวผ่านเครือข่ายจะเป็นในลักษณะการร่วมกับทุกภาคีการพัฒนาในการเผยแพร่ผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับภาคีเหล่านั้น และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอดต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two Step-Flow Communication)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าการที่แผนพัฒนาฯ ฉบับหลังๆ (ฉบับที่ 7-8 เป็นต้นมา) ภาคีการพัฒนาภาคอื่นๆที่มีใช้รัฐ มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนามากขึ้น ทั้งภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ที่มีบทบาทในการปฏิบัติ เป็นผู้ขับเคลื่อนที่แท้จริง ภาควิชาการ เป็นผู้สนับสนุนให้เกิดการผลักดันนโยบาย และสื่อมวลชนที่มีบทบาทในการเผยแพร่กระจายข้อมูลออกสู่สังคมในวงกว้าง เป็นต้น ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกและประสานงานให้เกิดการขับเคลื่อน ดังนั้น ทำไมจึงมิให้ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคมที่มีบทบาทสูงในการขับเคลื่อนในกระบวนทัศน์ปัจจุบันนี้เป็นศูนย์กลางของเครือข่าย เหตุใดจึงต้องเป็นภาครัฐที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกเป็นศูนย์กลาง ที่เป็นเช่นนั้นน่าจะเป็นเพราะภาครัฐมีความคงทนถาวร ในขณะที่ภาคเอกชนอาจมีในเรื่องของความไม่โปร่งใสหรือผลประโยชน์ทับซ้อนเข้ามา หรือถ้าเป็นภาคประชาสังคมก็อาจจะมึนงงชีวิตของเครือข่ายที่ไม่ยาวนานพอที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประเทศ

อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ด้วยความที่ธรรมชาติของเครือข่ายมีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็ว และสศช.(ภาครัฐ)มีจุดแข็งที่ความคงทนถาวร หน้าที่ในการดำเนินงานส่วนใหญ่รวมถึงการประสานเครือข่ายจึงควรเป็นหน้าที่ของรัฐ แต่จุดอ่อนคือแข็งตัวไป ดังนั้น สศช.จึงได้พยายามใช้จุดแข็งและลดจุดอ่อนของตน

จากการที่การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติหลัก เป็นไปในลักษณะที่ในแต่ละภาคีการพัฒนาได้มีเครือข่ายดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.)จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) หรือการที่ ภาคเอกชนจะไปเป็นผู้ดำเนินการเอง ไปตั้งเครือข่าย ตั้งคณะกรรมการของตนต่อ แล้วชักชวนภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องไปร่วมด้วย กล่าวคือ ภาคเอกชนและภาคีการพัฒนาจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว และทุกภาคีการพัฒนายังมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเท่าเทียมกัน เป็นในลักษณะการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication) สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2548) ที่เสนอว่าการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ไปสู่กระบวนทัศน์แบบทางเลือกหลังทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา ทฤษฎีการสื่อสารก็ได้เรียกให้สอดคล้องกับกระบวนทัศน์การพัฒนานี้ คือ การสื่อสารแบบทางเลือก (Alternative Communication) เน้นการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร(Participatory Communication) และเปลี่ยนเป้าหมายจากการโน้มน้าวชักชวน มาเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกัน(Shared Meaning) และในขณะที่บทบาทของสศช.นับเป็นผู้ประสาน(จากบทบาทเดิมในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับแรกๆ; ฉบับที่ 1-4 ซึ่งสศช.สั่งการในแนวดิ่ง) และผลักดันการขับเคลื่อนในการให้ข้อมูลผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับภาคีเหล่านั้น และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอดต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ(Two-Step Flow Communication) ก็สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2552) อีกเช่นกัน ที่การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่(Supra Network) จะมีชุมสายย่อย(Node) ที่ทำหน้าที่ประสานงานเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกแต่ละกลุ่มกับสตาร์และผู้ประสานงาน เนื่องจากสตาร์มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลาและพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถติดต่อกับสมาชิกทุกคนได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ เครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มย่อยถัดจากจากการประชุมภาพรวมสังคมสีเขียวของประเทศเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2555 ก็สอดคล้องกับ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวีร์ เกษมศุข, 2554) ที่ว่าการสื่อสารขนาดเล็กซึ่งเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน(Smallness of Scale) เป็นกลยุทธ์การสื่อสารกลยุทธ์หนึ่งที่มีบทบาท

ในการพัฒนาประเทศ ยิ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายชัดเจนมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้การสื่อสารในครั้งนั้นประสบความสำเร็จมากเท่านั้น

กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย

เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ เป็นการดึงจุดเด่นของแต่ละภาคมาใช้ สศช.สามารถเลือกภาคีการพัฒนาได้ กล่าวคือ รวมภาคีการพัฒนาจากภาครัฐซึ่งต้องมาร่วมตามบทบาทหน้าที่ และอาจจะไม่ได้สนใจมาก มานุกรณาการกลายเป็นเครือข่ายร่วมกับภาคที่สนใจ คือ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาชน ที่สนใจการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งสศช.มีบทบาทในการประสานงาน และองค์ประกอบของเครือข่าย (Element) ไม่ได้เปลี่ยนจากของเดิมมาก เป็นการดึงจุดเด่นของแต่ละภาคส่วนมาร่วม กล่าวคือ ภาครัฐ เป็นไปในลักษณะคงทนล้มไม่ได้ แต่อาจจะไม่ได้สนใจมากเพราะต้องทำตามบทบาทหน้าที่ มาผนวกรวมกับภาคอื่นๆ คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ที่มีความสนใจขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เครือข่ายมาทำภารกิจร่วมกัน พอหมดก็สลายตัวดังนั้น การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่นี้ (Supra network) จึงเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Communication) ระหว่างภาครัฐที่เป็นแนวตั้ง (Vertical Communication) และภาคอื่นๆ ที่มีภาครัฐที่เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication)

การใช้จุดแข็งขององค์กรมาดำเนินการขับเคลื่อน สอดคล้องกับการศึกษาของลวดรัตนรีนบรรเทิง (2547) เรื่องการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนร่วมด้วยช่วยกันสำนึกรักบ้านเกิด ตามทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ของบริษัทยูไนเต็คคอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่าการดำเนินงานได้น้อมนำทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ตามแนวพระราชดำริมาเป็นกรอบในการปฏิบัติ โดยนำเอาความเข้มแข็งที่บริษัทมี นั่นคือ การสื่อสารและเทคโนโลยี ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียงผ่านทางรายการร่วมด้วยช่วยกัน และสื่อเทคโนโลยีผ่านทางเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอม มาเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลผ่านสื่อดังกล่าว และปฏิรูปตัวเองให้เกิดการพัฒนาต่อไปได้

บทบาทของสศช.ภายในเครือข่ายนับเป็นที่เล็งทางยุทธศาสตร์ มีคนใดคนหนึ่งในองค์กรที่รู้จักภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ ซึ่งเป็นผู้รับสารมาก่อนบ้าง อาจรู้จักกันมาก่อนทั้งเป็นและไม่เป็นทางการ(ซึ่งแต่เดิมการสื่อสารของภาครัฐต้องเป็นทางการในลักษณะการเป็นตัวแทนของหน่วยงาน) จึงได้ชักชวนเข้ามาสู่การมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสอดคล้องกับ

การศึกษาการจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน (ศุภาญา ธนวัฒน์เสวี, 2550) ที่ว่า การสรรหาคณะทำงานโดยใช้การแนะนำต่อกัน โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือทำงานแบบอาสาสมัคร ไม่มีค่าตอบแทนในการทำงาน และจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานด้านสื่อมวลชนและประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ในการสรรหาคณะทำงานและดำเนินการขับเคลื่อนจึงใช้วิธีการแนะนำต่อกันในลักษณะของห่วงโซ่ โดยเริ่มต้นชักชวนจากบุคคลใกล้ชิดที่มีความพร้อมจะทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมก่อน จากนั้นก็ช่วยหาคณะอื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติตามที่คณะทำงานต้องการต่อกันไป ซึ่งวิธีการนี้ เปรียบเสมือนส่งต่อ (Referral System) จากการสัมภาษณ์พบว่า คณะทำงานฯ ที่เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มีสายสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสมาชิกเดิม

การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน

การที่เป็นเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ตาม 7 มิติหลัก คือ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติ โดยแต่ละภาคีการพัฒนาจากความหลากหลายของแต่ละภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการและสถาบันการศึกษา และสื่อมวลชน ตรงกับหลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมประการหนึ่ง (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549) คือ ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants) ซึ่ง Grey –Felder (2001) ชี้ให้เห็นว่าสิ่งสำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือเสียงของบุคคลที่หลากหลาย เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็น และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ดังนั้น กลุ่มผู้จัดกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ อาทิ การประชุม การเสวนา หรือการจัดกิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ จำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับความหลากหลายของประชาชนหรือกลุ่มบุคคล และสอดคล้องกับการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไวยศิริ (2552) ที่พบว่าเครือข่ายคณะทำงานทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านผู้นำทางความคิด ด้านวิชาการ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และประชาชน ประชาสังคม และด้านการเมือง ซึ่งทั้ง 8 เครือข่ายนี้ได้มาจากการเสนอชื่อในที่ประชุมของสมาชิกคณะอนุกรรมการฯ ให้เป็นไปตามสภาพความเป็นจริงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

สำหรับกลยุทธ์การสื่อสาร หรือช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลาย เป็นต้นว่า มีคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) เป็นลักษณะสำคัญของการสื่อสารของภาครัฐ การเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารขององค์กร ผ่านสื่อกิจกรรม ในลักษณะการจัดประชุมประจำปี ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นวารสาร รายงาน บทความที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์ ผ่านสื่อมวลชนในลักษณะของสื่อมวลชนสัมพันธ์ การที่มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อันเนื่องมาจากความหลากหลายของผู้รับสารอีกเช่นกัน ทั้งภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องในระดับการผลักดันนโยบาย ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ซึ่งโดยมากจะเป็นภาคเอกชน เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการปฏิบัติ สื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่สู่สาธารณชนในวงกว้าง รวมถึงนิสิต นักศึกษา และผู้ที่สนใจทั่วไป เป็นต้น สอดคล้องกับ ศุภานา ธนวัฒน์เสรี (2550) ที่ได้ศึกษาการจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน และแยกศึกษาตามกลุ่มเป้าหมายของคณะทำงานเป็น 2 กลุ่มใหญ่ เหตุที่แยกศึกษากลยุทธ์การสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมาย เพราะสำหรับกลุ่มที่ทำงานในวิชาชีพสื่อมวลชน เป็นผู้ทวิคุณการสื่อสาร ซึ่งสามารถนำสารไปสู่กลุ่มประชาชนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว คณะทำงานจึงได้ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การสนับสนุนให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และการพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชนส่วนในกลุ่มเป้าหมายประชาชน ใช้กลยุทธ์ ดังนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลาย สืบเนื่องจากขอบเขตการทำงานของการขับเคลื่อนเป็นระดับภาพรวมของประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องบูรณาการช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมที่ใช้สื่อ(Media Activities) และกิจกรรมที่ไม่ใช้สื่อ(Non-Media Activities) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วไป ซึ่งมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และประสานความร่วมมือเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

3. ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ปัจจัยหรือบริบทที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สามารถอภิปรายได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1) ความตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วม การดำเนินการอย่างจริงจัง และมีลักษณะของการเป็นผู้นำเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง (ชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ, 2552) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารของเครือข่ายซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะผู้นำเชิงบารมี ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความต่อเนื่องในการศึกษาและเรียนรู้ ความตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มหรือเครือข่าย เครือข่ายและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอก และ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวีร์ เกษมศุข, 2554) ยังประมวลไว้ดีกว่าการมีส่วนร่วม(Participation) เป็นกลยุทธ์การสื่อสารหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ คือการให้ผู้รับสาร เช่น ประชาชน ชุมชน ได้มีส่วนร่วม การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จคือ การพัฒนาที่ต้องลงลึกถึงรากฐานของชุมชนทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตใต้สำนึก โดยประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา หลักการสำคัญที่สุดของการมีส่วนร่วม คือ การกระจายอำนาจ (Decentralization) การให้ชุมชนเป็นแกนหลักในการคิด ตัดสินใจ บริหาร จัดการ ในการทำงานร่วมกันนี้เอง บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็จะขยายวงกว้างมากขึ้น

2) การที่สังคมสีเขียวเป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสโลก วาทกรรมสีเขียว(Green) จึงนับเป็นสัญลักษณ์เช่นกัน เช่นเดียวกับการศึกษาของเกศรา บุรพาเดชะ (2549) เรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พบว่าการรณรงค์การประชาสัมพันธ์โครงการที่กลุ่มผู้ดำเนินการใช้ คือ การเน้นสัญลักษณ์ โดยใช้ความเป็นโครงการในพระราชดำริชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมโครงการ

3.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1) ระดับความเข้าใจในความหมาย/นิยามของสังคมสีเขียวที่ยังไม่ตรงกันในหลายภาคส่วน ยังมีความคลุมเครือของเนื้อหาสาระอยู่ สอดคล้องกับการศึกษาของศุภาญา ธนวัฒน์เสรี (2550) ซึ่งพบว่าปัจจัยทางด้านเนื้อหาสาระในความยากและลึกซึ้งของเนื้อหาเศรษฐกิจพอเพียงที่ก่อให้เกิดความเข้าใจสับสน หรือเข้าใจไม่รอบด้าน ที่จะต้องนำไปสู่การให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงข้อเสนอแนะจากการศึกษาของสุเมธ กาญจนพันธุ์ (2551) เรื่องกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ที่ว่าการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่พบเห็นในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การดำเนินงานแบบ “ซีเอสอาร์แท้” และ “ซีเอสอาร์เทียม” ซึ่งการดำเนินงานแบบซีเอสอาร์เทียม เป็นการดำเนินงานตามกระแส เช่น เมื่อเกิดประเด็นด้านโลกร้อน ก็แก้ทำกิจกรรมเกี่ยวกับลดโลกร้อนต่างๆ การบริจาคเงินเล็กๆน้อยๆของบริษัทที่ไม่ได้ทำจริงจังกอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การดำเนินงานแบบซีเอสอาร์แท้ จะเป็นการดำเนินงานที่เกิดจากการวางแผนองค์กรทั้งระบบ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารองค์กร ผู้วางแผนงาน ไปจนถึงระดับปฏิบัติ และมีการผลักดันให้การดำเนินการนั้นสัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2) ข้อจำกัดในงบประมาณเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งโดยมากเป็นหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคม อันนำมาซึ่งการร่วมกับภาคีการพัฒนาอื่นๆ หรือสื่อมวลชนที่มีความได้เปรียบในการมีสื่อหรือช่องทางสื่อสารเป็นทรัพยากรขององค์กรอยู่แล้วเพื่อนำไปถ่ายทอดต่อตรงกับการศึกษาของศุภาญา ธนวัฒน์เสรี (2550) ที่พบว่าปัจจัยระดับองค์กรคือปัจจัยด้านงบประมาณและบุคลากร ซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกับคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง อันเป็นปัจจัยเอื้ออำนวยส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นเรื่องของการประสานความร่วมมือ และการชักจูงหรือขอร้องให้เกิดการสนับสนุนการทำงานขับเคลื่อนในรูปแบบต่างๆได้ง่ายขึ้น

3) การกระทำการสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งจัดทำสื่อหรือการทำสื่อสารที่เหมาะสมกับเนื้อหาและเนื้อหาสาระต้องมีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร ด้วยความที่สังคมสีเขียวยังเป็นเรื่องที่มีระดับความเข้าใจไม่ตรงกันอยู่หลายภาคส่วน กอปรกับลักษณะและประเภทของผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย ทำให้เกิดกลยุทธ์การสื่อสารที่ตามมาคือ ความเหมาะสมของเนื้อหาสาระและช่องทางสื่อสารที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันไป สอดคล้องกับการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่พบว่าความหลากหลายของช่องทางสื่อสารและการเลือกใช้สื่อให้มีความเหมาะสมนับเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร กล่าวคือ ในแง่ผู้ส่งสาร คือ คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงกลุ่มต่างๆ เนื้อหาสาระว่าด้วยเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง

และการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมตามบริบทของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และเนื้อหาสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับพจนม คลีฉายา (2554) ที่ว่าในการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ มีความจำเป็นต้องกำหนดการใช้สื่อและเนื้อหาในสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากธรรมชาติของเครือข่ายที่ว่ามีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็วหากขาดการดำเนินการหรือกิจกรรมระหว่างสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น รัฐซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่ความมั่นคงถาวร (Durability) จึงควรมีบทบาทหน้าที่หลายประการในเครือข่าย อาทิ การประสานงาน และการติดตามประเมินผล เป็นต้น

2. การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆก็ตามในระดับประเทศ รัฐและหน่วยงานรัฐต้องเป็นหน่วยแรกที่เป็นปฐมกรก่อน (First Mover) จึงจะสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดผู้ตามในภาคส่วนอื่นๆต่อมาได้

3. ในการศึกษาครั้งนี้ สศช.ได้สร้างนวัตกรรมทางการสื่อสารขึ้นมา (Communication Innovation) ดังนี้ คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) ไว้อ้างอิง สร้างความเข้าใจที่ตรงกันแก่ผู้รับสารที่หลากหลาย การเปิดหลายช่องทางการสื่อสารทั้งของภาคีเครือข่าย (5 ช่องทาง) รวมถึงกระบวนการแปลงประเด็นการพัฒนาสำคัญสู่มิติหน่วยงานและพื้นที่ (3 ช่องทาง) ซึ่งช่วยให้สศช.สามารถเลือกการทำงานได้ มีช่องทางการสื่อสารช่องทางอื่นเป็นตัวเลือก หากช่องทางหนึ่งช่องทางใดไม่มีความสะดวกในการสื่อสารหรือดำเนินการ เป็นต้น

4. การที่เนื้อหา (Message) ของสังคมสีเขียวเปลี่ยนไปจากเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องสูงกว่า (Share) โดยเฉพาะภาคเอกชน และการใช้มิติเป็นตัวนำเครือข่ายเป็นการโยงกลุ่มคนที่หลากหลายในแต่ละภาคส่วนให้มาพบกัน และเป็นกลยุทธ์การผสมผสานเนื้อหาของคนหลายกลุ่ม หลายอาชีพ ในประเด็น(มิติ)เดียวกัน

5. ควรมีกกลุ่มผู้แทน (Hub) จากภาคสื่อมวลชนในการประสานการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว อย่างเป็นทางการ เช่นภาคอื่นๆ คือ ภาคการพัฒนาภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาควิชาการ หากการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมสีเขียว เป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องผลักดันดำเนินการอย่าง

จริงจัง เพราะบทบาทของสื่อมวลชน เป็นภาคที่มีความสำคัญหนึ่งในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ และเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจแก่สาธารณชน

6. การสื่อสารแบบผสมผสานภายในเครือข่ายขนาดใหญ่ (Supra Network) นำมาซึ่งกลยุทธ์ทางการสื่อสารภายในเครือข่ายที่แตกต่างกันไปตามสมาชิกเครือข่าย อาทิ สมาชิกจากภาครัฐที่มีวัฒนธรรมและระเบียบแบบแผนในการสื่อสาร อาทิ จดหมายแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการ หรือการต้องบอกตำแหน่งของผู้รับสารทุกครั้ง แต่ในกรณีของของภาคประชาสังคมหรือภาคเอกชนบางองค์กร ที่ไม่มีระเบียบแบบแผนทางการสื่อสารมาก การแจ้งข่าวผ่านทางโทรศัพท์เท่านั้นในลักษณะที่ไม่เป็นทางการสามารถกระทำได้

7. ทำการสื่อสารให้เหมาะสมกับเนื้อหาสารและกลุ่มผู้รับสาร อาทิ ความยากง่ายของเนื้อหาสาร ความต้องการข้อมูลของผู้รับสาร การจัดทำเนื้อหาสารที่เหมาะสมกับสื่อแต่ละชนิด เป็นต้น

8. ควรมีคณะทำงานดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวอย่างเห็นผลเป็นรูปธรรม (ซึ่งอาจเป็นคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว และคณะทำงานจัดทำวางแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว หากมีการแต่งตั้ง)

9. ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อดูความคืบหน้า ให้เห็นผลเป็นรูปธรรมในระยะยาวมากกว่านี้ เพราะการพัฒนาไปสู่สังคมสีเขียวไม่ใช่เป็นเรื่องที่ง่าย แต่เป็นในลักษณะของการบูรณาการที่ทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา การมีเจ้าภาพที่เหมาะสมและดำเนินการขับเคลื่อนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจึงนับเป็นเรื่องสำคัญ

10. ควรสร้างปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว อาทิ การสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ที่ตรงกันในแนวคิดสังคมสีเขียวในแต่ละกลุ่มภาคีการพัฒนา การสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศในการรับรองมาตรฐานสินค้าสีเขียว (สินค้าเกษตรอินทรีย์) ที่สามารถตรวจสอบได้ว่าอยู่ระดับใด การผลักดันสนับสนุนสินค้าและบริการสีเขียวที่มีราคาแพงกว่าสินค้าและบริการปกติ และการสร้างความเท่าเทียมกันของขนาดบทบาทของผู้ขับเคลื่อนทั้งในภาคเอกชนและภาคประชาสังคม

11. ควรใช้ข้อเท็จจริง (Fact) หรือเห็นว่าเป็นเรื่องที่ปฏิบัติได้จริง หรือเห็นว่าการขับเคลื่อนนั้นประสบผลสำเร็จแล้ว (Achieve) ในระดับหนึ่ง ในการขับเคลื่อน เพื่อเกิดแรงสนับสนุน

12. เครือข่ายเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ควรเป็นเครือข่ายเชิงธุรกิจที่ทุกฝ่ายได้ผลประโยชน์ (win-win benefit) เพื่อเกิดความยั่งยืนในสังคม มิใช่ในลักษณะการกุศลหรือให้เปล่า

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สามารถศึกษาได้ในรูปแบบอื่นๆ อีกดังต่อไปนี้

1. แม้แผนการพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จะผ่านไปได้เพียง 1 ปี แต่ภาคีการพัฒนาในภาคเอกชนบางส่วนก็ได้นำไปดำเนินการต่อเองบ้างแล้ว โดยจัดตั้งคณะกรรมการและเครือข่ายของตนขึ้นมา

2. หากไม่เป็นไปตามข้อ 1 ในความเป็นจริงแล้ว หลายองค์กรในหลายภาคส่วน ก็ได้ดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตามแนวทางของตนอยู่แล้วซึ่งอาจจะเห็นภาพได้ชัด อาทิ

2.1 มูลนิธิชีววิถี (Biothai) ซึ่งเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนทางด้านเกษตรกรรมทางเลือก/เกษตรกรรมยั่งยืน มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 และยังเป็นสมาชิกเครือข่ายทางด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ด้วย เช่น ร่วมก่อตั้งคณะทำงานเพื่อโลกเย็นที่เป็นธรรม (Thai Working Group for Climate Justice: TCJ) เพื่อติดตามกระบวนการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ สนับสนุนเครือข่ายท้องถิ่นในการวิเคราะห์สถานการณ์และหาแนวทางแก้ไขปัญหามลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

2.2 มูลนิธิใบไม้เขียว (Green Leaf) ก่อตั้งอย่างเป็นทางการในปี 2541 จากความร่วมมือของ 6 องค์กร คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมไทย โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการประปานครหลวง มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยแก่ผู้ประกอบการในสาขาอาชีพให้เข้าใจในวิธีการดำเนินงานที่มีส่วนในการรักษาสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการพัฒนามาตรฐาน การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และรักษาสิ่งแวดล้อม ท้ายสุดเพื่อพัฒนามาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อส่งเสริมบทบาทและการมีส่วนร่วม ตลอดจนพัฒนา

ประสิทธิภาพของภาคเทคโนโลยีในการรักษาสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมของธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.3 สามพราน ริเวอร์ไซด์ นับเป็นแบบจำลอง (Model) สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาจากภาครัฐ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ชุมชน เกษตรกรในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์ จนถึงระดับได้รับรางวัลในระดับสากลมาประกันคุณภาพ คือ รางวัล Asia Responsible Entrepreneurship Awards สาขา SME CSR จัดขึ้นโดย Enterprise Asia ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ โดยมอบให้กับบริษัทหรือองค์กรในภูมิภาคเอเชีย ที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ สวนเกษตรอินทรีย์ภายในโรงแรมก็ได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์จาก International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)

3. เครือข่ายคณะทำงานเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวอย่างเป็นทางการ คือ คณะกรรมการและคณะทำงานบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการแต่งตั้ง จากตัวอย่างในคู่มือการแปลงแผนพัฒนานโยบายที่ 11 สู่การปฏิบัติ (สศช., 2556)

4. หากพิจารณาในมิติการพัฒนาที่ยั่งยืนแล้ว ยังสามารถศึกษาในประเด็นสังคมมั่นคง สังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสีเขียวได้อีก