

การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว
ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

นางสาวศิริลักษณ์ สุวรรณเกตุ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR) are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

THE COMMUNICATION TO MOBILIZE GREEN SOCIETY
OF OFFICE OF THE NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT BOARD

Miss SiriluckSuwanakate

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

โดย

นางสาวศิริลักษณ์ สุวรรณเกตุ

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร.นิษฐา หุ่นเกษม)

ศิริลักษณ์ สุวรรณเกตุ: การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (THE COMMUNICATION TO MOBILIZE GREEN SOCIETY OF OFFICE OF THE NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT BOARD) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 310 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการขับเคลื่อนและการเผยแพร่ข่าวสาร ลักษณะเครือข่ายการทำงาน และกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากการศึกษาข้อมูลเอกสารต่างๆ ย้อนหลัง 3 ปี (2553-2555) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ตัวแทนจากสำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช. และภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว ได้แก่ ภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว ผลการวิจัยพบว่า

1) การดำเนินการขับเคลื่อนมี 4 ขั้นตอน คือ 1.สศช.สรุปข้อคิดเห็นและจัดทำร่างข้อเสนอจากภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ 2.สศช.แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวจากความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี 3.หน่วยงานเจ้าภาพประสานการดำเนินงานกับหน่วยงาน/ภาคีการพัฒนา ได้แก่ คณะกรรมการระดับชาติ กระทรวง และจังหวัด 4.การติดตามและประเมินผล พบว่าการดำเนินการขับเคลื่อนมีการสื่อสารจากล่างขึ้นบนการเผยแพร่มี 4 ลักษณะ คือ 1.การที่สศช.เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย 2.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารไปร่วมระดมความเห็นในสื่อกิจกรรมที่องค์กรอื่นเป็นผู้จัด 3.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน 4.เผยแพร่ในรูปแบบของการศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการทั้งที่ดำเนินการเองและร่วมกับหน่วยงานอื่น

2) เครือข่ายการทำงานมี 5 ประเภท ซึ่งช่วยให้สศช.สามารถเลือกการทำงานได้ ได้แก่ 1.เครือข่ายระดับนโยบาย (คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนา ฉบับที่ 11) 2.เครือข่ายภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว 3.ภาคีเครือข่ายตามแต่ละภาค (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมและภาควิชาการ) 4.เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่(จังหวัดและส่วนท้องถิ่น) 5.คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว

3) การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ เป็นเครือข่ายแบบหลวมๆ ในลักษณะการขอความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนในแต่ละมิติ(ประเด็น)ไว้ก่อนแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่มีใช้ภาครัฐซึ่งมีจุดแข็งอยู่ที่มีความสนใจในประเด็นสังคมสีเขียวอยู่แล้ว ส่วนภาครัฐมีจุดแข็งอยู่ที่ความคงทนถาวร ดังนั้น กระบวนการสร้างเครือข่ายจึงเป็นกลยุทธ์การประสานจุดแข็งของทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมกัน ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่ายจึงเป็นแบบผสมผสานระหว่างการสื่อสารแนวดิ่งของภาครัฐกับแนวราบหรือการมีส่วนร่วมของภาคอื่นๆที่มีรัฐ

4) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว คือปัจจัยส่งเสริมต่อการขับเคลื่อน ได้แก่ (1)ความตระหนัก (2)ปัจจัยทางด้านองค์กร การมีเจ้าภาพและเป็นผู้นำเครือข่าย (3)การสื่อสารปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนได้แก่ (1)ความเข้าใจและความตระหนัก(2)ปัจจัยทางด้านองค์กร และการขับเคลื่อนของเครือข่าย (3)เศรษฐกิจ และกฎหมาย

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์..... ลายมือชื่อนิสิต.....
ปีการศึกษา..... 2555..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5484695828 : MAJORCOMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: COMMUNICATION/ GREEN SOCIETY/ OFFICE OF THE NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT BOARD/ OPERATION/ DIFUSION/ NETWORK/ AFFECTING FACTOR

SIRILUCK SUWANAKATE : THE COMMUNICATION TO MOBILIZE GREEN SOCIETY OF OFFICE OF THE NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT BOARD. ADVISOR: ASSOC. PROF. KANJANA KAEWTHEP,Ph.D., 310pp.

This objective research to study the operation and diffusion, the types of network and communication process, and the factors affecting which influence communication process by using qualitative research methods and conducting data by documentation back in 3 years(2010-2012) and in-depth interviews in a target group of the representative from Development Evaluation and Communication Office(DECO); National Economic and Social Development Board(NESDB) and the members based on 7 issues of Green Society which are Agriculture, Industry, Tourism, Transportation and Energy, Green Innovation, Social Innovation, and Coping with Disasters beneath Green growth. The result of this research found that

1)The operation is 1.NESDB summarizes the opinion and suggestion draft from all member and submits to Council of Ministers. 2.NESDB appoints Green Society Development Committee by agreement of Council of Ministers. 3.Host unit cooperates with other sectors (National Committee, Ministry, and Province). 4.Monitoring and Evaluation. The operation is a kind of bottom-up communication. The diffusionby: 1.Various communication channel. 2.Personal channel or chief executives brainstorming in event channels of other organizations. 3.Mass communication. 4.Operations research by NESDB and co-studying with other sectors.

2)5 types of networkwhich help NESDB choosing operation channels, consist of 1.Subcommittee to mobilize Plan 11th(2012-2016) 2.Network based on 7 issues of Green Society 3.Network in each sector(:government sector, private sector, civil society sector, and academic sector). 4.Provincial Network consists of province and local area. 5.Green Society Development Committee.

3)Communication process of network based on 7 issues of Green Society This loose network is a kind that NESDB needs collaboration from all member; government and non government sectors which most of them are non government sectors have operated mobilizing in each issue before and have prominent point at Interest in Green Society. As government sector has prominent point at Durability. Therefore, network construction process is complementary strategy. Network also has mixed communication between vertical(government sector) and horizontal (not government sectors).

4)The contextual factors which influence communication process of network including Support factors:(1)Awareness(2)Organization, Host, Leadership of network(3)Communication.Obstacle factors:(1)Understanding and Awareness (2)Organization, Network mobilization(3)Economy and Law.

Field of Study:Communication Arts..... Student's Signature.....
Academic Year:2012..... Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการสื่อสารเชิงสังคมและวัฒนธรรม คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นผลงานชิ้นสำคัญที่ได้สร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้วิจัย โดยส่วนสำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์นี้สามารถสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นอย่างสูงที่ได้ให้ความกรุณาประสิทธิประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงรศ.พัชณี เขยจรรยา และดร.นิษฐา หรุ่นเกษม ที่ได้ให้ความกรุณาแก่ผู้วิจัย จนสามารถที่จะทำวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 18 ท่านที่ให้ความกรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์เก็บข้อมูล รวมถึงผู้ที่ช่วยประสานงานทุกท่าน

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตหลักสูตรใหม่ รุ่นที่ 2 ทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มวิชาการสื่อสารเชิงสังคมและวัฒนธรรม ที่ให้ความช่วยเหลือกันและกันตลอดมา และคุณศุภมณฑา สุภานันท์ รุ่นพี่ปริญญาเอก ที่ได้ให้คำชี้แนะและแนวทางต่างๆ ในการจัดทำวิทยานิพนธ์

ท้ายสุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ที่ได้เลี้ยงดู อบรมสั่งสอน ส่งเสริม และให้กำลังใจตลอดมา จนผู้วิจัยประสบความสำเร็จ ณ จุดนี้ได้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ปัญหำนำการวิจัย.....	7
ขอบเขตการศึกษา.....	8
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.....	12
แนวคิดการแพร่กระจายของนวัตกรรม.....	17
การสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และเผยแพร่ข่าวสาร.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย.....	35
แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	51

หน้า

แนวคิดสังคมสี่เขียว.....	56
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	69
แหล่งที่มาของข้อมูล.....	69
ขั้นตอนในการวิจัย.....	73
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	74
ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์.....	74
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	76
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
การนำเสนอข้อมูล.....	76
บทที่ 4 ข้อมูลเบื้องต้นของสังคมสี่เขียว	77
พัฒนาการของแนวคิดสังคมสี่เขียว.....	77
ความหมายของสังคมสี่เขียว.....	81
ปัจจัยในการเข้าสู่สังคมสี่เขียวของประเทศไทย.....	83
แนวทางหลักของการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสี่เขียว	
ภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11.....	87

บทที่ 5 การดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว	
ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.)	101
การดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.	101
การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.	115
บทที่ 6 ลักษณะเครือข่ายการทำงานและกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย	
ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อ	
ขับเคลื่อนสังคมสีเขียว	152
ประเภทของเครือข่าย	152
กระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสศช.เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว	172
ตัวอย่างกรณีศึกษาการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ	172
การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.	182
การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน	189
บทที่ 7 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว	191
ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว	193
ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว	226
บทที่ 8 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	238
สรุปผลการวิจัย	239
อภิปรายผลการวิจัย	261
ข้อเสนอแนะ	285

รายการอ้างอิง.....	289
ภาคผนวก.....	296
ภาคผนวก ก.....	297
ภาคผนวก ข.....	303
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	310

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สรุปแนวคิดหลักแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-11.....	4
2.1 การเปรียบเทียบกลุ่มและเครือข่าย.....	37
2.2 สรุปกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิต และผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการจัดทำ เอกสารเผยแพร่ Thailand Green Economy (2555).....	57
4.1 ลำดับเหตุการณ์สำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนในเวทีนานาชาติ.....	79
4.2 ดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในสังคมไทย ปี 2549-2554.....	82
5.1 ตัวอย่างประเด็นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว.....	105
5.2 ลักษณะการเผยแพร่สังคมสีเขียวที่สศช.เป็นผู้เผยแพร่ ตั้งแต่ปี 2553-2555	116
5.3 ลักษณะการเผยแพร่สังคมสีเขียวของสศช. ในการที่สศช.ส่งสื่อบุคคลไปเข้าร่วม การประชุมของหน่วยงานอื่นเพื่อเผยแพร่สังคมสีเขียว ตั้งแต่ปี 2553-2555.....	124
5.4 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในแต่ละวิธีการเผยแพร่สังคมสีเขียวการใช้ช่องทาง ในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสารและเหมาะสมกับเนื้อหา (กลยุทธ์การสื่อสาร).....	146

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	11
2.1	15
2.2	19
2.3	28
2.4	28
2.5	36
2.6	40
2.7	43
4.1	86
4.2	87
4.3	97
4.4	99
5.1	102
5.2	112
5.3	151
6.1	154
6.2	155
6.3	156
6.4	170

ภาพที่	หน้า
6.5 การสื่อสารของมูลนิธชีวีวิถี (Biothai) ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อน ในมิติด้านการเกษตรของสังคมสีเขียว.....	173
6.6 การสื่อสารของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอในฐานะที่เป็นภาคี การพัฒนาขับเคลื่อนในมิติด้านอุตสาหกรรมของสังคมสีเขียว	174
6.7 การสื่อสารของมูลนิธิใบไม้เขียว (Green Leaf) ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนา ขับเคลื่อนในมิติด้านการท่องเที่ยวสีเขียว.....	176
6.8 การสื่อสารของคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนในมิติด้านการขนส่งของสังคมสีเขียว.....	178
6.9 การสื่อสารของบริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ จำกัดในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนา ขับเคลื่อนนวัตกรรมสีเขียว.....	179
6.10 การสื่อสารของ BE Magazine ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนนวัตกรรม ทางสังคมในสังคมสีเขียว และการสื่อสารของเครือข่ายกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ทาง BE Magazine เป็นผู้รวบรวมฐานข้อมูลของผู้ประกอบการ กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยไว้ทั้งหมด (โดยการสนับสนุนของสทส.).....	180
6.11 การสื่อสารของนักวิชาการจากภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนา การรับมือกับภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว.....	181
6.12 กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ ของสทส. (ยกตัวอย่างจากประเด็นการท่องเที่ยวสีเขียว).....	188
6.13 การสื่อสารตาม 7 มิติว่าด้วยสังคมสีเขียว ซึ่งประกอบด้วยภาคีการพัฒนา จากทุกภาคส่วน.....	190

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกของเรากำลังประสบกับปัญหาในระบบนิเวศพร้อมกับการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี องค์การสหประชาชาติคาดว่าประชากรโลกจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 83 ล้านคน ดังนั้นอีกไม่เกิน 10 ปี จะมีประชากรโลกประมาณ 8,000 ล้านคน การแย่งชิงทรัพยากรอาจรุนแรงขึ้น ในขณะที่มีภัยร้ายทางธรรมชาติเกิดขึ้นบ่อยครั้ง

ประเทศไทยเริ่มประสบปัญหาหลายด้าน ทั้งการปล่อยมลพิษจากภาคอุตสาหกรรมทำให้น้ำเสีย เกิดมลพิษทางอากาศ และกากของเสียเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นก๊าซที่ถูกปล่อยออกมาจากการผลิตมากที่สุดถึงร้อยละ 99.68 ขณะที่ปริมาณขยะมูลฝอยในปี 2553 เพิ่มขึ้นถึง 15.2 ล้านตัน แต่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องเพียงร้อยละ 38 และคุณภาพน้ำในแม่น้ำสายหลักและแหล่งน้ำสำคัญของประเทศมีแนวโน้มเสื่อมโทรมถึงร้อยละ 34 ของทั้งหมดในปี 2552

ในปัจจุบัน ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมได้ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะโอกาสทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงสวัสดิการทางสังคม ซึ่งยังมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างศักยภาพของคนกลุ่มใหญ่ของประเทศให้มีส่วนแบ่งในรายได้ของประเทศเพิ่มขึ้น รวมทั้งได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันจากกระบวนการยุติธรรม

สถานการณ์เหล่านี้ เป็นสัญญาณเตือนว่าคนไทยทุกคนและในทุกระดับต้องร่วมกันกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวให้พร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะ เป็นในระดับชุมชนหรือระดับชาติ

ตัวอย่างเช่นในระดับชุมชน บ้าน"ถืมตอง" ตำบลเล็ก ๆ ของจังหวัดน่านที่ยังคงดำรงวิถีชีวิตแบบพอเพียง ได้ร่วมกันสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เริ่มจากแก้ปัญหาขยะ โดยลดการใช้ทุกอย่างที่ก่อให้เกิดขยะ คัดแยกขยะเพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน สร้างขยะเป็นสินค้าประจำตำบล มุ่งมั่นทำเกษตรอินทรีย์เพื่อความยั่งยืนของสภาพดินและระบบนิเวศ ผู้คนเรียนรู้การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า สร้างสภาพชุมชนปลูกฝังประชาธิปไตย

ในระดับชาติ ความไม่สมดุลระหว่างการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมกับการรักษาสิ่งแวดล้อม นำมาสู่การชะลอโครงการในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ส่งผลต่อการพัฒนา

เศรษฐกิจของประเทศ ในปี 2553 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องนำเสนอแนวคิดการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศภายใต้หลักการพึ่งพาอย่างเกื้อกูล ใช้ทรัพยากรหมุนเวียนเพื่อลดของเสีย บริหารจัดการบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปสู่ความสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเหล่านี้ สะท้อนว่าประเทศไทยสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายภายใต้ความห่วงใยและรับผิดชอบต่อร่วมกัน

จากที่กล่าวมา ประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้น การขับเคลื่อนประเทศสู่การเติบโตสีเขียว จึงเป็นประเด็นการพัฒนาที่สำคัญภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559; ประกาศใช้ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2554 จนถึง 30 กันยายน 2559) ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากเป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาไปสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมไปกับการเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่ดีมีสุขของทุกภาคส่วนในสังคม ดังนั้น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จึงได้กำหนดให้สังคมสีเขียว เป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายหลักที่ทุกภาคีต้องร่วมกันขับเคลื่อนและสร้างอนาคตประเทศไทยในแนวทางหลัก ดังนี้

การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ด้วยโครงสร้างการผลิตที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สนับสนุนการผลิตคาร์บอนต่ำ เน้นเกษตรกรรมที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมสะอาด ส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว พัฒนาพลังงานสะอาด โครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่ง และการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ตลาดสีเขียว พัฒนาระบบเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศที่ชุมชนและอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุล

การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทรัพยากรธรรมชาติ มุ่งฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้สอดคล้องกับระบบนิเวศ ภูมิสังคมและความต้องการของชุมชน ควบคุมและลดมลพิษต่างๆ บริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ กระจายการถือครองที่ดินอย่างเป็นธรรม เตรียมพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งสนับสนุนการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ

การพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมด้วยมาตรการและเครื่องมือต่างๆ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว อาทิ ระบบภาษีและมาตรการจูงใจในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือกระตุ้นให้มีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมสีเขียว พัฒนาเครื่องมือทางการเงินสนับสนุนการพัฒนาพลังงานสะอาด และมาตรการการลงทุนเพื่อขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว

การสร้างสังคมเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและแก้ปัญหาความยากจน โดยจัดสรรการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน พัฒนาระบบสวัสดิการพัฒนากำลังแรงงานให้มีสมรรถนะสอดคล้องกับโครงสร้างการผลิตและบริการบนฐานความรู้ ส่งเสริมสุขภาวะคนไทย เสริมสร้างธรรมาภิบาล สร้างจิตสำนึกหน้าที่พลเมือง จิตอาสา และวัฒนธรรมประชาธิปไตยให้ภาคประชาชน

โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคคมนาคมและขนส่ง เพื่อลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก และพัฒนาเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและพร้อมรับความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ อาทิ ส่งเสริมการใช้นานพาหนะที่ใช้พลังงานที่สะอาดขึ้นหรือใช้พลังงานที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ จัดการสิ่งแวดล้อมเมืองอย่างบูรณาการด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสมทั้งด้านการจัดการน้ำเสียและขยะมูลฝอย

จากที่กล่าวมา ถือเป็นพันธะผูกพันของการสร้างสังคมสีเขียวที่ทุกภาคส่วนจะร่วมกันขับเคลื่อนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่คำนึงถึงความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน โดยมุ่งการเติบโตอย่างเป็นธรรม ทั่วถึง และยั่งยืน บนรากฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาระบบนิเวศให้พื้นที่กลับมาสมบูรณ์ดังเดิม ซึ่งจะนำประเทศสู่ความยั่งยืนบนเส้นทางสีเขียวสืบไป

การพัฒนาประเทศไปสู่การเติบโตสีเขียว จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกฝ่าย ทุกระดับเพื่อร่วมกันผลักดันให้แนวทางการพัฒนานี้ประสบความสำเร็จ เป็นต้นว่า ผู้นำประเทศ คณะรัฐมนตรี นักการเมือง สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักวิชาการ นักธุรกิจ องค์กรภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน นักศึกษา และสื่อมวลชน เป็นต้น (สศช., 2555)

ก่อนที่จะกล่าวถึงการศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติขอให้พิจารณาลำดับแนวคิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-11 เสียก่อน ตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 สรุปแนวคิดหลักแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-11

แผนพัฒนาฯ	แนวคิดหลัก
แผนฯ 1-2 (2504-2514)	เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อก้าวสู่ความทันสมัย (Modernization Theory)
แผนฯ 3 (2515-2519)	เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อก้าวสู่ความทันสมัย (Modernization Theory)
แผนฯ 4 (2520-2524)	เน้นการปรับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนา (Structural Adjustment) ยังคงยึดหลักการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย
แผนฯ 5-6 (2525-2534)	พัฒนาแนวรุก เน้นการเติบโตด้วยการกระจายความเจริญ (Redistribution with Growth) โดยยึดพื้นที่เป็นหลัก มีการกำหนดความจำเป็นพื้นฐาน และดัชนีชี้วัดเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน
แผนฯ 7 (2535-2539)	สังคมโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ประเทศไทยเริ่มเห็นความจำเป็นในการนำเสนอแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนมาใช้
แผนฯ 8 (2540-2544)	การพัฒนาแบบองค์รวม เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา (Holistic/People-centered oriented)
แผนฯ 9 (2545-2549)	เน้นการพัฒนาสู่สังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
แผนฯ 10 (2550-2554)	ยังคงต่อยอดจากแผนฯ 8 และ 9 คือยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเน้นคนเป็นศูนย์กลาง เพิ่มจัดสมดุลง 3 ทุนหมุนเศรษฐกิจ คือ ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม และทุนสิ่งแวดล้อม
แผนฯ 11 (2555-2559)	เศรษฐกิจมีความเข้มแข็งสมดุล มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น มีหลักประกันสังคมที่ทั่วถึง และสังคมไทยมีความสุขอย่างมีธรรมภิบาล

ที่มา : 1. กาญจนา แก้วเทพ. วิชาปรัชญาและทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.2554.

2. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด (พ.ศ.2555-2559). 2554.

จากตารางที่ 1.1 พบว่า ประเทศไทยเริ่มเห็นความจำเป็นในการนำเสนอแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนมาใช้ ตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) เป็นต้นมา และเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของเศรษฐกิจและสังคมสีเขียวในบริบทของประเทศไทย (สถาบัน

สิ่งแวดลอมไทย, 2555) ก็ได้ถูกบรรจุไว้เป็นแนวทางการพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมา

พิจารณาในส่วนของการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ในอดีตการเผยแพร่แนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.)จะเป็นในลักษณะการสั่งการแนวตั้งจากบนลงล่าง(Top-down Communication) (กาญจนา แก้วเทพ,2548) กล่าวคือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นผู้มีอำนาจสั่งการให้ภาครัฐและภาคเอกชนดำเนินการต่างๆทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตามที่สศช.ได้เป็นผู้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ จนกระทั่งในระยะหลัง ตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) เป็นต้นมา (ศุภานา ธนวัฒน์เสวี, 2550) ซึ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางและยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและการทำงานในลักษณะภาคีเครือข่าย การสื่อสารก็จะเป็นในลักษณะของการมีส่วนร่วมและเป็นการสื่อสารในแนวระนาบ(Horizontal Communication)

นอกจากนี้ จากการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงมีภาคีเครือข่ายทั้งสิ้น 8 เครือข่าย(แต่เป็น 7 คณะทำงาน เนื่องจากได้รวมเครือข่ายด้านวิชาการและสถาบันการเมือง) ซึ่งทั้ง 7 คณะทำงาน(8 เครือข่าย) นี้ได้มาจากมติที่ประชุมของสมาชิกคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ตามสภาพความเป็นจริงในการขับเคลื่อน และคณะกรรมการต่างก็มาจากความสามารถและความสมัครใจ ดังต่อไปนี้

1. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านผู้นำทางความคิด มีรศ.ดร.ธัญญา จิตต์สงวน เป็นประธาน สมาชิกคนอื่นๆ ได้แก่ นายไพโรจน์ สุจินดา นายบุญชัยเบญจวงคกุล นายแพทย์พลเดช ปิ่นประทีป เป็นต้น

2. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านวิชาการและสถาบันการเมือง มีรศ.ดร.ณัฐพงศ์ ทองภักดี เป็นประธาน สมาชิกคนอื่นๆ ได้แก่ ดร.ชาติชาย ณ เชียงใหม่ ดร.สีลาภรณ์ บัวสาย เป็นต้น

3. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาครัฐ มีดร.อำพนกิตติอำพน เป็นประธาน สมาชิกคนอื่นๆ ได้แก่ นายกิตติศักดิ์ สีนุฉวนิช ดูแลการส่งเสริมการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน ที่ปรึกษาเครือข่าย ได้แก่ นางเพ็ญญา อ่อนชิต มีความเชี่ยวชาญด้านองค์การภาครัฐ นายชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์ มีความเชี่ยวชาญด้านการเงินการคลัง(อดีตผู้ว่า

การธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ.2540-2541) ส่วนสมาชิกที่ปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายเลขานุการส่วนใหญ่เป็นบุคลากรจากกลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

4. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์การธุรกิจเอกชน มี ดร. อาชนี เตาลานนท์ ประธานกิตติมศักดิ์สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและหอการค้าไทย เป็นประธาน ส่วนสมาชิกคนอื่นๆ ได้แก่ นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร นายวิโรจน์ จิรัฐติกาลโชติ เป็นต้น

5. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสถาบันการศึกษาและเยาวชน มีดร.ปริญานุช พิบูลสรวาดุ เป็นประธาน สมาชิกเครือข่าย ได้แก่ นางสุชาดา นันทะไชย ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้แทนสำนักคณะกรรมการอาชีวศึกษา ผู้แทนสำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน ผู้แทนสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เป็นต้น

6. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน มีนายอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ เป็นประธาน มีที่ปรึกษา ได้แก่ นายอำนาจ สอนอิมศาสตร์ นายเสรี วงษ์มณฑา นางปาริชาติ สถาปิตานนท์ สมาชิกเครือข่าย เช่น นายสมชาย กุศลวณสมบัติ คอด้มนิสต์นามปากกา “ซุ่ม” ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ(อดีตรองเลขาธิการ สศช.)

7. คณะทำงานเครือข่ายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านประชาสังคม มีนายวิบูลย์ เข้มเจริญ ผู้ก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้วันเกษตร เป็นประธาน และนายไพฑูลย์ วัฒนศิริธรรม ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน เป็นที่ปรึกษา เป็นต้น

สำหรับการศึกษารวบรวมข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า คณะทำงานที่ทำการเผยแพร่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหรือไม่ และหากเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะใด เช่น องค์ประกอบและลักษณะของเครือข่าย เป็นต้นว่า ภาคีการพัฒนาในส่วนของภาคเอกชนและภาคประชาสังคมด้านสิ่งแวดล้อมจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นหรือไม่ เป็นต้น หากบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมเปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว ในส่วนของผู้รับสารเป้าหมายจะเปลี่ยนแปลงไปตามตัวแปรต้น คือ ผู้ส่งสารหรือไม่ หากเปลี่ยนแปลง จะเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) ซึ่งเป็นผู้แพร่กระจายความคิดหลัก (Key Informant)

จากที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา “การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินว่ารูปแบบการเผยแพร่แนวคิดใหม่ทางสังคมนี้จะเป็นเช่นไร เพราะเศรษฐกิจพอเพียงและสังคมสีเขียวต่างก็เป็นแนวคิดใหม่ในกระบวนทัศน์ทางเลือก(Alternative Paradigm) และรูปแบบการเผยแพร่ในลักษณะของภาคีเครือข่ายขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้จะเปลี่ยนแปลงไปจากการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงดังที่แล้่วมาหรือไม่ กล่าวคือ ผู้รับสารจะเปลี่ยนแปลงไปตามตัวแปรต้นที่เป็นภาคีเครือข่ายผู้ส่งสารและสารหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุป และเกิดประโยชน์แก่ผู้สนใจนำไปใช้พัฒนา ปรับปรุง ต่อยอดการเผยแพร่แนวคิดนี้ หรือแนวคิดอื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการทำงานและกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ปัญหานำการวิจัย

1. การดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นอย่างไร
2. เครือข่ายการทำงานและกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมีลักษณะอย่างไร
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมีอะไรบ้าง

ขอบเขตการศึกษา

ทำการศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ก่อนการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11(1 ตุลาคม 2554 - 30 กันยายน 2559) ดังต่อไปนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติศึกษาในรูปแบบการวิจัยจากเอกสาร(Documentary Research) ตั้งแต่ 1 มกราคม 2553 จนถึง 31 ธันวาคม 2555 ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview) จากสำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาคีการพัฒนาที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ คือภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคการท่องเที่ยว ภาคการขนส่งและพลังงาน ภาคนวัตกรรมสีเขียว ภาคนวัตกรรมทางสังคม และภาคการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียวโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview)

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

กลยุทธ์การเผยแพร่ หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงภาคีการพัฒนาได้นำมาใช้ในการเผยแพร่สังคมสีเขียว โดยพิจารณาองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร และสื่อที่ใช้ เพื่อให้ความรู้และโน้มน้าวผู้รับสารซึ่งเป็นภาคีเครือข่ายและสาธารณชนทั่วไปเกิดความตระหนัก สนใจที่จะรับรู้ และนำไปปฏิบัติ โดยอาจเผยแพร่ข้อมูลทางตรงผ่านโซเชียลมีเดีย การใช้สื่อเฉพาะหรือสื่อกิจกรรม หรือการเผยแพร่ข้อมูลทางอ้อมผ่านสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน

เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง ภาคีการพัฒนาที่รวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว โดยมีภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียวได้แก่ ภาคีด้านการเกษตร ภาคีด้านอุตสาหกรรม ภาคีด้านการท่องเที่ยว ภาคีด้านการขนส่งและพลังงาน ภาคีด้านนวัตกรรมสีเขียว ภาคีด้านนวัตกรรมทางสังคม และภาคีด้านการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว

รูปแบบการสื่อสารของเครือข่าย หมายถึง การสื่อสารภายในเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกับภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติของสังคมสีเขียว และการสื่อสารภายในเครือข่ายของภาคีการพัฒนาเหล่านั้นเอง นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อสาร

ระหว่างเครือข่ายกับสาธารณชนภายนอก อาจมีทิศทางแนวดิ่งจากบนลงล่างหรือจากล่างขึ้นบน หรือทิศทางแนวราบ เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือสองทางก็ได้ โดยการสื่อสารดังกล่าวนี้เป็นแบบพูดคุย-ลายลักษณ์อักษร หรือการสื่อสารแบบเป็นกันเอง-เป็นทางการก็ได้ ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์และเป้าหมายของการสื่อสาร

การสร้างการมีส่วนร่วม หมายถึง การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติ ของสังคมสี่เหลี่ยมซึ่งประกอบด้วยภาคีการพัฒนาต่างๆ คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคสื่อมวลชน เป็นต้น การสร้างการมีส่วนร่วมเป็นไปในลักษณะของการปรึกษาหารือเพื่อทำความเข้าใจสังคมสี่เหลี่ยม และหาแนวทางสำหรับการตัดสินใจร่วมกันตามสังคมของตน ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็นได้ เป็นการสื่อสารสองทางในแนวราบ

กลยุทธ์สื่อ หมายถึง การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร อันได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อทัศนูปกรณ์ สื่อเฉพาะ สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน

สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนและเผยแพร่สังคมสี่เหลี่ยมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงในแต่ละภาคีการพัฒนา

กลยุทธ์สาร หมายถึง วิธีการเลือกใช้ข้อมูลสารชนิดต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสาร เพื่อให้ความรู้ ใ้มน้ำวให้เกิดทัศนคติหรือนำไปปฏิบัติว่าด้วยสังคมสี่เหลี่ยมทั้ง 7 มิติ

แนวคิดสังคมสี่เหลี่ยม หมายถึง เนื้อหาสาระที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องในแต่ละมิติ ดำเนินการและสื่อสารภายในเครือข่ายและเผยแพร่ต่อสาธารณชนทั่วไป เป็นนิยามที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง ครอบคลุมถึงความยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ทั้งมิติเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืน ต้องใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาคีการพัฒนา หมายถึง กลุ่มบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน และสื่อมวลชน ที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสี่เหลี่ยม ทั้ง 7 มิติ โดยต่างก็มีกิจกรรมการพัฒนานบนพื้นฐานผลประโยชน์ร่วมกัน

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสี่เหลี่ยม ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการขับเคลื่อน และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

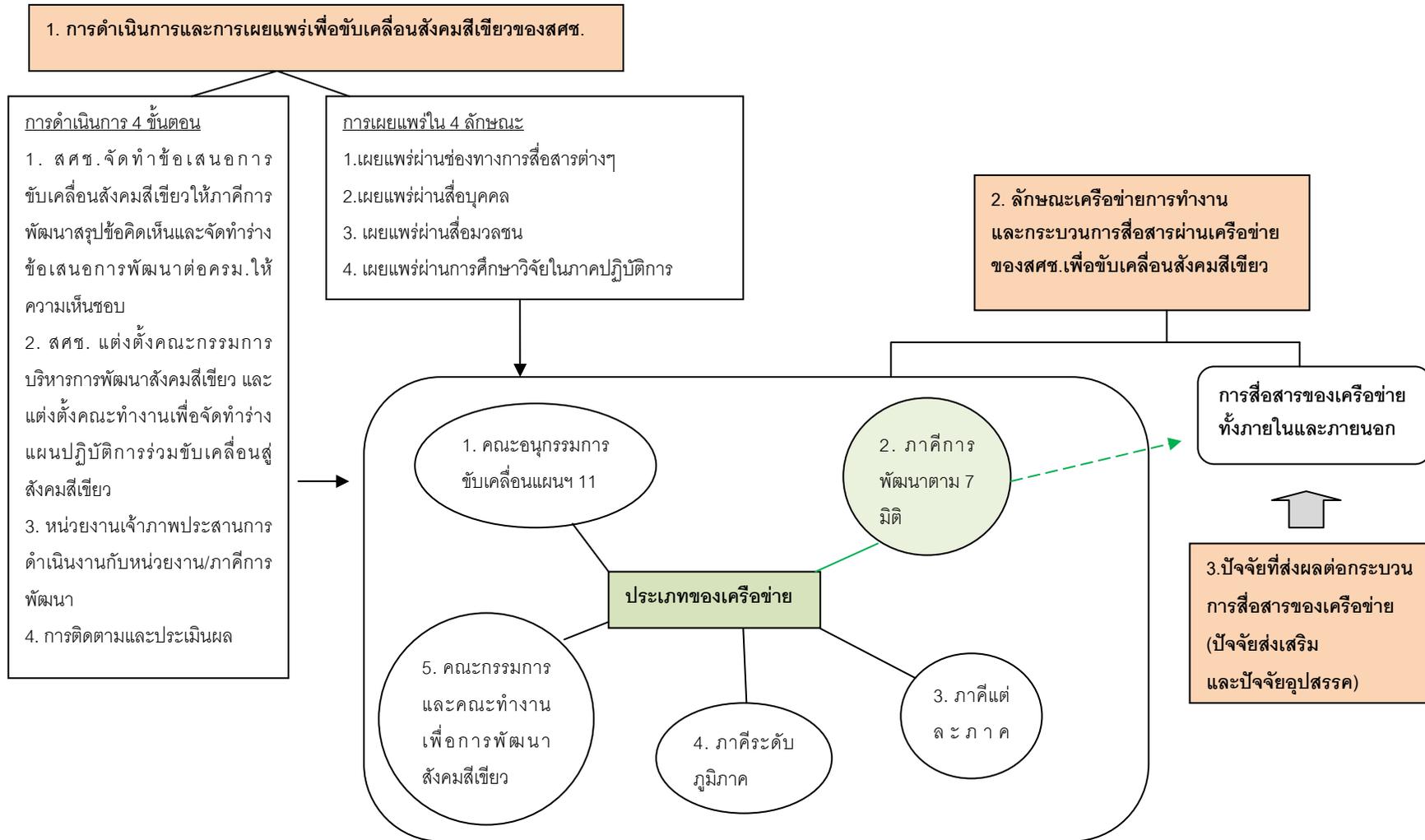
1. เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารในการขับเคลื่อนแนวคิดสังคมสีเขียวแก่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการและสื่อมวลชน โดยมีสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.)เป็นแกนกลาง ตามที่ได้บรรจุแนวคิดสังคมสีเขียวไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)

2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

3. เพื่อเป็นตัวอย่างการศึกษาในการพัฒนาระบบการขับเคลื่อนทางสังคม

4. เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรต่างๆ เห็นความสำคัญของการสื่อสารในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม

ภาพที่ 1.1 กรอบการศึกษาวิจัย



บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
2. แนวคิดการแพร่กระจายของนวัตกรรม
3. แนวคิดการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และเผยแพร่ข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย
5. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
6. แนวคิดสังคมสีเขียว
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การพัฒนาตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) หมายถึง ความเจริญ ทำให้เจริญ ภาษาอังกฤษ คือ Development มีผู้ให้ความหมายว่า “Development is change for the better.” แปลว่า การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ดีขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร (Communication) กับการพัฒนา (Development) นั้น นักวิชาการด้านการสื่อสารพัฒนาการให้ความสำคัญกับการสื่อสารในฐานะที่เป็นปัจจัยของการพัฒนา โดยมองว่าการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นต่อกิจกรรมต่างๆของมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจก สังคม จนถึงระดับประเทศ

ในระดับปัจเจกบุคคล การสื่อสารเป็นสื่อสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ความเข้าใจ ตลอดจนข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ระหว่างกัน การสื่อสารจึงสร้างให้เกิดความเข้าใจ สามารถจูงใจและมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

สำหรับระดับสังคม สังคมเกิดจากการรวมกลุ่มของมนุษย์ ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า สังคมเกิดจากการสื่อสาร ดำรงอยู่ได้ด้วยการสื่อสาร และการพัฒนาสังคมต่อไปก็ล้วนต้องอาศัย การสื่อสารเป็นเครื่องมือ การสื่อสารจึงมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับสังคม การสื่อสารเป็นสายใยของสังคมและเป็นส่วนประกอบที่แนบเนื่องกับกระบวนการทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ดังเสถียร เหยยประทับ (2542) ได้ให้ทัศนะไว้

สำหรับระดับประเทศ การสื่อสารเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาประเทศในทุกแง่มุมและทุกระดับ เพราะการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาในด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นเรื่องการพัฒนาอาชีพ ให้ความรู้ข่าวสารบ้านเมือง วิทยาการสมัยใหม่ การวางแผนครอบครัว ฯลฯ ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือและกลไกที่จะผลักดันสังคมให้เคลื่อนไปในเป้าหมายที่วางไว้

สมควร กวียะ (2546) แสดงความเห็นว่าการสื่อสารเป็นตัวเร่งทวีคูณ (Catalyst) ดังนั้น แผนพัฒนาระดับประเทศ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หากได้รับการวางแผนการสื่อสารอย่างถูกหลักวิธีแล้ว จะสามารถสร้างพลังหนุนเสริมอย่างมหาศาล จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมได้ ดังนั้น การสื่อสาร จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในงานพัฒนา

กาญจนา แก้วเทพ (2548) เสนอว่าวิชาการสาขาการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเป็นลูกผสมระหว่างทฤษฎีการพัฒนาและทฤษฎีการสื่อสาร ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ยุคใหญ่ดังนี้

ยุคแรก (ช่วงทศวรรษ 1950) ทฤษฎีการพัฒนาในที่นี้คือกระบวนการทำสังคมให้ทันสมัย (Modernistic Paradigm) อันได้แก่ การเปลี่ยนชนบทให้เป็นเมือง (Urbanization) การเปลี่ยนเกษตรกรรมให้เป็นอุตสาหกรรม (Industrialization) โดยใช้กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่ กวาดล้างสิ่งเก่าๆที่สังคมด้อยพัฒนามีอยู่ให้หมดไป และแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ๆ (Substitution) ในการนี้หน่วยงานรัฐจะเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ทฤษฎีนี้เรียกว่า “กระบวนการทัศน์กระแสหลัก”

ส่วนทฤษฎีการสื่อสารนั้น จะสอดคล้องกับการพัฒนาจากบนลงล่าง (Top-Down) คือเป็นการสื่อสารแนวตั้ง (Vertical Communication) เป็นระบบการสื่อสารที่รวมศูนย์ (Centralization) ที่เห็นได้ชัด คือ สื่อกระจายเสียง รูปแบบของการสื่อสารจะเป็นทางเดียว (One-

way Communication) ที่ถูกนำมาใช้โดยมีเป้าหมายเรื่องการโน้มน้าวชักชวนที่มาจากกระบวนการทัศน์ที่เรียกว่าแบบจำลองเชิงถ่ายทอด (Transmission Model)

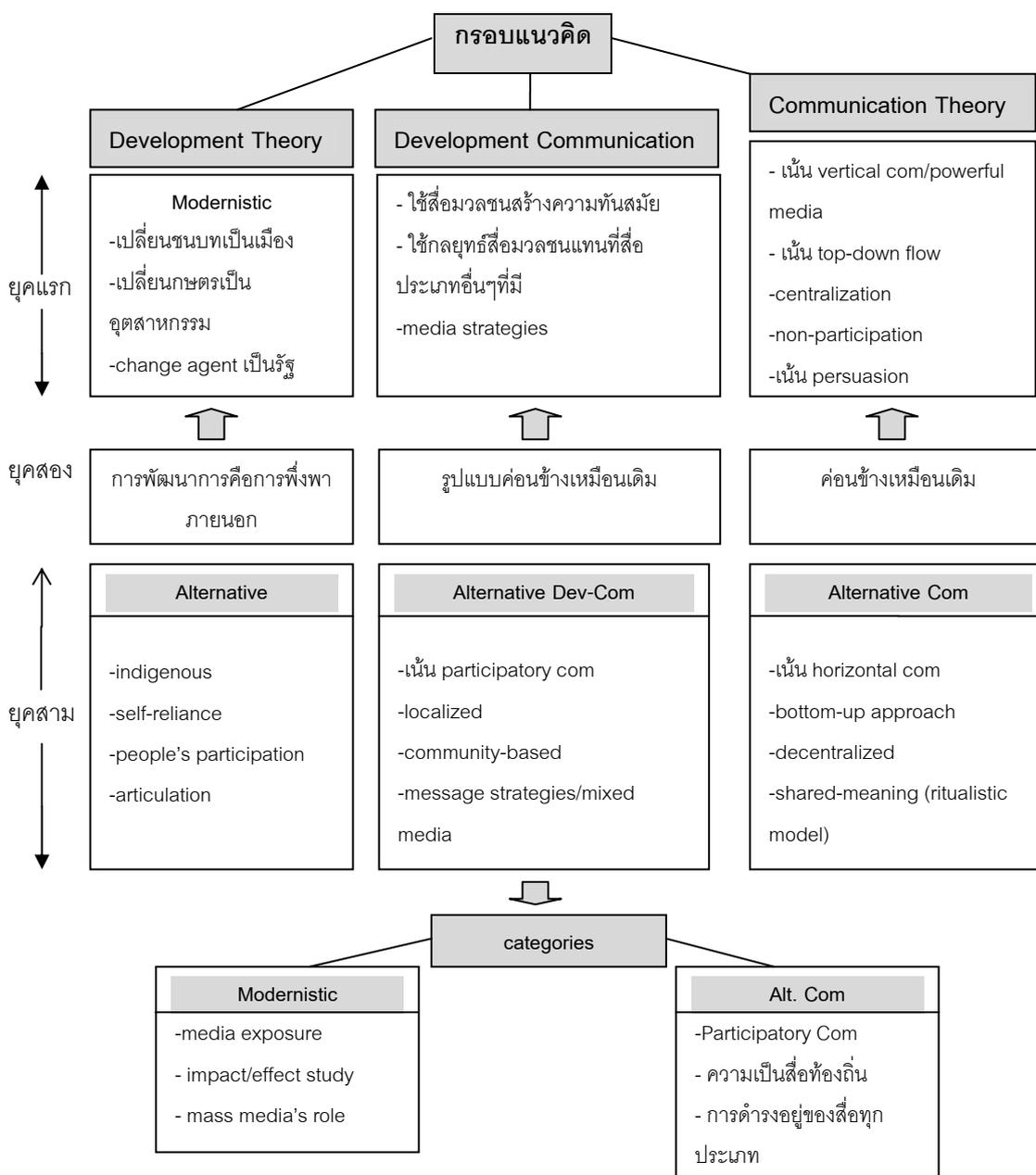
เมื่อผสมผสานกรอบแนวคิดการพัฒนาและการสื่อสารเข้าด้วยกัน การสื่อสารเพื่อพัฒนาจึงมุ่งเน้นการใช้สื่อทันสมัย (อันได้แก่ สื่อมวลชน) มาช่วยทำให้สังคมไทยทันสมัย และเนื่องจากความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อ (Powerful Media) จึงมีการมุ่งเน้นศึกษาค้นคว้ากลยุทธ์การใช้สื่อ (Media Strategy)

ยุคที่สอง (ช่วงทศวรรษที่ 1970) หลังจากการพัฒนาด้วยกระบวนการทัศน์ความทันสมัยผ่านไปได้สองทศวรรษ บรรดาประเทศในลาตินอเมริกาเริ่มสัมผัสกับความเจ็บปวดของผลพวงแห่งการพัฒนา นักวิชาการในประเทศดังกล่าวจึงนำเสนอกระบวนการทัศน์ใหม่ที่คัดค้านกระบวนการทัศน์เดิม คือ ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory) ซึ่งมีใจความหลักว่า การพัฒนาแบบที่ผ่านมาเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตามกระบวนการทัศน์นี้ก็ไม่แพร่หลายนักในสังคมไทย

ยุคที่สาม (ช่วงทศวรรษ 1980) หลังจากผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ผ่านมาไปในช่วง 3 ทศวรรษแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีเพียงเล็กน้อย แต่กลับสร้างผลเสียอย่างไม่ว่างค้ำกัน ดังเช่น จากการศึกษาของ Srinivas R. Melkote และ H. Leslie Steeves (2001, อ้างถึงในเกศินี จุฑาวิจิตร, 2548) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาในประเทศโลกที่สาม พบว่าภายใต้คำว่าการพัฒนาและความก้าวหน้า รัฐบาลกลับใช้ความรุนแรงกับประชาชนตนเอง โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ไร้อำนาจ (Powerless) โครงการพัฒนาขนาดใหญ่ เช่น เขื่อนผลิตไฟฟ้าพลังน้ำ โรงงานนิวเคลียร์ทางด่วน เหมือง ได้เข้ารุกล้ำพื้นที่ดินทำกิน ที่อยู่อาศัย และความเป็นชุมชนของชาวบ้าน โดยปราศจากการฟื้นฟูหรือชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นกับชาวบ้านอย่างเหมาะสม ดังนั้น ในแง่ของทฤษฎี จึงทำให้ต้องทบทวนใหม่เกี่ยวกับการพัฒนา โดยหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน และมีแนวคิดสำคัญว่า การพัฒนาที่แท้จริงจะต้องมีความยั่งยืนทั้งคน สังคม สิ่งแวดล้อม และการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ ดังนั้น บรรดาประเทศโลกที่สาม รวมทั้งประเทศไทยก็นำเสนอแนวคิดใหม่ของการพัฒนาที่มาจากรากฐานของตนเอง (Indigenous Theory) แทนที่จะเดินตามคำแนะนำของตะวันตก โดยเน้นหลักเรื่องการพึ่งตนเอง เน้นการพัฒนาแบบพอเพียงให้เหมาะสมกับตนเอง และที่สำคัญที่สุดก็คือ ต้องเป็นการพัฒนาแบบที่ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอน และเสนอให้มีการใช้กลยุทธ์ “ประสานส่วนดีทั้งของเดิมและของใหม่” ที่เรียกว่า Articulation มาแทนกลยุทธ์ Substitution ที่เคยใช้มา

ในส่วนทฤษฎีการสื่อสารก็ได้เรียกให้สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนานี้ คือ การสื่อสารแบบทางเลือก (Alternative Communication) เน้นการสื่อสารแนวระนาบ (Horizontal Communication) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร (Participatory Communication) และเปลี่ยนเป้าหมายจากการโน้มน้าวชักชวน มาเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (Shared Meaning)

ภาพที่ 2.1 พัฒนาการทางทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา



ที่มา : กาญจนนา แก้วเทพ. ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน.2548.

บทเรียนของการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ พบว่า การมีส่วนร่วม (Participation) ของประชาชนกลุ่มต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องลงลึกถึงรากฐานของชุมชน ทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตสำนึก โดยประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ซึ่งการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น มิได้มีจุดมุ่งหมายเพียงแค่ว่าให้คนในชุมชนเกิดความร่วมมือ ร่วมใจในการพัฒนาเท่านั้น แต่หมายถึงการเข้ามามีส่วนร่วมคิด และมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วย โดยเชื่อว่าจะสามารถนำไปสู่การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

นอกจากนี้ ยังพบว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่จะเอื้อให้เกิดผลสำเร็จ ต้องเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะ ดังนี้

1. การสื่อสารแบบสองทาง ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันได้ ตลอดเวลา ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนั้น บทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงสลับกันไปมาได้

2. ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปในทิศทางที่หลากหลาย ไม่ใช่บนลงล่าง (Top-Down) หรือจากเจ้าหน้าที่รัฐไปยังชาวบ้านเท่านั้น แต่จะมีการสื่อสารจากล่างสู่บน (Bottom-Up) และในแนวนอน (Horizontal) อันเป็นการสื่อสารระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านด้วยตนเอง

สำหรับประเทศไทย ตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 8 เป็นต้นมาได้ นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักในการพัฒนาประเทศนั้น ซึ่งก็สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก (Alternative Paradigm) สำหรับแนวคิดสังคมสีเขียวในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 นี้ก็เช่นกัน การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามแนวคิดสังคมสีเขียว ยังคงเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารแนวราบ และเป็นการสื่อสารสองทางเช่นเดิม แต่สิ่งที่เพิ่มขึ้นมานั้น คือ การคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และความเป็นธรรมในสังคมควบคู่ไปกับการเติบโตของเศรษฐกิจ ดังนั้น ภาวการณ์พัฒนาที่จะเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น จึงน่าจะเป็นภาคเอกชนและภาคประชาสังคมโดยเฉพาะทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น

2. แนวคิดการแพร่กระจายของนวัตกรรม

เอเวอร์เร็ด เอ็ม. โรเจอร์ส(Everett M. Rogers, 1995)กล่าวว่านวัตกรรมหรือนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง แนวคิด หรือพฤติกรรมที่มีความใหม่ในสายตาของบุคคล หรือในมุมมองของสังคมที่รับนวัตกรรมนั้น นั่นหมายความว่า สิ่งที่สังคมหนึ่งให้นิยามว่าเป็นนวัตกรรมในสังคมตน อาจไม่ใช่นวัตกรรมในสังคมอื่นๆ ในกรณีที่มาชิกในสังคมอื่นๆ ไม่ได้สังเกตเห็นว่าสิ่งนั้นเป็นเรื่องใหม่ และเขาก็อธิบายว่า การแพร่กระจาย(Diffusion) หมายถึงกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารนวัตกรรมผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆไปสู่สมาชิกในสังคมหนึ่งๆในช่วงเวลาหนึ่งๆ (Diffusion is the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social systems.)

หากพิจารณาจากคำบรรยายดังกล่าว หลายคนอาจคิดว่า นั่นคือ การสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร อย่างไรก็ตามโรเจอร์สได้ปรับเปลี่ยนความหมายให้ชัดเจนขึ้น เมื่อปีค.ศ.1995 เขาได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การสื่อสารที่เกิดขึ้นในการแพร่กระจายนวัตกรรมมีจำเป็นต้องเป็นการสื่อสารทางเดียว และมีใช่แค่การแพร่กระจายจากหน่วยงานหนึ่ง(ผู้ส่งสาร) ไปสู่ประชาชน(ผู้รับสาร) เท่านั้นเสมอไป แต่การแพร่กระจายนวัตกรรมยังสามารถอธิบายได้ในลักษณะของการสื่อสารสองทาง ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่บุคคลได้ร่วมกันสร้างและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกันในท้ายสุด

จะพบว่า แนวคิดสังคมสีเขียวคือนวัตกรรมอย่างหนึ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมโดยเป็นการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีผู้นำการเปลี่ยนแปลง(Change Agent) ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ฯลฯ กระนั้น ด้วยความที่แนวคิดสังคมสีเขียวยังเป็นเรื่องที่ใหม่ทั้งในเวทีระดับโลกและระดับประเทศไทย นั่นก็ทำให้ระดับความไม่แน่ใจของผู้รับสารซึ่ง ซึ่งเป็นภาคีต่างๆสาธารณชนทั่วไป ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจยังคงมีอยู่มากน้อยแตกต่างกันไป

ลักษณะสำคัญของการแพร่กระจายนวัตกรรม

1. การแพร่กระจายเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม(Social change) ซึ่งโรเจอร์สให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่า หมายถึง กระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างและหน้าที่ของระบบสังคม เมื่อมีความคิดใหม่ๆถูกประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมา มีการ

แพร่กระจายออกไปจะได้รับยอมรับหรือไม่ จนกระทั่งมีการนำไปสู่ผลกระทบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมก็ได้ปรากฏขึ้นแล้ว

2. การแพร่กระจายเป็นลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบหนึ่ง มีลักษณะในประเด็นที่ข่าวสาร (Message) มีความเกี่ยวข้องกับความคิดใหม่ เช่น เมื่อผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) หาทางชักจูงใจกลุ่มให้เป้าหมาย (Client) ยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ หรือผู้ที่เป็นผู้รับ (Client) อาจจะไปพบผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) พร้อมด้วยปัญหาและความต้องการของเขาและนวัตกรรมเป็นสิ่งที่น่าจะไปสู่การแก้ปัญหาได้

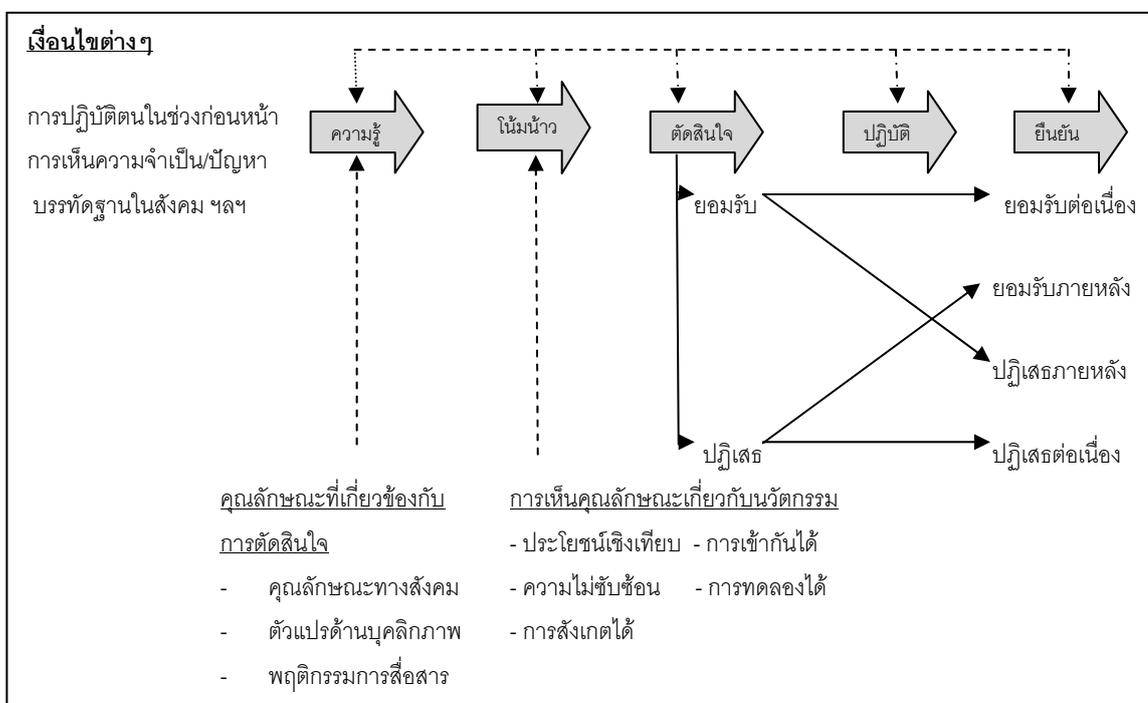
3. ความใหม่ของนวัตกรรม คือ ระดับของความไม่แน่ใจ (Uncertainty) โรเจอร์อธิบายว่าในการติดต่อสื่อสารนวัตกรรมที่เป็นความคิดใหม่นั้น เนื้อหาของข่าวสารจะมีลักษณะเฉพาะ คือ ความใหม่ หมายถึง ระดับความไม่แน่ใจ (Uncertainty) ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น (Newness means that some degree of uncertainty is involved.) ความไม่พอใจจะมีระดับของตัวเลือกที่สามารถรับรู้ในเหตุการณ์นั้นๆ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่สัมพันธ์กับตัวเลือกนั้น ข่าวสาร (Information) ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นครั้งแรก ณ ที่ที่ผู้รับสารได้รับสาร ข่าวสารนั้นอาจเป็นสิ่งเก่าหรือเป็นสิ่งที่ผู้อื่นเคยคิดค้น เคยใช้หรือรับรู้มาแล้วในสถานที่อื่น แต่นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่นั้น เพิ่งเริ่มแพร่กระจายเข้ามาในชุมชน หรือเพิ่งเข้ามาถึงผู้รับสาร (เกศรา บุรพาเดชะ, 2548)

องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายนวัตกรรม โรเจอร์กล่าวว่าองค์ประกอบสำคัญในการแพร่กระจายนวัตกรรม ได้แก่

1. นวัตกรรม หรือแนวคิดใหม่ในสายตาผู้รับสาร
2. การสื่อสาร โดยผ่านช่องทาง หรือสื่อประเภทต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. สมาชิกในสังคม ได้แก่ บุคคลที่อาศัยอยู่ในสังคมหนึ่ง
4. ระยะเวลา ซึ่งได้แก่ ช่วงเวลาหนึ่งๆ โดยนวัตกรรมจะยังคงความใหม่ในสังคมในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆเท่านั้น

กระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมของบุคคล

ภาพที่ 2.2 กระบวนการรับนวัตกรรมของบุคคล



ที่มา: Everette M. Rogers. Diffusion of Innovations. 1995.

กระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมคือ ขั้นตอนซึ่งบุคคล หรือกลุ่มบุคคลมีปฏิกริยากับนวัตกรรม โรเจอร์แบ่งกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ขั้นความรู้(Knowledge)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม โดยเมื่อบุคคลได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่างๆของนวัตกรรม บุคคลอาจกระตือรือร้น(Active) ในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหามาจากแหล่งสารต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด ในขณะที่บุคคลบางกลุ่มอาจไม่กระตือรือร้น(Passive) โดยได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆด้วยความบังเอิญ หรือเนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้เผยแพร่ข่าวสาร

อย่างไรก็ตาม การกระตุ้นให้บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆมักนิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากในช่วงเวลาสั้นๆได้เป็นอย่างดี

ข้อมูลข่าวสารต่างๆซึ่งมักเผยแพร่ในช่วงนี้ ได้แก่

1.1 ข้อมูลพื้นฐาน(Software Information) ได้แก่ ข้อมูลที่ให้ความรู้พื้นฐาน หรือทำให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยมากมักเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามว่า นวัตกรรมดังกล่าวได้แก่อะไร และมีประโยชน์อย่างไร

1.2 ความรู้ด้านการใช้(How-to Knowledge) ได้แก่ ข้อมูลที่อธิบายสถานที่ซึ่งบุคคลสามารถแสวงหานวัตกรรมต่างๆได้ สรรพคุณต่างๆของนวัตกรรม และแนวทางการนำนวัตกรรมดังกล่าวมาใช้ประโยชน์

1.3 ความรู้เชิงหลักการ(Principles Knowledge) ได้แก่ แนวคิดสำคัญต่างๆเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น นวัตกรรมดังกล่าวใหม่จริงหรือไม่ นวัตกรรมดังกล่าวต่างจากนวัตกรรมอื่นๆที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร

2. ชั้นโน้มน้าวใจ(Persuasion) โดยสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลานี้ ได้แก่ การที่บุคคลเริ่มมีความคิดเห็น หรือการเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านผลดีและผลเสีย โดยผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ นวัตกรรมจะต้องพยายามให้ข้อมูลเพื่อให้บุคคลให้ความสนใจนวัตกรรมและมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรม ในช่วงเวลานี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน โดยสื่อบุคคลจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจนในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับนวัตกรรมเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเพื่อนหรือคนใกล้ชิดที่รับนวัตกรรมไปก่อนหน้านั้น อาจมีบทบาทในการทำให้บุคคลคิดที่จะเลียนแบบพฤติกรรมดังกล่าว

3. ชั้นตัดสินใจ(Decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของตนเองและคนใกล้ชิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ทรัพยากรต่างๆที่จำเป็นต้องใช้หากมีการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้น

ในขั้นตอนนี้ ผู้เผยแพร่ นวัตกรรมมักพยายามกระตุ้นด้วยวิธีการต่าง ๆ นานา เพื่อให้บุคคลตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม อาทิ การให้ความช่วยเหลือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม การทดลอง การสาธิต การใช้บุคคลต้นแบบ ฯลฯ

4. ชั้นการดำเนินการ(Implementation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลเริ่มนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือทดลองใช้ โดยในขั้นนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรมต่อบุคคล ข้อมูล

เกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม เป็นต้น โดยข้อมูลต่างๆเหล่านี้จะมีผลต่อการยืนยันใช้นวัตกรรมต่อไป

5. ขั้นการยืนยัน(Confirmation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อยืนยันความคิดที่ว่า ตนสมควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง หรือ ตนสมควรปฏิเสธนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง โดยในขั้นตอนนี้ บุคคลที่เคยปฏิเสธนวัตกรรมอาจเปลี่ยนในกลับมารับนวัตกรรมก็ได้ ในกรณีที่บุคคลดังกล่าวได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านที่ดีเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ในขณะที่เดียวกัน บุคคลที่รับนวัตกรรมไปแล้วอาจลังเลสับสน หรือตัดสินใจยุติการรับนวัตกรรมนั้นก็ได้ หากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมในด้านไม่ดีดังนั้น ในขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่นวัตกรรมยังจำเป็นต้องให้ความสนใจกับการให้ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การที่ผู้รับนวัตกรรมยืนยันว่าจะใช้นวัตกรรมนั้นต่อไป

แนวคิดดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสาร(ผ่านสื่อบุคคลและสื่อมวลชน) เป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจรับนวัตกรรม โดยเฉพาะในเชิงของการเลือกรับข้อมูล การแสวงหาข้อมูล การแลกเปลี่ยน และการเพิกเฉยกับข้อมูลต่างๆของบุคคล โดยโรเจอร์พยายามเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้สื่อแบบผสมผสานอย่างเหมาะสม เนื่องจากสื่อมวลชนมักมีอิทธิพลสูงในการให้ความรู้ ในขณะที่สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในจังหวะของการโน้มน้าวใจให้ยอมรับนวัตกรรม เนื่องจากคนเราต้องการข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือได้และเกี่ยวข้องกับตน

การแพร่กระจายนวัตกรรมกับการปรับตัวภายใต้กระบวนทัศน์เชิงทางเลือก

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2545) เสนอว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งพัฒนาขึ้นมาภายใต้กระบวนทัศน์เชิงทางเลือก จำเป็นต้องปรับตัวในด้านต่างๆ อาทิ

1. ด้านนิยามของนวัตกรรม นวัตกรรมภายใต้กระบวนทัศน์ความทันสมัยนิยม มักครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องราวที่ริเริ่มจากสังคมภายนอกและนำเข้ามาสู่สังคมหนึ่งๆ แต่ในขณะที่นวัตกรรมภายใต้นิยามใหม่ มีจำเป็นต้องเกิดขึ้นจากสังคมภายนอก แต่อาจเกิดขึ้นจากภายในสังคมหนึ่งๆก็ได้

2. ด้านทิศทางการแพร่กระจายของนวัตกรรม การแพร่กระจายของนวัตกรรมภายใต้กระบวนทัศน์ความทันสมัยนิยม มักให้ความสนใจกับนวัตกรรมที่แพร่จากสังคมภายนอกเข้าสู่สังคมหนึ่งๆ ภายใต้กรอบวิธีคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทิศทางเดียว (One-way Communication)

และมีลักษณะเป็นเส้นตรง(Linear Model) แต่การแพร่กระจายของนวัตกรรมภายใต้กระบวนการทางเลือก อาจเป็นเรื่องที่แพร่หลายในสังคมหนึ่งๆ ภายใต้ระบบการแพร่กระจายแบบรวมศูนย์ (Centralized Diffusion Systems) และแบบกระจายศูนย์ (Decentralized Diffusion Systems) ก็ได้

3. ด้านขั้นตอนของการแพร่วัตกรรมการแพร่วัตกรรมการภายใต้กระบวนการทัศนคติความทันสมัยนิยม มักเกิดขึ้นจากองค์กรภายนอก โดยมีนายหน้าการเปลี่ยนแปลง(ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกเช่นกัน) ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้ช่วยด้านการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นสมาชิกในสังคมหนึ่งๆในการแพร่กระจายนวัตกรรมเข้าสู่สังคม ในขณะที่การแพร่กระจายของนวัตกรรมภายใต้กระบวนการทางเลือกนั้น นวัตกรรมอาจริเริ่มโดยสมาชิกในสังคม และแพร่ผ่านเครือข่ายเพื่อนฝูง(Peer Network) ไปสู่ผู้รับนวัตกรรม ในขณะที่เดียวกันผู้รับนวัตกรรมส่วนหนึ่งอาจทำหน้าที่เป็นนายหน้าการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมๆกันเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรมไปสู่สมาชิกอื่นๆในสังคม

4. ด้านวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่วัตกรรมการแต่เดิมการเผยแพร่วัตกรรมการภายใต้กระบวนการทัศนคติความทันสมัยนิยม มักมุ่งเน้นการกระตุ้นให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การแพร่วัตกรรมการภายใต้กระบวนการทางเลือก จะไม่เน้นความสำคัญของการยอมรับนวัตกรรมหนึ่งๆไปในทิศทางเดียวกัน แต่จะให้ความสำคัญกับระบบการแพร่กระจายนวัตกรรมแบบไม่รวมศูนย์กลาง (Decentralized Diffusion Systems) โดยผู้รับนวัตกรรมอาจไม่ได้ทำหน้าที่รับนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังอาจมีบทบาทในการปรับเปลี่ยนคิดค้นนวัตกรรมใหม่ (Re-invention) ที่อาจแตกต่างไปจากนวัตกรรมเดิมที่เริ่มต้นเผยแพร่แต่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนและเงื่อนไขแวดล้อมต่างๆ

จากการที่ระดับความไม่แน่ใจของผู้รับสารซึ่งเป็นภาคีต่างๆสาธารณชนทั่วไป ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องในสังคมสีเขียวยังคงมีอยู่มากน้อยแตกต่างกันไป ประการหนึ่ง ด้วยความที่สังคมสีเขียวเป็นเรื่องใหม่ จะพบว่าในกระบวนการตัดสินใจให้ยอมรับแนวคิดสังคมสีเขียวในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ในระยะเริ่มแรกนี้มีการจัดประชุม สัมมนา เสวนา ระดมสมอง ฯลฯ ในหลากหลายเวที ทั้งการที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจัดในเวทีของตน หรือส่งบุคลากรไปเป็นผู้ร่วมประชุม สัมมนา อภิปราย เสวนา ฯลฯ ในเวทีที่หน่วยงานในภาคส่วนอื่นเป็นผู้จัด หลายครั้งมีสื่อมวลชนมาเข้าร่วมเพื่อเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งนับเป็นขั้นให้ความรู้สู่สาธารณชนรอบนอกที่สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญ และในส่วนของกรโน้มน้าวโดยสื่อบุคคลซึ่งเป็น

ผู้บริหารเพราะเป็นเรื่องระดับนโยบาย มาร่วมพูดคุยให้ความรู้ และโน้มน้าวให้เกิดความยั่งยืนของแนวคิดสังคมสีเขียวในสังคมไทย สำหรับขั้นตัดสินใจ ขั้นดำเนินการ และขั้นยืนยัน ก็ต้องมีการให้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี และยังคงยืนยันในแนวคิดสังคมสีเขียวให้สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างยั่งยืน

การเผยแพร่สังคมสีเขียวในกระบวนการทัศนเชิงทางเลือกนี้ ผู้รับนวัตกรรมจะมีได้มีบทบาทเฉพาะเพียงรับนวัตกรรมจากผู้เผยแพร่เท่านั้น แต่ยังร่วมคิดค้นนวัตกรรมใหม่ให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของตนและบริบทแวดล้อมต่างๆใน 7 มิติของสังคมสีเขียวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน เป็นต้น ก็ได้มาร่วมกันระดมสมองเพื่อเผยแพร่และหาแนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาแบบกระบวนการทัศนเชิงทางเลือกที่เน้นการมีส่วนร่วม ทั้งการวางแผน ดำเนินการ และแก้ไขปัญหาเพื่อให้แนวคิดนี้สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืนในสังคมไทย

3. แนวคิดการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และเผยแพร่ข่าวสาร

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากผู้ส่งสาร (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) (ปรมะ สตะเวทิน, 2538)

องค์ประกอบการสื่อสาร

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo, 1969, อ้างถึงในบุญเลิศ ศุกดิลก, 2553) ได้อธิบายองค์ประกอบของการสื่อสารไว้ดังนี้

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง แหล่งกำเนิดของสารหรือผู้ที่เลือกข่าวสารเกี่ยวกับความคิดหรือเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นแล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลก็ได้ เช่น สำนักงานหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การสื่อสารจะบรรลุผลดี ถ้าหากว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทักษะ ทัศนคติ และความรู้ในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และอยู่ในระบบสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน และผู้ส่งสารที่ดีต้องมีความพร้อมในการสื่อสาร กล่าวคือ ต้องเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบในสาร เข้าใจ

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ควบคุมความรู้สึกและความเชื่อมั่นของตนเองขณะสื่อสารได้ มีพฤติกรรมสื่อสารที่สอดคล้องกับเนื้อหา(พรสิทธิ์ พัฒนานนุรักษ์, 2526)

2.สาร(Message) หมายถึง สิ่งเร้าหรือสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร สารอาจเป็นความคิด(Idea) หรือเรื่องราวที่ส่งผ่านไปตามสื่อ ถือเป็นผลิตผลของผู้ส่งสารในรูปแบบที่สามารถส่งไปตามสื่อได้ ผลิตผลนี้ได้มาจากเหตุการณ์และวัตถุสิ่งของที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันหรือจากความคิดก็ได้ เช่น ในการพูด คำพูดถือว่าเป็นสาร ในการเขียน ข้อเขียนเป็นสาร ในการวาดรูป ภาพที่วาดนั้นคือสาร หรือการเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์ ข่าวและคำอธิบายข่าวถือว่าเป็นสาร

หากวิเคราะห์องค์ประกอบของสาร โดยทั่วไปพบว่ามี 3 ประการ คือ

2.1 สัญลักษณ์ของสาร (Message Code or Symbol of Signal)

2.2 เนื้อหาของสาร (Message Content)

2.3 การเลือกและจัดลำดับข่าวสาร (Message Treatment)

คำว่าสารในความหมายที่ใช้ทั่วไปในการติดต่อสื่อสารนั้น มักหมายถึงเนื้อหาของสาร ซึ่งเนื้อหาของสาร คือ ข้อความที่ผู้ส่งสารแสดงออกมาในข่าวสารนั้นๆ

3. สื่อ (Channel or Medium) สื่อในการสื่อสารหมายถึง สิ่งต่อไปนี้

3.1 วิธีการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร(Modes of Encoding and Decoding Message)

3.2 พาหนะที่นำข่าวสาร (Message-Vehicle)

3.3 ตัวที่นำพาหนะนั้นไป (Vehicle-Carriers)

ถ้าจะเปรียบเทียบเหมือนกับการโดยสารทางเรือแล้ว การลงรหัสและถอดรหัสข่าวสารก็คือ โป๊ะสำหรับลงเรือ (boat docks) พาหนะที่นำข่าวสารก็คือตัวเรือ (boats) และตัวที่นำพาหนะนั้นไปก็คือน้ำนั่นเอง (Berlo, 1960)

ในกระบวนการสื่อสารมวลชนหรือสื่อสารทั่วไป ส่วนมากเกี่ยวข้องกับการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร กับพาหนะที่นำข่าวสาร ส่วนตัวนำพาหนะนั้นเป็นเรื่องของวิศวกร นักเคมี นักฟิสิกส์ และนักชีววิทยา ซึ่งอยู่นอกขอบเขตที่จะกล่าวถึง

การค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับสื่อ มักแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อมวลชน และสื่อระหว่างบุคคล หรือมักถือเอาแหล่งกำเนิดสาร(Source) เป็นเกณฑ์

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึงผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง อาจเป็นบุคคลที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร เช่น ผู้ดูฟุตบอล หรือเป็นมวลชน (Mass Audience) เช่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ผู้ฟังวิทยุ เป็นต้น

หน้าที่การสื่อสาร

ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell, 1971) และชาร์ลส์ อาร์. ไรท์ (Charles R. Wright, 1959) (อ้างถึงในบุญเลิศ ศุภดิลก, 2553) ได้อธิบายหน้าที่ของการสื่อสารไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. หน้าที่ด้านข่าวสาร (Information) หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือสิ่งแวดล้อมทั่วไปให้บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งรับทราบ ลักษณะของสาร (Message) ที่ส่งออกไปเป็นการบรรยายเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง (Fact) แบบตรงไปตรงมาเพื่อให้ฝ่ายผู้รับสารสามารถรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ผู้ส่งสารพยายามละเว้นการแทรกความเห็นหรือแปลความหมายลงไปในเรื่องข่าวสารนั้น

สำหรับสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ หน้าที่ด้านข่าวสาร ได้แก่ การเสนอข่าว (News) ให้ประชาชนรับทราบ คำว่าข่าว หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน ผู้ฟัง ข่าวเป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับสื่อมวลชนทุกประเภท ดังนั้น หน้าที่สำคัญเบื้องต้นของหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนทั่วไป ได้แก่ การเสนอข่าวนั้นเอง

หน้าที่การเสนอข่าวสารเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง จะสัมฤทธิ์ผลได้ต้องประกอบด้วยประการสำคัญดังต่อไปนี้ คือ ข่าวสารนั้นต้องดึงดูดความสนใจ (Attention) เป็นที่ยอมรับ (Acceptance) ของผู้รับสาร และจะต้องง่ายแก่การแปลความหมาย (Interpretation) และจดจำ (Memory) เพื่อใช้อ้างอิงภายหลังด้วย

2. หน้าที่ด้านการโน้มน้าวใจ (Persuasion) หน้าที่ด้านการโน้มน้าวใจมุ่งให้คำอธิบายความหมาย หรือเสนอความเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ หรือพฤติกรรม

กระบวนการโน้มน้าวใจมีลักษณะคล้ายคลึงกับหน้าที่ด้านข่าวสาร คือ เริ่มจากการอธิบายข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้รับสารตระหนักถึงสภาวะแวดล้อมและเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จากนั้นผู้รับสารจะพิจารณาความต้องการ (Need) ตลอดจนความเชื่อและทัศนคติของตนเองว่าสอดคล้องกับ

เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างไร ในขณะที่เดียวกันก็จะหาวิธีสนองความต้องการหรือพยายามปรับความเชื่อ ทักษะคติหรือพฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกัน เช่น การโฆษณาสินค้า นอกจากผู้โฆษณาจะพยายามอธิบายคุณสมบัติต่างๆของสินค้าชนิดใหม่ในท้องตลาดเพื่อสร้างความสนใจและความต้องการของลูกค้าแล้ว ขณะเดียวกันจะต้องกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและความต้องการใหม่ หรือเลิกความเชื่อถือเดิมแล้วหันมาต้องการสินค้าใหม่ จากนั้นก็เสนอแนะว่าสินค้าใหม่จะสนองความต้องการนั้นอย่างไร

3. หน้าที่ด้านการศึกษา(Education) หน้าที่ด้านการศึกษาคล้ายคลึงกันกับหน้าที่ด้านข่าวสาร เพราะต่างก็มุ่งเสนอข้อเท็จจริงหรือสาระเรื่องราวที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับสารเพื่อประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน แต่มีข้อแตกต่างตรงที่ว่าหน้าที่ด้านศึกษานี้ เน้นการสร้างบรรยากาศหรือกิจกรรมการเรียนรู้(Learning Activities) ให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร มิใช่เพียงการเสนอรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาเช่นหน้าที่ด้านข่าวสาร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ได้แก่ รายการโทรทัศน์การศึกษา ซึ่งนอกจากจะประกอบด้วยการเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจแล้ว ยังมีการอภิปรายเป็นกลุ่มและภาคปฏิบัติแทรกเข้าไปด้วย

การที่การสื่อสารจะให้บริการสาระความรู้และการศึกษาอย่างได้ผล จะต้องดำเนินตามขั้นตอนเช่นเดียวกับกระบวนการสื่อสารที่กล่าวแล้ว คือ สาระเรื่องราวที่เสนอนั้นจะต้องเป็นที่น่าสนใจและยอมรับของผู้เรียน นอกจากนี้ ยังต้องสะดวกและง่ายแก่การแปลความหมาย เรียนรู้ และจดจำอีกด้วย ในบางครั้งอาจมีความจำเป็นต้องอาศัยวิธีการโน้มน้าวใจช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ ถ้าหากมีการวางแผนปฏิบัติที่ดีแล้ว การสื่อสารเพื่อศึกษานี้ สามารถมีผลในการเรียนรู้ได้เป็นระยะเวลายาวนานไม่ต่างจากการเรียนในโรงเรียนหรือในมหาวิทยาลัยเลย

4. หน้าที่ด้านบันเทิง(Entertainment) แม้หน้าที่ด้านข่าวสาร โน้มน้าวใจ และให้การศึกษาจะเป็นหน้าที่พื้นฐานสำคัญของการสื่อสารในทุกสังคมก็ตาม หน้าที่ในการให้ความบันเทิงได้ทวีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับแพร่หลายมากขึ้นในสังคมสมัยใหม่ หน้าที่บันเทิงแตกต่างจากหน้าที่ทั้งหมดที่กล่าวในแง่เนื้อหาและผลของการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้รับสารเกิดความสงสัยคลุมเครือ ตลกขบขัน หรือวาดมโนภาพไปต่างๆนาๆ การสื่อสารประเภทนี้มุ่งสร้างความรู้สึกและอารมณ์(Emotional) ของผู้รับสารมากกว่าที่จะเร้าระบบความคิดและพฤติกรรม(Cognitive and Behavioral) ด้วยเหตุนี้ ผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารจึงมักเป็นผลระยะสั้น คือ รู้สึกตลกขบขัน หรือเศร้าเสียใจชั่วคราว ไม่ใช่ผลระยะยาว เช่น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมหรือการเรียนรู้อันเกิดจากหน้าที่ด้านข่าวสาร ชักจูง และให้การศึกษาดังกล่าว

หน้าที่ด้านบันเทิงเห็นได้ชัดในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ อาจกล่าวได้ว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ของสื่อประเภทดังกล่าวเป็นเรื่องเกี่ยวกับการบันเทิงทั้งสิ้น นับตั้งแต่ ภาพยนตร์ ละคร ดนตรี เพลง กีฬา และรายการรื่นเริงต่างๆ

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ หากวิเคราะห์ตามแนวคิดการสื่อสาร จะพบว่าเป็นการสื่อสารเรื่องแนวคิดสังคมสีเขียว ของผู้ส่งสารคือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารคือภาคีการพัฒนาและสาธารณชนทั่วประเทศให้มากที่สุด ไม่ว่าจะผ่านทางผู้ส่งสารคือองค์กรโดยตรง อันได้แก่ การจัดสัมมนา เสวนา เว็บไซต์ขององค์กร รายงานประจำปี การประชุมประจำปี วารสารขององค์กร เป็นต้น หรือผ่านทางสื่อมวลชน อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร(Information) ให้การศึกษา(Education) และโน้มน้าว(Persuasion) การนำแนวคิดสังคมสีเขียวไปปฏิบัติ

กลยุทธ์การสื่อสาร

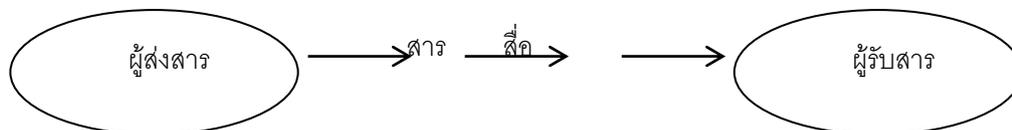
ในการดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ไม่ว่าจะองค์กรหรือหน่วยงานใดจะต้องมีการวางแผนการสื่อสารหรือที่เรียกว่าการใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวผู้รับสารให้เกิดความเชื่อ ความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสารหรือองค์กรสื่อออกไปให้ถูกต้อง อันนำไปสู่ความร่วมมือให้การพัฒนาที่ดำเนินไปได้ด้วยดี

กลยุทธ์ในการสื่อสาร สามารถจำแนกเป็นรูปแบบต่างๆในเกณฑ์แต่ละลักษณะได้ (นพรัตน์ มุณีรัตน์, 2541) ดังนี้

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

1.1 การสื่อสารแบบทางเดียว(One-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยผู้ส่งสารไม่ได้รับปฏิกริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร ซึ่งก็คือ ผู้รับสารมิได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น การสื่อสารในลักษณะนี้เป็นเส้นตรง ไม่มีข้อมูลสะท้อนกลับ(Feedback)จากผู้รับสาร ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3 การสื่อสารแบบทางเดียว (One –way Communication)



การสื่อสารในลักษณะนี้ มักออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่างๆของผู้บริหารหรือผู้นำ ผ่านสื่อชนิดต่างๆ เช่น เสียงตามสาย เอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้วการสื่อสารแบบทางเดียวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ที่มีการเสนอข่าวสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว

1.2 การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลไปยังผู้รับสาร และเมื่อผู้รับสารได้รับสารแล้ว ก็ส่งสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วย จึงเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน ผู้รับสารสามารถซักถามข้อสงสัยต่างๆ หรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นชัดเจน การสื่อสารในลักษณะนี้จะมีปฏิริยาตอบกลับ(Feedback) ของผู้รับสาร ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4 การสื่อสารแบบสองทาง (Two –way Communication)



ทั้งนี้ การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะให้ความสำคัญกับการสื่อสารกลับ(Feedback) เป็นวิธีที่จะทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่าย ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

ฮาโรลด์ เจ. ลีวิตต์ (Harold J. Leavitt, กรชวัล หอมไกรลาศ, 2540 อ้างถึงในวิลลาซินี๋ย บัญเรื่อง, 2549) กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง ผลปรากฏว่าการสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่า แต่ความถูกต้องแม่นยำและสร้างความมั่นใจให้ผู้รับสารควรใช้การสื่อสารแบบสองทาง ทั้งนี้ ลีวิตต์ยังได้เสนอว่าหากต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า

2. จำแนกตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ(Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นสำคัญ ตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ มักเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้ง นโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ(Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และมีได้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดจากความสนิทสนมคุ้นเคยและมีความสัมพันธ์ส่วนตัวมากกว่า มักเป็นการสื่อสารที่ใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน

3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ (ปรมะ สตะเวทิน, 2538)

3.1 การสื่อสารวัจนะ(Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยภาษาพูดหรือภาษาเขียน(Words) หรือตัวเลข(Number) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร ลักษณะการสื่อสารแบบวัจนะนี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประชุม เป็นต้น

3.2 การสื่อสารแบบไม่ใช่ถ้อยคำหรือแบบอวัจนะ(Non-Verbal Communication) หมายถึงการสื่อสารโดยใช้รหัสหรือสัญลักษณ์อย่างอื่นในการสื่อสารแทนที่จะใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน เช่น การยิ้ม การแสดงอาการ วรคตอน เป็นต้น

การสื่อสารแบบวัจนะและการสื่อสารแบบอวัจนะต้องดำเนินควบคู่กันเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ และเกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

4. จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

4.1 การสื่อสารตามแนวดิ่ง(Vertical Communication)

4.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง(Top-Down หรือ Downward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่ตำแหน่งสูงกว่าโดยออกมาในรูปของนโยบาย แผนงาน ประกาศ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการตัดสินใจและไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

4.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน(Bottom-Up หรือ Upward Communication) หมายถึง การส่งสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าไปสู่ผู้รับสารซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่า เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ติดต่อสื่อสารกันโดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างตัดเทียมกัน การสื่อสารรูปแบบนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาของบุคลากร เสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมนั้นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเต็มที่

4.2 การสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ(Horizontal Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือตำแหน่งเสมอกัน ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

จากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการสื่อสารทางเดียวคือการสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทาง คือ การสื่อสารจากบนลงล่างและล่างขึ้นบน ทั้งนี้ การสื่อสารสองทางนั้นจะเป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในขณะเดียวกันระหว่างการสื่อสารอาจใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งวัจนะและอวัจนะควบคู่กันก็ได้

รูปแบบการสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศสู่สังคมสีเขียว ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบนซึ่งก็คือการสื่อสารจากกลุ่มภาคีการพัฒนาต่างๆ ไปสู่ผู้ที่ทำการเผยแพร่ซึ่งก็คือสศช. และการสื่อสารในแนวราบซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของภาคีการพัฒนาต่างๆ และเป็นการสื่อสารแนวนอนของสมาชิกภายในเครือข่ายของแต่ละภาคีเช่นกัน ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารที่ผสมผสานกันทั้งการสื่อสารในแนวดิ่งและแนวราบ และต่างก็เป็นการสื่อสารสองทาง

การที่ภาคีการพัฒนาและสาธารณชนจะเข้ามาดำเนินการต่างๆร่วมกัน เพื่อให้เกิดการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนที่มีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ก็นับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารแบบหนึ่งในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในแนวราบ จากเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียวโดยการสั่งการของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในแนวตั้ง ดังตัวอย่างการศึกษาการเผยแพร่แนวคิดในแผนพัฒนาฯ ฉบับแรกๆ ดังต่อไปนี้

(1) พนิดา บุญชัยศรี (2533) ศึกษาสถานการณ์และสภาพปัญหาของการสื่อสารมวลชนในประเทศไทย พบว่าเท่าที่ผ่านมามีการสื่อสารมวลชนไทย(ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-5) เป็นการสื่อสารทางเดียว(One-way Communication)โดยกระจุกตัวในกรุงเทพฯและในเมืองใหญ่ นั่นคือเป็นการสื่อสารทางเดียวจากกรุงเทพฯ ไปเมืองใหญ่ แล้วจึงต่อไปยังหมู่บ้าน ผลสะท้อนกลับ(Feedback)จากหมู่บ้าน ไปตัวเมืองจนถึงกรุงเทพฯมีน้อย ดังนั้น รัฐบาลจึงไม่ทราบปัญหาและความต้องการของประชาชนโดยตรง การสื่อสารที่ขาดผลสะท้อนกลับ ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศ เพราะผู้รับสารไม่มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ความต้องการและการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

(2) พรพิพัฒน์ กลิ่นพงษา (2532) วิเคราะห์แผนการสื่อสารของประเทศไทย ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(พ.ศ.2504-2532) ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของการสื่อสารในระยะแรกของการประกาศใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-4 เป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว(One-way Communication) อันเป็นผลมาจากการปกครองแบบเผด็จการในขณะนั้น จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองสู่ความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น การสื่อสารในสังคมจึงกลายเป็นการสื่อสารแบบสองทาง(Two-way Communication) ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5-6 ซึ่งสอดคล้องกับ

(3) รายงานการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง ทิศทางแผนฯ 7 : ก้าวใหม่ของการสื่อสารมวลชน (2533) ที่พบว่า จากที่ผ่านมา ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารจากการสื่อสารทางเดียว(One-way Communication) คือ จากรัฐสู่ประชาชน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง(Two-way Communication) คือ นอกจากรัฐจะให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนด้านเดียวดังที่แล้วมา ก็ให้ความสำคัญกับเสียงสะท้อนของประชาชนด้วย(Feedback)

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Publicity)

การเผยแพร่ข้อมูล หมายถึง การส่งหรือถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารอย่างกว้างขวาง โดยใช้วิธีการต่างๆอย่างเหมาะสม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้รับรู้ นำไปพัฒนาหรือช่วยอนุรักษ์ไว้ เพื่อการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้ ยังเป็นการเชื่อมโยงคนในสังคมต่างวัฒนธรรมให้สัมพันธ์กันอีกด้วย (โกวิท ทรัพย์ศาล, 2543)

การเผยแพร่ข้อมูลมีหลายระดับทั้งทางตรงและทางอ้อม การเผยแพร่ข้อมูลทางตรงอาศัยการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารกลุ่มใหญ่ ซึ่งมีโอกาสเกิดของปฏิกริยาย้อนกลับมากและรวดเร็ว จึงมีวิธีการเผยแพร่ที่อาศัยการใช้สื่อทัศนูปกรณ์ การใช้สื่อเฉพาะหรือสื่อกิจกรรม ดังนี้

1. การใช้สื่อทัศนูปกรณ์ ได้แก่ สไลด์ วิดีทัศน์ แถบเสียง แผ่นที่ แผนภูมิ ซีดีรอม ไมโครฟิช เป็นต้น

2. สื่อเฉพาะ ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายประกาศ แผ่นโปสเตอร์ จดหมายข่าว จุลสารวารสารภายในองค์กร เป็นต้น

3. กิจกรรมเผยแพร่ ได้แก่ การจัดนิทรรศการ การประชุม สัมมนา อภิปราย เป็นต้น

การเผยแพร่ข้อมูลทางอ้อม มุ่งเน้นผู้รับจำนวนมากโดยไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย จึงอาศัยสื่อสารมวลชน ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งสื่อวีดิทัศน์และภาพยนตร์ เป็นต้น

วัตถุประสงค์การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

1. เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากผู้หนึ่งเผยแพร่ไปสู่อีกผู้หนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง

2. เพื่อให้ผู้ต้องการใช้สารได้รับสารไปใช้ประโยชน์ในงานตามต้องการ เช่น เพื่อการตัดสินใจ เพื่อการปฏิบัติงาน เพื่อแก้ปัญหา เพื่อพัฒนา เป็นต้น

3. เพื่อเป็นการอนุรักษ์สารให้คงอยู่ เช่น การบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เมื่อได้เผยแพร่ไป ผู้นำไปใช้ก็สามารถพัฒนาและสืบทอดสารสนเทศให้คงอยู่ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, 2539)

การศึกษาพฤติกรรมผู้รับข่าวสาร เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลจากต้นทางมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสาร มีพฤติกรรมในการตัดสินใจอย่างไร แล้วมุ่งเสนอเนื้อหาให้สนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล
2. การแบ่งกลุ่มผู้รับสาร หมายถึง การจำแนกผู้ใช้สารให้เป็นกลุ่ม เพื่อสามารถวางแผนกำหนดเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม กลุ่มผู้รับสารอาจแบ่งตามอาชีพ สถานภาพการศึกษา หรือตามสภาพภูมิศาสตร์ก็ได้

เกณฑ์ในการเลือกสื่อ มีดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่มีความน่าเชื่อถือสูง (Credibility)
2. ดูที่ความมีอำนาจและความสามารถของสื่อเป็นเกณฑ์ (Competence)
3. สื่อที่เรารู้จักได้แค่ไหน (Trustworthy)
4. สื่อที่ก่อให้เกิดความเลื่อมใสเพียงใด (Composure)
5. สื่อมีความเป็นกันเองมากน้อยเพียงใด ทั้งกับผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Socialability)
6. สื่อที่เลือกใช้ต้องมีลักษณะเปิดเผย (Extraversion)

การแพร่ข่าวและการส่งข่าวถึงสื่อมวลชน

ในโลกของสังคมข่าวสาร การรับรู้ข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องต่อกันโดยอัตโนมัติ คุณภาพและปริมาณข่าวสารที่กระจายถึงสาธารณชน จึงเป็นผู้บ่งชี้ถึงคุณภาพของผู้สื่อข่าวด้วย เพราะฉะนั้น ในการผลิตข้อสนเทศขององค์กรเพื่อให้ข้อสนเทศผ่านสื่อมวลชน จะต้องมีการวางแผนและกำหนดจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความสนใจขององค์กรหรือบุคคล

วิธีการทำการเผยแพร่มีมากมาย เช่น การแจกข่าว(Press Release) การจัดแถลงข่าว(Press Conference) การส่งข้อมูลให้สื่อมวลชนไปจัดการลงข่าวเอง(Press Script) การแสดงผลงานประจำปี(Annual Report) การแนะนำบริษัท(Company Profile) การเชิญผู้ทรงคุณวุฒิให้มาเขียนข่าว และบทความเกี่ยวกับสินค้าของบริษัท(Feature Article) หรือเพื่อเขียนบทความเอง (Advertorial) การซื้อพื้นที่เพื่อเขียนข่าวเอง(Informatial) การเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นองค์ปาฐกให้กับบริษัทในการสัมมนา(Seminar) การแสดงผลงานของบริษัทในที่ต่างๆ(Exhibition) หรือออกมาในรูปของการให้สัมภาษณ์(Interview)ก็ได้

การเผยแพร่ข่าวสารที่นิยมใช้กันมากคือให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ยืนยัน(Authority Endorsement) เช่น ให้แพทย์ยืนยันยา ให้อาจารย์ยืนยันหนังสือ หรือให้ผู้มีชื่อเสียงยืนยัน (Endorsement) เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา นักพูด ดีเจ ฯลฯ ใครก็ตามที่เป็นผู้มีชื่อเสียง สามารถยืนยันสินค้าได้เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไป ซึ่งเรียกว่าการเผยแพร่ข่าว(Publicity) เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้เสนอว่ายังมีวิธีส่งข่าวถึงสื่อมวลชนหลายวิธี และหนึ่งในนั้นคือการเรียนเชิญนักข่าวไปทำข่าว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง พร้อมกับบอกช่วงเวลาของงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยการส่งข่าวทุกครั้ง จะต้องลงชื่อผู้ส่งข่าวพร้อมตำแหน่งงานทุกครั้ง

สำหรับสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลขององค์กรเป็นอันดับแรก คือ หนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นสื่อที่หยิบฉวยง่าย เป็นที่นิยมมากที่สุด ข่าวได้รับการตอบสนองตอบลงได้เร็วที่สุด เพราะออกเป็นรายวัน รายสามวัน หรือรายสัปดาห์

สำหรับการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความรู้และโน้มน้าวผู้รับสารที่เกี่ยวข้อง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวคิดและสังคมต่อไป โดยวิธีการเผยแพร่แบ่งเป็นการเผยแพร่ทางตรงและการเผยแพร่ทางอ้อม การเผยแพร่ข้อมูลทางตรง เช่น ป้ายประกาศ วารสารเศรษฐกิจและสังคม รายงานประจำปี รายงานการประชุมประจำปีของสศช. เป็นต้น

การเผยแพร่ข้อมูลทางอ้อม เป็นการเผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

การแบ่งกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งภาคีการพัฒนาและผู้ที่เกี่ยวข้องก็นับเป็นผู้รับสารเช่นกัน โดยพิจารณาจากความหลากหลายในแต่ละประเด็น ทั้งที่เป็นองค์กรจากภาครัฐ ภาควิชาการ องค์กร

ภาคสื่อ องค์กรภาคเอกชนแขนงต่างๆ องค์กรภาคประชาสังคมและสิ่งแวดล้อม นักเรียน นักศึกษา และสาธารณชนทั่วไป เป็นต้น

สำหรับเกณฑ์ในการเลือกสื่อ ในที่นี้คือหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลขององค์กรเป็นอันดับแรกดังที่กล่าว

การเผยแพร่ข่าวและส่งข่าวถึงสื่อมวลชน จากที่ผ่านมาสสช.ได้ดำเนินการประชุม จัดสัมมนา/เสวนา ว่าด้วยเรื่องแนวคิดสังคมสีเขียวอยู่บ่อยครั้ง หรือการที่บุคลากรของสสช.ได้รับเชิญให้เป็นผู้เข้าร่วมอภิปราย บรรยาย ประชุม สัมมนา/เสวนา จากองค์กรอื่นภายนอก และได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นองค์ปาฐกถาเพื่อให้ความรู้ หรือการให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ยืนยันสาระในแนวคิดสังคมสีเขียว (Authority Endorsement) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในที่นี้จะเป็นนักวิชาการภายใน หรือผู้บริหารของสสช. ซึ่งก็นับว่าเป็นสื่อบุคคล

การประชุมและสัมมนาในแต่ละครั้ง ก็จะมีนักข่าวทั้งจากหนังสือพิมพ์ และวิทยุโทรทัศน์ไปทำข่าว โดยสสช.ก็ต้องส่งข่าวถึงสื่อมวลชนดังกล่าว เพื่อนัดวัน เวลา สถานที่ รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องในการประชุม/สัมมนา เพื่อไปทำข่าวและเผยแพร่สู่สาธารณชนต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

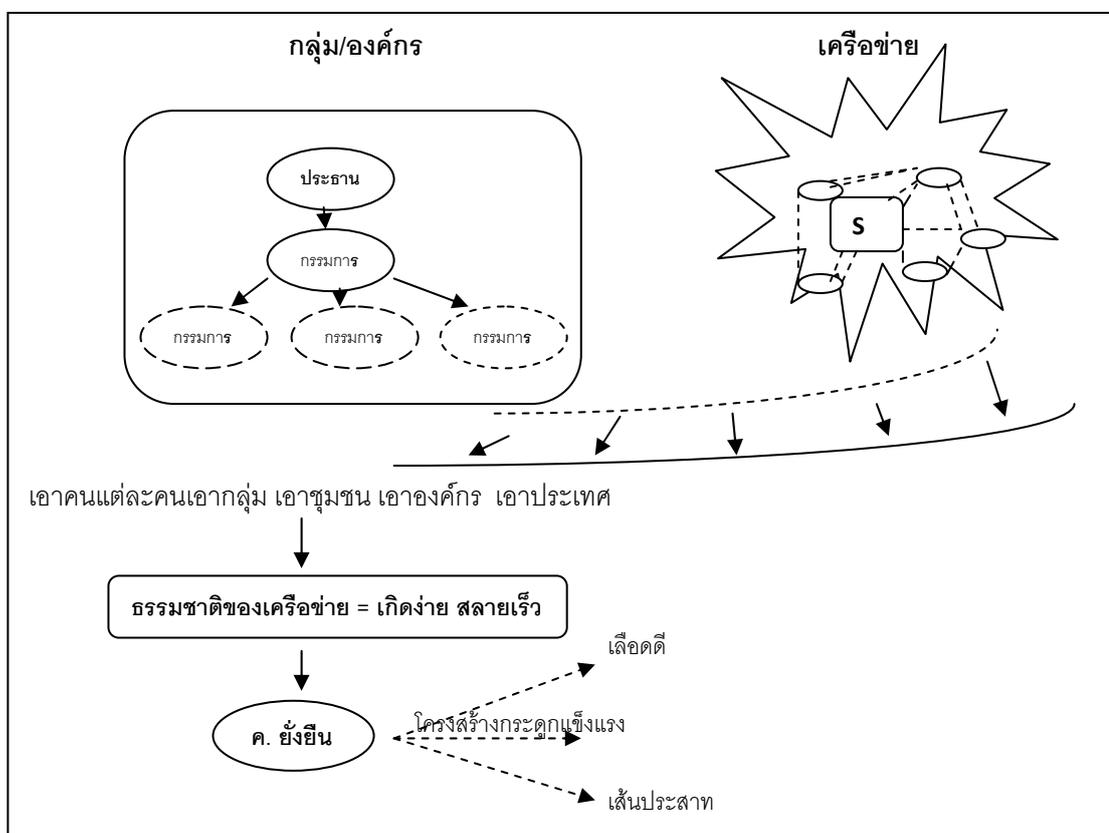
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสารเป็นประโยชน์ต่อนักวางแผนการสื่อสาร ที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อขจัดอุปสรรค และเป็นการสร้างประสิทธิผลในการแพร่กระจายข่าวสารและนวัตกรรมแนวคิดสังคมสีเขียวสู่สังคมที่มีลักษณะไม่ใช่ถึงผู้รับสารทอดเดียวหรือสองทอด แต่อาจมีความสลับซับซ้อนมากกว่าที่จะกำหนดแบบแผนได้

นิยามของเครือข่าย

เครือข่าย(Network) เป็นรูปแบบการรวมตัวกัน/การประสานงาน/ประสานความร่วมมือของบุคคล กลุ่มองค์กร/ชุมชน/ประเทศ หลายคน หลายๆแห่งที่ต่างคนก็มีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย วิธีการทำงาน และมีกลุ่มเป้าหมายของตนเอง แต่ทว่าเมื่อมีภารกิจบางอย่างร่วมกัน ก็จะเข้ามาร่วมงานกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมของเครือข่าย การประสานงานนั้นมีระยะเวลา ยาวนานพอสมควร โดยมีการวางรากฐานสายสัมพันธ์เอาไว้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องการความช่วยเหลือ/ความร่วมมือ ก็สามารถติดต่อขอความร่วมมือได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

ในแต่ละเครือข่าย แม้ว่าจะมีบางอย่างร่วมกัน เช่น เป้าหมายการทำงาน ผลประโยชน์ แต่บุคคล/กลุ่ม/องค์กรที่มาเป็นสมาชิกก็ยังคงมีความเป็นตัวของตัวเองอยู่ และเพื่อให้เห็นภาพของเครือข่ายได้ชัดเจนขึ้น ให้ดูการเปรียบเทียบระหว่างภาพที่ 2.5 และตารางที่ 2.1 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในขณะที่ลักษณะโครงสร้างของกลุ่ม-องค์กรจะจัดวางความสัมพันธ์ในแนวตั้ง เช่น เริ่มตั้งแต่มีประธานอยู่บนสุด รองลงมาคือ คณะกรรมการคนอื่นๆ และชั้นล่างสุดเป็นสมาชิก แต่ทว่าลักษณะโครงสร้างของเครือข่ายทุกตำแหน่งจะจัดวางในแนวนอน/แนวระนาบนอกจากนี้ หากมองลึกลงไป ในรายละเอียดของการสื่อสาร เราจะเห็นว่ากลุ่ม-องค์กรนั้น มีการสื่อสารน้อยกว่าเครือข่ายมาก

ภาพที่ 2.5 แสดงนิยามของเครือข่าย



ที่มา: ภาณุจนา แก้วเทพ. สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. 2552.

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบกลุ่ม/เครือข่าย

ประเด็น	กลุ่ม/องค์กร	เครือข่าย
1. ความคิด/ความเชื่อ	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
2. ประสบการณ์	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
3. การกระทำ	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
4. พันธกิจ	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
5. เป้าหมาย	เหมือนกัน	มีเป้าหมายใหญ่ร่วมกัน แต่อาจจะเฉพาะกิจ
6. ช่วงเวลา	สม่ำเสมอ	พบกันเมื่อมีภารกิจ

ที่มา:กาญจนา แก้วเทพ. สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. 2552.

เพื่อเพิ่มเติมความเข้าใจเรื่องความแตกต่างระหว่างกลุ่ม-องค์กรกับเครือข่ายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ให้ดูตารางที่ 2.1 ประกอบจาก 6 ประเด็นที่ใช้เปรียบเทียบดังกล่าว จะเห็นได้ว่าในขณะที่กลุ่ม-องค์กร มีลักษณะค่อนข้างเข้มงวดมากกว่า เรียกร้องสมาชิกมากกว่า (เช่น ต้องคิดเหมือนกัน ต้องมีเป้าหมายร่วมกัน) แต่ทว่าเครือข่ายมีลักษณะที่หลวมตัวมากกว่า ยืดหยุ่นมากกว่า เช่น สมาชิกที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายอาจจะทั้งคิดเหมือนกันในบางเรื่องหรือต่างกันในเรื่องก็ได้ หรือช่วงระยะเวลาที่รวมตัวกันจะมาเฉพาะช่วงที่มีภารกิจร่วมเท่านั้น ในช่วงเวลาอื่นๆภาคีเครือข่ายก็จะดำเนินภารกิจของตนเองไป สอดคล้องกับคำนิยามที่กล่าวไว้ข้างหน้าที่ ในขณะที่สมาชิกเข้ามารวมตัวเป็นภาคีเครือข่ายนั้น สมาชิกก็ยังสามารถรักษาความเป็นอิสระ/ความเป็นตัวของตัวเองเอาไว้ได้

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีทั้งข้อเหมือนและข้อแตกต่างระหว่างกลุ่ม-องค์กรกับเครือข่าย แต่ทว่ารูปแบบการรวมตัวทั้ง 2 แบบนั้นก็มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เมื่อเวลาที่เรารวมตัวเป็นเครือข่าย ภาคีที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกอาจมาจากหน่วยย่อยๆเหล่านี้ คือ

1. เอาตัวบุคคลแต่ละคนมารวมตัวเป็นเครือข่าย เช่น เครือข่ายยาสูบไพร เป็นต้น
2. เอากลุ่มแต่ละกลุ่มมารวมตัวเป็นเครือข่าย เช่น เครือข่ายของกลุ่มคนเป็นโรคเอดส์ในแต่ละจังหวัดมารวมตัวเป็นระดับภาค เป็นต้น
3. เอาชุมชนแต่ละชุมชนมารวมตัวเป็นเครือข่าย เช่น เครือข่ายชุมชนชาวสลัมหลายๆแห่งในกรุงเทพฯ เป็นต้น

4. เอาจองค์กรแต่ละองค์การมารวมตัวเป็นเครือข่าย เช่น องค์การคุ้มครองผู้บริโภคที่มาจากกลุ่มวิชาชีพหลายๆกลุ่ม

5. เอาประเทศแต่ละประเทศมารวมตัวเป็นเครือข่าย เช่น อาเซียน

นอกจากนี้ สืบเนื่องจากคุณสมบัติที่ค่อนข้างรวมตัวกันแบบหลวมๆ ยืดหยุ่นได้มาก และสมาชิกมีความเป็นอิสระ ทำให้ธรรมชาติของเครือข่ายล่มสลายเร็วหากไม่มีการบริหารจัดการให้ดี ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2552) ให้ความเห็นว่า หากจะดำรงรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืนยาวนาน ปัจจัยแห่งความยั่งยืนน่าจะมีอยู่ 3 ประการ คือ ความเข้าใจ/ความตระหนัก/ความสำนึกต่อเครือข่ายของภาคี สมาชิกโครงสร้างของเครือข่ายที่แข็งแกร่ง และการสื่อสารของเครือข่ายที่ذبไว

ที่มาของเครือข่าย

1. ต้นกำเนิดจากธรรมชาติ ฟริจ็อล์ฟ คาบร้า นักฟิสิกส์ชาวออสเตรียกล่าวว่า การรวมตัวแบบเครือข่าวนั้น เป็นลักษณะพื้นฐานของสรรพสิ่งทั้งหลายในธรรมชาติที่เรียกว่าข่ายใยชีวิต (Web of Life) หรือที่พุทธศาสนาอาจสรุปว่า สรรพสิ่งทั้งหลายต่างพึ่งพาอาศัยเชื่อมโยงกัน ทั้งนี้เพราะสภาพความเป็นจริงที่ว่า สรรพสิ่งทั้งหลายล้วนไม่มีสิ่งใดที่มีความสมบูรณ์อยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ เมื่อมีเกือบทุกอย่าง ก็ต้องขาดไปอย่างหนึ่ง และเพราะตระหนักว่าเรามีความขาด จึงเป็นเงื่อนไขให้ต้องสร้างเครือข่ายให้ดำรงอยู่ต่อไป

2. ต้นกำเนิดจากภูมิปัญญาคนโบราณ จากลักษณะของเครือข่ายที่มองเห็นอยู่ในธรรมชาตินั้น ภูมิปัญญาโบราณของไทยจึงวางรูปแบบความสัมพันธ์ของผู้คนเลียนแบบธรรมชาติ ด้วยการสร้างเครือข่ายในรูปแบบต่างๆขึ้นมา ตั้งแต่ในรูปแบบของบ้านใกล้เรือนเคียง กลุ่มเพื่อน/เสี่ยว/เกลอ (ที่คนไทยอาจใช้คำว่าผีพรตพวกเส้นสาย)

จากต้นกำเนิดทั้งจากธรรมชาติและภูมิปัญญาคนโบราณ จะเห็นได้ว่า เครือข่าวนั้นเกิดมาจากความตระหนักว่า คนเราไม่มีใครพร้อมไปทุกอย่างและตลอดเวลา แต่จะต้องมีบางช่วงที่เกิดความขาดแคลน/ความไม่สมบูรณ์ ในช่วงเวลาดังกล่าวเราจึงมีความต้องการเพื่อน/เสี่ยว/เกลอ/สหาย ฉะนั้น กล่าวให้ถึงที่สุดแล้ว ต้นกำเนิดของการที่บุคคลหรือกลุ่มใดจะเข้าไปสร้างเครือข่ายกับใคร ก็ต้องเกิดจากความตระหนักว่า เราขาดบางอย่างอยู่และต้องการมีเพื่อนจึงจะได้สิ่งนั้นมา อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกที่ว่าขาด แล้วจะไปเอามาจากเพื่อนนั้น ยังเป็นแค่ครึ่งทางของการสร้างเครือข่าย เพราะยังเป็นแค่สำนึกที่จะเข้าไปรับ แต่เครือข่ายเป็นความสัมพันธ์สองทาง (Reciprocal) แบบซึ่งกันและกัน ดังนั้น สำนึกด้านเดียวจะไม่สามารถเชื่อมร้อยเครือข่ายให้ยั่งยืน

ได้ คงมีแต่สำนักแบบพร้อมทั้งเป็นผู้ให้และผู้รับ (Give and Take) จึงจะทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมร้อยที่ยึดโยงเครือข่ายไว้ได้

และด้วยเหตุที่เครือข่ายเกิดจากความขาดนี้เอง จึงทำให้กลุ่มคนยากจนมีแนวโน้มที่จะสร้างเครือข่ายได้ง่ายที่สุด เพราะคนยากจนจะขาดแคลนทรัพยากรเงินทองและสวัสดิการต่างๆ ที่เห็นได้ชัดกว่าคนกลุ่มอื่นๆ ส่วนผู้มีฐานะนั้นอาจถือว่า ถ้ามีเงินก็ซื้อหาเองได้ นั่นจึงเป็นเหตุให้กลุ่มคนยากจนมีแนวโน้มในการสร้างเครือข่ายได้ง่ายกว่ากลุ่มคนมีฐานะ

แต่ทว่า ก็ไม่จำเป็นว่า ต้องเป็นกลุ่มคนจนเท่านั้นที่จะสร้างเครือข่ายได้ เนื่องจากแหล่งทรัพยากรที่ได้รับจากมิตรสหายนั้น มีทั้งทรัพยากรที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม

- ทรัพยากรที่เป็นรูปธรรม เช่น วัตถุประสงค์ของ เงินทุน แรงงาน อุปกรณ์ สถานที่ ฯลฯ
- ทรัพยากรที่เป็นนามธรรม เช่น แรงบันดาลใจ ความมั่นใจ ศักดิ์ศรี อัตลักษณ์ อำนาจต่อรอง ฯลฯ
- ทรัพยากรที่อยู่กึ่งกลาง เช่น ความรู้ ข่าวสารข้อมูล เป็นต้น

ทรัพยากรที่ได้ทั้งแบบรูปธรรมและนามธรรมจากเครือข่ายดังกล่าวนี้ ทำให้แนวคิดสมัยใหม่พิจารณาว่า การมีเครือข่ายก็เปรียบเสมือนการมีทุนทางสังคม/ทุนทางวัฒนธรรม (Social/Cultural Capital) ดังเช่น คนไทยโบราณเข้าใจดีว่า การเป็นคนมีพรรคพวกเพื่อนฝูง เป็นคนกว้างขวาง ช่วยให้มีบารมี ทำกิจกรรมต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปได้

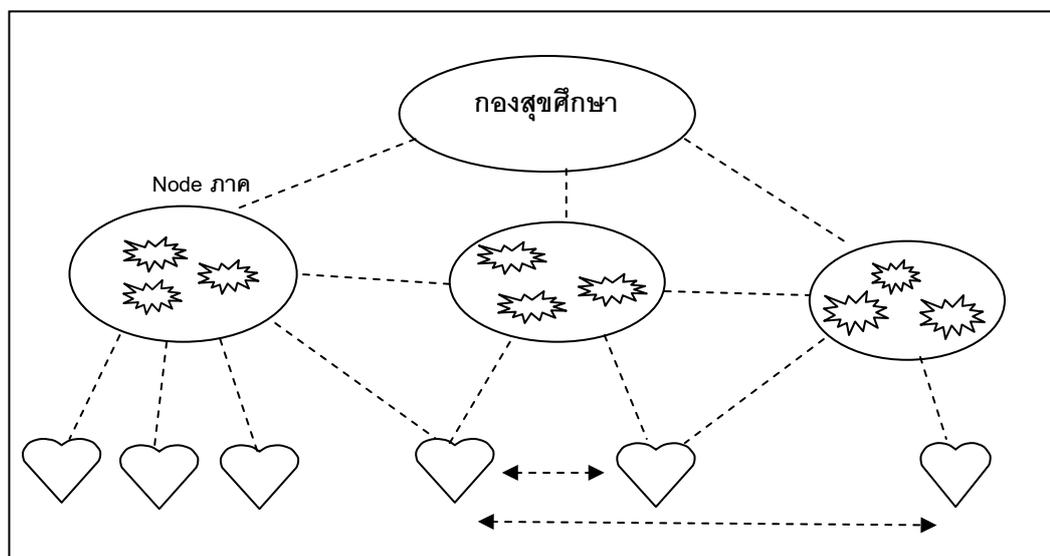
ประเภทของเครือข่าย

1. เกณฑ์การแบ่ง เราสามารถใช้เกณฑ์(Criteria) หลายเกณฑ์ในการจัดประเภทของเครือข่าย และหากเปลี่ยนเกณฑ์ ผลของการจัดประเภทของเครือข่ายก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย (ยกตัวอย่างการประกวดนางงาม นางงามแต่ละประเภท เช่น นางสาวไทย นางงามมิตรภาพ ขวัญใจช่างภาพ ฯลฯ จะใช้เกณฑ์ต่างกัน)

ตัวอย่างเกณฑ์ที่เราสามารถใช้แบ่งประเภทเครือข่ายมีดังนี้

(1) ใช้ระดับชั้นเป็นเกณฑ์ อาจแบ่งเครือข่ายออกได้เป็น 2 แบบ เช่น เครือข่ายที่มีชั้นเดียวกับเครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการเอาเครือข่ายเล็กๆ ไปประสานเป็นซูเปอร์เครือข่าย(Supra Network) ขึ้นมา ดังตัวอย่างในภาพที่ 2.6 การจัดการเครือข่ายของกองสุศึกษา

ภาพที่ 2.6 ระดับชั้นของเครือข่าย



ที่มา :กาญจนา แก้วเทพ. สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. 2552.

ในระดับแรกเป็นเครือข่ายระดับจังหวัด ในแต่ละจังหวัดอาจมีการจัดเครือข่ายที่มีภาคีจากภาคส่วนต่างๆในจังหวัด จากนั้นในแต่ละจังหวัดอาจรวมตัวเป็นเครือข่ายระดับภาค และท้ายสุดทุกภาคก็รวมตัวกันเป็นเครือข่ายระดับประเทศ โดยมีกองสุขศึกษาเป็นแกนกลางประสาน เป็นต้น

การจัดเครือข่ายแบบชั้นเดียวกับแบบหลายๆชั้นอย่างซูเปอร์นั้น จะมีนัยยะเรื่องของขนาดเครือข่ายเข้ามาเกี่ยวข้องทันที และจากนั้น ตัวแปรเรื่องการบริหารจัดการเครือข่ายก็จะเข้าร่วมด้วย ตามหลักการที่ว่า ยิ่งขนาดของเครือข่ายใหญ่มากยิ่งขึ้น ก็ยิ่งต้องการการบริหารจัดการเครือข่ายที่ดี มิฉะนั้น แทนที่เราจะได้ใช้เครือข่ายให้เป็นประโยชน์ เราอาจจะตกที่นั่งยิ่งแก้ก็ยิ่งพัน ตัวหนาแน่นยิ่งขึ้น หรือเกิดภาวะได้ไม่คุ้มเสีย เป็นต้น

(2) ใช้พื้นที่เป็นเกณฑ์ ได้แก่ การจัดเครือข่ายตามพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน เช่น ในจังหวัดเดียวกัน เป็นเพื่อนบ้านใกล้เคียงกัน การใช้พื้นที่เป็นเกณฑ์จัดเครือข่ายนั้น จะมีผลสืบเนื่องต่อไปจนถึงเรื่องการเดินทางถึงกันและกัน (Accessibility) ปริมาณความถี่ในการติดต่อสื่อสาร (Frequency) เนื่องจาก ความใกล้เคียงทางกายภาพในแบบของหนึ่งมิติหรือสองมิติ คนไทยสมัยก่อนจึงให้ความสำคัญกับเพื่อนบ้านเป็นอย่างมาก

(3) ใช้ประเด็นเป็นเกณฑ์ ได้แก่ การจัดเครือข่ายตามประเด็นความสนใจ เช่น เครือข่ายรักษาสิ่งแวดล้อม เครือข่ายสมุนไพรรักษาโรค เครือข่ายชมรมจักรยาน ฯลฯ เครือข่ายที่มีประเด็นความสนใจ

ร่วมกันดังกล่าวนี้ จะมีจุดเด่นเรื่องคนคนเดียวกัน ดังนั้น จะพูดคุยและทำความเข้าใจกันได้ง่าย ทำกิจกรรมร่วมกันง่าย แต่อาจจะเผชิญกับปัญหาในเกณฑ์อื่นๆ เช่น พื้นที่ ระยะทาง เป็นต้น

(4) ใช้เป้าหมายหรือประโยชน์การใช้เครือข่ายเป็นเกณฑ์ ดังตัวอย่างของเครือข่ายต่อไปนี้

4.1 เครือข่ายการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อมุ่งหวังที่จะผลักดันนโยบาย เช่น เครือข่ายของผู้พิการที่มาทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อเรียกร้องให้รัฐมีนโยบายที่หนุนช่วยคนพิการ

4.2 เครือข่ายที่มีเป้าหมายของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เช่น สำนักข่าวต่างๆที่สานเครือข่ายกันเอาไว้

4.3 เครือข่ายที่มีเป้าหมายของการช่วยเหลือกันในยามที่ต้องการ (Mutual Aid) เป็นรูปแบบเครือข่ายที่เคยมีมากที่สุดในสังคมไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว

4.4 เครือข่ายที่มีเป้าหมายของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แต่เดิมนั้น ในแวดวงนักวิชาการและสถาบันการศึกษาจะมีการจัดวางเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้กันที่แสดงออกมาเป็นกิจกรรม เช่น การประชุมสัมมนาประจำปี แต่ปัจจุบันนี้ การจัดรูปแบบเครือข่ายดังกล่าวได้ขยายตัวและแพร่หลายมากขึ้นในภาคส่วนอื่นๆของสังคม เช่น ภาคธุรกิจ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน รวมทั้งภาคองค์กรประชาชน

2. ผลสืบเนื่องจากการจำแนกประเภทของเครือข่ายนั้น มีผลสืบเนื่องตามมาอยู่ 2 ประการ คือ ประเภทของกิจกรรม และการได้ประโยชน์และค่าใช้จ่าย/การลงทุนของเครือข่าย (benefit and cost)

ก. ผลสืบเนื่องต่อประเภทของกิจกรรม เนื่องจากเครือข่ายแต่ละประเภทมีลักษณะของกิจกรรมคนละแบบ เช่น เครือข่ายกิจกรรมผลักดันนโยบาย ก็จะมีกิจกรรมประเภท รวมพล สំาแดง พลัง ชุมนุมเรียกร้อง ยื่นหนังสือเปิดผนึก แต่ถ้าเป็นประเภท เครือข่ายช่วยเหลือกัน ก็จะเป็นกิจกรรมประเภท ร่วมแรงร่วมใจ ร่วมด้วยช่วยกันมากกว่า

จากผลสืบเนื่องต่อประเภทกิจกรรมดังกล่าว อาจนำเกณฑ์ด้านเครือข่าย ไปจัดแบ่งตามตัวอย่าง ดังนี้

1. กิจกรรมประเภทแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เช่น การจัดการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่ม ออกกำลังกาย

2. กิจกรรมการใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Shared Resources) เช่น ใช้ทรัพยากรร่วมกัน ใช้สถานที่ร่วมกัน ซึ่งอาจจะแก้ไขปัญหาคาราคาซังหรือทรัพยากรของสมาชิกเครือข่าย

3. กิจกรรมการช่วยเหลือกันตามเงื่อนไขที่มีการเรียกร่วม (Mutual Aid)
4. กิจกรรมการเป็นแหล่งเรียนรู้/ดูงาน ตามแนวคิด การจัดการความรู้ (KM) ในกรณีที่มีพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice)
5. กิจกรรมการจัดกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เช่น จัดงานมหกรรม
6. กิจกรรมการทบทวน กระบวนการทำงานร่วมกัน (Work Process Reflection) เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากเพื่อน
7. กิจกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูล/ข่าวสาร เช่น เครือข่ายวิทยุชุมชน
 - ข. การใช้ประโยชน์ และค่าใช้จ่าย/การลงทุนของเครือข่าย โดยปกติเมื่อเวลาพูดถึงเครือข่าย เรามักมองเห็นแง่มุมที่ได้ประโยชน์นานับประการจากการมีเครือข่าย เช่น ได้เรียนรู้แบบก้าวกระโดด ไม่ต้องลองผิดลองถูกด้วยตนเอง ได้พลังอำนาจต่อรอง แต่ข้อเท็จจริงอีกด้านที่ไม่ควรลืมคือ เครือข่ายจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย/การลงทุน เช่น ทรัพยากรเวลา เช่น ไปร่วมประชุมต้องมีการลงทุนติดต่อสื่อสารที่ดีและสม่ำเสมอ เช่น ต้องตอบจดหมาย ต้องมีการบริหารจัดการ เช่น การแบ่งบทบาทหน้าที่กันทำงาน ต้องยึดหลัก ซึ่งกันและกัน ที่เขาที่เรา หรือผลประโยชน์ต่างตอบแทน ซึ่งหลักการนี้ต้องมาจากจิตใจที่พร้อมทั้งการเป็นผู้ให้และผู้รับดังกล่าวหากปราศจากการจ่ายหรือการลงทุนที่เพียงพอและดีพอ เราก็มีอาจจะอ้างรักษาเครือข่ายเอาไว้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนานหรือใช้ได้ไม่นานจำเป็นหรือยามต้องการ และคุณประโยชน์-ค่าใช้จ่ายของเครือข่ายนั้นก็แตกต่างกันไปตามประเภทของเครือข่ายแต่ละชนิด

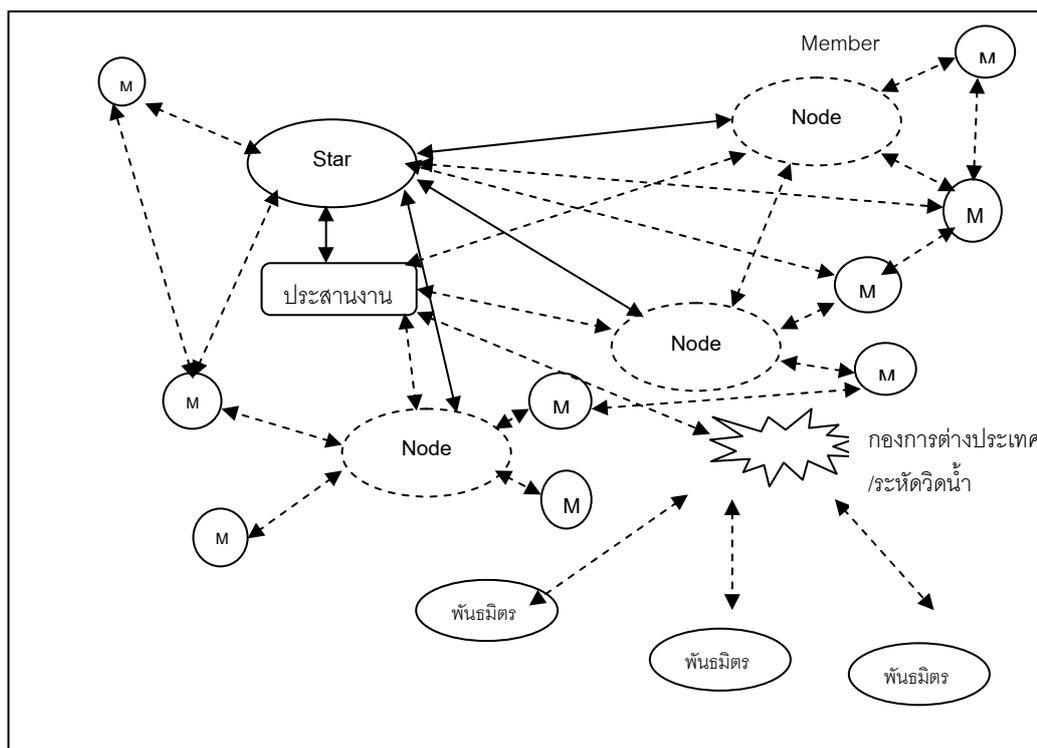
โครงสร้างของเครือข่าย

การพิจารณาโครงสร้างของเครือข่าย เราจะมอง 4 ส่วน ซึ่งอาจเทียบได้กับการทำแผนที่หรือทีมฟุตบอล ดังต่อไปนี้

1. ขนาดของเครือข่าย (Size) จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการจัดวางโครงสร้างและการบริหารจัดการ
2. ส่วนประกอบย่อย (Elements) หากเทียบกับแผนที่ ส่วนนี้คือ จังหวัดต่างๆ หากเป็นทีมฟุตบอล ส่วนนี้คือ นักฟุตบอล โค้ช กรรมการ คนดู ฯลฯ
3. ตำแหน่ง (Position)

4. เส้นสาย (Relation) มีเส้นสายอยู่ 2 เส้น ประคบควบคู่กันไปเพื่อยึดโยงส่วนประกอบย่อยของเครือข่ายไว้ด้วยกัน คือ เส้นสายสัมพันธ์ (Social Relation) เช่น ใครเป็นเพื่อนกับใคร และเส้นสายการสื่อสาร (Communication) ได้แก่ การติดต่อสื่อสารระหว่างตำแหน่งต่างๆ

ภาพที่ 2.7 โครงสร้างของเครือข่ายและพันธมิตร



ที่มา:กาญจนา แก้วเทพ. สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. 2552.

จากภาพที่ 2.7 จะขอพิจารณาเรื่องตำแหน่งต่างๆในโครงสร้างเครือข่าย ซึ่งจะมีภาระหน้าที่แตกต่างกันไป

ตำแหน่งที่ 1 ศูนย์กลางของเครือข่าย (Star) คือ ตำแหน่งที่มีเส้นสายความสัมพันธ์จากสมาชิกคนอื่นๆพุ่งเข้าหามากที่สุด อาจเป็นประธานเครือข่าย

ตำแหน่งที่ 2 ผู้ประสานงาน/ติดต่อสื่อสาร (Liaison) ทำหน้าที่เป็นชุมทางเส้นทางการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากการติดต่อสื่อสารเป็นเสมือนเส้นประสาทของเครือข่ายในเครือข่ายขนาดเล็ก สตาร์กับผู้ประสานงานมักเป็นคนเดียวกัน แต่ในเครือข่ายขนาดใหญ่ มักแยกตำแหน่งต่างหากเพื่อแบ่งงานกันทำ แต่ทว่า สตาร์กับผู้ประสานงานจะต้องทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด

ตำแหน่งที่ 3 ชุมสายย่อย (Node) ในกรณีที่เครือข่ายมีขนาดใหญ่หรือครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางมาก ๆ เนื่องจากสตาร์เป็นมนุษย์ธรรมดา มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลาและพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถติดต่อกับสมาชิกได้อย่างทั่วถึง จำเป็นต้องมีชุมสายย่อย ทำหน้าที่ประสานงานเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกแต่ละกลุ่มกับสตาร์และผู้ประสานงาน

ตำแหน่งที่ 4 สมาชิก (Member) สมาชิกนับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับการดำรงอยู่และความเข้มแข็งของเครือข่ายเช่นเดียวกัน แม้จะดูเป็นตำแหน่งธรรมดา เพราะเครือข่ายที่เข้มแข็งต้องมีสมาชิกที่มีความกระตือรือร้นเท่านั้นลักษณะของสมาชิกในเครือข่ายจะแตกต่างจากสมาชิกในกลุ่ม/องค์กร กล่าวคือ สมาชิกแต่ละคนสามารถมีเส้นสายสัมพันธ์และเส้นสายการสื่อสารได้หลายระดับ ทั้งการสัมพันธ์กับสตาร์/ ผู้ประสานงาน/ ชุมสายย่อย/ หรือกับสมาชิกด้วยกันเอง และยังสมาชิกมีเส้นสายความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารมากเท่าใด ก็เปรียบเสมือนตาข่ายที่มีการสานสอดอย่างหนาแน่นทำให้มีความเข้มแข็งที่จะรองรับภารกิจหรือเผชิญกับปัญหาอุปสรรคได้อย่างดี

จากภาพที่ 2.7 จะเห็นว่ามีสมาชิกที่มีคุณลักษณะพิเศษแตกต่างจากสมาชิกทั่วไปอยู่ 2 ประเภท คือ

ระหัดวิดน้ำขายเขต (Boundary Spinning) สมาชิกประเภทนี้ จะทำหน้าที่คล้ายๆกองการต่างประเทศ คือ เป็นผู้ติดต่อประสานงานกับข้างนอก เช่น เป็นผู้นำข่าวสารความเคลื่อนไหว/ความรู้/ประสบการณ์จากภายในเครือข่ายออกไปสู่โลกภายนอก และในเวลาเดียวกันก็นำเอาความเคลื่อนไหว/ความรู้/ประสบการณ์จากโลกภายนอกเข้ามาสู่เครือข่าย ซึ่งทำหน้าที่เสมือนระหัดวิดน้ำเข้าออกที่นำตำแหน่งระหัดวิดน้ำ มีความสำคัญต่อการพัฒนาเครือข่าย เนื่องจากการเจริญเติบโตของเครือข่ายนั้น นอกจากจะมาจากปัจจัยภายในแล้ว ยังขึ้นอยู่กับการเรียนรู้จากโลกภายนอกไปพร้อมๆกัน และตำแหน่งนี้ อาจมีการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการหรือทำหน้าที่อย่างไม่เป็นทางการก็ได้

สมาชิกผู้โดดเดี่ยว (Isolated Member) หากพิจารณาดูภาพที่ 2.7 จะเห็นว่ามีสมาชิกบางคนที่อยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการสายขาดอย่างมาก เช่น ผู้ที่มีสายสัมพันธ์อยู่สายเดียวกับสตาร์ ในขณะที่สตาร์มีภารกิจมากอาจไม่มีเวลาติดต่อ หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงศูนย์กลาง ก็อาจขาดหายไปเลย ดังนั้น ควรมีการปรับแก้ไขภาวะความเสี่ยงดังกล่าว

ตำแหน่งต่างๆ หากประเมินความแข็งแรงของโครงสร้างเครือข่าย อาจตั้งคำถามได้ดังตัวอย่างคำถามการประเมินตำแหน่งต่างๆในโครงสร้างเครือข่ายต่อไปนี้

1. สมาชิก/ตำแหน่งอื่นๆ เข้ามาสู่เครือข่ายได้อย่างไร (ดูการเข้าถึง)
2. ใครเป็นผู้ชักชวนมา (ดูเส้นสายความสัมพันธ์)
3. มีทรัพยากรอะไรบ้าง (ดูความมั่งคั่ง/ต้นทุนของเครือข่าย)
4. ได้ผลประโยชน์อะไรจากเครือข่าย
5. มีความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆอย่างไร (สำรวจความเข้มข้น/เหนียวแน่นในเครือข่าย)
6. มีการติดต่อสื่อสารกับใคร (สำรวจตาข่ายด้านการสื่อสาร)
7. ความเหนียวแน่นของสมาชิก/การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (ศึกษาความตระหนักของสมาชิก)
8. จุดแข็งของโครงสร้างเครือข่าย/ตำแหน่งต่างๆ
9. จุดอ่อนของโครงสร้างเครือข่าย/ตำแหน่งต่างๆ เป็นต้น

พันธมิตร (Partner)

พันธมิตร หมายถึง เพื่อนที่อยู่วงนอกของเครือข่าย อาจเป็นบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน ฯลฯ ที่เครือข่ายจะโปรดปรานขอความช่วยเหลือหรือความร่วมมือได้เมื่อยามต้องการ

พันธมิตรแตกต่างจากสมาชิก/ภาคีเครือข่าย ตรงที่ระดับความเข้มข้น (Intensity) ของการมีเป้าหมายร่วม ระดับความสัมพันธ์ และระดับการติดต่อสื่อสารจะบางเบากว่า และลักษณะความสัมพันธ์จะค่อนข้างเป็นไปแบบทางเดียว คือ จะเป็นแหล่งความช่วยเหลือของเครือข่าย (มิใช่แบบซึ่งกันและกัน) กระนั้น สถานะของพันธมิตรและภาคีนั้นอาจเปลี่ยนแปลงได้ หากพันธมิตรใดมีความเข้มข้นมากขึ้นในมิติต่างๆที่กล่าวมา ก็อาจขยับตำแหน่งก้าวมาเป็นภาคีได้

พันธมิตร สามารถทำหน้าที่เป็นตัวชี้วัดความเข้มแข็งอย่างหนึ่งของเครือข่ายได้ เพราะเครือข่ายที่เข้มแข็งย่อมมีพลังดึงดูดความสามัคคีจากแหล่งอื่นได้ดังนั้น การประเมินพันธมิตร เราจึงตั้งคำถามว่ามีใครเป็นพันธมิตรของเรา ระดับสายสัมพันธ์กับพันธมิตรเป็นอย่างไรเหนียวแน่นหรือไม่ และระดับสายการสื่อสารกับพันธมิตรเป็นอย่างไรบ้าง

การสื่อสารของเครือข่าย

การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สามสำหรับความยั่งยืนของเครือข่าย และเป็นส่วนที่เป็นเส้นสายคู่ขนาน กับสายสัมพันธ์ที่ยึดโยงส่วนต่างๆของเครือข่ายให้ประกอบรูปร่างเอาไว้ได้ ถ้าการสื่อสารดี ก็จะช่วยยกระดับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นขึ้น แต่ถ้าความสัมพันธ์ห่างเหินหรือขัดแย้งก็จะแสดงออกถึงการสื่อสารที่เลือนรางหรือห่างหายเช่นกัน

ในการตรวจการสื่อสารเครือข่าย มีสิ่งที่จะพิจารณา ดังนี้

1. ความเข้าใจเรื่องการสื่อสาร ในที่นี้ คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) สื่อ/ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) เมื่อมีครบทั้ง SMCR การสื่อสารก็ได้เกิดขึ้นแล้ว เช่น การจัดเวทีเสวนา การสัมมนา เป็นต้น

2. ความสม่ำเสมอ/ความถี่ในการสื่อสาร (Frequency) ในเรื่องความเข้มแข็งของเครือข่าย ต้องอาศัยปริมาณความถี่ของการสื่อสารเป็นพื้นฐาน นั่นคือ เราจะตระหนักถึงความสำคัญของตำแหน่งผู้ประสานงาน/การติดต่อสื่อสารได้ทันที นอกจากนี้ เราอาจศึกษาช่องทางการสื่อสารในแง่ของลักษณะชั่วคราว (Occasional) และช่องทางประจำ (Regular) ตัวอย่างเช่น ช่องทางการสื่อสารแบบประชุมหมู่บ้านนั้น ถือเป็นช่องทางประจำที่ใช้หลักประกันเรื่องความยั่งยืน ส่วนการจัดเวทีเสวนาหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถือเป็นช่องทางชั่วคราว ซึ่งอาจจะดีในแง่ความสดใหม่และการเคลื่อนไหว แต่มีข้อด้อยคือ ทำได้เป็นครั้งคราว จึงควรมีการวางแผนประสานช่องทางทั้งสองแบบให้ต่อเชื่อมกัน

3. เวลา/พื้นที่ สถานที่ที่เกิดการสื่อสาร (Time/Space) การเกิดการสื่อสารทุกครั้งต้องมีมิติของเวลา (กาละ) และพื้นที่ (เทศะ) ที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดการสื่อสารได้ เช่น หอกระจายข่าวตั้งอยู่ที่ไหน (บ้านผู้ใหญ่บ้าน วัด โรงเรียน ศาลาประชาคม ฯลฯ) และกระจายเสียงในช่วงเวลาใดบ้าง

4. ทิศทาง (Direction) เป็นวิธีการวัดเส้นทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ของเครือข่าย ที่อาจจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบหลักๆ คือ

ทิศทางแนวดิ่งคือ มีการสื่อสารแบบสั่งการจากบนลงล่าง เช่น สตาร์จะสั่งการให้ผู้ประสานงานหรือชุมสายย่อยดำเนินการ ในทางกลับกัน อาจมีข้อเรียกร้องจากล่างขึ้นบน เช่น มีการจัดวางตู้รับความคิดเห็นของสมาชิกต่อคณะทำงานของเครือข่าย เป็นต้น

ทิศทางแนวนอน เป็นทิศทางการไหลของข่าวสารในแบบที่เสมอภาคเท่าเทียมกัน เช่น การปรึกษาหารือระหว่างสมาชิกกับสมาชิก หรือในเวทีเสวนาที่ทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน

ในแต่ละเครือข่ายก็จะต้องมีรูปแบบของทิศทางการสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ แต่ทว่า ควรจะมีให้ครบถ้วนและสมดุลกันจึงจะเป็นโครงสร้างการสื่อสารที่เอื้ออำนวยต่อความเข้มแข็งของเครือข่าย

5. ประเภทของสื่อ (Media) เมื่อได้ทำความเข้าใจเรื่องการสื่อสารอย่างกว้างขวางแล้ว จะเห็นได้ว่า ประเภทของสื่อที่นำมาใช้งานได้ในเครือข่ายจะขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง เช่น

สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีคุณประโยชน์มากที่สุดในงานเครือข่าย รวมทั้งงานพัฒนาทุกประเภท สื่อบุคคลสามารถทำหน้าที่แบบวิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ (แม้จะไม่เท่าเทียมทั้งหมด) และยังทำหน้าที่บางอย่างได้มากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะคุณสมบัติที่เป็นมนุษย์ เช่น การทำหน้าที่ให้กำลังใจ พุดให้คิด ดัดแปลงข่าวสารจากต้นตอให้ง่ายขึ้น เป็นต้น

สื่อชุมชน หมายถึง สื่อทุกประเภทที่ตั้งอยู่ในชุมชน ทำให้มีความใกล้ชิดและใช้งานได้สะดวก เช่น หอกระจายข่าว การประชุมหมู่บ้าน ป้ายประกาศ วิทยุชุมชน เป็นต้น

สื่อพื้นบ้าน หมายถึง สื่อของแต่ละท้องถิ่น เป็นสื่อที่ถือกำเนิดมายาวนานจนชาวบ้านมีความคุ้นเคย เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี เช่น โนรา หมอลำ ลิเก ลำตัด ฯลฯ

สื่อวัตถุ หมายถึง วัตถุที่ทำหน้าที่เป็นธาตุหนึ่งในสี่ คือ บรรจุสารบางอย่างไว้ภายในวัตถุ หรือทำหน้าที่เป็นเครื่องผูกพันผู้คน เช่น หิ้งผี ศาลปู่ตา พระพุทธรูป ฯลฯ

สื่อสถานที่ เช่น วัด ลานชุมชน อนุสาวรีย์ ฯลฯ

กลุ่มสื่อเฉพาะ เช่น สื่อเฉพาะกิจ (ใช้ในกิจการบางอย่าง เช่น เลื่อยตัดงานรณรงค์) สื่อเฉพาะกลุ่ม (เช่น สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น) สื่อเฉพาะกาล (เช่น สื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในช่วงการรณรงค์ เทศกาลงดเหล้าเข้าพรรษา) แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายประกาศ เป็นต้น

สื่อกิจกรรม เป็นสื่อที่ใช้มากในงานพัฒนาต่างๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดพื้นที่ให้มีส่วนร่วมได้อย่างมาก เช่น สื่อค่าย สื่อนิทรรศการ กิจกรรมการปลูกป่า ตลาดนัดสุขภาพ ฯลฯ

6. ลักษณะการเป็นสื่อเชิงรุก/สื่อเชิงรับ สื่อเชิงรุกคือสื่อที่ออกไปถึงผู้รับสาร เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ รถแห่ ฯลฯ ซึ่งทำให้มีรัศมีครอบคลุมกว้างขวางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ส่วนสื่อเชิงรับ เช่น โปสเตอร์ที่ปิดอยู่บนฝาผนัง ป้ายประกาศ ฯลฯ ที่ผู้รับสารต้องเป็นฝ่ายเดินเข้ามาหา ซึ่งทำให้มีรัศมี

ครอบคลุมน้อย และโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่ำ แต่ข้อเด่นก็คือ มีความแน่นอน เนื่องจากตั้งอยู่กับที่ หากผู้รับสารมาดูก็จะเห็นอย่างแน่นอน การวิเคราะห์ลักษณะเชิงรุก/เชิงรับของสื่อ ก็เพื่อวางแผนประสานใช้สื่อ เช่น การติดป้ายวัตถุประสงค์ของเครือข่ายไว้ที่สำนักงาน (สื่อเชิงรับ) ในเวลาเดียวกันก็นำเอาเนื้อหาดังกล่าวไปพิมพ์ไว้ในแผ่นพับด้วย (สื่อเชิงรุก) หรือป้ายประกาศโฆษณา (สื่อเชิงรับ) ที่ติดตามรถประจำทาง ทำให้กลายเป็นสื่อเชิงรุกไป

7. การสื่อสารขาเข้า/การสื่อสารขาออก ในแต่ละเครือข่ายควรมีทั้งการสื่อสารขาเข้าที่นำเข้ามาจากภายนอก เช่น ความรู้ ประสบการณ์ ข่าวสารข้อมูล ฯลฯ และการสื่อสารขาออกคือการนำความรู้ประสบการณ์ บทเรียนของเครือข่ายออกไปแลกเปลี่ยนเผยแพร่กับภายนอก ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการพบปะหน้าตาของสมาชิกในตำแหน่ง สตาร์/ผู้ประสานงาน หรือระดับหัวหน้าดังที่กล่าว

8. การสื่อสารแบบทางเดียว/การสื่อสารสองทาง การสื่อสารแบบทางเดียว เช่น จดหมายข่าวแจ้งสมาชิก การเรียกประชุม การออกคำสั่ง ฯลฯ การสื่อสารสองทาง เช่น การเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น แต่ก็คำนึงถึงสภาวะการณ์ เช่น การสื่อสารแบบสองทางใช้สำหรับระดมความคิดเห็นที่หลากหลาย ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในขณะที่การสื่อสารทางเดียว เหมาะสำหรับการรวมศูนย์เพื่อปฏิบัติการและติดตามผลงาน เป็นต้น

9. การสื่อสารแบบพูดคุย-ลายลักษณ์อักษร กับการสื่อสารแบบเป็นกันเอง-เป็นทางการ จุดสำคัญอยู่ที่เลือกใช้ให้เหมาะกับเป้าหมายของการสื่อสารเช่นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงหรือตัวเลข ควรใช้การสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษรมากกว่าปากเปล่า เป็นต้น

10. เป้าหมายของการสื่อสาร เป็นต้นว่า ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สร้างความเข้าใจร่วมกัน ใ้มน้ำวชักชวน สร้างความโปร่งใส กระตุ้นกระบวนการทำงาน สร้างความเชื่อมั่น เจรจาต่อรอง ฯลฯ แต่ผู้ที่ใช้การสื่อสารจะต้องชัดเจนต่อเป้าหมายของการสื่อสารในแต่ละครั้ง

11. ขอบเขตของการสื่อสาร การสื่อสารของเครือข่าย อาจแบ่งตามขอบเขตได้ 2 ส่วน การสื่อสารภายในเครือข่ายเอง และการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับภายนอก

วงจรชีวิตของเครือข่าย

ธรรมชาติประการหนึ่งของเครือข่าย คือ เกิดง่าย สลายเร็ว และเครือข่ายก็ยังมีวัฏจักรชีวิตของตนเอง กล่าวคือ หลังจากเครือข่ายถือกำเนิดก่อตัวแล้ว เครือข่ายก็จะมีพัฒนาการความเจริญเติบโต จากนั้นในบางช่วงจังหวะ เครือข่ายอาจไม่กระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลาหรืออาจขาดหายไป และหากมีการฟื้นฟู เครือข่ายก็อาจถือกำเนิดอีกครั้ง อาจมีช่วงเวลาซบเซาบ้าง แต่หากมีการทำกิจกรรมของเครือข่ายเสมอๆ เครือข่ายก็จะมีอายุยาวนาน

นอกจากนี้ พัชนี เชยจรรยา และคณะ (2541) สรุปว่า เครือข่ายการสื่อสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1. เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง (Emergent Communication Network) เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านทางช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจตรงกันข้ามเครือข่ายเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารที่ต่างๆกัน จากการศึกษาพบว่า เมื่อเวลาผ่านไป เครือข่ายที่เกิดขึ้นนี้จะค่อยๆกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ (Unstructured) อื่นๆ ส่วนเป็นการแลกเปลี่ยนสารในเครือข่ายเหล่านี้

2. เครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้ (Prescribed Communication Network) เป็นประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายที่ได้มีการวางแผนอย่างแน่นอน ดังนั้น เครือข่ายเหล่านี้มีโครงสร้างที่มีแบบแผน บทบาทและสถานภาพของสมาชิกจึงเป็นส่วนที่ควรพิจารณาอย่างมาก ชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ทุกวันนี้ต้องการวางรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารแทบทั้งสิ้น

เครือข่ายทั้งสองประเภทต่างมีเครือข่ายต่อเนื่องกัน (Net Connectivity) คือ เส้นทาง การติดต่อที่สมาชิกสามารถสื่อสารเข้าถึงสมาชิกอื่นในเครือข่ายแบบ All Channel Net คือสมาชิกทุกคนจะมีทางติดต่อถึงกันได้หมด ในขณะที่เครือข่ายแบบ Restricted Net สมาชิกบางคนมีทางสื่อสารถึงบุคคลอื่นๆในเครือข่ายได้อย่างจำกัด หรืออาจไม่มีทางสื่อสารถึงบุคคลอื่นเลย

สำหรับการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน ฯลฯ ซึ่งแต่ละภาคีนั้นต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง แต่มีเป้าหมายร่วมกัน คือ เพื่อเป็นการเผยแพร่และขับเคลื่อนแนวคิดสังคมสีเขียวให้เกิดขึ้นในสังคมไทย มีการใช้ประเด็นในเรื่องแนวคิดสังคมสีเขียวซึ่งเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ในสังคมไทยเป็นเกณฑ์ ดังนั้น เครือข่ายที่เกิดขึ้นจึงมีขนาดใหญ่ระดับมหภาค (Supra Network) ซึ่งจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เครือข่ายที่เกิดขึ้นมีเป้าหมายของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจากเดิมจำกัดอยู่ในแวดวงนักวิชาการและสถาบันศึกษาเท่านั้น แต่ปัจจุบัน เกิดในภาคส่วนอื่นมากขึ้น เช่น ภาคธุรกิจ องค์กรภาคประชาชน ภาคประชาสังคม ในรูปแบบการประชุมระดมสมอง สัมมนา เสวนา เป็นต้น

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของเครือข่ายพบว่า ศูนย์กลางการสื่อสารหรือสตาร์ที่มีเส้นสายการสื่อสารมากกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งเป็นคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีผู้ประสานงานในเครือข่าย ซึ่งเป็นระดับเลขานุการ มีชุมสายย่อย (Node) เนื่องจากเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ดังที่กล่าว (Supra Network) จึงมีชุมสายย่อยในแต่ละมิติคือภาคีการพัฒนาต่างๆ เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ สื่อมวลชน เป็นต้น มีระดวิดัดน้ำตรงชายเขต ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายองค์กรกับเครือข่ายอื่นๆ ในที่นี้คือสำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

พิจารณาในส่วนของการสื่อสาร การเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวในรูปแบบการสัมมนา/เสวนา นับเป็นการสื่อสารแนวนอนที่สมาชิกสามารถร่วมปรึกษาหารือ หรือแสดงความคิดเห็นได้ กระนั้น ก็ยังมีทิศทางแนวดิ่ง เช่น สตาร์สั่งการผู้ประสานงาน การใช้สื่อในการเผยแพร่ ได้แก่ สื่อบุคคล คือ บุคคลที่มีหน้าที่ในการเผยแพร่สังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงในแต่ละภาคีการพัฒนา ซึ่งได้แก่ ผู้บริหาร นักวิชาการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น สื่อเฉพาะ ได้แก่ รายงานประจำปีของสศช. วารสารเศรษฐกิจและสังคม วารสารของแต่ละองค์กรที่เป็นภาคีการพัฒนาในแต่ละมิติ บทความวิชาการ รายงานการประชุมประจำปี ฯลฯ สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดประชุม การอภิปราย สัมมนา เสวนาระดมสมอง การจัดนิทรรศการ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสื่อใหม่ คือ เว็บไซต์ขององค์กรที่ทำการเผยแพร่แนวคิด

สื่อต่างๆดังกล่าว หากพิจารณาในแง่ความเป็นสื่อเชิงรุก-สื่อเชิงรับ ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นลักษณะสื่อเชิงรับแก่กลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจเท่านั้น เช่น สื่อเฉพาะ สื่อใหม่ และสื่อกิจกรรมที่ผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจต้องแสดงความจำนงต้องการจะรับทราบข่าวสารเสียก่อน ในส่วนของการสื่อสารขาเข้า-การสื่อสารขาออก สตาร์(ผู้บริหาร)ผู้ประสานงาน(ระดับ

เลขานุการ) และระหัดวิดน้ำ (สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา) จะมีบทบาทสำคัญในการนำข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องเข้าสู่สำนักงาน หรือเผยแพร่ความรู้ใหม่สู่ภาคีการพัฒนา เครือข่ายอื่นๆหรือสาธารณชนทั่วไป และจากความจริงที่ว่าเครือข่ายเกิดง่ายแต่สลายเร็ว ดังนั้นการจัดกิจกรรมต่างๆว่าด้วยการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดประชุม สัมมนา แลกเปลี่ยนความรู้ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น จะเป็นการสร้างความแข็งแกร่งแก่เครือข่ายให้เกิดความยั่งยืน

5. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ภายใต้กระบวนการทัศน์ทางเลือก แนวคิดในการพัฒนาสังคมซึ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) นั่นคือ การสนทนาโต้ตอบกันในลักษณะของการปรึกษาหารือเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกหันหน้าเข้าหากัน เจรจากัน เพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น หลักการและแนวทางที่หลากหลายสำหรับการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับสังคมของตน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2542) นอกจากนี้ วิธีการทำงานแบบรัฐเป็นฝ่ายวางแผนแล้วสั่งการ โน้มน้าวให้ประชาชนปฏิบัติตามนั้น ได้พิสูจน์แล้วว่าเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ ก็ได้ถูกนำมาใช้เพื่อตอบโจทย์ในส่วนของการขยายการทำงานและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวนั่นเอง

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร สามารถพิจารณาได้ 2 ทาง (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) คือ

1. การใช้การสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในสาธารณะ เช่น การทำประชาพิจารณ์ การสำรวจชื่อประชาชน 50,000 คนเพื่อถอดถอนส.ส. เป็นต้น
2. การเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการของสื่อเอง ซึ่งสามารถทำได้ 3 ระดับ ดังต่อไปนี้
 - 2.1 การรับฟังเสียงสะท้อนของประชาชนในฐานะผู้รับสารที่ตื่นตัว การมีส่วนร่วมในระดับนี้จำเป็นสำหรับสื่อทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุชุมชน
 - 2.2 การมีส่วนร่วมในการผลิต โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนกลุ่มใด ก็ควรให้เจ้าของเรื่องสร้างแง่มุมเนื้อหาที่จะนำเสนอ อันเป็นแนวคิดเรื่องสิทธิในการเป็นผู้ส่งสาร

2.3 การมีส่วนร่วมในระดับการวางนโยบายและวางแผนการใช้สื่อ ตัวอย่างที่เห็นเป็นรูปธรรมในปัจจุบันคือ หอกระจายข่าวและวิทยุชุมชน การมีส่วนร่วมในแต่ละระดับจำเป็นต้องมีปัจจัยและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย

หลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549)

1. ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม(Various Participants) Grey –Felder (2001) กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือเสียงของบุคคลที่หลากหลาย เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็น และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ดังนั้น กลุ่มผู้จัดกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ อาทิ การประชุม การเสวนา หรือการจัดกิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ จำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับความหลากหลายของประชาชนหรือกลุ่มบุคคล

2. การเข้าถึงสื่อ(Media Accessibility) แนวคิดนี้ พัฒนามาจากทฤษฎี Democratic Participatory Media ซึ่งย้ำให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อประเภทต่างๆ นอกจากนั้น บุคคลยังมีสิทธิในการสื่อสารและแสดงความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆและการมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ

3. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์(Human Potential) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญต่อการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม Singhal (2001) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะสามารถดำเนินไปได้อย่างดี หากบุคคลที่เกี่ยวข้องคำนึงเสมอว่า ทุกคนมีสิทธิและหน้าที่ในการกำกับ ดูแล และติดตามกระบวนการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะต่างๆอย่างใกล้ชิด ตลอดจนร่วมรับผลต่างๆที่สืบเนื่องจากการตัดสินใจเหล่านั้น

4. ความโดดเด่นของสาร(Salient Message) ประเด็นที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มักได้แก่ ประเด็นที่มีเนื้อหาในลักษณะ Liberative Content หมายถึง ประเด็นที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน หรือการตอบสนองของความต้องการของชุมชน หรือการเป็นประเด็นที่ชุมชนสามารถนำเนื้อหาสาระดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

ยิ่งไปกว่านั้น บุคคลที่รับผิดชอบในการจัดเตรียมข้อมูลต่างๆ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลด้านกว้างและข้อมูลด้านลึก ตลอดจนเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องได้ทำความเข้าใจกับประเด็นปัญหาต่างๆ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกัน ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญที่

จะช่วยให้บุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถเห็นความเชื่อมโยงระหว่างประเด็นต่างๆ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาที่ไปของประเด็นและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตน คนอื่นๆ และพื้นที่แวดล้อม นอกจากนี้ ยังช่วยให้บุคคลกล้านำเสนอมุมมองของตนอย่างเต็มที่

5. การปรึกษาหารือ(Dialogue) ซึ่งเป็นกระบวนการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยกระบวนการดังกล่าวให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ในทิศทางแบบแนวนอน(Horizontal Communication) ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องได้แลกเปลี่ยนข้อมูล มุมมอง และทัศนคติต่างๆอย่างสมดุล (Symmetry) (Rahim, 1999) และที่สำคัญ คือ การดำเนินการดังกล่าวดำเนินการบนพื้นฐานของการเคารพความคิดของทุกฝ่าย และความเชื่อที่ว่า ทุกฝ่ายต่างมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ลึกซึ้งต่อประเด็นปัญหาด้วยกันทั้งสิ้น

สิ่งสำคัญ ก็คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปรึกษาหารือ มิได้มีความหมายครอบคลุมเฉพาะผู้กำหนดนโยบายต่างๆเท่านั้น แต่บุคคลที่เกี่ยวข้องยังหมายถึง บุคคลที่อาจได้รับผลกระทบจากนโยบายต่างๆ หรือสมาชิกในชุมชนระดับท้องถิ่นด้วย ซึ่ง Gumucio Dagron (2001) เรียกบุคคลเหล่านี้ว่า กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์จากนโยบายต่างๆ (Beneficiaries)

6. การสนับสนุน(Facilitation) เนื่องจากการที่กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับ การสนับสนุนให้บุคคลที่หลากหลายได้มีโอกาสสื่อสารในลักษณะของการปรึกษาหารือร่วมกันในท่ามกลางประเด็นปัญหาที่ซับซ้อนและส่งผลกระทบอย่างกว้างขวาง ดังนั้น การดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องเกิดขึ้นภายใต้การออกแบบระบบสนับสนุนต่างๆ ซึ่งอาจแบ่งบทบาทของกลุ่มผู้สนับสนุนออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังต่อไปนี้

6.1 กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงเวทีประชุมแบบเห็นหน้าตากัน

เวทีประชุมในที่นี้ อาจเป็น เวทีของกลุ่มองค์กรชาวบ้าน เวทีของทางราชการ เวทีประชาคม เป็นต้นการออกแบบเวทีการประชุม อาจดำเนินการในรูปแบบของการจัดการประชุมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยมีบุคคลกลุ่มหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการประชุม ซึ่งมักนิยมเรียกบุคคลกลุ่มดังกล่าวว่า วิทยากรกระบวนการ (ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ และปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2547)

หน้าที่ของวิทยากรกระบวนการ ได้แก่ การออกแบบกระบวนการประชุม การสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมประชุมปรึกษาหารือกันบนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การจัดประกายให้ผู้เข้าร่วมประชุมร่วมมือกันต่อไปหลังการประชุมสิ้นสุด การสนับสนุนให้บุคคลที่

เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการประเมินและอธิบายแนวปฏิบัติการต่างๆ ตลอดจนการสนับสนุนให้เกิดการสะท้อนผลการปฏิบัติการหรือถอดบทเรียนร่วมกัน เป็นต้น

6.2 กลุ่มผู้สนับสนุนผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

อีกแนวทางหนึ่งของกลุ่มผู้สนับสนุนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ การนำกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) หรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เข้าไปเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินการต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์

การดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในด้านต่างๆ อาทิ การสนับสนุนให้พวกเขาได้พัฒนาทักษะการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ร่วมกัน และการฝึกปฏิบัติการคิดวิเคราะห์ในเชิงที่สามารถเชื่อมโยงปัญหาระดับบุคคลกับปัญหาเชิงโครงสร้างในระบบ ตลอดจนพิจารณาาร่วมกันเกี่ยวกับทางเลือกที่หลากหลายที่ใช้ประกอบการตัดสินใจแก้ไขปัญหา และการประเมินผลการปฏิบัติการในพื้นที่ ยิ่งไปกว่านั้น การวิจัยเชิงปฏิบัติการยังส่งผลกระทบต่อบุคคล ในด้านที่สนับสนุนให้บุคคลได้พบความเป็นจริงแห่งชีวิต อาทิ การได้รับประสบการณ์ในการเข้าถึงข้อมูลระดับกว้างและระดับลึก ตลอดจนได้มีโอกาสเรียนรู้ประสบการณ์ของผู้อื่นและพัฒนาประสบการณ์ร่วม ซึ่งนั่นหมายความว่า การนำไปสู่ความยั่งยืนที่สุด

ในที่นี้ บุคคลที่ทำหน้าที่หลักในการสนับสนุนการสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ได้แก่ นักวิจัย ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในด้านต่างๆ การดำเนินการแสวงหาแนวทางในการเข้าถึงกลุ่มบุคคลในพื้นที่ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาของกลุ่มบุคคลในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมกับกระบวนการวิจัย และการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ นอกจากนี้ นักวิจัยยังดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ และร่วมกับสมาชิกในชุมชนลงมือปฏิบัติการในพื้นที่ ตลอดจนการติดตามการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังการเริ่มต้นการปฏิบัติการ

การสนับสนุนในลักษณะดังกล่าว จะช่วยให้ทุกฝ่ายได้มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลด้วยความเท่าเทียมกัน ได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ร่วมกัน ได้ร่วมมือกันตัดสินใจดำเนินการต่างๆ บนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่และเปิดกว้าง ตลอดจนได้ร่วมมือกันติดตามความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในพื้นที่ และการนำข้อมูลเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

6.3 กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม

ในที่นี้ คือ การสนับสนุนขององค์กรภายนอก ซึ่งมักเป็นหน่วยงานราชการ นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในเชิงการกระตุ้นให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถก่อให้เกิดการเคลื่อนความคิดร่วมกัน (Collective Thinking) ไปสู่การลงมือกระทำต่าง ๆ ร่วมกัน (Collective Action) อย่างเต็มที่นั่นเองต่างๆ อาทิ การสนับสนุนด้านแหล่งทุนในการดำเนินการ การสนับสนุนเชิงนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินงาน

7. กระบวนการเชิงประชาธิปไตย (Democratic Process) กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มิได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงศักยภาพเท่านั้น แต่ยังผลต่อแนวคิดเรื่องอำนาจ (Power) ในชุมชน นั่นคือ เป็นการกระจายอำนาจจากบุคคลที่เคยมีอำนาจไปสู่ประชาชนระดับชุมชน นั่นหมายถึง การเพิ่มพลังอำนาจให้ชุมชน (Community Empowerment) และการฝึกฝนให้สมาชิกในชุมชนเรียนรู้การพึ่งกันเองระดับกลุ่ม (Collective Self-reliance) และการจัดการกันเอง (Self-management) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (Equality) ทั้งในการแสดงความคิดเห็น การพิจารณาปัญหาและทางเลือกต่างๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับทางออกที่เหมาะสม และการรับผิดชอบต่อผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกันในภายหลัง

สำหรับการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งกลุ่มผู้รับสารจะมีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นผู้ที่สนใจประชาชนทั่วไป หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ ภาคีการพัฒนาต่างๆ การมีส่วนร่วมในที่นี้ เป็นการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนทั่วไปและภาคีการพัฒนาเข้ามามีส่วนร่วมในสาธารณะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในการกำหนดทิศทางและแนวทางสังคมสีเขียวของประเทศ โดยผ่านการประชุมระดมสมอง อภิปราย สัมมนา ฯลฯ ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเชื่อมั่นในศักยภาพมนุษย์ซึ่งมีเท่าเทียมกันทั้งผู้กำหนดนโยบายและผู้ที่ได้รับผลกระทบ มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) สามารถแสดงความคิดเห็นได้ เป็นการสื่อสารแบบสองทางในแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งสศช. ต้องออกแบบการสื่อสารให้ครอบคลุมกลุ่มภาคีพัฒนาเหล่านั้นให้มากที่สุด โดยคำนึงถึงหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาแบบใหม่นี้

6. แนวคิดสังคมนีเขียว

ความหมายของสังคมนีเขียว

จากรายงานสรุปผลการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. เรื่องอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว ได้ให้ความหมายของสังคมนีเขียวไว้ดังนี้ สังคมนีเขียวมีความหมายที่ค่อนข้างกว้าง ไม่ได้จำกัดเพียงเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือการใช้ทรัพยากร แต่ต้องมีความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในการพัฒนาประเทศไปสู่ความยั่งยืนต้องใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ทำให้ระบบนิเวศเสียสมดุล

หากมองในแง่ของเศรษฐกิจสีเขียว(Green Economy) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนีเขียว ตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ เศรษฐกิจสีเขียว หมายถึง การพัฒนาความเป็นอยู่ของมนุษย์ ส่งเสริมความเป็นธรรมทางสังคม รวมทั้งลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศน์ ดังนั้น เศรษฐกิจสีเขียว จึงประกอบไปด้วยการลดก๊าซเรือนกระจก การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน

ในขณะที่สศช. ได้ให้คำนิยามเพิ่มเติมว่า การเติบโตของเศรษฐกิจสีเขียวถือเป็นการเติบโตที่เป็นการพัฒนาอันมุ่งไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมภายใต้แนวทางการพัฒนาดังกล่าว มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อเกิดก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม และไม่สูญเสียความสมดุลในการที่จะคำนวณการดำรงชีพ และสนับสนุนวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตของประชากรในทุกสาขาการผลิต (สศช.,2554)

โครงการจัดทำเอกสารเผยแพร่ Thailand Green Economy โดยสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (2555) มีกลุ่มเป้าหมายของโครงการผลผลิตและผลที่คาดว่าจะได้รับสรุปได้ดังตารางที่ 2.2 ได้เสนอว่าสำหรับบริบทของประเทศไทย แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวจะอิงหลักการดังต่อไปนี้

1. ไม่มีนิยามสากลหนึ่งเดียวสำหรับทุกประเทศ (no 'one-size-fits-all' approach) ความหมายขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละประเทศ (จากการเจรจาในเวทีระหว่างประเทศ)
2. เป็นหนทางไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและควรนำไปสู่การจัดความยากจน

3. การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของ 3 เสาหลัก ได้แก่ (1) เศรษฐกิจ (2) สังคม (รวมมิติทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ) และ (3) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีบูรณาการและสมดุล

4. เป็นระบบเศรษฐกิจทางเลือกต่างจากระบบเศรษฐกิจกระแสหลักในปัจจุบัน

5. เศรษฐกิจพอเพียงเป็นรูปหนึ่งของเศรษฐกิจสีเขียวในบริบทของประเทศไทย

6. มีรูปธรรมอื่นๆของเศรษฐกิจสีเขียวได้อีกนอกจากเศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 2.2 สรุปกลุ่มเป้าหมายผลผลิตและผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการจัดทำเอกสารเผยแพร่ Thailand Green Economy (2555)

กลุ่มเป้าหมาย	ผลผลิต	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
สังคมไทย	1. เว็บไซต์สาร 2. เอกสารเผยแพร่ ภาษาไทย	- ความตระหนักและการเรียนรู้ร่วมกัน - การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน
ผู้กำหนดนโยบาย ของ ไทยในภาคส่วนต่างๆ	3. เว็บไซต์สาร 4. เอกสารเผยแพร่ ภาษาไทย	ข้อมูลผลการดำเนินงานและความคิดเห็นจากภาคส่วน ต่างๆเพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้ประกอบการตัดสินใจ และกำหนดจุดยืนเชิงนโยบายของประเทศและภาคส่วน ต่างๆ
ประชาคมโลก	เอกสารเผยแพร่ ภาษาอังกฤษ	ประชาคมโลกเข้าใจจุดยืนของประเทศไทยในเรื่อง เศรษฐกิจสีเขียว

ที่มา : สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. โครงการจัดทำเอกสารเผยแพร่ Thailand Green Economy.2555.

ประเด็นสำคัญในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสีเขียว (กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง, 2553) ได้แก่

1. การปรับตัวของภาคอุตสาหกรรม สู่การผลิตแบบ Green/Low Carbon และใช้พลังงานทดแทน

2. การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการบริการด้านสุขภาพ

3. การฟื้นฟู ดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม
4. การใช้ประโยชน์จากมาตรการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ REDD PES Biodiversity Offsets
5. การปรับโครงสร้างภาคเกษตรไปสู่การผลิตที่ยั่งยืน
6. การเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงานและการขนส่งไปสู่การใช้พลังงานสะอาดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
7. การพัฒนาตลาดคาร์บอนเครดิต และ การใช้ประโยชน์จาก CDM
8. การใช้ประโยชน์จากการเป็นภาคีในประชาคมอาเซียน

การขับเคลื่อนการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ (สศช. 2555) มีดังต่อไปนี้

1. อนาคตเกษตรไทยสู่การเติบโตสีเขียว
2. อุตสาหกรรมสะอาด
3. มุ่งสร้างสรรค์การท่องเที่ยวสีเขียว
4. การพัฒนาระบบขนส่งและพลังงานเพื่อระบบเศรษฐกิจสีเขียว
5. เส้นทางสู่นวัตกรรมสีเขียว
6. สังคมสีเขียว : นวัตกรรมทางสังคมสู่การพัฒนาที่ทั่วถึงและยั่งยืน
7. การรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว

อาจกล่าวได้ว่านิยามของสังคมสีเขียว ประเด็นสำคัญในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสีเขียวทั้ง 8 ประเด็น และการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ นี้ เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาสาร (Message) เพื่อมุ่งไปสู่สังคมนี้นั่นเอง

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. **ชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552)** ได้ศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการของ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะของเครือข่าย คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง กระบวนการสื่อสารและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการสื่อสาร โดยคณะอนุกรรมการชุดนี้ได้มาจากการที่สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอร่างการสร้างขบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ พอเพียงต่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในการประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 7/2546 และคณะกรรมการฯ ก็มีมติเห็นชอบต่อร่างดังกล่าว และในปัจจุบัน คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงก็ยังคงมีอยู่ กลุ่มเป้าหมายของการขับเคลื่อน คือ สมาชิกและกลุ่มเครือข่ายภาคีด้านต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายคณะอนุกรรมการขับเคลื่อน เศรษฐกิจพอเพียงมีรูปแบบการรวมตัวที่เป็นทางการ ซึ่งมีความชัดเจนในการทำงาน เป็นต้นว่า ใน การดำเนินงานในแต่ละกระบวนการจะต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่แน่ชัดซึ่งปรากฏใน กระบวนการแต่งตั้งและการสื่อสารของสมาชิกเครือข่ายการมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่แน่ ชัดนับเป็นข้อเด่นของวัฒนธรรมการสื่อสารของรัฐหรือข้าราชการที่ต้องมีความชัดเจน ต่อเนื่อง มี การอ้างอิง โดยกระบวนการดังกล่าวดำเนินการตามคำสั่งของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีการแต่งตั้งโยกย้ายสับเปลี่ยนตำแหน่งในแต่ละระยะตามบทบาทและ ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกแกนนำ ไปสู่การเป็นที่ปรึกษาของเครือข่าย หรือจากตำแหน่ง เลขานุการไปสู่สมาชิกระดับแกนนำ ทั้งนี้ในกลุ่มดังกล่าวจะมีการติดต่อประสานงานในลักษณะ เป็นทางการสอดคล้องกับบทบาทการมีส่วนร่วมของตนตามไปด้วย นอกจากนี้ ภายในเครือข่ายยัง ได้มีการแบ่งโครงสร้างการดำเนินงานออกเป็น 3 ระดับ ประกอบไปด้วย โครงสร้างระดับที่ปรึกษา โครงสร้างระดับสมาชิก ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 10 คนในแต่ละระดับคณะทำงานตามกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มผู้นำทางความคิด สถาบันการศึกษา กลุ่มสื่อมวลชน ฯลฯ และโครงสร้างระดับงานเลขานุการ จำนวน 2-4 คน จากกลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียงภายในสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กระบวนการสื่อสารของเครือข่ายคณะอนุกรรมการฯประกอบไปด้วย 2 ส่วนหลักที่สำคัญ

ส่วนแรก คือ การสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย ได้แก่ 1. การศึกษาและ สังเคราะห์องค์ความรู้ 2. การรวมกลุ่มสมาชิกแกนนำ 3. การสรรหาสมาชิกแกนนำเพิ่มเติม 4. การ เชื่อมโยงเครือข่ายทั้งสามระดับ 5. การสื่อสารในระยะการขยายขอบเขตของเครือข่าย

ส่วนที่สอง คือ การสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับสาธารณชนเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ในประเด็นที่แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม และ 1 แนวร่วม ได้แก่ 1. นักธุรกิจ และองค์กรเอกชน 2. ข้าราชการ พนักงาน และองค์กรภาครัฐ 3. นักเรียน นักศึกษา 4. นักวิชาการและบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษา 5. สื่อมวลชน 6. องค์กรภาคประชาสังคมและชุมชน 7. แนวร่วมผู้นำทางความคิด

ปัจจัยหรือบริบทที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารของเครือข่ายซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะผู้นำเชิงบารมี ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงความต่อเนื่องในการศึกษาและเรียนรู้ ความตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มหรือเครือข่าย เครือข่ายและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอก ความหลากหลายของเนื้อหา ความสอดคล้องของเนื้อหากับช่วงเวลาในการสื่อสาร ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสาร และการเลือกใช้สื่อให้มีความเหมาะสมซึ่งนับเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารในแง่ผู้ส่งสารคือคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงกลุ่มต่างๆ เนื้อหาสารว่าด้วยเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง และการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมตามบริบทของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และเนื้อหาสาร

การศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ซึ่งศึกษาลักษณะเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ตรงกับแนวคิดการพัฒนาในช่วงกระบวนการทัศน์ทางเลือกที่นอกจากจะเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนแล้วยังเน้นทำงานในลักษณะเครือข่าย และแนวคิดสังคมสีเขียวก็อยู่ในกระบวนการทัศน์แบบทางเลือกเช่นกัน

สำหรับการศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวนี้ จะศึกษาต่อจากการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ในส่วนของการสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับสาธารณชน ซึ่งเครือข่ายของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งสิ้น 8 เครือข่าย (7 คณะทำงาน) โดยสมาชิกแกนนำในคณะอนุกรรมการฯ ได้รับบทบาท 2 สถานะ คือ อนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง และประธานคณะทำงานขับเคลื่อนทั้งสิ้น 8 เครือข่าย ตามความรู้ ความสามารถและความสมัครใจ อันได้แก่ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านผู้นำทางความคิด คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านวิชาการ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาครัฐ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านองค์กรภาคธุรกิจ คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสถาบันการศึกษา คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านประชาสังคม และคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านการเมือง ซึ่งทั้ง 8 เครือข่ายนี้ก็ได้อาจมาจากการเสนอชื่อ

ในที่ประชุมของสมาชิกคณะอนุกรรมการฯ ให้เป็นไปตามสภาพความเป็นจริงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

ผู้วิจัยได้เรียนรู้จากการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ในเรื่องของกลุ่มคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงที่มีพื้นฐานอยู่เดิมอยู่ 8 เครือข่ายดังกล่าวว่าสำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียวในลำดับต่อมาจะมีการเปลี่ยนคณะทำงานซึ่งเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในแต่ละเครือข่ายการทำงานในคราวเดียวกันหรือไม่ หากไม่เปลี่ยนหรือเปลี่ยนไม่มากนักก็จะมีต้นทุนการศึกษาอยู่บ้างแล้วในส่วนของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และการเก็บข้อมูล แต่หากเปลี่ยนไปทั้งหมด ก็เท่ากับเป็นการศึกษาที่เริ่มต้นใหม่ทั้งหมด

นอกจากนี้ การจะสื่อสารกันในเครือข่ายแต่ละกลุ่มนั้น ต้องตระหนักถึงความหลากหลายของเนื้อหา ความสอดคล้องของเนื้อหาการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มแต่ละเครือข่ายนั้น ซึ่งจะมีการประเมินผลจากผู้รับสารในแต่ละกลุ่มเครือข่าย

2. เกศรา บุรพาเดชะ (2549) ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนนี้เป็นของสำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร) เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อหาวิธีการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสื่อสารที่ใช้ในการดำเนินงานในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้นำการดำเนินการโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชนทั้งผู้นำแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ กลุ่มเกษตรกรและสมาชิกในชุมชน และกลุ่มสื่อมวลชนที่ทำข่าวเกี่ยวกับโครงการเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งสิ้น 40 ราย ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกในชุมชนมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯอย่างทั่วถึง โดยผ่านสื่อท้องถิ่นประจำชุมชน ได้แก่ หอกระจายข่าว เสียงตามสายและสื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชนที่มีความใกล้ชิดและสามารถเข้าถึงสมาชิกในชุมชนได้สะดวก การรณรงค์การประชาสัมพันธ์โครงการฯที่กลุ่มผู้ดำเนินการใช้ คือ การเน้นสัญลักษณ์ ได้แก่ การใช้ความเป็นโครงการในพระราชดำริ ชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมโครงการ เป็นการแสดงความจงรักภักดีด้วยการปฏิบัติตามพระราชดำริ และเมื่อเข้าร่วมโครงการแล้ว จะได้รับการจัดสรรที่ดินทำกิน แต่ปัญหาที่พบในการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง คือ การที่สมาชิกชุมชนบางคนยังคงยึดติดกับค่านิยมทางวัตถุในลัทธิทุนนิยม

รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในที่นี้ คือกลุ่มผู้นำชุมชนได้ชักชวนสมาชิกมาเข้าร่วมโครงการเศรษฐกิจพอเพียง โดยร่วมกันระดมสมองว่าปัญหาที่สมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ประสบ

ร่วมกันมีอะไรบ้าง โดยมากเป็นปัญหาในเรื่องความยากจน และชักชวนให้มาเข้าร่วมศูนย์เรียนรู้ เพื่อหาทางแก้ปัญหาดังกล่าว โดยตั้งใจด้วยการชี้ให้เห็นข้อดีของการเข้าร่วมโครงการว่า จะได้รับการจัดสรรที่ดินทำกินเมื่อผ่านการอบรมแล้ว นอกจากนี้ ยังพยายามชักชวนให้เห็นว่าเป็นการทำตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงเป็นบุคคลที่ได้รับความเคารพนับถือและจงรักภักดีจากสมาชิกในชุมชน

สมาชิกในชุมชนยังมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานพัฒนาของชุมชน กล่าวคือ ในการประชุมร่วมกันของคณะกรรมการบริหารศูนย์เรียนรู้ สมาชิกในชุมชนจะช่วยกันคิดหาทางว่าจะนำความรู้ที่ได้จากการไปดูงานและการอบรมของศูนย์เรียนรู้มาปรับใช้อย่างไร ทำการปรึกษาร่วมกัน และขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน เช่น การผลิต โดยยึดตลาดเป็นหลัก การหาแหล่งเงินทุน เทคนิควิธีการที่ใช้ในการทำการเกษตร เป็นต้น

จากการศึกษาของเกศรา บุรพาเดชะ (2549) ที่พบว่าการรณรงค์การประชาสัมพันธ์ โครงการของกลุ่มผู้ดำเนินการใช้ คือ การเน้นสัญลักษณ์ โดยใช้ความเป็นโครงการในพระราชดำริ ชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมโครงการ สำหรับการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว ก็ยังคงใช้ความเป็นสัญลักษณ์เช่นกัน สัญลักษณ์ในที่นี้ คือ วาทกรรมสีเขียว (Green) ที่ไม่ว่าทุกขั้นตอนการผลิตจนถึงการบริโภคจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทั้งหมด และการนำประเด็นโลกร้อนที่ทุกประเทศทั่วโลกกำลังกังวล การใช้สัญลักษณ์นี้ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ก็เพื่อให้ความรู้และชักจูงกลุ่มเป้าหมาย คือ สาธารณชนและภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง และสนใจรับทราบและนำไปปฏิบัติตาม

3. **ศุภานญา ธนวัฒน์เสรี (2550)** ศึกษาการจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน (จากทั้งหมด 7 คณะทำงานซึ่งเป็นโครงสร้างย่อย (Sub System) ที่เกิดขึ้นภายหลังการปรับกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อเดือนธันวาคม 2548 อันได้แก่ กลุ่มผู้นำความคิด กลุ่มวิชาการและการเมือง กลุ่มองค์กรภาครัฐ กลุ่มองค์กรธุรกิจเอกชน กลุ่มสถาบันการศึกษาและประชาชน กลุ่มประชาสังคม) โดยต่างก็อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำหรับคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน จะรับผิดชอบกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 กลุ่ม คือ สื่อมวลชนและประชาชน)

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ตัวแปรในที่นี้คือโครงสร้างการบริหารการจัดการและการสื่อสารของคณะทำงานฯมีลักษณะเด่นเฉพาะตัว คือ การที่คณะทำงานแต่ละท่านเข้ามาร่วมงานในลักษณะของอาสาสมัครและไม่มีการประเมินผลงาน ส่งผลให้การบริหารจัดการต้องมีรูปแบบที่สอดคล้องเอื้อต่อการทำงานภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว แนวทางการบริหารจัดการและการสื่อสารสำคัญที่ค้นพบว่าคณะทำงานฯได้นำมาใช้ ได้แก่ การสรรหาคณะทำงานโดยใช้การแนะนำต่อกัน โดย คณะทำงานชุดนี้เริ่มต้นด้วยบุคคลเพียง 2 ท่าน คือ คุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์ ซึ่งเดิมเป็นหนึ่งในคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ให้รับผิดชอบเป็นประธานคณะทำงานขับเคลื่อนด้านสื่อมวลชนและประชาชนประธานคณะทำงาน และคุณกัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์ของสศช. โดยได้รับมอบหมายจากสศช. ให้ช่วยงานในตำแหน่งเลขานุการ ทั้งสองท่านจึงเริ่มต้นสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมมาเข้าร่วมทำงาน โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือ ทำงานแบบอาสาสมัคร ไม่มีค่าตอบแทนในการทำงาน และจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานด้านสื่อมวลชนและประชาสัมพันธ์

ดังนั้น ในการสรรหาคณะทำงานและดำเนินการขับเคลื่อนจึงใช้วิธีการแนะนำต่อกันในลักษณะของห่วงโซ่ โดยเริ่มต้นชักชวนจากบุคคลใกล้ชิดที่มีความพร้อมจะทำงานในลักษณะของอาสาสมัคร และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมก่อน จากนั้นก็ช่วยหาคณะทำงานอื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติตามที่คณะทำงานต้องการต่อกันไป ซึ่งวิธีการนี้ เปรียบเสมือนส่งต่อ (Referral System) จากการสัมภาษณ์พบว่า คณะทำงานฯที่เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มีสายสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสมาชิกเดิม เช่น คุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์ คุณสุปรีย์ เป้าสิงห์สวຍ คุณสุนทรี ศรีธนะชัยโชค ได้รับการชักชวนผ่านทางคุณอภัยชนม์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ปรึกษาของคณะทำงานชุดนี้ ได้รับการชักชวนจากคุณมะลิวรรณ เดชาฤทธิ์ อีกทอดหนึ่ง เป็นต้นกล่าวได้ว่าเป็นการได้คณะทำงานที่มีความเห็นด้วยและความเชื่อมั่นต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง การประสานพลังในการทำงาน (Synergy) การเป็นผู้นำเชิงบารมี (Charismatic Leader) และมีการสื่อสารที่เน้นรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

ในส่วนกลยุทธ์การสื่อสาร แยกศึกษาตามกลุ่มเป้าหมายของคณะทำงานฯ ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชน และกลุ่มเป้าหมายประชาชน เหตุที่แยกศึกษากลยุทธ์การสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมาย เพราะสำหรับกลุ่มที่ทำงานในวิชาชีพสื่อมวลชน คณะทำงานฯมุ่งหวังให้สื่อมวลชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสามารถสื่อสารข้อมูลต่างๆต่อไปยังประชาชนทั่วไปอีกทอดหนึ่ง ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารจึงแยกเป็น 2 กลุ่มในส่วนกลุ่มเป้าหมายสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชน คือ ผู้ทวิคูณการสื่อสาร ซึ่ง

สามารถนำสารไปสู่กลุ่มประชาชนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว คณะทำงานจึงได้ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การสนับสนุนให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และการพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชน ส่วนในกลุ่มเป้าหมายประชาชน ใช้กลยุทธ์ ดังนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลายสืบเนื่องจากขอบเขตการทำงานของการขับเคลื่อนเป็นระดับภาพรวมของประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องบูรณาการช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมที่ใช้สื่อ (Media Activities) และกิจกรรมที่ไม่ใช้สื่อ (Non-Media Activities) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วไป ซึ่งมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และประสานความร่วมมือเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร โดยพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารของคณะทำงานมีความสอดคล้องกับแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ แนวคิดการติดตามและประเมินผล สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารนั้น การศึกษาแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนของปัจจัยภายในแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ปัจจัยภายในระดับตัวสารเอง ซึ่งพบว่าด้วยความยากและลึกซึ้งของเนื้อหาเศรษฐกิจพอเพียงที่ก่อให้เกิดความเข้าใจสับสน หรือเข้าใจไม่รอบด้าน นำไปสู่การให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ ส่วนปัจจัยภายในระดับองค์กร ก็คือปัจจัยด้านงบประมาณและบุคลากร ซึ่งบุคลากรในที่นี่ก็เป็นคนกลุ่มเดียวกับคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง อันเป็นปัจจัยเอื้ออำนวยส่งผลต่อกลยุทธ์การสื่อสาร ที่เน้นเรื่องของการประสานความร่วมมือ และการชักชวนเครือข่ายเพื่อให้เกิดการสนับสนุนการทำงานขับเคลื่อนในรูปแบบต่างๆ ได้ง่ายขึ้น

สำหรับปัจจัยภายนอก แบ่งเป็นปัจจัยภายนอกระดับภายในประเทศ และปัจจัยภายนอก ระดับภายนอกประเทศ ปัจจัยภายนอกระดับภายในประเทศ คือ กระแสเศรษฐกิจพอเพียงที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยได้รับแรงเสริมจากวาระเฉลิมฉลองการครองราชย์ครบ 60 ปี และวาระเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา จึงทำให้คณะทำงานฯ ประสบความสำเร็จอย่างมากในการประสานความร่วมมือจากเครือข่ายต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายสื่อมวลชน ส่วนปัจจัยภายนอกระดับภายนอกประเทศ คือ องค์กรระหว่างประเทศ และประเทศต่างๆ แสดงความเห็นด้วยหรือความชื่นชมต่อแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้มีโอกาสที่จะทำให้ประชาชนเกิดความตระหนักในคุณค่าหรือความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงในแง่ที่เป็นกระแสการพัฒนาของโลก

สำหรับการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ในส่วนของเนื้อหาสาระ อาจประสบปัญหาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในการศึกษาของศุภานา ธนวัฒน์เสรี (2550) เนื่องจากความลึกซึ้งของเนื้อหาสังคมสีเขียวที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจสับสนแก่กลุ่มเป้าหมายคือภาคีเครือข่ายต่างๆ ดังนั้น จึงมุ่งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ และนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความกระจ่างชัดเจนในแนวคิดสังคมสีเขียวของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย

4. วิลาสินีย์ บุญเรือง (2549) ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และการมีส่วนร่วมของครูและเยาวชนที่อยู่ในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่า

1) กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาเยาวชน ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ กลยุทธ์การใช้สื่อ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่าย

2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ คือ ให้ความรู้ด้านบริหารจัดการการเงินในโครงการ (ธุรกิจ) เน้นการบริหารรายรับ-รายจ่าย และความรู้ด้านการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล เน้นการลงทุน การออมในระยะยาว โดยนำเสนอความรู้โดยเน้นการบรรยายเป็นหลักจากสิ่งทีวิทยากรถนัด (พนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)) จากการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน

3) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นการพูดโน้มน้าวใจพร้อมกับให้ความรู้แก่ครูและเยาวชน ให้เห็นความสำคัญกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เรื่องของการบริหารจัดการการเงินโดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก

4) กลยุทธ์การใช้สื่อ พบว่า สื่อที่ใช้ในโครงการพัฒนาเยาวชน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสื่อบุคคลเป็นสื่อที่สำคัญที่สุด ทั้งนี้เยาวชนได้ให้คำแนะนำกับสื่อเฉพาะกิจว่า อยากได้รูปแบบที่แปลกใหม่มีอักษร รูปภาพและสีสันที่ดึงดูดใจ

5) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่าย แบ่งเป็นการสร้างเครือข่ายในธนาคาร และการสร้างเครือข่ายภายนอกธนาคาร โดยการสร้างเครือข่ายภายในธนาคารใช้การสื่อสารผ่านสื่อและการสื่อสารตัวต่อตัว โดยพนักงานต่างก็มีความสนใจในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนกัน และต่างก็มีความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมอยู่แล้วสำหรับการสร้าง

เครือข่ายภายนอกธนาคาร ได้อาศัยการจูงมือกับองค์กรอื่นที่ทำโครงการเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนอยู่ก่อนแล้ว

6) การมีส่วนร่วมของครูและเยาวชนที่ร่วมโครงการพัฒนาเยาวชน คือโรงเรียนได้นำองค์ความรู้ที่ธนาคารให้มาบูรณาการเข้ากับกิจกรรมและการเรียนการสอน โดยโรงเรียนจุฬาราชวิทยาลัย เพชรบุรี ดำเนินโครงการ “สุดยอดคนประหยัด” และโรงเรียนโยธินบูรณะ ดำเนินโครงการ “สมุดบันทึกการออม”

7) สำหรับแนวทางการมีส่วนร่วมพบว่า กิจกรรมการแจกของแถมเป็นสิ่งที่เยาวชนให้ความสนใจ ส่วนกิจกรรมการมีส่วนร่วมเยาวชนให้ความสนใจในเนื้อหาที่มีความทันสมัย โดยต้องการให้เสนอในรูปแบบของละคร การ์ตูน นิทาน เกม ด้านสื่อบุคคลพบว่ามีความน่าเชื่อถือ แต่อยากให้มีการสร้างอารมณ์ขันมากกว่านี้

จากการศึกษาของวิลลาซินีญ์ บุญเรือง (2549) ในประเด็นการโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคล เป็นสื่อหลัก เพราะสื่อบุคคลของธนาคารเป็นวิทยากรที่มีความรู้ มีผลกับผู้รับสารโดยตรง และวิทยากรจะเป็นผู้ประเมินได้ว่า ถ้าจะมีการบรรยายในครั้งต่อไป จะเพิ่มสื่ออะไรเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ฟัง คือครูและนักเรียนให้มากที่สุด

สำหรับการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวในส่วนของกรให้ความรู้และการโน้มน้าวใจ ก็ยังคงใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักขององค์กรเช่นกัน โดยสื่อบุคคลในที่นี้ คือ ผู้บริหารที่ทรงคุณวุฒิ มีความชำนาญในส่วนของเนื้อหา

ในส่วนของแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั้น ด้วยความที่ว่สังคมสีเขียวยังคงเป็นเรื่องที่ใหม่ในสังคมไทย การสร้างการมีส่วนร่วมก็ยังคงเป็นเรื่องที่จำเป็นในระดับหนึ่งซึ่งการจัดประชุมระดมความเห็นในแต่ละครั้ง จะมีการให้ลงทะเบียนหน้างานก่อนทุกครั้ง และผู้ที่มาเข้าร่วมนั้นก็มักมาจากหน่วยงานเดิมที่สศช.ได้เคยส่งจดหมายเชิญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้นว่า โทรศัพท์ โทรสาร หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและเกิดเป็นเครือข่ายกลุ่มต่างๆให้เกิดขึ้น

5. **ลวณรัตน์ รื่นบรรเทิง (2547)** ศึกษาการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนร่วมด้วยช่วยกันสำนึกรักบ้านเกิด ตามทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ของบริษัทยูไนเต็คคอมมูนิตี้ อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) หลังจากได้มีการปฏิบัติตามแนวพระราชดำริขั้นที่ 1 ที่ว่าชาวบ้านทำกินให้พอเพียงเพื่อเลี้ยงชีพ ขั้นที่ 2 คือเมื่อเหลือจากการเลี้ยงชีพ ชาวบ้านจะรวมตัวกันในกลุ่มหรือสหกรณ์ เพื่อผลิตหาตลาดและส่งเสริมการขาย และทั้งสองขั้นนี้จะเกิดประโยชน์สูงสุด โดยการปฏิบัติขั้นที่ 3

นั่นคือ บริษัทใหญ่เห็นความสำคัญขององค์กรการเกษตร เข้ามาสนับสนุนเชื่อมโยงให้ชาวบ้านและชุมชนเกิดการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันให้เกิดการพัฒนาจากฐานอย่างยั่งยืน สำหรับผลการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน ร่วมด้วยช่วยกัน สำเนียงรักบ้านเกิด นั้นมีแนวคิดจากการเล็งเห็นถึงศักยภาพของบริษัทในการช่วยเหลือสังคมโดยเน้นไปที่ภาคการเกษตรให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้ในการดำเนินงานได้น้อมนำทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ตามแนวพระราชดำริมาเป็นกรอบในการปฏิบัติ โดยนำเอาความเข้มแข็งที่บริษัทมี นั่นคือ การสื่อสารและเทคโนโลยี ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียงผ่านทางรายการร่วมด้วยช่วยกัน และสื่อเทคโนโลยีผ่านทางเว็บไซต์รักบ้านเกิดต่อทคอม มาเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลผ่านสื่อดังกล่าว และปฏิรูปตัวเองให้เกิดการพัฒนาต่อไปได้

บริษัทได้แบ่งแยกตามศักยภาพและความแข็งแกร่งของหน่วยงานต่างๆเป็น 4 เครือข่าย ประกอบด้วย 5 หน่วยงาน ได้แก่

เครือข่ายสร้างคน สร้างจิตสำเนียงรักบ้านเกิด รักประเทศไทย โดยจัดตั้งเป็นมูลนิธิสำเนียงรักบ้านเกิดเพื่อให้ทุนการศึกษากับเยาวชน เพื่อนำความรู้ความสามารถกลับไปพัฒนาบ้านเกิดของตน

เครือข่ายข้อมูลข่าวสาร โดยการดำเนินงานผ่านสถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกันรวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ร่วมด้วยช่วยกัน เพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงประชาชนในชุมชนเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อีกทั้งเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์การดำเนินงานในแต่ละเครือข่ายเพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ เกิดการร่วมมือช่วยเหลือกันในด้านต่างๆ ผลักดันให้การดำเนินงานของแต่ละเครือข่ายประสบความสำเร็จได้

เครือข่ายธุรกิจชุมชน ประกอบด้วยส่วนงานของสหกรณ์ร่วมด้วยช่วยกัน จำกัด เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้ผลิต และผู้ขายสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าได้โดยตรง โดยการเชื่อมโยงองค์กรเครือข่ายในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท และส่วนงานของเครือข่ายสมาชิกบ้านเกิด เพื่อช่วยเหลือร้านค้าปลีกอันเป็นหน่วยเล็กของสังคมให้เกิดการพัฒนา มีความเข้มแข็งและสามารถต่อสู้ได้ต่อไป และเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสำคัญให้กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าชุมชนต่างๆให้สามารถขยายช่องทางจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคได้มากและทั่วถึงที่สุด

เครือข่ายเทคโนโลยี โดยการติดต่อสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์รักบ้านเกิดนั้น จะสามารถเชื่อมโยงคนในสังคมให้สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้สะดวกทุกที่ ทุกเวลาเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้ศักยภาพเรื่องเทคโนโลยีของบริษัท

จากเครือข่ายทั้งสิ้นข้างต้น จะพบว่า มีประเด็นหลักอยู่ 2 ประเด็น คือ ประเด็นรักบ้านเกิด รักประเทศไทยเพื่อสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่กลุ่มเป้าหมาย และประเด็นร่วมด้วยช่วยกัน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งหมดให้เกิดขึ้น

การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. รวมถึงแต่ละภาคีการพัฒนา อาจตรงกับ การศึกษาของลัดวันภรณ์ รื่นบันเทิง(2547) กล่าวคือ การนำเอาจุดแข็งของแต่ละภาคที่มีมาร่วม ขับเคลื่อน เป็นต้นว่า ภาครัฐคงทนไม่มีวันล้ม ภาคเอกชนที่เป็นผู้ปฏิบัติมีความสำคัญในการ ขับเคลื่อน ภาคประชาสังคม-ภาคประชาชนมีความเข้มแข็งจากการรวมตัวกัน ภาควิชาการเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลในการขับเคลื่อน และภาคสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นผู้แพร่กระจายข่าวสารไปยัง สาธารณชน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)ได้แบ่งวิธีการวิจัยออกเป็นดังนี้

ศึกษาการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2553 จนถึง 31 ธันวาคม 2555 ย้อนหลัง 3 ปีคือปีพ.ศ.2553-2555 เนื่องจากการประกาศใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เริ่มใช้ครั้งแรกในเดือนตุลาคม 2554 อีกทั้งช่วงระยะเวลาหลังปี 2550 เป็นต้นมา เริ่มมีกระแสโลกร้อน(Global Warming) และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ(Climat Change) บวกกับข้อจำกัดทางระยะเวลาจึงศึกษาก่อนที่จะมีการประกาศใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สองปี(พ.ศ.2553-2554) และระหว่างการใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 หนึ่งปี(พ.ศ.2555) โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร(Documentary Research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview)จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนจากสำนักงานประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะผู้ส่งสารและศึกษาการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของภาคีการพัฒนาในฐานะผู้รับสารตาม 7 ประเด็นหลักของการพัฒนาในสังคมสีเขียว ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และเมืองสีเขียว โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 18 ท่าน การสื่อสารภายในเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. และการสื่อสารของเครือข่ายผู้สาธารณชนภายนอก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งที่มาของข้อมูล

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์และมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. **ข้อมูลด้านบุคคล** ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากรายงานการประชุมประจำปี 2555 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้ได้รายชื่อสมาชิกหรือแกนนำ และกลุ่มเครือข่ายคนอื่นๆ

เพิ่มเติมในฐานะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อใช้ในการศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ของเครือข่ายการทำงาน รูปแบบการไหลของข่าวสาร และการแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในเครือข่ายระหว่างเครือข่าย และเครือข่ายกับสาธารณชน ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่ได้สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายตามที่ระบุไว้ทั้งหมด ผู้วิจัยจะใช้วิธีการนำบทสัมภาษณ์ที่มีการเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ มาวิเคราะห์ ประกอบกับขอสัมภาษณ์บุคคลใกล้ชิด หรือผู้ที่มีตำแหน่งรองลงมาจากกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ส่งสาร ได้แก่ คุณธานินทร์ ณะเอมรองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคุณตฤตถ์ นพคุณ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ผู้รับสาร ได้แก่ ภาคีการพัฒนาที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียวตาม 7 ประเด็นหลัก จำนวน 16 ท่าน ดังนี้

(1) ภาคีด้านการเกษตร ได้แก่

คุณขวัญชัย	หมื่นยิ่ง	นักวิชาการและเว็บมาสเตอร์มูลนิธิชีววิถี
คุณจากรินทร์	เนติเชียร	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการสำนัก บริหารงานพาณิชย์ภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวง พาณิชย์
คุณทัศนีย์	แน่นอุดร	หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสารฉลาดซื้อ

(2) ภาคีด้านอุตสาหกรรม ได้แก่

ดร.บัณฑิต	เศรษฐศิริโรตม์	ผู้อำนวยการสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม
คุณพีรพร	พลະพลีวัลย์	ผู้อำนวยการศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

(3) ภาควิชาด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

ผศ.ดร.จิรพล	สินธุนาวา	รองประธานกรรมการมูลนิธิใบไม้เขียว
คุณปิยะทิพย์	เอี้ยวพานิช	ผู้อำนวยการร่วมโครงการเพิ่มศักยภาพการใช้ มาตรการเศรษฐกิจเพื่อคงคุณค่าระบบนิเวศและ ความหลากหลายทางชีวภาพ องค์การความร่วมมือ ประเทศของเยอรมัน(GIZ)
คุณอรุษา	นวราช	กรรมการผู้จัดการโรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์

(4) ภาควิชาด้านระบบขนส่งและพลังงาน ได้แก่

คุณฤกษ์ฤทธิ	เคนหาราช	ผู้อำนวยการกลุ่มพลังงานทดแทน สำนักงาน นโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน
คุณภาณุมาศ	ศรีสุข	ประธานกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและที่ปรึกษากรรมการ ผู้จัดการใหญ่บริษัทเอสซีจี ดิสทริบิวชัน จำกัด
คุณชัชชัย	วงศ์สงวน	ผู้จัดการพัฒนาและบริหารผู้ขนส่ง บริษัทเครือ ซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

(5) ภาควิชาด้านนวัตกรรมสีเขียว ได้แก่

ดร.ทรงพล	ดีจงกิจ	กรรมการผู้จัดการบริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด)
----------	---------	---

(6) ภาควิชาด้านนวัตกรรมสังคม ได้แก่

ดร.สมชัย	จิตสุชน	ผู้อำนวยการวิจัยด้านการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวม และการกระจายรายได้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนา
----------	---------	--

ประเทศไทย

คุณอรันดร อชาพิลาส

ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Be Magazine

(7)ภาคีการรับมือภัยพิบัติ ได้แก่

ดร.อดิสรวิศรางกูร ณ อยุธยา

ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ผศ.ดร.นพรัตน์ ตาปนานนท์

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ข้อมูลด้านเอกสาร ได้แก่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่งานปฏิบัติ ร่างคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่งานปฏิบัติ รายงานสรุปผลการประชุมและเอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2553-2555 ของสศช. รายงานประจำปี 2553-2555 ของสศช. วารสารเศรษฐกิจและสังคม ฉบับปี 2553-2555 และข้อมูลทางเว็บไซต์ของสศช. รวมถึงภาคีการพัฒนาสังคมสีเขียว ตาม 7 มิติ คือ กระทรวงพาณิชย์ มูลนิธิชีววิถี นิตยสารฉลาดซื้อ สถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ มูลนิธิใบไม้เขียว โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ กระทรวงพลังงาน บริษัทเอสซีจี โลจิสติกส์ แมเนจเม้นท์ จำกัด สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI) และ BE Magazine

นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลด้านเอกสารของภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ ได้แก่ จัปกระแส Rio+20 สู่สังคมไทย ศึกษาการติดตามความเคลื่อนไหวของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา รายงานการศึกษาเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม วารสาร'รักษ์พลังงาน' แผนงานสนับสนุนความมั่นคงทางอาหาร (2553-2556) คู่มือประชาชน เรื่องความ(ไม่)มั่นคงทางอาหารกับทางออกของประเทศไทยคู่มือเทคโนโลยีสะอาด สำหรับประชาชน Thailand Organic Mapping แสดงทำเนียบผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์ภายในประเทศทั้งหมด และ SE Catalog รวมกิจการเพื่อสังคมในไทย

ขั้นตอนในการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้กำหนดขั้นตอน ดังนี้

1. ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ

2. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษา

3. ติดต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ให้ข้อมูลด้านการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสศช. และภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติเพื่อสร้างความสัมพันธ์เบื้องต้น และสร้างความเข้าใจของวัตถุประสงค์การวิจัย ตลอดจนนัดวัน เวลา และสถานที่ที่เหมาะสมและสะดวกในการสัมภาษณ์

4. จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และชัดเจน อาทิ เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป รายการประเด็นคำถาม แบบสัมภาษณ์ เป็นต้น

5. เข้าพบกลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง และทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

6. ขั้นบันทึกรายละเอียดของข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปบันทึกเสียงภายหลังจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และเรียบเรียงเป็นลายลักษณ์อักษรโดยแยกข้อมูลตามแต่ละประเด็นที่ทำการสัมภาษณ์ เพื่อความสะดวกในการสรุปขั้นตอน และกลยุทธ์ต่างๆที่สศช. และภาคีการพัฒนานำมาดำเนินการ ในการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้ได้มาซึ่งผลสรุปโดยรวม

7. ขั้นสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอข้อมูลและรายละเอียดที่ได้รับจากการเก็บข้อมูล หลังจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดสิ้นสุดลง มาสรุปวิเคราะห์ผลอย่างละเอียด โดยอาจต้องขอความอนุเคราะห์จากผู้รู้ หรือแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่ได้มีการรวบรวมไว้ ประกอบการวิเคราะห์เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งหากต้องการได้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความครบถ้วนสมบูรณ์ จึงมีความจำเป็นต้องมีเครื่องมือช่วยในการวิจัย อันประกอบไปด้วย

1. ตัวผู้วิจัย ซึ่งเป็นผู้เก็บข้อมูลเอง

2. เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป

3. แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview)ซึ่งใช้แนวทางจากกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่นำมาศึกษาครั้งนี้ โดยแบบสัมภาษณ์จะเป็นแนวคำถามปลายเปิด (Opened Question) ที่ไม่ชี้นำคำตอบ

4. ข้อมูลที่เผยแพร่จากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ รายงานการศึกษา เอกสารวิชาการ วารสารขององค์กร บทความ รายงานประจำปี รายงานการประชุมประจำปีของสศช. เป็นต้น และสื่อใหม่ คือ ข้อมูลจากเว็บไซต์สศช.และภาคีการพัฒนา

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

1. กลุ่มประเด็นคำถามเรื่องการดำเนินการ/เผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

- องค์กรของท่านได้มีการวางแผนในการดำเนินการ/เผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวไว้อย่างไร และเป็นไปตามที่วางแผนไว้หรือไม่

- งบประมาณที่ได้รับเพื่อดำเนินการ/การเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆเพียงพอหรือไม่ และมีการนำไปใช้อย่างไร

- องค์กรของท่านได้ทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นอีกหรือไม่เพื่อดำเนินการ/เผยแพร่ขับเคลื่อนสังคมสีเขียว (เป็นต้นว่า ภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน ภาควิชาการ สถาบันการศึกษา ฯลฯ)

- ปัจจัยที่สนับสนุนในการดำเนินการ/เผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวขององค์กรท่านคืออะไร

- ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการ/เผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวคืออะไร

- ประเด็นที่สื่อสารออกไปภายนอกมีอะไรบ้าง มีกรอบที่ยึดถือในการเผยแพร่เนื้อหาอย่างไร

- บุคคลที่มีบทบาทในการออกสื่อต่างๆแต่ละครั้งมีใครบ้าง

- สื่อหรือช่องทางที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายมีอะไรบ้าง และเหตุผลที่เลือกใช้เพราะอะไร

- กลุ่มเป้าหมายได้แก่กลุ่มใดบ้าง มีวิธีการและแนวทางในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

2. กลุ่มประเด็นคำถามเรื่องความเป็นมา บทบาท และความสัมพันธ์ของเครือข่ายในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

- บทบาทขององค์กรท่านที่เข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายมีอะไรบ้าง

- ความเป็นมา ระดับความสัมพันธ์ของท่านที่เข้ามามีส่วนร่วมมีอะไรบ้าง และมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างไรกับสมาชิก

3. กลุ่มประเด็นคำถามเรื่องกระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย

- ในระยะเริ่มแรก ใครหรือองค์กรใดมีแนวคิดริเริ่มการจัดตั้งเครือข่าย (มีการรวมตัวกันอย่างไร)

- มีข้อตกลง กฎระเบียบ วิธีปฏิบัติ ระหว่างสมาชิกหรือไม่ อย่างไร

- มีวิธีแจ้งและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างไร ผ่านสื่อชนิดใด

- ประเด็นเนื้อหาที่นำมาแลกเปลี่ยนพูดคุยมีอะไรบ้าง

- ช่องทางที่ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกมีอะไรบ้าง

- ความถี่ในการนัดหมาย พบกันระหว่างสมาชิกเป็นอย่างไร

4. กลุ่มประเด็นคำถามเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

- สิ่งที่คุณคิดว่าเป็นจุดเด่นในการสื่อสารของเครือข่ายมีอะไรบ้าง

- ลักษณะบทบาท และการให้ความร่วมมือของสมาชิกมีผลต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวหรือไม่อย่างไร

- ลักษณะของผู้นำในเครือข่ายควรเป็นอย่างไร มีผลต่อสมาชิกในเครือข่ายและการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวหรือไม่ อย่างไร

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เพื่อให้การวิจัยเป็นความจริงและน่าเชื่อถือ จึงได้ทดสอบข้อมูลที่ได้รับโดยทำการตรวจสอบดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยที่ได้รับเปรียบเทียบกับอ้างอิงกับเอกสารและสื่อต่างๆที่ปรากฏต่อสาธารณชน
2. ผลการวิจัยที่ได้รับถูกส่งกลับไปยังผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของคำตอบที่ให้ไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และแหล่งข้อมูลจากเอกสารมาเปรียบเทียบ และสรุปประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยบรรยายถึงการดำเนินการ การเผยแพร่แนวคิดเครือข่ายการทำงานและการสื่อสารของเครือข่าย รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สื่อและช่องทางการสื่อสารที่เลือกใช้ เนื้อหาสารที่ใช้ผ่านสื่อแต่ละชนิด ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ การเผยแพร่ และการทำงานผ่านเครือข่าย

การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การค้นคว้าเอกสาร ตำราวิชาการข่าวที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ และเว็บไซต์ ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ทำการเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ นำเสนอในรูปคำอธิบายด้วยวิธีวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) พร้อมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาจากการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวไปประยุกต์ใช้

บทที่ 4

ข้อมูลเบื้องต้นของสังคมสีเขียว

สำหรับข้อมูลเบื้องต้นของสังคมสีเขียว ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประกอบไปด้วย

1. พัฒนาการของแนวคิดสังคมสีเขียว
2. ความหมายของสังคมสีเขียว
3. ปัจจัยในการเข้าสู่สังคมสีเขียวของประเทศไทย
4. แนวทางหลักของการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียวภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

โดยรายละเอียดข้อมูลเบื้องต้นของสังคมสีเขียวเป็นดังต่อไปนี้

1. พัฒนาการของแนวคิดสังคมสีเขียว

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ที่ต้องการพัฒนาให้สังคมไทยอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นจุดมุ่งหมายที่เป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมและความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่มุ่งสู่สังคมที่พึงประสงค์ใน 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) สังคมมั่นคง ทั้งทางเศรษฐกิจที่มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพและยั่งยืน มีฐานการพัฒนาที่ทั่วถึง การเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิตได้รับการคุ้มครองทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุขโดยทั่วถึง (2) สังคมสีเขียว เน้นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่สังคมคาร์บอนต่ำ มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อมได้รับการฟื้นฟู อนุรักษ์และจัดการอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างความเป็นธรรมและการเกื้อกูลกันในสังคมไทย และ (3) สังคมวัฒนธรรม มุ่งให้สังคมไทยมี

วัฒนธรรมประชาธิปไตย วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรมที่หลากหลาย และสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข

“...เวลาขับเคลื่อน เรา Operationalize Concept ของแผนฯ 11 ออกมา 3 จุดมุ่งหมาย คือ Going Secure หมายถึง ต้องมีความมั่นคงทั้งเศรษฐกิจและสังคม นี้ tag เข้าเรื่องความเหลื่อมล้ำ อะไรทั้งหลายแหล่ 2. Going Green 3. Going Culture...”

(ถาณินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

ดังนั้น การพัฒนาสังคมสีเขียวจึงเป็น 1 ใน 3 ของสังคมที่เป็นจุดมุ่งหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนเนื่องจากเป็นการพัฒนาที่เน้นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยเศรษฐกิจและสังคมของประเทศยังคงเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่ดีมีสุขของทุกภาคส่วนโดยรวม

“...สังคมสีเขียวเป็น 1 ในจุดมุ่งหมาย ของแผนฯ 11 ที่ถอดมาจากวิสัยทัศน์จากเล่มใหญ่ แต่ก็ต้องเข้าใจว่า มันไม่ได้หมายถึงนี้เป็นจุดมุ่งหมายสุดท้ายของแผนฯ 11 เพียงอย่างเดียว แค่ 1 ใน 3 สังคมสีเขียว ก็คือเอามาจากการที่คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ ถอดมาจากเล่มใหญ่ เอาวิสัยทัศน์ เอัพันธกิจ มาตีเป็น 3 สังคม...”

(ตฤตถันย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

นอกจากนี้ วิธีการบรรลุสู่เป้าหมายของการพัฒนาสังคมสีเขียวยังมีความเกี่ยวข้องและต้องการความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกฝ่ายและทุกระดับตั้งแต่จุลภาคและมหภาคทั้งภายนอกและภายในประเทศในการผลักดันแนวทางการพัฒนานี้สู่ความสำเร็จ รวมทั้งเป็นประเด็นการพัฒนาที่มีความท้าทายที่ไม่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้นได้รับรู้ แต่ประชาคมโลกได้ให้ความสำคัญเช่นเดียวกันดังตารางที่ 4.1 ลำดับเหตุการณ์สำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนในเวทีนานาชาติพบว่าประชาคมโลกบางส่วนเห็นความสำคัญและประเด็นท้าทายต่อผลกระทบเชิงลบในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตั้งแต่ปี 2515 ประเทศไทยเพิ่งมาตามกระแสโลกที่หลังในปี 2535

ตารางที่ 4.1 ลำดับเหตุการณ์สำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนในเวทีนานาชาติ

ปี	เหตุการณ์	สาระสำคัญ
2515	การประชุมสุดยอดว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (The United Nations Conference on Human Environment : UNCHE)	ประเด็นเรื่องผลกระทบเชิงลบจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับการพิจารณาในเวทีนานาชาติเป็นครั้งแรก โดยเรียกร้องให้ประชาคมโลกเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตที่ฟุ่มเฟือย
2516	การจัดตั้งโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environmental Programme : UNEP)	องค์กรสหประชาชาติเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมถือกำเนิดขึ้น
2530	การนำเสนอรายงาน Our Common Future (Brundtland Report) อย่างเป็นทางการ	หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง
2535	การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (United Nations Conference on Environment and Development) หรือ Rio Summit (Earth Summit)	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้รับการยอมรับในเวทีประชาคมโลก - ประเทศไทยลงนามให้สัตยาบันในปฏิญญาริโอว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา เป็นกรอบหลักการเกี่ยวกับสิทธิประชาชนและหน้าที่ของรัฐในการพัฒนาที่ยั่งยืน ปฏิญญานี้เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอย่างยิ่ง มีการรับรองสิทธิและหลักการที่เป็นหัวใจของการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมสมัยใหม่ เช่น สิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและหลักการเฝ้าระวัง เป็นต้น - แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) เป็นแผนแม่บทของโลกในการดำเนินการตามหลักการการพัฒนาที่ยั่งยืน
2545	การประชุมสุดยอดว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (The World Summit on Sustainable Development (WSSD)) หรือ Rio+10	<ul style="list-style-type: none"> - ทบทวนความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ 21 - ประเทศไทยลงนามให้สัตยาบันในปฏิญญาโจฮันเนสเบิร์กและแผนการดำเนินงานโจฮันเนสเบิร์กเพื่อให้แผนปฏิบัติการ 21 มีผลทางปฏิบัติ

		มากขึ้น
2555	<p>การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Sustainable Development: UNCSD) หรือ Rio+20 ณ นครริโอ เดอ จาเนโร สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล ระหว่างวันที่ 20-22 มิถุนายน 2555</p> 	<p>- วัตถุประสงค์เพื่อยืนยันพันธกรณีระหว่างประเทศในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ประเมินความก้าวหน้า และช่องว่างการดำเนินงานตามพันธกรณีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และการแก้ปัญหาใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น</p> <p>- หัวข้อการประชุมหลัก ประกอบด้วย (1) การดำเนินงานตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและแก้ไขปัญหาความยากจน และ (2) กรอบการปฏิรูปองค์กรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>- ผู้นำ 79 ประเทศทั่วโลกได้ตกลงร่วมกันในการรับรองเอกสารผลลัพธ์การประชุม ประกอบด้วยแนวปฏิบัติที่สำคัญ ได้แก่ (1) จัดตั้งกระบวนการระหว่างรัฐที่ครอบคลุมและโปร่งใสในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านความเห็นชอบของสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติ (2) เห็นชอบร่วมกันว่าเศรษฐกิจสีเขียวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน (3) จัดให้มีการประชุมผู้นำทางการเมืองระดับสูงระหว่างรัฐเพื่อดำเนินงานภายหลังการประชุม Rio+20 (4) ร่วมสร้างความสำเร็จให้กับ UNEP (5) ขยายการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและความร่วมมือต่างๆ (6) เชิญชวนให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบในการจัดทำ “รายงานความยั่งยืนของบริษัท” (7) มีขั้นตอนที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติ โดยเฉพาะด้านการเงินและเทคโนโลยี (8) ยืนยันหลักการที่ผ่านมามาทั้งหมดจาก Rio 2545 และ Agenda 21 ที่รวมถึงหลักการความรับผิดชอบต่อร่วมในระดับที่แตกต่างกัน ยืนยันกับคำมั่นทางการเมืองในการพัฒนาที่ยั่งยืนและอนาคตที่อยากเห็น (9) รับรองกรอบ 10 ปีของการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน และ (10) รายงานความก้าวหน้า</p>

- ที่มา : 1. สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. เอกสารโครงการจัดทำเอกสารเผยแพร่ในเรื่อง Thailand Green Economy. 2555.
2. สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ. สรุปผลการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ.2012 (Rio+20).2555.

2. ความหมายของสังคมสีเขียว

โดยทั่วไป แม้ว่าแนวคิดสีเขียวของประเทศต่างๆ จะมีความหลากหลายและจุดยืนที่แตกต่างกัน แต่มีหลักการสำคัญที่ตรงกันในการใช้เศรษฐกิจสีเขียวและการเติบโตสีเขียวเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในทิศทางที่มุ่งสู่ความยั่งยืน การนำแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวไปปฏิบัติสามารถยึดหยุ่นตามสภาพปัญหาของแต่ละประเทศ อาทิ กลุ่มสหภาพยุโรปให้ความสำคัญกับ "การเติบโตสีเขียว" ภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้ขอบเขตการการพัฒนาที่ยั่งยืนชัดเจนและสามารถวัดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น สำหรับประเทศไทยได้นำ "แนวคิดการเติบโตสีเขียวหรือการพัฒนาสังคมสีเขียว" มาใช้เป็นกรอบการขับเคลื่อนการพัฒนาในระยะ 5 ปีของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และให้คำจำกัดความว่าเป็น "การพัฒนาที่มุ่งไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่กิจกรรมภายใต้แนวทางการพัฒนาดังกล่าวมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดของเสียและก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมและสูญเสียความสมดุลในการที่จะคำนวณการดำรงชีพและสนับสนุนวิถีชีวิตของประชากรในทุกสาขาการผลิต"

สำหรับการวัดผลอย่างเป็นรูปธรรมในประเทศไทย สามารถอ้างอิงได้จากดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในสังคมไทย(Green & Happiness Index) ซึ่งเป็นดัชนีที่เป็นตัวชี้วัดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ประเมินผลทุกปี ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในสังคมไทยปี2549-2554

หน่วย : ร้อยละ

องค์ประกอบหลัก	แผนฯ 9	แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10				
	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1. การมีสุขภาพอะ	71.40	71.16	72.23	70.89	70.21	72.55
2. ครอบครัวอบอุ่น	62.24	61.65	63.97	63.18	63.08	65.17
3. ชุมชนเข้มแข็ง	33.74	46.38	55.73	60.89	66.07	76.47
4. เศรษฐกิจเข้มแข็งและเป็นธรรม	70.51	74.63	71.00	72.54	78.07	77.60
5. สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศสมดุล	69.70	64.41	66.96	64.86	63.96	70.58
6. สังคมประชาธิปไตยที่มีธรรมาภิบาล	75.42	70.45	74.95	60.37	55.70	53.75
ภาพรวมดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุข	66.47	66.03	68.05	65.79	66.89	70.25

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนาสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ : ระดับดีมาก = ร้อยละ90.0-100ระดับดี = ร้อยละ80.0 – 89.9

ระดับปานกลาง = ร้อยละ70.0 – 79.0ระดับต้องปรับปรุง = ร้อยละ60.0 – 69.9

ระดับเร่งแก้ไข<ร้อยละ59.9

“... คือตั้งแต่แผนฯ 9 ถึงแผนฯ10 มันมีตัวชี้วัดภาพรวมของการขับเคลื่อนการพัฒนา ซึ่งเรียกว่า *Green & Happiness Society* ส่วนตัวชี้วัดคือ*Green & Happiness Index* ที่ผม refer ตัวนี้เพราะว่ามันมีคำว่า *Green* อยู่ ก็ให้เห็นได้ชัด แต่ *Green* ของเราไม่ได้หมายความถึงทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว โดย *Green & Happiness Index* นี้มาจาก 1. สุขภาวะ 2. ครอบครัวอบอุ่น 3. ชุมชนเข้มแข็ง 4. เศรษฐกิจเข้มแข็งและเป็นธรรม 5. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ6. ธรรมาภิบาลในสังคมประชาธิปไตย...”

(ธานินทร์ ณะอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

3. ปัจจัยในการเข้าสู่สังคมสีเขียวของประเทศไทย

การปรับกระบวนการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมสีเขียว เป็นแนวทางพัฒนาที่จะยกระดับประเทศไทยจากสถานภาพเดิมที่อาศัยความได้เปรียบจากค่าจ้างแรงงานราคาถูกและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่มีขีดจำกัด เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญสู่เศรษฐกิจและสังคมสีเขียวที่มีแบบแผนและมาตรฐานการผลิตและบริการที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งของการผลักดันให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักการพัฒนาของประเทศระดับรายได้ปานกลาง (Middle-Income Trap) ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้การเข้าสู่สังคมสีเขียวของไทยมีปัจจัยสนับสนุนและผลักดันจากภายนอกและภายในประเทศดังนี้ (สศช.,2555)

3.1 ปัจจัยภายนอกประเทศ

3.1.1 บทบาทและกระบวนการพัฒนาขององค์การระหว่างประเทศ เช่น องค์การสหประชาชาติโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) คณะกรรมาธิการเศรษฐกิจและสังคมสำหรับเอเชียและแปซิฟิกแห่งสหประชาชาติ (ESCAP) และองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) ได้จุดประกายการให้ความสำคัญของมิติทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับที่เท่าเทียมกันโดยเรียกร้องให้ประชาคมโลกเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวิถีการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรและการรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเรียกร้องให้ภูมิภาคและประเทศเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากเดิมที่เน้นให้ความสำคัญกับการเติบโตก่อนและแก้ปัญหามลพิษภายหลัง (Grow First, Clean up Later) มาสู่แนวทางการพัฒนาที่คำนึงถึงความรับผิดชอบในระยะยาว

3.1.2 การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคจากความต้องการสินค้าและบริการที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือยในการผลิตมาสู่กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากประชาชนเริ่มมีความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมการบริโภคที่ยั่งยืนและรู้เท่าทันกระแสวัตถุนิยม ซึ่งนำไปสู่การบริโภคเกินขนาดและปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้ความสำคัญของการบริโภคสินค้าที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพมากขึ้น

3.1.3 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นปัจจัยเร่งที่ทำให้ภูมิภาคและประเทศปรับกระบวนการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศเพื่อเตรียมพร้อมไปสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยปรับโครงสร้าง

การผลิตของประเทศและพฤติกรรมการบริโภคเพื่อเตรียมพร้อมไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคคมนาคมและขนส่งเพื่อลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก พัฒนาเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเน้นการวางผังเมืองที่ผสมผสานวัฒนธรรมสังคมและระบบนิเวศเข้าด้วยกัน

3.1.4 พันธกรณีและข้อตกลงระหว่างประเทศทั้งด้านการค้าการลงทุนและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพันธกรณีที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีแนวโน้มทวีความเข้มข้นและสัมพันธ์กันมากขึ้น โดยคาดว่าพันธกรณีและข้อตกลงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะทำให้กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาต้องมีส่วนร่วมมากขึ้นในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประกอบกับการคิดกันทางการค้าที่เป็นผลมาจากมาตรการแก้ไขปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะเพิ่มมากขึ้นทั้งในรูปแบบที่เป็นมาตรการภาษีและในรูปแบบที่ไม่ใช่มาตรการภาษี ซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับประเทศไทยในการวางแผนและบริหารจัดการกระบวนการพัฒนาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในบริบทโลกดังกล่าว

3.2 ปัจจัยภายในประเทศ

3.2.1 ความไม่สมดุลของการพัฒนาที่ผ่านมา รวมทั้งขีดความสามารถของการบริหารจัดการและเครื่องมือทางนโยบาย เช่น ฐานข้อมูลภาวะเบียดการบังคับใช้กฎหมายและเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่ยังไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสถานการณ์มลพิษและสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ และความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาของประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน

3.2.2 การดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงวิถีชีวิตไทยและความตระหนักถึงประโยชน์และคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประชาชนไทย เป็นภูมิคุ้มกันนำไปสู่สังคมและเศรษฐกิจสีเขียวที่มีแบบแผนการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการเปลี่ยนพฤติกรรมจากการบริโภคเกินพอดีไปสู่วิถีแห่งการผลิตและบริโภคที่มีความพอดี ประหยัดรู้คุณค่าและยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องจากการแก้ไขปัญหาด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่เพียงอย่างเดียวอาจไม่ทันกับปัญหาที่สะสมอย่างต่อเนื่องหากประชาชนยังคงขาดความตระหนักและห่วงแหนในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.2.3 ความเข้มแข็งของชุมชนภาคประชาชนและประชาสังคมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การที่ชุมชนภาคประชาชนและประชาสังคมมีความเข้มแข็งมากขึ้นจนสามารถรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนรวมทั้งบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของตนเองได้อย่างเหมาะสม ทำให้สามารถอนุรักษ์และฟื้นฟูฐานทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมและยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ส่งผลให้ชุมชนมีขีดความสามารถในการพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพภูมิสังคมและปรับตัวสู่วิถีการพึ่งตนเองและความยั่งยืนได้ นอกจากนี้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพ.ศ.2550 มาตรา 67 ยังให้สิทธิชุมชนและบุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับระบบทุนนิยมยั่งยืน (Sustainable Capitalism)

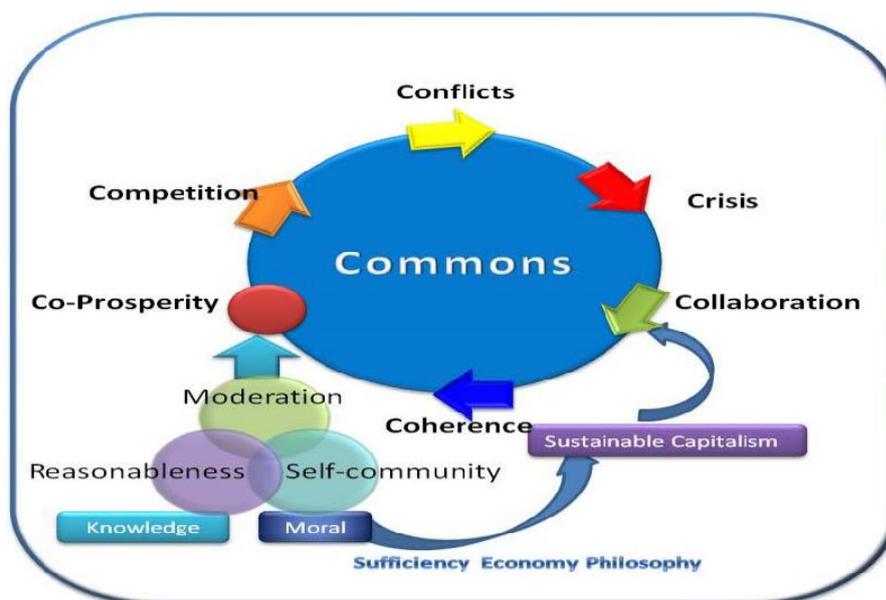
ในปัจจุบันระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเสรีแม้ว่าจะได้รับการยอมรับว่าประสบความสำเร็จโดยเฉพาะเมื่อพิจารณาจากมิติด้านเศรษฐกิจและความมั่งคั่ง แต่เมื่อพิจารณาจากมุมมองอื่นประกอบ เช่น สังคม และสิ่งแวดล้อม ทุนนิยมเสรีได้สร้างปัญหาและความไม่สมดุลหลายประการ ทั้งนี้ ในมิติด้านเศรษฐกิจ ความสำเร็จของทุนนิยมซึ่งปรากฏในรูปของการขยายตัวทางเศรษฐกิจมักเกิดขึ้นพร้อมกับการเพิ่มขึ้นของระดับความเสี่ยง รวมถึงการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจบ่อยครั้งขึ้นและรุนแรงมากขึ้น จนทำให้เกิดการวิพากษ์อย่างแพร่หลายว่าแนวคิดทุนนิยมเสรีมีจุดอ่อนหลายประการและจะไม่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ จุดอ่อนที่สำคัญของแนวคิดทุนนิยมเสรีที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างแพร่หลายประกอบด้วย

- การทำลายทรัพยากรและการสร้างความไม่สมดุลทางธรรมชาติ
- การสร้างความเหลื่อมล้ำทางสังคมและช่องว่างของรายได้
- การเน้นการผลิตส่วนเกินทำให้ระบบเศรษฐกิจต้องพึ่งพาความต้องการภายนอกประเทศ
- การสร้างวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่มุ่งให้เกิดการบริโภคสูงสุดจนนำไปสู่การบริโภคเกินขนาด
- แนวคิดทุนนิยมเสรีถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาสังคม และการเปลี่ยนแปลง วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจนทำให้ประชาชนในสังคมไม่มีความสุขแม้ว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นก็

ตาม

นอกจากนี้ วิกฤตเศรษฐกิจโลกที่เกิดขึ้นในปี 2551 เป็นต้นมา ยังเน้นให้เห็นถึงความจำเป็นในการแก้ไขและปรับปรุงจุดอ่อนของทุนนิยมเสรีโดยการปรับเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนมากขึ้นอันเป็นที่มาของแนวคิดทุนนิยมยั่งยืน (Sustainable Capitalism) ในการนี้ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดทุนนิยมยั่งยืนได้เป็นอย่างดีเนื่องจากแนวคิดทุนนิยมยั่งยืนต้องการหลักการของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกัน ในการบรรเทาปัญหาและจุดอ่อนของทุนนิยมเสรีได้อย่างครบถ้วนและตรงประเด็น(สถาบัน Sasin Institute for Global Affairs ; SIGA)

ภาพที่ 4.1 การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับระบบทุนนิยมยั่งยืน

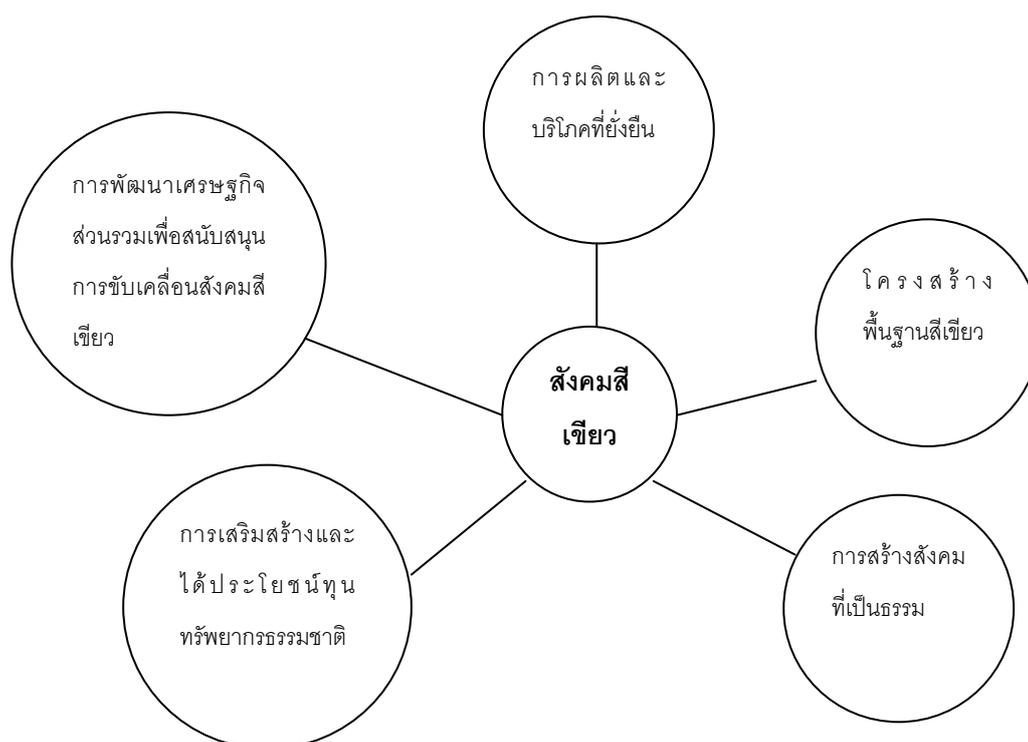


ที่มา:สถาบัน Sasin Institute for Global Affairs (SIGA). รายงานความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคกับจุลภาคภายใต้โครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนา ฉบับที่ 11. 2553.

4. แนวทางหลักของการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียวภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยผ่านกระบวนการสีเขียว ความคิดสร้างสรรค์ และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ด้วยวิธีการมีส่วนร่วม และกระจายผลประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาอย่างทั่วถึง ซึ่งแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียวซึ่งประมวลจากยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ภาพที่ 4.2 แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 กับการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2555. 2555.

4.1 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

4.1.1 ปรับโครงสร้างการผลิตของประเทศสู่เศรษฐกิจและการเติบโตสีเขียว โดย

1) ส่งเสริมการทำการเกษตรที่เกื้อกูลกับระบบนิเวศตามแนวคิดของการทำเกษตรกรรมยั่งยืน โดยจัดให้มีกลไกให้ความรู้และขับเคลื่อนทั้งระดับชุมชนและระดับประเทศ ส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน และเกษตรทฤษฎีใหม่ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รมวงศ์ให้เกษตรกรใช้สารชีวภาพทดแทนการใช้สารเคมี พัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรที่เหมาะสมกับสภาพและภูมิสังคมของประเทศ ปรับระบบการใช้ที่ดิน รวมทั้งสนับสนุนการสร้างตลาดรองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ขณะที่ยังต้องส่งเสริมให้มีการทำประมงที่คำนึงถึงความสมดุลของทรัพยากรสัตว์น้ำและระบบนิเวศ รวมทั้งปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

2) สนับสนุนการอยู่ร่วมกันของอุตสาหกรรมและชุมชนอย่างยั่งยืนในลักษณะเมืองอุตสาหกรรมนิเวศที่มีการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนให้ได้มากที่สุด และบริหารจัดการวัตุดิบและของเสียอย่างเป็นระบบครบวงจร และวางกลไกการสื่อสารกับทุกภาคในพื้นที่เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาพื้นที่เชิงนิเวศ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของชุมชนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจภาคการผลิตและบริการก่อนการจัดตั้งเขตหรือพื้นที่อุตสาหกรรมนิเวศเพื่อให้เกิดการยอมรับจากทุกภาคส่วน กำหนดมาตรการจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ภาคเอกชนดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งเสริมแนวคิดในการทำธุรกิจเพื่อสังคม และเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นลงทุนร่วมกับภาคธุรกิจมากขึ้น

3) ส่งเสริมภาคบริการให้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมธุรกิจบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยและประเทศไทยมีศักยภาพสูง เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพการรองรับของระบบนิเวศในพื้นที่และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและเกษตรกรรายย่อย ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าและบริการสีเขียว และสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์

4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและชุมชนมีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน เช่น เทคโนโลยีที่ประหยัดพลังงานและการใช้พลังงานทดแทนเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การรณรงค์การใช้

น้ำอย่างประหยัด การบริหารจัดการของเสีย และการส่งเสริมการใช้เครื่องมือให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

4.1.2 ปรับพฤติกรรมผู้บริโภคสู่ความต้องการสินค้าและบริการจากกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดย

1) ส่งเสริมให้ประชาชนทุกภาคส่วนมีสำนึกรับผิดชอบเรื่องสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ โดยนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต ผ่านระบบการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับปฐมวัย โดยให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ปลูกฝังแนวคิดให้เกิดความตระหนักว่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกี่ยวเนื่องต่อการอยู่รอดและการพัฒนาของสังคมมนุษย์ ควบคู่กับการเปลี่ยนแนวคิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อผลประโยชน์ตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงสุดในระยะสั้นไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

2) รณรงค์ปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืนให้เป็นบรรทัดฐานของสังคม โดยการใช้หลักศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิตตามวิถีไทยเป็นเครื่องมือ เพื่อปลูกฝังค่านิยมการบริโภคอย่างพอเพียง โดยคำนึงถึงความพอดี พอประมาณ ยกย่องและให้เกียรติบุคคลและชุมชนที่เป็นแบบอย่างที่ดีของการบริโภคที่ยั่งยืนบนฐานภูมิปัญญาดั้งเดิม

3) เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของประชาชนในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4) เสริมสร้างกลไกคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมเครือข่าย สื่อ โฆษณา และประชาสัมพันธ์ให้เข้ามามีบทบาทในการปรับเปลี่ยนสังคมไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งของกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ปรับปรุงกฎหมายควบคุมและกำกับดูแลสื่อให้เผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ และจัดให้มีเครือข่ายให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจด้านการผลิตสื่อและโฆษณา เกิดความรู้ความเข้าใจ มีจิตสำนึก และสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตสื่อเผยแพร่โฆษณาที่เอื้อต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน

4.2 โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว

4.2.1 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคคมนาคมและขนส่งเพื่อลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกโดย

1) ส่งเสริมให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางและขนส่งสินค้าด้วยระบบคมนาคมและขนส่งที่ใช้พลังงานต่อหน่วยต่ำกว่าทางถนนที่เป็นรูปแบบการเดินทางและขนส่งสินค้าหลักในปัจจุบัน และพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะเพื่อลดสัดส่วนการใช้พลังงานในภาคคมนาคมและขนส่งซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาพรวมของประเทศ

2) ส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่ใช้พลังงานที่สะอาดขึ้นหรือใช้พลังงานที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ โดยส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงชีวภาพและก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์พัฒนาเทคโนโลยียานยนต์ที่สะอาดและช่วยประหยัดพลังงานควบคู่กับการควบคุมประสิทธิภาพ การใช้พลังงานภายใต้ศักยภาพของเทคโนโลยีโดยการกำหนดมาตรฐานอัตราการบริโภคเชื้อเพลิงเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง พร้อมทั้งกำหนดมาตรฐานยานพาหนะและเครื่องยนต์ตามประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิงและการปล่อยก๊าซพิษ

3) สร้างวินัยและส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ของประชาชนเพื่อลดการเผาผลาญน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดจนดูแลเครื่องยนต์ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ พร้อมทั้งกำหนดให้มีการควบคุมการปล่อยมลพิษไม่เกินอัตราที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด

4.2.2 พัฒนาเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและพร้อมรับความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ โดย

1) พัฒนาเมืองที่มีการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในพื้นที่เมือง โดยการใช้เทคโนโลยีการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่งและอาคารที่อยู่อาศัยที่ประหยัดพลังงาน รวมทั้งพัฒนาเมืองต้นแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวในเมืองเพื่อการทำเกษตรบางประเภท พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อลดการใช้รถยนต์ในพื้นที่เมืองที่มีความหนาแน่นของจราจร

2) จัดการสิ่งแวดล้อมเมืองอย่างบูรณาการด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสมทั้งด้านการจัดการน้ำเสียและขยะมูลฝอยภายใต้หลักการลดการใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ ตลอดจนส่งเสริม

และเพิ่มศักยภาพของท้องถิ่นให้สามารถบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

3) กำกับการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองทั้งในเขตและนอกเขตเมือง ปรับปรุงการวางผังเมืองรวมและผังเมืองเฉพาะในพื้นที่เสี่ยงต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ ปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายผังเมืองให้มีความต่อเนื่องและให้การวางผังเมืองมีความสอดคล้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่เสี่ยงภัยพิบัติ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทของชุมชนและท้องถิ่นในการจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่และผังเมืองทั้งในระดับตำบลอำเภอและจังหวัด ให้สอดคล้องกับบริบทและวิถีชีวิตของคนรวมทั้งศักยภาพของพื้นที่

4.3 การสร้างสังคมที่เป็นธรรม

4.3.1 ส่งเสริมการจัดสรรทรัพยากรและสิทธิทางทรัพย์สินให้เกิดความเป็นธรรม โดยส่งเสริมการกระจายสิทธิการถือครองและใช้ประโยชน์ที่ดินสำหรับเกษตรกรไร้ที่ดินทำกินและเกษตรกรยากจน ปรับปรุงกฎหมายกฎระเบียบและบังคับใช้กฎหมายให้ชุมชนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างทั่วถึง รวมทั้งพัฒนาระบบหลักฐานทางทะเบียนและสถานะทางกฎหมาย ในฐานะผู้ถือครองทรัพย์สินเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการครอบครองทรัพย์สิน เช่น การจัดสรรที่ดินของรัฐและการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย

4.3.2 ปรับโครงสร้างภาษีทั้งระบบให้สนับสนุนการกระจายรายได้และเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและสร้างความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรและการถือครองทรัพย์สิน โดยเน้นการจัดเก็บภาษีทางตรงมากขึ้น โดยเฉพาะภาษีที่จัดเก็บจากมูลค่าทรัพย์สินและฐานรายได้ที่ไม่ใช่ผลตอบแทนจากการทำงาน ปรับปรุงการกำหนดชั้นรายได้และอัตราภาษีให้สอดคล้องกับโครงสร้างฐานรายได้และโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป ปรับปรุงกฎเกณฑ์การให้สิทธิประโยชน์และการลดหย่อนทางภาษีให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงต่อประชาชนในระดับฐานล่างและธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เจริญการบังคับใช้กฎหมายภาษีสิ่งแวดล้อมเพื่อสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงวางระบบฐานข้อมูล และพัฒนากลไกในการนำแรงงานและผู้ประกอบการนอกระบบเข้าสู่ระบบภาษี ควบคู่กับการปรับระบบการจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

4.3.3 พัฒนานวัตกรรมทางสังคม ประกอบด้วย 1) การเสริมสร้างสมรรถนะของแรงงานพัฒนาทักษะในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มผู้สูงอายุการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการ

ทำงานและการส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระแก่กลุ่มสตรีซึ่งยังคงมีศักยภาพส่วนเกินในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มสตรีที่กระจายอยู่ในแรงงานนอกระบบ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะในกลุ่มแรงงานทั่วไปในความรู้ที่จำเป็นต่อการเข้าสู่สังคมสีเขียว ได้แก่ ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และความรู้ในเชิงสหวิทยา 2) นวัตกรรมทางเทคโนโลยีขยายโอกาสในการเรียนรู้โดยเน้นการบูรณาการความรู้ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตเพิ่มในหลักสูตรการศึกษาในระบบและการใช้ศักยภาพจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เพื่อพัฒนาเป็นช่องทางการเรียนรู้ที่คนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กเยาวชนและประชาชนที่อยู่นอกระบบ ทั้งที่เป็นเด็กในวัยเรียนที่ออกกลางคัน เด็กพิการ และเด็กด้อยโอกาสสามารถส่งต่อเข้าสู่ระบบศึกษาและการเรียนรู้ตามศักยภาพและสิ่งแวดล้อม 3) การต่อยอดสวัสดิการสู่การลงทุนทางสังคมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โดยขยายศักยภาพจากนโยบายสวัสดิการสังคมในรูปแบบการสงเคราะห์ ได้แก่ เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส การเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำและนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าไปสู่การลงทุนทางสังคมที่เน้นการแก้ไขและปรับเปลี่ยนฐานรากของปัญหาเพื่อสร้างความยั่งยืนของนโยบายซึ่งปัจจุบันยังคงขึ้นอยู่กับการได้รับเงินงบประมาณอุดหนุนเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง (1) การพิจารณาแนวทางการปรับการให้เบี้ยยังชีพไปสู่การให้เงินโอนแบบมีเงื่อนไข (Conditional Cash Transfer) (2) การขยายผลจากนโยบายเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ (Minimum Wage) ไปสู่ค่าแรงเพื่อการดำรงชีพ (Living Wage) เพื่อส่งเสริมให้ลูกจ้างที่มีรายได้เหลือจากค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพมีโอกาสพัฒนาทักษะการเรียนรู้ (3) การปรับโครงสร้างของนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่มุ่งใจประชาชนให้มีการรักษาสุขภาพและเน้นการเข้ารับบริการแต่เฉพาะที่จำเป็นเช่นการออมเพื่อสุขภาพ (Medical Saving) (4) แนวทางการดูแลผู้สูงอายุโดยชุมชนที่บูรณาการการส่งเสริมสุขภาพและการพัฒนาทักษะอาชีพและ (5) การออกแบบรูปแบบให้ความช่วยเหลือทางสังคม (Social Transfer) แก่เด็กจากครอบครัวยากจนโดยการบูรณาการเข้ากับการให้ความช่วยเหลือตามลักษณะความจำเป็นเป็นครั้งคราวที่มีอยู่ในปัจจุบัน

4.4 การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ

4.4.1 อนุรักษ์ฟื้นฟูและสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดย

1) คุ้มครองป้องกันรักษาฟื้นฟูพื้นที่ป่าไม้และเขตอนุรักษ์โดยอนุรักษ์พื้นที่เปราะบางที่มีความสำคัญเชิงนิเวศ ส่งเสริมเครือข่ายอนุรักษ์ และป้องกันการบุกรุกป่าไม้โดยภาคประชาชนและ

ชุมชนส่งเสริมหลักการชุมชนอยู่ร่วมกับป่า ให้ความสำคัญกับพื้นที่ต้นน้ำและพื้นที่รอยต่อตามแนวเขตอนุรักษ์ รวมทั้งสนับสนุนการปลูกต้นไม้และการปลูกป่าอย่างจริงจังโดยเฉพาะในระดับครัวเรือนและชุมชนภายใต้แนวคิดและกลไกส่งเสริมที่เหมาะสมและให้มีการจัดทำแผนส่งเสริมการปลูกป่าของประเทศที่สามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม

2) ปรับปรุงการบริหารจัดการที่ดินทั้งระบบและกระจายการถือครองที่ดินให้เกิดความเป็นธรรมโดยให้มีการจัดทำระบบสารสนเทศและทะเบียนข้อมูลที่ดินและแผนที่แห่งชาติแสดงการครอบครองใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่างๆในที่ดินของรัฐที่ดินเอกชนและที่ดินที่มีการถือครองโดยไม่มีเอกสารสิทธิ์กำหนดมาตรการเพื่อกระจายการถือครองที่ดินให้เป็นธรรม เช่น จัดเก็บภาษีที่ดินในอัตราก้าวหน้าให้มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่รกร้างและจัดให้มีระบบและองค์การบริหารจัดการที่ดินให้เป็นรูปธรรมโดยเร็วเพื่อลดความสูญเสียพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการเกษตรและเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างเหมาะสม ตลอดจนกำหนดมาตรการป้องกันการสูญเสียกรรมสิทธิ์ที่ดินของเกษตรกรรายย่อยเพื่อคุ้มครองความมั่นคงและฐานการดำรงชีวิตของเกษตรกรรายากจน

3) พัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยจัดระบบการกระจายน้ำให้เหมาะสมในทุกภาคส่วนทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และอุปโภคบริโภค ใช้หลักการลดการใช้น้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่และจัดทำข้อมูลการใช้น้ำรวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำของภาคการเกษตร

4) ส่งเสริมการอนุรักษ์ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยจัดให้มีการคุ้มครองพื้นที่อนุรักษ์และระบบนิเวศที่เปราะบาง ซึ่งเป็นถิ่นกำเนิดของสมุนไพรที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สมบูรณ์ ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุกรรมท้องถิ่นโดยองค์กรชุมชนปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรชีวภาพเพื่อการพึ่งตนเองและการสร้างความมั่นคงด้านอาหารและสุขภาพในระดับชุมชน รวมทั้งสร้างนวัตกรรมจากทรัพยากรชีวภาพเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศภายใต้กลไกการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

4.4.2 พัฒนาเครื่องมือในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดย

1) สนับสนุนให้มีการจัดทำเป้าหมายและแผนปฏิบัติการระยะกลางและระยะยาวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยสมัครใจ โดยคำนึงถึงประโยชน์ร่วม รวมทั้งพัฒนาระบบติดตาม

โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและระบบการตรวจวัดการรายงานและการทวนสอบทั้งในระดับโครงการและระดับประเทศ รวมทั้งสร้างระบบจูงใจและกลไกเพื่อให้กิจกรรมของภาคส่วนต่างๆที่ดำเนินกิจกรรมแบบสมัครใจในการลดก๊าซเรือนกระจก

2) สร้างรายได้จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจจากทรัพยากรพันธุกรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ ให้มีการอนุรักษ์การวิจัยและพัฒนาพันธุกรรมท้องถิ่นและพืชพื้นบ้านเพื่อสร้างนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ เช่น สมุนไพรเวชภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งกำเนิดทรัพยากรที่ใช้ พร้อมทั้งสนับสนุนการนำกลไกใหม่ๆที่เกิดขึ้นในเวทีประชาคมโลก มาปรับใช้เพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม เช่น กลไกการลดก๊าซเรือนกระจกจากการทำลายป่าและความเสื่อมโทรมของป่าการอนุรักษ์การจัดการป่าอย่างยั่งยืน

4.4.3 สร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้าจากเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมและวิกฤตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดย

1) ศึกษาผลกระทบและกำหนดแผนกลยุทธ์รายสินค้า รวมทั้งมาตรการเยียวยาในสินค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องควบคู่กับการสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตสินค้าบริการและอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการเป็นพันธมิตรร่วมกับประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2) ส่งเสริมให้ผู้ส่งออกทำการใช้ร่องรอยคาร์บอน (Carbon Footprint) โดยสนับสนุนทั้งด้านการเงินการให้ความรู้และการอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้ส่งออกรายย่อยได้รับการรับรองมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการทำบัญชีต้นทุนคาร์บอนในระดับแหล่งวัตถุดิบโดยเฉพาะในภาคเกษตรและประมงตลอดจนพัฒนาระบบตรวจสอบและรับรองผลิตภัณฑ์

3) สร้างแรงจูงใจให้เกิดการจ้างงานสีเขียวและอุตสาหกรรมใหม่ๆที่สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งสร้างตลาดรองรับโดยส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาเพื่อต่อยอดด้านการค้าการลงทุน

4.5 การพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมที่เชื่อมโยงกับมาตรการและเครื่องมือต่างๆ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในแต่ละด้าน โดย

4.5.1 ปรับนโยบายส่งเสริมการลงทุนให้เอื้อสิทธิประโยชน์มากขึ้นสำหรับอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมข้ามชาติที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนดำเนินมาตรการด้านภาษีที่ส่งเสริมให้ภาคเอกชนลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างกว้างขวาง

4.5.2 เร่งพัฒนาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่นำไปสู่การเป็นสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ภาษีสิ่งแวดล้อมภาษีคาร์บอน การพัฒนาระบบฉลากคาร์บอน และการใช้ร่องรอยคาร์บอนการเพิ่มมาตรฐานบังคับเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมระบบการประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนสนับสนุนการวิจัยพัฒนาทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมในสาขาการผลิตต่างๆที่นำไปสู่การลดก๊าซเรือนกระจก

4.5.3 ปฏิรูประบบการให้สิ่งจูงใจทั้งด้านการเงินการคลังและอื่นๆโดยลดขั้นตอนปฏิบัติในกระบวนการให้สิทธิประโยชน์ ครอบคลุมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสีเขียวและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ ที่เป็นอุปสรรคต่อการทำวิจัยและพัฒนา รวมทั้งส่งเสริมบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีภาครัฐไปปฏิบัติงานในภาคการผลิตเอกชน

4.5.4 เสริมสร้างให้มีการบังคับใช้กฎหมายกฎระเบียบต่างๆที่เข้มแข็งโปร่งใสและตรวจสอบได้ ซึ่งจะเสริมสร้างกระบวนการตรวจสอบให้เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนา ตลอดจนการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

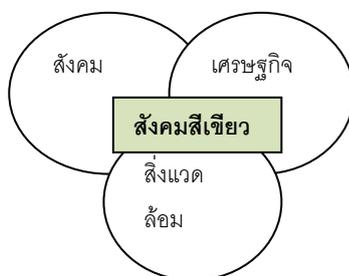
4.5.5 ปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบของภาครัฐเพื่อลดความขัดแย้งและแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน รวมทั้งจัดทำกฎหมายรองเพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์การใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ผลักดันการจัดเก็บภาษีที่ดินแบบก้าวหน้าเพื่อกระจายการถือครองที่ดินปรับปรุงกฎหมายผังเมืองให้ทันสมัยและบังคับใช้อย่างเท่าเทียมและจริงจัง ตลอดจนพัฒนากระบวนการยุติธรรมด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมตั้งแต่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การคุ้มครองสิทธิชุมชน การพิสูจน์ความเสียหาย และการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา

“...สังคมสีเขียวมี 5 เรื่อง.. **ผลิต-บริโภค** ผลิตคาร์บอนต่ำ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม **โครงสร้างพื้นฐานสังคมสีเขียว** รถไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ระบบราง ไม่ใช้น้ำมัน ดีก เมืองนิเวศ พลังงานไฟฟ้า ทั้งระบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำเอาพลังงานทดแทนมาใช้ขนส่ง แทนที่จะใช้รถขนของ ส่งผ่านท่อได้ไหม? **การสร้างสังคมเป็นธรรม** พูดถึงความเท่าเทียมกัน การมีสุขภาพที่ดี การมีการศึกษาที่ดี **ทุนทางทรัพยากร** ก็คือ ทรัพยากรธรรมชาติ **สุดท้ายการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว** คือ มาตรการทางภาษีต่างๆ...”

(ตฤตย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

สำหรับแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ซึ่งคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ ได้นำเสนอตัวอย่างการจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวไว้ดังนี้

1. กำหนดประเด็นหลักให้ครอบคลุมประเด็นทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

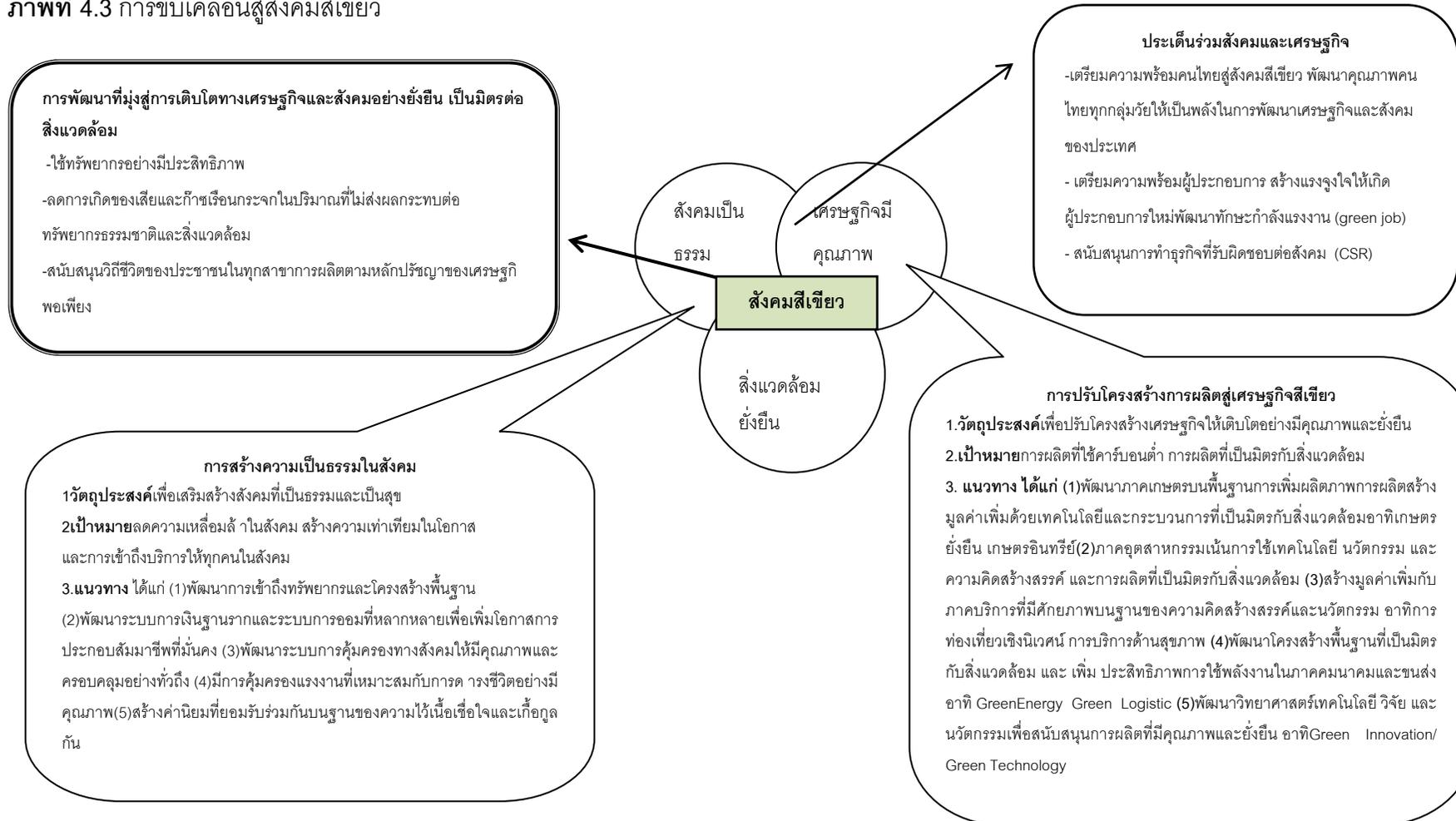


2. กำหนดประเด็นการพัฒนาร่วม วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด แนวทางการพัฒนาในแต่ละมิติ และประเด็นร่วม ดังภาพที่ 4.3

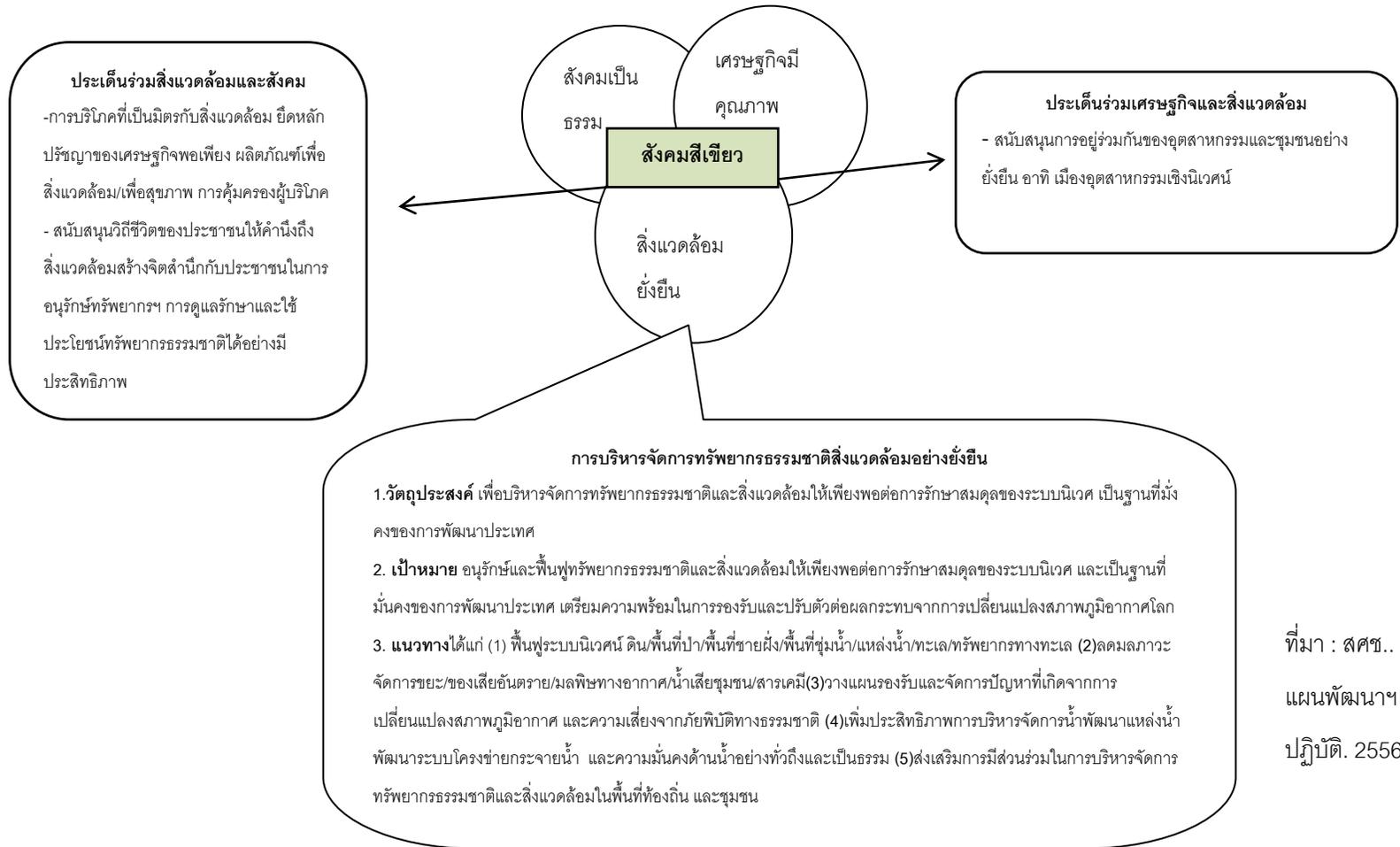
3. วิเคราะห์และกำหนดประเด็นการดำเนินงานในรายละเอียดในตัวอย่างนี้ขอแนะนำเฉพาะมิติ “การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว” มาอธิบายการกำหนดประเด็นหลักและประเด็นร่วมเพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้อย่างครอบคลุมดังภาพที่ 4.4

4. นำประเด็นหลักและประเด็นร่วมเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาเป้าหมายและตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ต่างๆของแผนพัฒนาฯฉบับที่11

ภาพที่ 4.3 การขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว

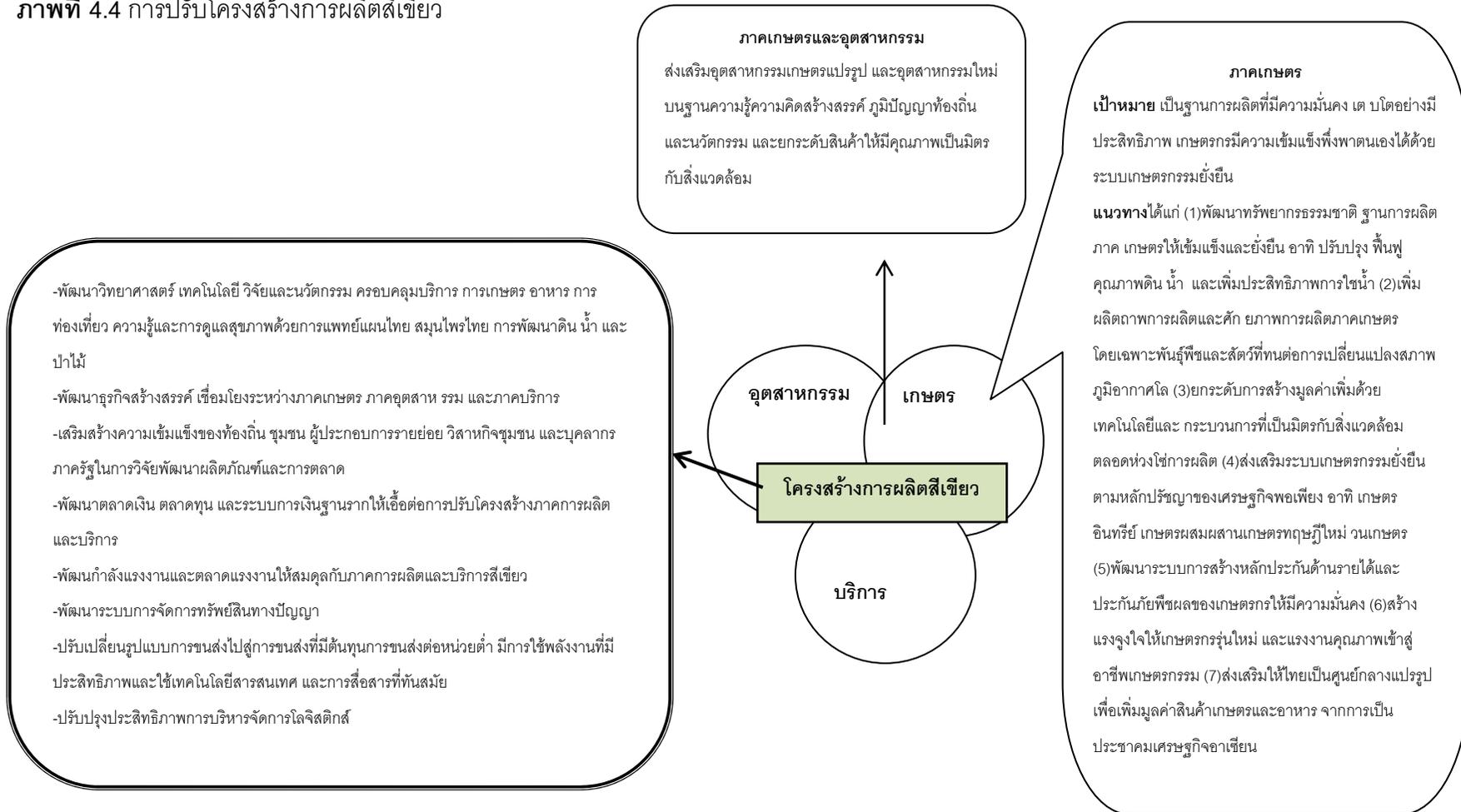


ภาพที่ 4.3 การขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว(ต่อ)

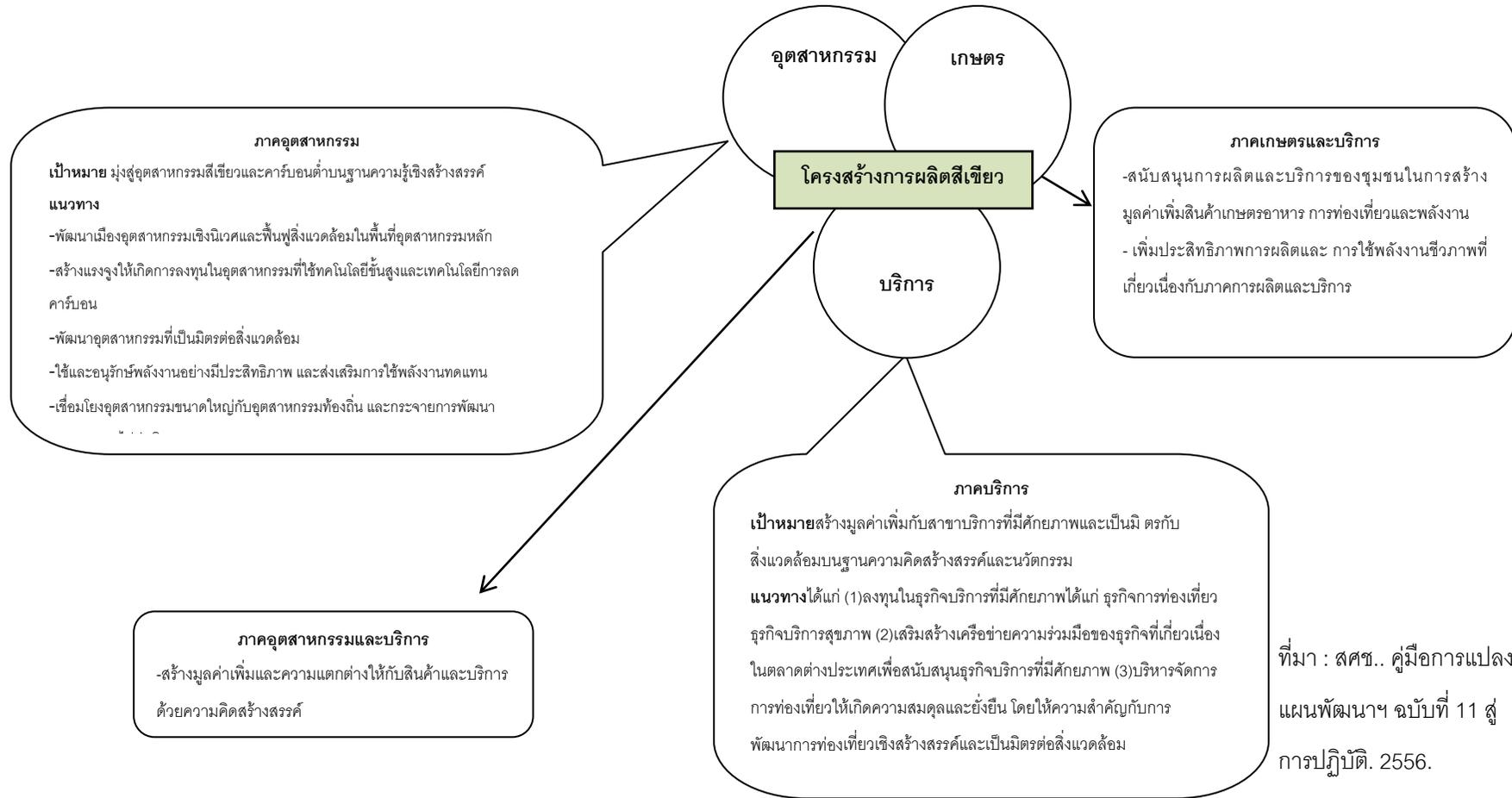


ที่มา : สศช.. คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ. 2556.

ภาพที่ 4.4 การปรับโครงสร้างการผลิตสีเขียว



ภาพที่ 4.4 การปรับโครงสร้างการผลิตสีเขียว(ต่อ)



บทที่ 5

ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งเป็นผลการศึกษาตามปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
2. การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

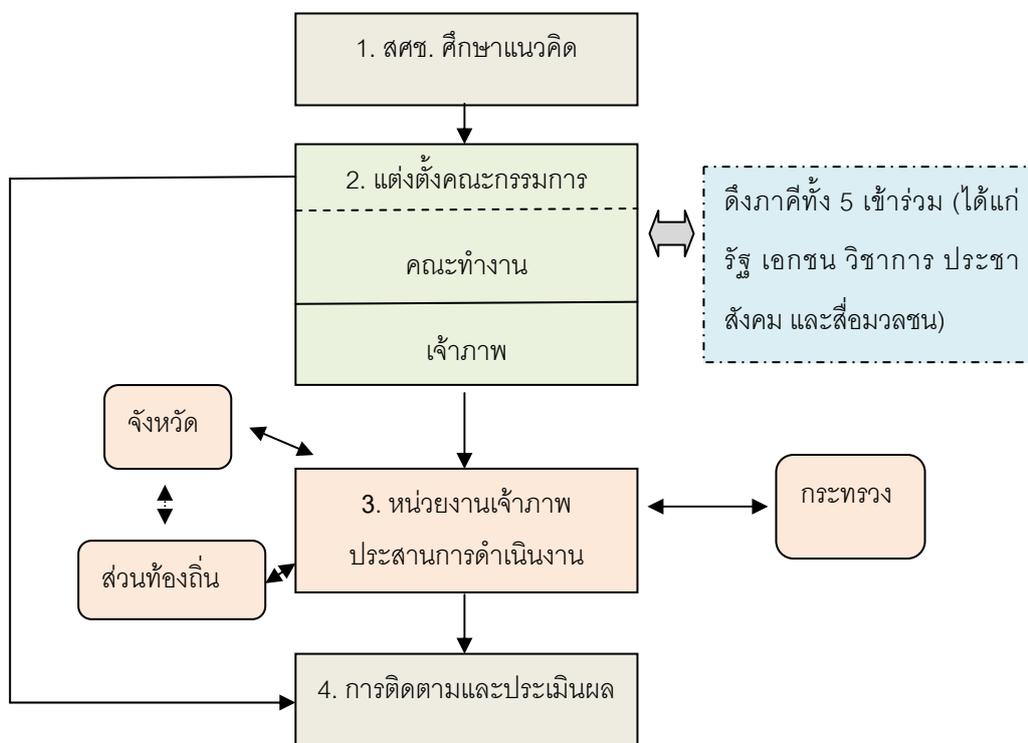
1. การดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สศช. ได้นำเสนอกรณีตัวอย่างที่มีความเป็นไปได้สูงที่จะนำไปปฏิบัติจริง จากการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว (เพราะการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวเป็นนโยบายระดับชาติ) จากคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ(สศช., 2556) ไว้ดังนี้

การพัฒนาสู่สังคมสีเขียว สศช. จะเป็นเจ้าภาพหลักจัดทำแผนระดับรองโดยกระบวนการมีส่วนร่วมมีแนวทางดำเนินการอย่างเป็นระบบและครบวงจรตาม 4 ขั้นตอนหลัก คือ

1. สศช. จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว เสนอให้ภาคีการพัฒนาและสรุปข้อคิดเห็นและจัดทำร่างข้อเสนอการพัฒนาเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการ
2. สศช. แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว และแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว
3. หน่วยงานเจ้าภาพ หรือคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว ประสานการดำเนินงานกับหน่วยงาน/ภาคีการพัฒนา
4. การติดตามและประเมินผล

ภาพที่ 5.1 การดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.



โดยรายละเอียดทั้ง 4 ขั้นตอน เป็นดังต่อไปนี้

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

เมื่อพิจารณาในกรอบของการสื่อสาร การที่สศช.ซึ่งเป็นผู้ส่งสารได้จัดทำกรอบแนวคิด ทิศทางการพัฒนา และตัวอย่างการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุปบทเรียน และจัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวซึ่งนับเป็นเนื้อหาสาระ ไปถามความเห็นในที่ประชุมของภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ภาคีการพัฒนาเหล่านั้นที่เป็นผู้รับสารให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลับมา (Feedback) จึงนับเป็นการสื่อสารสองทาง

อย่างไรก็ดี เพื่อความรวดเร็ว สศช. ก็ได้จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในประเด็นสำคัญแทนที่จะเป็นการระดมสมองแบบเต็มตัว

“...อันนี้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2555 คือ เรามาระดมว่า จะมัน move อย่างไร เราก็แบ่งเป็น 7 คอลัมน์ ภาคเช้าเราก็ฟังผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นในแง่ภาพรวม พอบ่ายเราก็มีทั้งเกษตร มีทั้งท่องเที่ยว อุตสาหกรรม นวัตกรรมและเทคโนโลยี ขนส่งและพลังงาน ภัยพิบัติทางด้านของสังคมเรื่องคน เราทำเพื่อที่จะไปถามสังคมว่า เขาเห็นว่าเรื่องเหล่านี้ มันควรจะต้องถูกขับเคลื่อนอย่างไร เราก็ทำ dummy ขึ้นไป ภาคีการพัฒนาเหล่านั้นก็ให้ความเห็นกลับมา ซึ่งเราก็นำมาประมวล...”

(ถาณินทร์ พะยอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

ตัวอย่างความเห็นของผู้เสวนา ประเด็นการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว (ส่วนที่ 2 ภัยพิบัติธรรมชาติและความอยู่รอดของเมือง)

“...ควรกำหนดค่านิยมของภัยพิบัติให้ชัดเจน และมอบหมายให้มีหน่วยงานเจ้าภาพทำหน้าที่เป็นหน่วยรับผิดชอบหลัก เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการบริหารจัดการภัยพิบัติทั้งระบบอย่างเป็นองค์รวม ซึ่งที่ผ่านมา องค์การอนามัยโลกและหน่วยงานภายในประเทศหลายแห่ง ได้ให้คำจำกัดความของ”ภัยพิบัติ” แตกต่างกัน ตามหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานเป็นหลัก และขาดการดำเนินการอย่างเป็นเอกภาพ ในขณะที่การเกิดภัยพิบัติได้ส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวาง ทั้งความเดือดร้อนในชีวิตและความเสียหายต่อทรัพย์สิน...”

ที่มา: สศช.. รายงานสรุปผลการประชุมประจำปี 2555 อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว.. 2555.

ขั้นที่ 2 เมื่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการแล้ว สศช. ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ร่วมกับกระทรวง/สำนักงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการระดับชาติเช่นคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติดำเนินการดังนี้

1. แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว ทำหน้าที่กำกับกำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมข้ามเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว รวมทั้งดูแลให้มีการนำไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมดังกล่าว

2. สศช.และฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการระดับชาติ(คณะกรรมการระดับชาติ ได้แก่ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฯลฯ ซึ่งคาดว่าจะได้มีตัวแทนจากคณะกรรมการเหล่านี้เป็นต้น ได้รับการแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว) อาจจัดตั้งคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ

คณะกรรมการและคณะทำงานเหล่านี้เป็นหน่วยงานร่วมรับผิดชอบที่เป็นเจ้าภาพในแต่ละประเด็น ตามตารางที่ 5.1 ตัวอย่างประเด็นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งมาจากหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม

คณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ มีหน้าที่ดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง ผลกระทบ และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว อาทิ กฎหมายระเบียบปฏิบัติต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคจากเอกสารรายงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ดำเนินการจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมข้ามเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดย

2.2.1 กำหนดประเด็นหลัก ให้ครอบคลุมประเด็นทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.2.2 กำหนดประเด็นการพัฒนาร่วม วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด แนวทางการพัฒนาในแต่ละมิติ และประเด็นร่วม

2.2.3 วิเคราะห์และกำหนดประเด็นการดำเนินงานในรายละเอียด โดยนำเฉพาะมิติ“การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว” มาอธิบายการกำหนดประเด็นหลักและประเด็นร่วม เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้อย่างครอบคลุม

2.2.4 นำประเด็นหลักและประเด็นร่วมมาเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาเป้าหมายและตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ต่างๆของแผนพัฒนาฯฉบับที่11

2.2.5 ทบทวนกลไกการขับเคลื่อนให้แก่คณะกรรมการระดับชาติระดับกระทรวงระดับกรม จังหวัด/กลุ่มจังหวัดและภาคีการพัฒนาต่างๆ ได้แก่ ภาคธุรกิจเอกชนภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษาสื่อมวลชนเพื่อกำหนดบทบาทของหน่วยงาน/ภาคีในการร่วมขับเคลื่อนประเด็น

การพัฒนาภายใต้แผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สีเขียวที่จัดทำขึ้นตามตารางที่ 5.1 ตัวอย่าง
ประเด็นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว

ตารางที่ 5.1 ตัวอย่างประเด็นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว

ตัวอย่างแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว	หน่วยงานร่วมรับผิดชอบที่เป็นเจ้าภาพ ในแต่ละประเด็น
1. ส่งเสริมการพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการวิจัย และนวัตกรรมในสาขาการผลิตต่างๆ ที่นำไปสู่การปรับ โครงสร้างภาคการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียวและการบริหาร จัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างยั่งยืน	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
2. พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติฐานการผลิตภาคเกษตรให้เข้มแข็ง และยั่งยืน เพิ่มผลผลิตการผลิตและศักยภาพการผลิตภาค เกษตรโดยเฉพาะพันธุ์พืชและสัตว์ ที่ทนต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศโลก	กระทรวงอุตสาหกรรม คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คกก.นโยบายพลังงานแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
3. ยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่การผลิต ส่งเสริมระบบ เกษตรกรรมยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	กระทรวงอุตสาหกรรม คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คกก.นโยบายพลังงานแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
4. สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรรุ่นใหม่ และแรงงานคุณภาพ เข้าสู่อาชีพเกษตรกรรม	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
5. พัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศและพื้นที่อุตสาหกรรมใน พื้นที่อุตสาหกรรมหลักพัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	กระทรวงอุตสาหกรรม คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
6. สร้างแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยี ขั้นสูงและเทคโนโลยีการลดคาร์บอน	กระทรวงอุตสาหกรรม คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
7. ใช้และอนุรักษ์พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน	คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คกก.นโยบายพลังงานแห่งชาติ

	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
8. เชื่อมโยงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่กับอุตสาหกรรมท้องถิ่น และกระจายการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่ภูมิภาค	คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) กระทรวงอุตสาหกรรม คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คกก.นโยบายพลังงานแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
9. ลงทุนในธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในตลาดต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ	กกร./สภาธุรกิจตลาดทุนไทย
10. บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวที่สร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	คกก.นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ คกก.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คกก.บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คกก.สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

ที่มา : สศช.. คู่มือการแปลงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ.2556.

จากตารางที่ 5.1 ชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานร่วมรับผิดชอบที่เป็นเจ้าภาพในแต่ละประเด็น ตัวอย่างแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวเริ่มมีแนวทางในการกำหนดเจ้าภาพและการกระจายอำนาจ และหากพิจารณาในแง่การสื่อสารของเครือข่าย นับว่าหน่วยงานร่วมรับผิดชอบที่เป็นเจ้าภาพในแต่ละประเด็นนับเป็นชุมสายย่อย (Node) ซึ่งมีสตาร์และผู้ประสานงานคือ คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวและคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมตามลำดับ ที่กำหนดโดยใช้เกณฑ์ประเด็นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจสีเขียว มีหน้าที่ประสานงานเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกแต่ละกลุ่ม(สมาชิกภายในของแต่ละชุมสายย่อย) กับ สตาร์และผู้ประสานงาน (ในที่นี้หมายถึงสศช.)

2.2.6 ยกวางแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดยใช้ข้อมูลจากข้อ 2.2.1 – 2.2.5 กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายตัวชี้วัดร่วมกลยุทธ์แผนงาน/โครงการวงเงินงบประมาณ

ระยะเวลาดำเนินการหน่วยงานเจ้าภาพหลักและหน่วยงานร่วมดำเนินงานรวมทั้งแนวทางการติดตามประเมินผลเสนอต่อคณะกรรมการบริหารฯให้ความเห็นชอบ

2.3 จัดประชุมระดมความคิดเห็นหน่วยงานและภาคีที่เกี่ยวข้องทุกระดับเพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวให้มีความชัดเจนและสามารถขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง

2.4 เสนอร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวฉบับปรับปรุงต่อคณะกรรมการบริหารฯ พิจารณาให้ความเห็นชอบอีกครั้งก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาต่อไป

หน่วยงานเจ้าภาพที่เหมาะสมในแต่ละประเด็น ต้องเป็นหน่วยงานภาครัฐที่จะมีบทบาทสำคัญเป็นผู้ประสานงานการขับเคลื่อนกับทุกภาคีการพัฒนาต่างๆภายในเครือข่าย

“...คือ Green มั่นคงน่าชื่นชม มั่นคงน่าชื่นชม มั่นคงน่าชื่นชม และเราก็ต้องการเจ้าภาพที่เหมาะสม เราต้องทำต่อเนื่องนะ และเราก็มีการติดตาม ส่วนประเมินยังต้องรอก่อน...”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

อาจกล่าวได้ว่าคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวเป็นหัวหน้าของคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ กล่าวคือ คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวทำหน้าที่กำกับกำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดยได้มาจากการจัดทำของคณะทำงาน รวมทั้งดูแลให้มีการนำไปปฏิบัติ และติดตามประเมินผล

ในขั้นตอนที่ 2 นี้จะมีการกำหนดบทบาทภาคีการพัฒนา 5 ประเภทในการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ภาคีการพัฒนาทุกระดับจะมีส่วนร่วมดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ที่ความรับผิดชอบ อันได้แก่ (1) ภาครัฐ (2) ภาคเอกชน (3) ภาคประชาสังคม (4) สถาบันการศึกษาและเครือข่ายทางวิชาการ และ (5) สื่อมวลชนซึ่งมีความสำคัญระดับเป็นภาคีหนึ่ง โดยมีแนวทางดำเนินการของแต่ละภาคส่วน ดังนี้

1. ภาครัฐ(ภาคราชการ) ครอบคลุมรัฐบาลหน่วยงานกลาง(ได้แก่ สศช.ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สำนักงานประมาณ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ)

คณะกรรมการระดับชาติที่กำหนดนโยบายและกำกับกรดำเนินงานตามแผนระดับรองและแผนแม่บทเฉพาะเรื่อง(คณะกรรมการระดับชาตินี้ รวมถึงคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว รวมถึงคณะทำงานเพื่อจัดทำแนวทางดังกล่าว) หน่วยราชการส่วนกลาง ระดับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล)

2. ภาคเอกชน คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ประกอบด้วยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย ร่วมด้วย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาธุรกิจตลาดทุนไทย ร่วมกันพิจารณาประเด็นด้านยุทธศาสตร์และแผนงาน เพื่อขับเคลื่อนให้เป็นรูปธรรม ซึ่งแต่ละองค์กรธุรกิจสามารถนำประเด็นที่สนใจไปดำเนินการเอง หรือร่วมดำเนินการเป็นกลุ่มธุรกิจ (คลัสเตอร์) หรือร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

“...ภาคเอกชนเราคงไม่สามารถเจาะถึงผู้ประกอบการได้ครบทุกคน เพราะฉะนั้นก็ประสานผ่านสถาบันภาคเอกชน ได้แก่ สภาหอการค้า สภาอุตสาหกรรม สมาคมธนาคารไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็แล้วแต่เขาว่าเขาจะไปทำต่อเองหรือไม่ คือ 1 ปีที่ผ่านมาตอนนี้เราก้าวหน้าไปมากกับเครือข่ายภาคีภาคเอกชน ส่วนภาคประชาสังคมกำลังจะเริ่มปีนี้...”

(ตฤตย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

3. ภาคประชาสังคม ผ่านคณะกรรมการสมัชชาปฏิรูปประเทศ (สปร.) สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) สภาพัฒนาการเมือง และสมัชชา/เครือข่ายภาคประชาสังคมอื่นๆ เพื่อรับรู้ ทำความเข้าใจ และเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนา ทั้งการจัดทำแผนชุมชน และจัดทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับทิศทางกรพัฒนาระดับชาติและพื้นที่ ร่วมแสดงความคิดเห็นและสนับสนุนการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ แสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ เพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ร่วมติดตาม ตรวจสอบ และสะท้อนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา

“...เราลืมไปว่าวันหนึ่งภาคเอกชน ภาคประชาสังคมเริ่มมีบทบาทมากขึ้น อย่างภาคเอกชนเริ่มมีบทบาทมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงแผนฯ 5 พอแผนฯ 8 เห็นว่า NGO เข้ามามี

บทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา ถ้ามองว่าเวลาเราขับเคลื่อน สภาพพัฒน์จะไม่ทำตัวไปบอกว่าคุณต้องทำตรงนั้นทำตรงนี้ ไปชวนเขามาทำราชการด้วย เราต้องทำภารกิจของประชาชน เพราะแผนมันเป็นแผนของทุกคน ต้องทำภารกิจให้เอกชนด้วย ให้ประชาชนด้วย แต่ถ้ามองว่าแล้วมันยังยืนไหม? ประโยชน์มันอยู่ที่ใคร? มันเป็นเรื่องของการมีส่วนร่วม...”

(ถาณินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

4. **สถาบันการศึกษา/หน่วยงานวิจัย** ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ 5 ส.สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ(สวทช.)สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข(สวรส.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร(สวก.)สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม(สวทน.) ทำหน้าที่ให้ความรู้แก่ภาคีการพัฒนาทั้งด้านวิชาการและการปฏิบัติสนับสนุนการลงทุนและประสานความร่วมมือเครือข่ายการวิจัย เพื่อผลิตผลงานวิจัย สร้างองค์ความรู้และข้อมูล เป็นเครื่องมือกำหนดนโยบายและป้องกันวิกฤตการณ์ต่างๆทั้งระดับประเทศและพื้นที่

“...เวลาเราขับเคลื่อน เราก็ไปคุยกับภาคองค์ความรู้ก็มี สภาวิจัย และ 5 ส. สกว. (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย) สวทช. สวรส.(วิจัยทางด้านสุขภาพสาธารณสุข) สวก. (วิจัยการเกษตร) สวทน. (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม) ตรงนี้เราทำงานร่วมกับเขาและภาคเอกชน และทั้งหมดนี้ไม่ได้หมายความว่าสภาพพัฒน์ไปบอกคนอื่นว่าผมมีโจทย์นี้ คุณมาช่วยผมทำหน่อย เราก็เอากลับมาให้เขาดูว่า 3 จุดมุ่งหมาย 6 ยุทธศาสตร์ 9 ประเด็น คุณอยากทำอะไรก่อน และก็ไปตามอย่างเดียวกันในพื้นที่ระดับภาคซึ่งทำแผนมาด้วยกัน ตรงนี้ละที่เป็นประเด็นการขับเคลื่อน และปีนี้เราก็ใช้ Green Policy เป็นตัวเคลื่อน...”

(ถาณินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

5. **สื่อมวลชน** ซึ่งสศช.ใช้วิธีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และขอความร่วมมือกับภาคสื่อมวลชนโดยตรง ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ผ่านการประสานงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรมิได้มีองค์กรที่เป็นตัวแทนดังเช่นภาคีการพัฒนาส่วนอื่นๆ โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่ผลิตสื่อสร้างสรรค์ กระตุ้นให้สังคมไทยร่วมมือ ร่วมใจพัฒนาประเทศ เผยแพร่

ประชาสัมพันธข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินงานการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวภายใต้แผนชาติให้ประชาชนและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง สะท้อนข้อมูลสถานการณ์การพัฒนาในด้านต่างๆจากประชาชน และชุมชนแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

“...เราใช้วิธีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ และขอความร่วมมือกับภาคีสื่อมวลชนโดยตรง ทำข่าวลงหนังสือพิมพ์ เราก็อาจจะขอความอนุเคราะห์ หรือถ้าจำเป็นต้องจัดซื้อจัดจ้าง ก็ต้องดำเนินการไป แต่ในการประชุมทุกครั้ง เราก็จะเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง ซึ่งก็ประสานฝ่ายประชาสัมพันธให้ช่วยดำเนินการเชิญให้ อย่างกร.ตอนนั้น ทางกร.ก็เชิญสื่อมวลชนมาด้วยอยู่แล้ว...”

(ตฤตณัย นพคุณ, สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2556)

ในขณะที่มีการแยกภาคีการพัฒนาออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังกล่าว แต่ในการปฏิบัติงานการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวตาม 7 มิติ อันได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียวนั้น เป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการและต้องการการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนในแต่ละมิติจากภาคีการพัฒนาต่างๆเหล่านั้น

“...คือ การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆก็ตาม มันเป็นบูรณาการมันก็เกี่ยวข้องกันทั้งหมด ถ้ามองออกว่าการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมันคืองานเชิงบูรณาการ สังคมสีเขียว หมายถึง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมๆกัน งานของเรา ก็ต้องเกี่ยวกับทุกสำนักภายในสศช. และเกี่ยวข้องกับทุกๆภาคีภายนอกอยู่แล้ว...”

(ตฤตณัย นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

ขั้นที่ 3 เมื่อคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวแล้ว หน่วยงานเจ้าภาพประสานการดำเนินงานกับหน่วยงาน/ภาคีการพัฒนาดังนี้ (หน่วยงานเจ้าภาพ ในที่นี้ หมายถึง คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว หรือกลุ่มองค์กรภาครัฐและเอกชนที่ ร่วมเป็นเจ้าภาพในแต่ละประเด็นตามตัวอย่างแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว; ตารางที่ 5.1)

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

2. กระทรวงนำแผนงาน/โครงการที่รับผิดชอบภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่ สังคมสีเขียวบรรจุไว้ในแผนปฏิบัติการราชการ 4 ปี และรายปี โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับแผนการ บริหารราชการแผ่นดิน หากกระทรวงใดมีหน่วยงานในภูมิภาคให้นำแผนงาน/โครงการที่ รับผิดชอบในแผนปฏิบัติการร่วมๆ ไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่และเปิดโอกาสให้ประชาชนที่เป็น กลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมตามแผนงาน/โครงการดังกล่าว

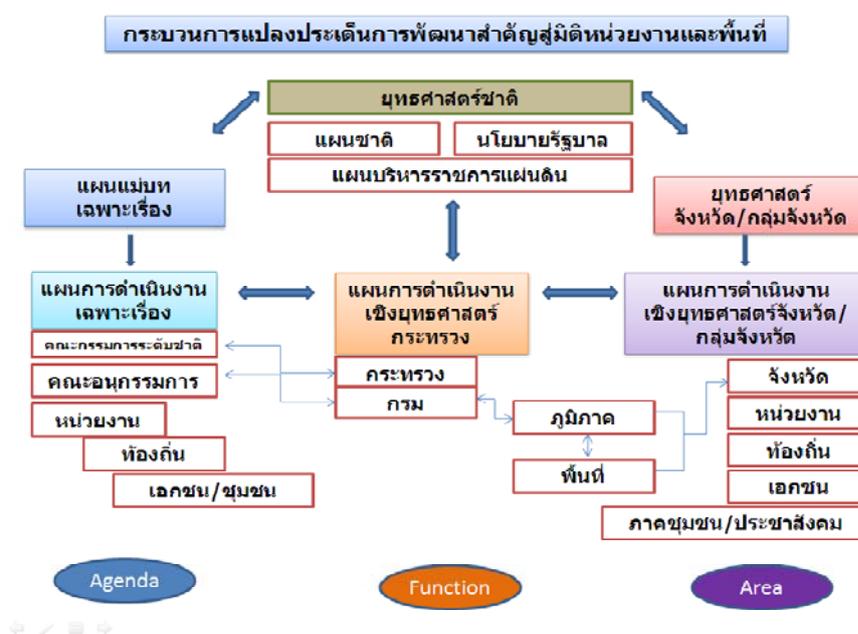
3. บางประเด็นอาจใช้ “จังหวัด” เป็นกลไกดำเนินการในระดับพื้นที่ ให้หน่วยงานเจ้าภาพ ประสานดำเนินการใน 2 แนวทาง ดังนี้

3.1 คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กนจ.) นำแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวมาใช้ประกอบการกำหนดแผนงาน/โครงการใน แผนพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและแผนปฏิบัติการประจำปีจังหวัด/กลุ่มจังหวัด ก่อนเสนอ 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/กลุ่มจังหวัด

ภาพที่ 5.2 กระบวนการแปลงประเด็นการพัฒนาสำคัญสู่มติหน่วยงานและพื้นที่



ที่มา : สศช.. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2555. 2555.

จากภาพที่ 5.2 พบว่า โดยหลักแล้วมีการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวผ่านช่องทางโครงสร้างหน่วยงานรัฐได้ทั้งหมด 3 ช่องทาง คือ ขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการระดับชาติ กระทรวง และจังหวัด โดยหน่วยงานเจ้าภาพทั้งสาม ก็จะมีเครือข่ายภายในอีกเช่นกัน ทั้งระดับท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เป็นต้น

สำหรับการสื่อสารเฉพาะของหน่วยงานภาครัฐ ยังนับว่าเป็นการสื่อสารที่เป็นไปในลักษณะของการสั่งการอยู่ (Vertical Communication) แต่หน่วยงานอื่น เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เป็นการสื่อสารในลักษณะการขอความร่วมมือ (Horizontal Communication) นั่นคือ หากพิจารณาการสื่อสารเป็นองค์รวมที่ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ส่วนท้องถิ่น ภาคสื่อมวลชน เป็นต้น การสื่อสารจะเป็นการสื่อสารแบบผสมระหว่างการสั่งการและการขอความร่วมมือ (Vertical and Horizontal Communication)

“...แล้วตรงนี้นั้นก็มีเครือข่ายซึ่งโยงไปถึงชุมชน ตกลงแผนฯ 11 มันไม่ได้สามารถขับเคลื่อนโดยภาครัฐโดยลำพัง ไม่ใช่ว่าอยากจะทำตั้งโรงงานเหล็กต้นน้ำ บอกว่าผมจะไปตรงนี้ ไปก็ต้องไปคุยกับชาวบ้านให้เขายินยอม ต้องมีการให้ข้อมูล...”

“...เวลาลงพื้นที่ทำอย่างไร ต้องให้จังหวัด พื้นที่ท้องถิ่นชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม จะเห็นว่าหลายชุมชนเยอะขึ้น เขามีศักยภาพในตัว มีองค์ความรู้ เขาก็จะ move ไปของเขา แต่ along the way need support ไม่มีใครทำงานได้แบบ stand alone ได้อีกต่อไปในโลกนี้ ไม่ว่าจะตรงไหนก็แล้วแต่...”

(ธานินทร์ ณะอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

อาจกล่าวได้ว่า การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆก็ตามในระดับประเทศ รัฐและหน่วยงานรัฐต้องเป็นหน่วยแรกที่เป็นปฐมกรก่อน (First Mover) จึงจะสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดผู้ตามในภาคส่วนอื่นๆต่อมาได้

“...บทบาทสศช.ไม่ใช่ผู้เล่นจริง เราเป็นผู้ให้ความรู้ ผู้ประสาน เป็นผู้สร้างความเข้าใจ เราไม่อยากใช้คำว่าตัวนำ เป็นตัวประสานในการขับเคลื่อนดีกว่า...”

(ตฤตถ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

จากการที่ลักษณะการดำเนินการมีใช้การสั่งการเบ็ดเสร็จ (Vertical Communication) ดังที่แล้มาแล้ว แต่เป็นในลักษณะการดำเนินการร่วมกัน สร้างความเข้าใจให้เกิดกับทุกภาคีการพัฒนา และขอให้ช่วยนำไปเผยแพร่ต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow Communication) ดังเช่น สศช.ขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัด โดยเปลี่ยนจากการสั่งการโดยใช้คำสั่งเป็นจุดหมายขอความร่วมมือ ซึ่งโดยนัยแล้วก็ยังนับว่าเป็นการสั่งการในหน่วยงานภาครัฐ แต่มีความนุ่มนวลขึ้น (soft) เหมือนเป็นการขอความร่วมมือ/ความช่วยเหลือ ซึ่งเป็นการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) เสียมากกว่า

“...แต่ถ้าออกไปแบบพูดกันตรงๆอะ เอ้อขอให้จังหวัดบุรีรัมย์ช่วยเผยแพร่สังคมสีเขียวให้สศช.หน่อยนะ แต่เราอาจไปบรรยายเรื่องการขับเคลื่อนแผนฯ 11 มุ่งสู่สังคมสีเขียวให้เขาฟัง เขาก็

อาจจะชักถาม แล้วก็อาจนำไปสู่การทำงานร่วมกัน หรือเขาเอาสิ่งที่ได้จากเราไปเผยแพร่ไป ขั้วเคลื่อนต่อ คือ ร่วมกับทุกภาคีในการเผยแพร่ผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับภาคี เหล่านั้น และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอดต่อ เป็น Two-step flow...”

(ตฤตย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

ขั้นที่ 4 เมื่อแต่ละหน่วยงานดำเนินการตามแนวทางหรือแผนงาน/โครงการในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวแล้ว จะต้องติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลการดำเนินงาน โดยแต่ละหน่วยงาน/ภาคีกำหนดแนวทางการติดตามประเมินผลที่สอดคล้องกับกรอบการติดตามประเมินผลที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการร่วมฯ จากนั้นจึงรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลสำเร็จของการดำเนินงานที่มีเป้าหมายร่วมกันระหว่างหน่วยงาน แล้วจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลในส่วนที่รับผิดชอบ จากนั้นส่งให้หน่วยงานเจ้าภาพ(คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวและคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ อันได้แก่ กลุ่มองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการที่ร่วมเป็นเจ้าภาพในแต่ละประเด็นตามตัวอย่างแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว; ตารางที่ 5.1) เพื่อรวบรวมและจัดทำเป็นรายงานติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการร่วมฯต่อไป

โดยหน่วยงานเจ้าภาพที่ทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินการในแต่ละประเด็นการพัฒนาในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ในตัวอย่างประเด็นการปรับโครงสร้างสู่เศรษฐกิจสีเขียว อาจเป็นหน่วยงานจากภาครัฐที่มีจุดแข็งที่มีความมั่นคง(Durability) เพื่อแก้ปัญหาความเป็นเครือข่ายที่มีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็ว เช่นประเด็น การยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่การผลิตส่งเสริมระบบเกษตรกรรมยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และประเด็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และเทคโนโลยีการลดคาร์บอนที่การติดตามและประเมินผลอาจดำเนินการโดยกระทรวงอุตสาหกรรม ประเด็นการสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรรุ่นใหม่และแรงงานคุณภาพเข้าสู่อาชีพเกษตรกรรม ที่อาจดำเนินการโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น

2. การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์สศช. รวมถึงข่าวจากหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ปี 2553-2555 พบว่าการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสศช. เพื่อสร้างความเข้าใจกับภาคีทุกภาคส่วนผ่านกระบวนการและเครื่องมือต่างๆที่ใช้เผยแพร่ ซึ่งเป็นไปใน 4 ลักษณะ คือ

1. สศช.เป็นผู้เผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสมัยใหม่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เป็นต้น

2. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหารของสศช.เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆเป็นผู้จัดการประชุมหรือสัมมนาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว

3. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์ผ่านกิจกรรมดังนี้ การแถลงข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหารสศช. การถ่ายทอดสดในโอกาสสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดการประชุมประจำปี2555ของสศช. และการจัดทำข่าวแจกแก่สื่อมวลชนและการจัดส่งข้อมูลที่สำคัญ

4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ได้แก่

4.1 การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการที่สศช.ดำเนินการเอง

4.2 การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการที่สศช.ทำการศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นผู้เผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ตั้งแต่ปี 2553-2555 มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 ลักษณะการเผยแพร่สังคมสีเขียวที่สศช.เป็นผู้เผยแพร่ตั้งแต่ปี 2553-2555

ลำดับที่	รายละเอียด	สื่อที่ใช้	ที่มา	ผู้รับสาร
1. การจัดประชุมประจำปี 2553“ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11”6 ส.ค. 2553	มีเอกสารประกอบการประชุม และรายงานสรุปผลการประชุม	สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์และซีดี)และสื่อกิจกรรม	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช.	ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปที่สนใจ
2. การประชุมประจำปี 2554“แผน 11 สู่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” 7 ก.ค. 2554	มีรายงานสรุปผลการประชุมประจำปี และเอกสารประกอบการประชุม ได้แก่ (1) (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) (2) (ร่าง) ทิศทางการพัฒนาภาคในระยยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)(3) การติดตามประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยยะ	สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์และซีดี)สื่อกิจกรรม และสื่อเฉพาะกิจ	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช. (1) ก.ค. 54(2) มิ.ย. 54(3) ก.ค. 2554(4) ก.ค. 54	ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปที่สนใจ

	แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) (4) บอร์ดจัดแสดง "แผน 11..สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน" ทั้งสิ้น 10 บอร์ด			
3. การประชุมประจำปี 2555 “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว” 6 ก.ย. 2555	มีรายงานสรุปผลการประชุมประจำปี และเอกสารประกอบการประชุม ได้แก่ (1) เอกสารประกอบการประชุม 2555 (2) รายงานการติดตามประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 และติดตามความก้าวหน้าปีแรกของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11	สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์และซีดี)	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช. (1) 6 ก.ย. 2555(2) ก.ย. 55	ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปที่สนใจ
4. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11	แผนฯ 11 ฉบับเต็ม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และสรุปสาระสำคัญของแผน 11 ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งเอกสารการจัดทำแผนฯ 11 ได้แก่ (1) (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) (2) รายงานสรุปผลการประชุมประจำปี 2554 ของ สศช. (3)สรุปผลการประชุมระดมความเห็นยุทธศาสตร์ แผนฯ 11 ระดับภาค (4)(ร่าง) ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่	สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์)	สศช. และหน้าเว็บไซต์ สศช. 26 ต.ค. 54 (1)-(2) ก.ค. 54 (3) เม.ย. 54 (4) มี.ค. 54(5) ธ.ค. 53(6) 26 ต.ค. 53 (7) 6 ส.ค. 53(8) ต.ค. 53	ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

	11 พ.ศ. 2555-2559 (5)ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (ฉบับชุมชน) แผนฯ 11 ... ผู้สังคมนแห่งความสุขอย่างมีภูมิคุ้มกัน (6)ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ฉบับเสนอคณะรัฐมนตรี(7) ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (8)Summary of the Direction of the Eleventh National Development Plan			
5. ข่าวความเคลื่อนไหวการระดมความคิดเห็นการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11	(1) สศช.จัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาและระดับมหาวิทยาลัยต่อร่างทิศทางของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (2)ผู้บริหาร สศช.และผู้ที่เกี่ยวข้อง แถลงข่าวแก่สื่อมวลชน(3) จัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นกลุ่มผู้สูงอายุต่อร่างทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (4)ภาคเอกชนร่วมระดมความคิดเห็นทิศทางแผนฯ 11(5)สื่อมวลชนชี้แผนฯ 11 ควรมีเป้าหมายชัดเจน ทำทนาย และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง	สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์)	สศช. และหน้าเว็บไซต์ สศช.(2) 30 ก.ค.53 (3) 2ส.ค. 53(4) 29 ก.ค. 53(5) 23 ก.ค.53	ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจทั่วไป
6. วารสารเศรษฐกิจและสังคม	(1) ฉบับ ก.ค.-ก.ย. 2554 แผน 11สู่ความสุขและภูมิคุ้มกันในสังคมไทย : ประเทศไทยกับ	สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช.	ภา คี ก า ร พั ฒ น า ที่ ก ี ย ว ข ็ อ ง และ ประชาชน

	<p>การก้าวสู่เศรษฐกิจและสังคมสีเขียว, บทบาทของชุมชนในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, เมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, เมืองสีเขียว: นานาประสบการณ์ของต่างประเทศ, การประกาศใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และสรุปแผนฯ 11(2)ฉบับ ต.ค.-ธ.ค. 2554 ภาศึการพัฒน..</p> <p>พลังขับเคลื่อนแผนฯ 11 สู่การปฏิบัติ :</p> <p>สัมภาษณ์พิเศษ ดร.อาชวี เต่าเดานนท์ “ปัจจัยทำทหายความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ”, ภาศึการพัฒน..พลังขับเคลื่อนแผนฯ 11 สู่การปฏิบัติ, สถาบันการศึกษากับการปรับทิศทางการพัฒนาสู่ชุมชน, กรอ.กลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ, โครงการติดตามประเมินผลการกระจายอำนาจการปกครองสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11, ธุรกิจเอกชนกับการจัดศูนย์การเรียนรู้, กลไกการวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศบนฐานความรู้, แผนภูมิกระบวนการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ลง</p>			<p>ทั่วไปที่สนใจ</p>
--	--	--	--	----------------------

	<p>สู่ระดับพื้นที่, Roadmap กระบวนการขับเคลื่อน แผนพัฒนา ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ(3)ฉบับ ม.ค.-มี.ค. 2555 ความเคลื่อนไหวของ สศช. รายงานความเคลื่อนไหวของการขับเคลื่อน แผนพัฒนา ฉบับที่ 11(4)ฉบับ เม.ย.-มิ.ย. 2555 ความเคลื่อนไหวของ สศช. การขับเคลื่อน แผนพัฒนา ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ(5)ฉบับ ก.ค.-ก.ย. 2555 เรื่องเด่นประจำฉบับ การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมสีเขียวบทความ ประจำฉบับ “นวัตกรรมสีเขียว” สร้างสรรค์การพัฒนาที่ยั่งยืน และตัวชี้วัดอนาคตประเทศไทยบน เส้นทางสีเขียวรายงานความเคลื่อนไหวของ การขับเคลื่อนแผนพัฒนา ฉบับที่ 11(6)ฉบับ ต.ค.-ธ.ค. 2555 แนะนำโครงการวิจัย ความยากจนของประเทศไทย : แนวทางการจัดทำเส้น ความยากจนใหม่และความยากจนหลายมิติ รายงานความเคลื่อนไหวของการขับเคลื่อน แผนพัฒนา ฉบับที่ 11</p>			
--	---	--	--	--

7. รายงานประจำปี 2553	เน้นเรื่องการจัดทำทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11	สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช.	ประชาชนทั่วไปที่สนใจ
8. รายงานประจำปี 2554 ..แผนฯ11..สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน	คณะอนุกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์แผนฯ 11, สารระสำคัญแผนฯ 11, และการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว และแนวทางการขับเคลื่อน	สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช.	ประชาชนทั่วไปที่สนใจ
9. รายงานประจำปี 2555	การขับเคลื่อนแผนฯ 11	สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช.	ประชาชนทั่วไปที่สนใจ
10. เอกสารวิชาการ	(1) ความหมายของเกษตรกรรมยั่งยืน (Sustainable Agriculture)(2)แนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคเกษตรทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสู่สังคมคาร์บอนต่ำหรือ สังคมสีเขียว (3)ทิศทางการพัฒนาภาคในแผน 11 (4)Value Creation เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน power point presentation จากงาน IRPC Business Forum 2012	สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	(1)สำนักงานวางแผนการเกษตรทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สศช.เม.ย. 54(2)-(4) สศช. และหน้าเว็บไซต์สศช. (2) ก.ย.54(3)ต.ค. 54(4)พ.ย. 55	ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง
11. เอกสารบรรยาย	เป็นเอกสารประกอบการประชุม Save Our Planet นโยบายการเติบโตสีเขียว : เครื่องมือเพื่อการพัฒนา กรุงเทพมหานคร ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	หน้าเว็บไซต์สศช. 9ม.ค. 2555	ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

<p>แบบคาร์บอนต่ำในประเทศ ไทย โดย นายอาคม เติม พิทยาไพสิฐ เลขาธิการ สศช.</p>	<p>ส่งเสริมการลงทุน (BOI) และนิตยสารAsean Affairs ร่วมกันจัดขึ้น</p>			
<p>12. การประชุมระดับ ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง การเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศและผลกระทบ ทางสังคมในบริบทประเทศ ไทย ภายใต้โครงการ เตรียมการ จัดทำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11</p>	<p>จัดโดยสศช. ร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Sasin Institute for Global Affairs ;SIGA) และศูนย์ เครือข่ายงานวิเคราะห์วิจัยและฝึกอบรมการ เปลี่ยนแปลงของโลกแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง ใต้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (SEA START RC)</p> <p>การประชุม มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผล การศึกษาเบื้องต้น และระดมสมองเพื่อบูรณาการ องค์ความรู้และความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน นักวิชาการ และ ภาคประชาสังคม ในการบ่งชี้ประเด็น ผลกระทบทางสังคมจากการเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศที่คาดว่าประเทศไทยจะต้องเผชิญใน</p>	<p>สื่อกิจกรรม</p>	<p>สศช.31มี.ค. 2553</p>	<p>ภา คี ก า ร พ ั ต ม น า ที่ เกี่ ย ว ข ้อง</p>

	อนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการย้ายถิ่นของประชากร การเปลี่ยนอาชีพทำกินและปัญหาสุขภาพ โดยวิเคราะห์เชื่อมโยงกับ มิติอื่นๆ ของการพัฒนา และแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต			
13. การประชุมระดมความเห็น แนวทางการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเติบโตสีเขียว	ภายใต้โครงการศึกษาเพื่อแนวทางการขับเคลื่อนภาคเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Green Society)	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์)	เว็บไซต์ MEAs Think Tank (โครงการพัฒนาความรู้และยุทธศาสตร์ความตกลงพหุภาคีด้านสิ่งแวดล้อม) 26 ก.ค. 54	ภา คี ก า ร พ ั ด ม น า ที่ เกี่ยว ข ้อง และ ผู้ ที่ สน ใจ ทั้ ว ไป
14. การศึกษาเบื้องต้นศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมของพื้นที่มาบตาพุด	มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมศักยภาพของพื้นที่มาบตาพุดในการรองรับอุตสาหกรรมและจัดทำข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาล้างแวมและอุตสาหกรรมในพื้นที่มาบตาพุด	สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	สศช.มี.ค. 2554	ภา คี ก า ร พ ั ด ม น า ที่ เกี่ยว ข ้อง และ ผู้ มี ส ่วน ได้ ส ่วน เส ีย
15. การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมภาครัฐและเอกชน เรื่อง “การขับเคลื่อน	มีเอกสารการประชุม ดังนี้(1) (ร่าง) คู่มือการแปลงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 สู่อำนาจปฏิบัติ สำหรับระดมความคิดเห็นร่วมกับภาคีการพัฒนา (2)ความก้าวหน้าการขับเคลื่อน	สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์)	หน้าเว็บไซต์สศช.8 พ.ย. 2555	ภา คี ก า ร พ ั ด ม น า ที่ เกี่ยว ข ้อง และ ผู้ มี ส ่วน ได้ ส ่วน เส ีย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11"	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)สู่การปฏิบัติ ประจำปีงบประมาณ 2555 (3)สรุปสำหรับผู้บริหาร(4) สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11พ.ศ. 2555-2559(5) วิดีโอประกอบการประชุม และ presentation ต่างๆ			
--	--	--	--	--

2. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล สื่อบุคคลในที่นี้ เป็นผู้บริหารของสศช.เข้าร่วมบรรยาย วิชาการการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆเป็นผู้จัดการประชุมหรือสัมมนาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียวมีข่าวที่รวบรวมได้ปี 2553-2555ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3 ลักษณะการเผยแพร่สังคมสีเขียวของสศช. ในการที่สศช.ส่งสื่อบุคคลไปเข้าร่วมการประชุมของหน่วยงานอื่นเพื่อเผยแพร่สังคมสีเขียว ตั้งแต่ปี 2553-2555

ลำดับที่	สื่อบุคคล	หมายเหตุ	ที่มา	ผู้รับสาร
1. กรุงเทพมหานคร Business Forum (2*/2010) จัดงานสัมมนาเรื่อง สังคมสีเขียว - เศรษฐกิจ - โลก -	คุณธนาสินทร์ ณะเอม ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน ได้ไปเป็นวิทยากรในช่วง Panel Discussion :“อุตสาหกรรมสีเขียว” ความท้าทายสู่ธุรกิจยั่งยืน สังคมอยู่รอด	มีสไลด์ประกอบการบรรยาย	http://www.csri.or.th/sites/default/files/%20Green%20Forum_1.pdf	ผู้ที่สนใจทั่วไป

<p>สิ่งแวดล้อมวันที่ 5 ส.ค. 2553</p>				
<p>2. ฐานเศรษฐกิจจัดเวทีระดมสมองหัวข้อ ทิศทางเศรษฐกิจไทย ก้าวอย่างไรในอนาคตวันที่ 24 ก.ย. 2553</p>	<p>ดร.ปรเมธี วิมลศิริ รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและยังมีวิทยากรจากองค์กรต่าง ๆ ร่วมแลกเปลี่ยนความเห็น อาทิ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง(สศค.) มูลนิธิพลังงานเพื่อสิ่งแวดล้อม และ ธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) เป็นต้น</p>	<p>ในเวทีได้ร่วมกันต่อภาพสถานะและทิศทางของเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ภาพรวมในระดับโลกและย่อยลงมาถึงระดับผู้ประกอบการและตัวบุคคล</p>	<p>กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ จากหนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจฉบับวันที่ 26-29ก.ย. 2553</p>	<p>ภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป</p>
<p>3. เสวนาวาระประเทศไทย หัวข้อ Green Thailand : ยุทธศาสตร์สีเขียวประเทศไทย ซึ่งจัดขึ้นในวาระครบรอบ 40 ปีเดอเนชั่น</p>	<p>คุณอาคม เต็มพิทยาไพสิฐ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น</p>	<p>การเสวนาครั้งนี้เป็นการระดมความเห็นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนของสังคม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ร่วมกันกำหนดแนวทางนำพาสังคมไทย ไปสู่การเป็นสังคมสีเขียว (Low Carbon Society)</p>	<p>กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ วันที่ 5 ต.ค. 2553</p>	<p>ผู้ที่เกี่ยวข้องและสนใจทั่วไป</p>
<p>4. การประชุมวิชาการระดับชาติ ประเทศไทยกับ</p>	<p>ผู้แทนจากสศช.เป็นผู้วิพากษ์</p>	<p>องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ</p>	<p>หน้าเว็บไซต์องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือน</p>	<p>ภา คี ก า ร พั ฒ น า ที่เกี่ยวข้อง</p>

<p>ภูมิอากาศโลก ครั้งที่ 2: เรื่อง การเปลี่ยนกระบวนทัศน์สู่เศรษฐกิจสีเขียว วันที่ 18-19 ส.ค. 2554</p>		<p>อ.บ.ก. และ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ร่วมต้นจิต</p>	<p>กระทรวง</p>	
<p>5. การประชุม IPCC & TARC: องค์ความรู้การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศของโลกและของไทย วันที่ 19ส.ค.2554</p>	<p>วิพากษ์โดยเลขาธิการสศช. และผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานอื่นๆ</p>	<p>เป็นการนำเสนอผลการจัดทำรายงานสังเคราะห์และประมวลสถานการณ์องค์ความรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของไทย ครั้งที่ 1 (1st TARC) และรับข้อคิดเห็นจากหน่วยงานระดับนโยบายในการประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง ประเทศไทยกับภูมิอากาศโลกครั้งที่ 2: การเปลี่ยนกระบวนทัศน์สู่เศรษฐกิจสีเขียว</p>	<p>เว็บไซต์ศูนย์ประสานงานและพัฒนางานวิจัยด้านโลกร้อน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (THAI-GLOB) วันที่ 16 ก.ย. 2554</p>	<p>ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป</p>
<p>6. การสัมมนากรุงเทพธุรกิจ "Green Forum : Green Economy</p>	<p>นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการสศช. ร่วมแสดงความเห็น</p>	<p>-</p>	<p>กรุงเทพ ธุรกิจออนไลน์ วันที่ 9 ก.ย. 2554</p>	<p>ผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป</p>

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจไทย ยั่งยืน" วันที่ 24 ส.ค. 2554				
7. กระทรวงการ ต่างประเทศ จัดกิจกรรม การทูตสีเขียว (Green Diplomacy) ครั้งที่ 3 ใน หัวข้อ “แนวทางการ ส่งเสริมพฤติกรรมการ บริโภค ที่นำไปสู่ Green Economy”	นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการสศช.ร่วม วิพากษ์	-	นสพ.คมชัดลึก วันที่ 12 ก.ย. 2554	ผู้ที่สนใจทั่วไป
8. การประชุม Save Our Planet 5: Air Water Earth	นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการ สศช. ได้ไป เป็นผู้บรรยายนโยบายการเติบโตสีเขียว : เครื่องมือ เพื่อการพัฒนาแบบคาร์บอนต่ำในประเทศไทย	จัดโดยกรุงเทพมหานคร ร่วมกับ สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการ ลงทุน (BOI) และนิตยสาร Asean Affairs	5 ม.ค. 2555	ผู้ที่สนใจทั่วไป
9. กรุงเทพมหานครจัด โครงการรณรงค์วัน สิ่งแวดล้อมโลก (World Environment Day 2012)	มีการเสวนาในหัวข้อ “กรุงเทพฯ หัวใจสีเขียว” จาก ผู้แทนจากกรมควบคุมมลพิษ สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ และสำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร	กิจกรรมอื่น ๆ นอกจากนี้อาทิ การจัดนิทรรศการก้าวอย่าง ยั่งยืน สู่มืองหัวใจสีเขียว การ แสดงดนตรีจากวงไฮป และอ.	5 มิ.ย. 2555	ผู้ที่สนใจทั่วไป

		<p>วิจิตร ใฝศิริ เพชรบุรีแบนด์ การแสดงชุด รักรัษโลก อย่างยั่งยืน การสาธิตการพับกระดาษเหลือใช้และการตรวจวัด หัวใจสีเขียวในตัวคุณ</p>		
<p>10. งานสัมมนาวิชาการ "Post Rio+20:ประเทศไทยมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน"</p>	<p>สื่อบุคคล นายอาคม เต็มพิทยาไพสิฐ เลขาธิการสศช.ร่วมวิพากษ์ และคุณลัดดาวัลย์ คำภา รองเลขาธิการสศช. ได้ไปเป็นวิทยากรร่วมอภิปรายในประเด็นเกษตรกับความมั่นคงทางอาหาร</p>	<p>งานสัมมนาจัดโดย สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ร่วมกับสถาบันพระปกเกล้า สถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ สำนักงานภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ให้สังคม</p>	<p>31 ก.ค. 2555</p>	<p>ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจทั่วไป</p>

		ต้นตัวในการเข้าร่วมและ ทบทวนการดำเนินงานด้านการ พัฒนาที่ยั่งยืนของไทย		
11. IRPC Business Forum	“Value Creation เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน”บรรยาย โดยนายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ	-	1 พ.ย. 2555	ผู้ที่สนใจทั่วไป
12. กระทรวงอุตสาหกรรม จัดงานสัมมนา “ก้าวต่อไป อุตสาหกรรมสีเขียวสู่การ พัฒนาอย่างยั่งยืน”	มีการบรรยายเรื่อง “เศรษฐกิจสีเขียว” โดยนาย อาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการสศช.	ภายในงานมีการสรุปผลการ ดำเนินงานโครงการ อุตสาหกรรมสีเขียวสู่การ พัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2555 และมอบเกียรติบัตร รับรองมาตรฐานโรงงานสีเขียว	http://www.greenindustrythailand.com/cms/content.php?pagename=18-dec-2555 วันที่ 18 ธ.ค. 2555	ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ ที่สนใจทั่วไป

3. การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน นอกจากการผลิตสื่อเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงแล้ว สศช.ยังได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนในกลุ่มต่างๆอย่างกว้างขวางผ่านสื่อมวลชน ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์โดยผ่านกิจกรรมดังนี้

3.1 การแถลงข่าว จัดการแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลการพัฒนาการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว เพื่อให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่แก่สาธารณชนต่อไป เช่น การแถลงข่าวการประชุมประจำปี 2555 ของสศช.

3.2 การสัมภาษณ์ผู้บริหารสศช. โดยการประสานงานให้สื่อมวลชนเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหารสศช. เกี่ยวกับแนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสศช. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจสู่สาธารณชน

3.3 การถ่ายทอดสดในโอกาสสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯสยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์เมื่อ 6 กันยายน 2555

3.4 การจัดทำข่าวแจกแก่สื่อมวลชนและการจัดส่งข้อมูลที่สำคัญ ไปให้สื่อมวลชน เพื่อใช้ในการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างข่าวที่สศช.ส่งข่าวแจกแก่สื่อมวลชนเพื่อนำไปเผยแพร่ถ่ายทอด เป็นเนื้อหาว่าด้วย 7 อุตสาหกรรมที่ได้รับการวางตำแหน่งให้เป็นผู้นำในเศรษฐกิจสีเขียว

“ไทยดันดาวรุ่ง 7 อุตสาหกรรม ปรับกลยุทธ์บ่มยอดปี 56 โภย 2 ล้าน ล.

แนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับ 11 ที่ “สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” (สศช.)วางกรอบให้ทั้งภาครัฐและเอกชน ปรับและรี้อโครงสร้างเพื่อนำประเทศไทยก้าวสู่ “เศรษฐกิจบนเส้นทางสีเขียว” เริ่มตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไปโดยต้องสอดคล้องกับนโยบายการคลังของรัฐบาล “ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร”ที่ตั้งเป้าจัดเก็บรายได้ไว้ 2,197,900 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.3% ภายใต้งบประมาณรายจ่าย 2.4 ล้านล้านบาท เดินหน้า 8 ยุทธศาสตร์ และหนึ่งในจำนวนนี้มุ่งเน้นยุทธศาสตร์การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพยั่งยืน โดยได้จัดสรรงบฯรายจ่ายให้ไว้ 228,395.8 ล้านบาท คิดเป็น 9.5%ของทั้งหมด

นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการสศช. เปิดเผยว่าปัจจัยการพัฒนาเศรษฐกิจบนเส้นทางสีเขียวอยู่ในจังหวะเดียวกันกับที่ประเทศไทยต้องปรับโครงสร้างกฎหมายกับธุรกิจให้สอดคล้องกับความยั่งยืนทางทรัพยากรธรรมชาติขึ้นเป็นเบอร์ 1 ในตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 ซึ่งผู้ประกอบการมีความต้องการบริการและปริมาณการผลิตสินค้าเพิ่มอีก 2-3 เท่า

ดัชนีความสามารถในการแข่งขัน เปรียบเทียบไทยกับอีก 4 ประเทศ

การพัฒนา	ไทย	สิงคโปร์	ไต้หวัน	สหรัฐ	เยอรมนี
ภาพรวม	30	4	7	2	9
โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี	50	3	4	2	13
โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์	40	13	7	1	3
การศึกษา	52	6	24	23	17
โครงสร้างพื้นฐาน					
- ชีตความสามารถด้านนวัตกรรม	N/A	N/A	5	4	3
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนา 2544					
- อันดับ	45	27	18	1	4
- การลงทุน (ล้านเหรียญสหรัฐ)	627	4,759	12,015	401,576	92,458

ที่มา : IMD World Competitiveness Yearbook 2012 และ The Global Competitiveness Report 2012

ส่วนดัชนีชี้วัดความสามารถทางการแข่งขันที่ภาครัฐและเอกชนไทยควรให้ความสนใจอย่างยิ่งนั้น ต้องติดตามผลการประเมินเปรียบเทียบของ IMD World Competitiveness ระหว่างไทยกับอีก 4 ประเทศ คือสิงคโปร์ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี จากพื้นฐานปี 2554-2555 หัวใจสำคัญที่จะส่งเสริมธุรกิจไทยขับเคลื่อนตามเป้าหมายได้จะต้องอาศัยองค์ประกอบพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ การศึกษานวัตกรรมเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน การลงทุนทำวิจัยและพัฒนา (Research & Development : R&D) ซึ่งเป็นจุดด้อยรุนแรงสุดของไทยจัดสรรงบประมาณแต่ละปีน้อยกว่าประเทศแถวหน้าของโลก 4-20 เท่า

นายบรรวงศ์สินอุดม รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทปตท.โกลบอล เคมีคอล จำกัด (มหาชน) หรือ PTTGC เปิดเผยว่านักลงทุนภาคอุตสาหกรรมทั้งไทยและต่างประเทศต่างตื่นตัวเร่งปรับแผนพัฒนาธุรกิจขนรับเทรนด์นวัตกรรมการค้ายุคสีเขียวโดยบูรณาการพร้อมกันไปทั้ง 3 ส่วน คือ Economic, Ecology, Eco-industry คือ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ชุมชนจากนี้ไปต้องอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคงมีเสถียรภาพ

ขณะที่สศช.ระบุถึงตัวเร่งหรือปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาสู่อุตสาหกรรมสีเขียวมี 6 ปัจจัย คือ 1.ปัญหาโลกร้อนซึ่งเกิดจากการใช้พลังงานฟอสซิลและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2.การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3.กฎระเบียบ ความปลอดภัยและมาตรฐาน เป็นเครื่องมือใหม่กำลังถูกนำมาใช้กีดกันการค้าระหว่างประเทศ 4.เทคโนโลยีสมัยใหม่พัฒนานวัตกรรมแบบก้าว

กระโดดในภาคการผลิตและบริการสินค้า 5.นโยบายภาครัฐกับแผนฯ 11 เน้นเพิ่มคุณภาพชีวิตประชาชนลดความไม่เสมอภาคระยะยาว รวมถึงต้องพัฒนาสมดุลทรัพยากรธรรมชาติและนิเวศ 6.การมีส่วนร่วมของชุมชนกับโรงงานที่เข้าไปใช้พื้นที่ทำมาหากินต้องเพิ่มระบบการจัดการอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ

สำหรับ "อุตสาหกรรม"ที่ได้รับการวางตำแหน่งให้เป็น "ผู้นำ" วงการเศรษฐกิจสีเขียว แบ่งเป็น 3 กลุ่ม 7 อุตสาหกรรม คือกลุ่ม 1 มีบทบาทต่อโครงสร้างการผลิตของประเทศสูงคือ อุตสาหกรรมปิโตรเลียม

กลุ่ม 2 อุตสาหกรรมที่สร้างโอกาสใหม่ (New S Curve) เชื่อมโยงระหว่างกัน 3 สาขา คือ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม และบริการ

กลุ่ม 3 อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีโอกาสขยายตัวในอนาคตอีก 5-10 ปีข้างหน้าหลัก ๆ มี 3 สาขา ได้แก่ สาขาที่ 1 อุตสาหกรรมปิโตรเคมีเป็นตัวสร้างรายได้เข้าประเทศและเป็นพื้นฐานของอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายชนิด เช่น การผลิตเม็ดพลาสติกเส้นใยสังเคราะห์ไปใช้กับ อุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์บรรจุภัณฑ์อาหารประการสำคัญคือปิโตรเคมีเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเข้มข้นเงินลงทุนหมุนเวียน และเครื่องจักรมูลค่าสูง

สาขาที่ 2 อุตสาหกรรมเภสัชกรรมชีวภาพซึ่งเหมาะกับตลาดโลกยุคใหม่หลายประเทศ กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตามรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติคาดการณ์ปี 2563 ประเทศไทยจะมีคนอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 9 ล้านคนก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพปีละ 3 แสนล้านบาท คิดเป็น 4% ของจีดีพีส่งผลให้เกิดการผลิตโดยใช้กระบวนการทางชีวภาพสูงมากทั้งเรื่อง ตลาดโรงพยาบาล ยา และผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้อง

สาขาที่ 3 อุตสาหกรรมพลังงานแสงอาทิตย์ จากสถิติปี 2554 ไทยต้องนำเข้าพลังงานโดยรวมมาใช้ในเชิงพาณิชย์มากถึง 60% เป็นน้ำมันมากถึง 80% เพื่อลดความเสี่ยงจึงต้องส่งเสริมการผลิตพลังงานทดแทนจากแสงอาทิตย์ป้อนอุตสาหกรรม โดยส่งเสริมโรงงานติดตั้งอุปกรณ์ผลิตไฟและภาคครัวเรือนสนับสนุนการติดตั้งแผงผลิตไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์บนหลังคาบ้าน

ทั้งนี้ นักเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมระดับโลกหลายคนศึกษาและประเมินมูลค่าการนำระบบบริการนิเวศมาใช้เป็นเครื่องมือจะเป็นผลดีต่อทุกประเทศเพราะมีมูลค่าสูงกว่าผลผลิตมวลรวมของโลก ซึ่งอยู่ที่ 18,000 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ/ปีแต่ระบบบริการนิเวศทั่วโลกมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเฉลี่ยถึงปีละ 33,000 ล้านเหรียญสหรัฐ”

ที่มา: ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. วันที่ 12 กันยายน 2555.

(http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1347423521&gpid=10&catid=00)

ตัวอย่างข่าวการจัดประชุมประจำปี 2555 “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว” ที่สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ ทั้งจากสำนักข่าวไทย และการนำไปตีพิมพ์ของหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 7 กันยายน 2555 (ข่าว “**พระเทพฯ เสด็จเปิดงานสศช. ปล่อย 3 ทางตันนโยบายสีเขียว**”) และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 10-12 กันยายน 2555 (ข่าว “**สภาพัฒน์จุดพลุเศรษฐกิจสีเขียว แผนแม่บทอนาคตประเทศไทย**”) ตามลำดับ

“สศช.เตรียมจัดสัมมนาประจำปี “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว”

นายธานินทร์ ฆะเอมรองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กล่าวถึงการเตรียมจัดการประชุมประจำปี 2555 ของ สศช. เรื่อง “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว” ว่าการจัดงานปีนี้สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีจะเสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดการประชุมในวันที่ 6 กันยายน 2555 ซึ่งปีนี้ก็จะจัดที่ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพค เมืองทองธานี

ทั้งนี้ สศช. ได้นำแนวคิดของการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศมาใช้เป็นกรอบขับเคลื่อนและพัฒนาระยะเวลา 5 ปีตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และให้คำจำกัดความว่าการพัฒนามุ่งไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยกิจกรรมภายใต้แนวทางดังกล่าวก็จะใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนการประชุมกลุ่มย่อยปีนี้จะเป็นการขับเคลื่อนการพัฒนา 7 ประเด็นหลักพัฒนาทุกภาคส่วน จึงมีการแบ่งกลุ่มสัมมนา ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 อนาคตเกษตรกรไทยสู่การเติบโตสีเขียว กลุ่ม 2 อุตสาหกรรมสะอาดวิถีใหม่ของอุตสาหกรรมอนาคต กลุ่ม 3 มุ่งสร้างสรรค์ท่องเที่ยวสีเขียว กลุ่ม 4 การพัฒนาระบบขนส่งและพลังงานเพื่อระบบเศรษฐกิจสีเขียว กลุ่ม 5 เส้นทางสู่นวัตกรรมสีเขียว กลุ่ม 6 สังคมสีเขียว และกลุ่ม 7 การรับมือกับภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว”

ที่มา: สำนักข่าวไทย. 31 สิงหาคม 2555.

(<http://www.mcot.net/site/content?id=5040ba040b01da1c2f00004d#.UXeHlcpv9Cw>)

พระเทพฯเสด็จเปิดงานสศช. 'ปู'ใช้3ทางดันนโยบายสีเขียว

เมื่อวันที่ 6 กันยายน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จัดงานประชุมประจำปี 2555 ในหัวข้อ "อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว" โดยมี สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จเป็นประธานพิธีเปิด และทรงรับฟังการอภิปราย ในโอกาสนี้ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี กราบบังคมทูลถวายรายงานว่า รัฐบาลมีนโยบายที่จะขับเคลื่อนประเทศใน 3 แนวทางที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 คือ 1.เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม 2.สร้างเสริมความมั่นคงทางพลังงาน และ 3.ส่งเสริมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยมีสวัสดิการสังคมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนโครงสร้างประชากร

นายกิตติรัตน์ ณ ระนอง รองนายกฯและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกล่าว การอภิปรายเรื่อง "แนวทางขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมสีเขียว" ว่า สิ่งที่รัฐบาลดำเนินการนโยบายสิ่งแวดล้อม เช่น การลดภาชนะนำเข้าเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ ส่วนการปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์โดยคิดตามปริมาณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ยังไม่มีการพิจารณา เนื่องจากต้อง

ศึกษาให้รอบคอบ

"นอกจากนี้ยังอยู่ระหว่างศึกษามาตรการส่งเสริมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าให้มากขึ้น เช่น สนับสนุนให้มีการตั้งแผงวงจรแสงอาทิตย์ เพื่อผลิตไฟฟ้ามาเติมในรถไฟฟ้าได้ ควรจะเติมบรรจุไฟฟ้าได้ทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ต้องมีการลงทุนทั้งระบบ และการออกร่าง พ.ร.บ.มาตรการการคลังเพื่อสิ่งแวดล้อม อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา โดยจะกำหนดมาตรการภาษีสิ่งแวดล้อม ค่าธรรมเนียม และการวางเงินประกันความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม" นายกิตติรัตน์กล่าว

นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการ สศช. กล่าวว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมของไทยในขณะนี้ คือ การปล่อยของเสียที่มีอยู่ในทุกขั้นตอนการผลิตในภาคอุตสาหกรรม และปัญหาความเท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ของทรัพยากร การถือครองทรัพย์สินที่ดิน

นายอนุสรณ์ แสงนิ่มนวล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า อยากฝากให้รัฐบาลเดินหน้านโยบายพลังงานทดแทนอย่างจริงจังต่อเนื่อง ไม่ควรเปลี่ยนไปมา เพราะจะกระทบต่อการลงทุนของภาคเอกชน

สภาพัฒน์ จุดพลุเศรษฐกิจสีเขียว แผนแม่บทอนาคตประเทศไทย

ที่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี วันที่ 6 กันยายนที่ผ่านมา สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิดการประชุมประจำปี 2555 ของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เรื่อง "อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว" พร้อมทั้งทรงรับฟังการอภิปรายเรื่อง "แนวทางขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมสีเขียว"

ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานลดใช้พลังงาน

นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการ สศช. ในฐานะผู้นำเสนอรายงานกล่าวว่า อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียวได้ถูกบันทึกไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยสังคมต้องทำความเข้าใจและเตรียมความพร้อม โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

เหตุที่สังคมไทยยังไม่เป็นสังคมสีเขียวมาจากหลายปัจจัย เมื่อดูตัวเลขทางวิชาการพบว่า คนไทยหนึ่งคนจะปล่อยก๊าซปริมาณ 5.6 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี เป็นอันดับ 24 ของโลก แสดงให้เห็นว่าไทยมีการขนส่งและการใช้พลังงานในประเทศไม่มีประสิทธิภาพ



อาคม เติมพิทยาไพสิฐ



กิตติรัตน์ ณ ระนอง

นอกจากนี้ การกำจัดของเสียทำได้เพียง 20% จากปริมาณขยะ 10 ล้านตันต่อปี ขณะที่ประชากรเพียง 10% ของประชาชนทั้งหมดที่ถือครองที่ดินส่วนใหญ่ของประเทศ ส่งผลให้เกิดการบุกรุกพื้นที่ป่า ทำให้ประเทศไทยมีพื้นที่ป่าไม้เหลือเพียง 30% เท่านั้น

"การแก้ปัญหาส่วนหนึ่ง ภาครัฐอาจทำได้โดยลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งปัจจุบันมีแต่การขนส่งโดยรถยนต์ หากเปลี่ยนระบบไปตามนโยบายของรัฐบาลจากระบบถนนสู่ระบบรางโดยเร็ว จะทำให้อัตราการปล่อยก๊าซลดลงด้วย"

10 ยุทธศาสตร์สู่สังคมสีเขียว

นายอาคมกล่าวว่า สชข. ได้เสนอแนวทางขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว 10 ข้อ ดังนี้ 1.เริ่มจากการคิดเริ่มต้นใหม่ 2.ทำผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน 3.ภาครัฐต้องคำนึงถึงการจัดซื้อจัดจ้างที่เหมาะสม 4.ภาคธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคม 5.ภาคบริการสนับสนุนสาธารณูปโภคที่ไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม 6.ฟื้นฟูทรัพยากรโดยเฉพาะความหลากหลายทางชีวภาพ 7.พัฒนาประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร 8.ขยายอาชีพสีเขียว เช่น โรงกำจัดของเสีย 9.เพิ่มกฎระเบียบ มาตรการเพื่อการพัฒนา และ 10.ใช้นโยบายการเงินการคลังในการสนับสนุนนโยบาย

ค้น พ.ร.บ.มาตรการการคลังเพื่อสิ่งแวดล้อม

ด้าน นายกิตติรัตน์ ณ ระนอง รองนายกรัฐมนตรีและรมว.คลัง กล่าวอภิปรายว่า ที่ผ่านมามาตรการได้ดำเนินนโยบายด้านการเงินการคลังไปแล้วหลายส่วนผ่านมาตรการภาษี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนในการสร้างสังคมเศรษฐกิจสีเขียว

เช่น ปรับเพิ่มภาษีศุลกากรสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีสารทำลายชั้นบรรยากาศ ฯลฯ ปรับลดภาษีสรรพสามิตสำหรับการนำเข้ารถยนต์ประหยัดพลังงาน หรือไฮบริด เป็นต้น ขณะที่มาตรการของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) ก็ได้ดำเนินการเต็มเพดานหมดแล้ว

อย่างไรก็ตาม กระทรวงการคลังยังมีมาตรการที่อยู่ในขั้นตอนดำเนินการอยู่ ได้แก่ การผ่านร่าง พ.ร.บ.มาตรการการคลังเพื่อสิ่งแวดล้อม สำคัญเพื่อกำหนดมาตรการภาษีสิ่งแวดล้อม ทั้งค่าธรรมเนียมการจัดการของเสียอันตราย ภาษีผลิตภัณฑ์ การวางเงินประกันความเสี่ยงที่อาจเกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม หากผ่านกฎหมายนี้สำเร็จจะทำให้การจัดการด้านการเงินการคลังมีประสิทธิภาพมากขึ้น

"นอกจากนี้เรากำลังศึกษาแนวทางการจัดเก็บภาษีรถยนต์ โดยวัดจากปริมาณคาร์บอนอยู่ จากที่ผ่านมาเราเก็บจากซีซีเครื่องยนต์ ซึ่งกรมสรรพสามิตจะเร่งดำเนินการ โดยเมื่อมีการปรับโครงสร้างภาษีดังกล่าวจะมีการเดือนล่วงหน้าอย่างน้อย 3-4 ปี เพื่อให้ภาคเอกชนเตรียมตัวในการลงทุนให้สอดคล้องกับธุรกิจ"

จีรัฐจัดระเบียบการพัฒนา ศก.

ขณะที่ 3 กลุ่มเสาหลักเศรษฐกิจ ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มเกษตร และกลุ่มขนส่งและพลังงาน ได้สะท้อนแนวทางการขับเคลื่อนสินค้าแต่ละกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล และความต้องการของตลาดในประเทศและทั่วโลก

กลุ่มอุตสาหกรรม ประกอบด้วย นายบวร วงศ์สินอุดม

รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย นายบัณฑิต เศรษฐศิโรตม์ ผู้อำนวยการสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม นายสมบูรณ์ หอดตระกูล ผู้อำนวยการสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ นางสุทธินี พุ่มกาสะทอนมมมมมมและเรียกจ้างให้รัฐบาลกับภาคเอกชนร่วมสร้างกระบวนการผลิตสินค้าโดยมุ่งเน้นดูแลสิ่งแวดล้อมและวิถีชุมชน ที่ต้องทำเร่งด่วนคือรีไซเคิลและจัดระเบียบกฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว ธุรกิจที่ควรสนับสนุนโดยแรงจูงใจและให้อินเซนทิฟไปพร้อมกัน คือ การลงทุนพลังงานทดแทน เช่น โครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ธุรกิจโซลาร์เซลล์อุตสาหกรรมหนักและเบา ทำให้ไม่มีของเสียออกสู่รัฐ สิ่งสำคัญจะต้องทำตั้งแต่ต้นทางคือกฎพิจารณาอนุญาตก่อสร้างโรงงานแต่ละประเภทต้องสอดคล้องกับผังเมืองด้วย นอกจากนี้ภาคอุตสาหกรรมยังถกเถียง

กันถึงข้อเสนอให้รัฐผลักดันกฎหมายจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมและการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สูงขึ้นบรรยากาศ เก็บภาษีจากผู้ประกอบการไปจ่ายชดเชยให้ชุมชนรอบพื้นที่

บูมตลาดเกษตรอินทรีย์

ขณะที่ นางพริมล เจริญเฝ้า รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยมว่า กำลังเร่งทำกลยุทธ์ส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยทั้งตลาดในและต่างประเทศ ผลักดันสินค้าปลอดสารเคมีและวัตถุอันตราย แต่ยังคงขนาดประมาณ ซึ่งแต่ละปีลดลงเรื่อย ๆ ปีที่ผ่านมาได้ 43 ล้านบาท ปี 2555 ลดเหลือ 30 ล้านบาท ทั้งที่ควรจะมีปีละ 100 ล้านบาท นำไปเผยแพร่และสร้างเครือข่ายการผลิตให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ ด้าน น.ส.ศดาวลัย คำภา รองเลขาธิการ สศท. กล่าวว่า การพัฒนาและขับเคลื่อนการผลิตเกษตรออร์แกนิกจะต้องใช้พลังงานทดแทน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เจ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรมีมูลค่าสูงขึ้น เช่น แปรรูปเป็นอุตสาหกรรมอาหาร สนับสนุนการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายและขยายฐานลูกค้า ผลักดันมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ขับเคลื่อนระบบเกษตรแบบยั่งยืน

เร่งลงทุน R&D พัฒนานวัตกรรม

ดร.ชูวิทย์ มิตรชอบ ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สศท. ระบุว่า เป้าหมายของแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 คือมุ่งเพิ่มบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็น 15 คนต่อประชากร 10,000 คน และเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาไม่น้อยกว่าร้อยละ 1 เมื่อสิ้นแผนพัฒนา และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศระยะต่อไป

เทียบกับปัจจุบัน ดัชนีการพัฒนามนุษย์ หรือ HDI (Human Development Index) ตามการสำรวจองค์การสหประชาชาติ ไทยอยู่ระดับปานกลาง ขณะที่เพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไน อยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก บุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาของไทยมี 9 คนต่อประชากร 10,000 คน มีนักวิจัย 3 คนต่อประชากร 10,000 คน ลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 0.24 ของจีดีพี มีการจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ค่าเฉลี่ยปี 2551-2553) 142 รายการ ห่างจากสิงคโปร์ที่ 478 รายการ ญี่ปุ่น 167,820 รายการ

การจะไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์โดยเพิ่มบทบาทเอกชน 4 ด้าน 1)มาตรการด้านภาษี อาทิ ลดหย่อนภาษีให้เอสเอ็มอีที่ลงทุนด้าน R&D ในอัตราก้าวหน้า หรือการลดหย่อนร้อยละ 300-500 สำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่พัฒนานวัตกรรมสีเขียว เป็นต้น

2)มาตรการด้านสังคม อาทิ ขยายขอบเขตการให้รางวัลผู้ประกอบการที่ลงทุนทำ R&D โดยตรง หรือยกเป็น The Prime Minister Award 3)มาตรการด้านกฎหมาย อาทิ ปรับปรุงกระบวนการจดสิทธิบัตรให้ง่าย สะดวก และค่าใช้จ่ายเหมาะสม หรือให้ทุนในเรื่องการส่งเสริมสิทธิความเป็นเจ้าของผลงาน R&D และ 4)มาตรการด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ กำหนดจุดเน้นการลงทุนด้าน R&D ตามขนาดของธุรกิจ/อุตสาหกรรม เป็นต้น



งานใหญ่ - ผู้ประกอบการจากทุกภาคส่วนในกลุ่มอุตสาหกรรมหลังโถงเข้าร่วมฟังแผนอนาคตประเทศไทย บนเส้นทางสีเขียว จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

นอกจากนี้ ยังมีความเห็นจากสื่อมวลชนว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว อาทิ “ซูม” คอลัมนิสต์ใน คอลัมน์ “เหะหะพาที” จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 4 กันยายน 2555 ที่คาดหวังว่าจะมี ผู้เข้าร่วมประชุมระดมความเห็นจำนวนมากเฉกเช่นทุกปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งจะเดินหน้าพัฒนา ประเทศร่วมกันต่อไปในอนาคต ตลอดจนได้คำตอบที่ชัดเจนว่าแนวทางและวิธีปฏิบัติเพื่อให้ ประเทศไทยของเราเป็น “สีเขียว” ที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับทรัพยากรโลกตาม แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 นั้น ได้แก่อะไรบ้าง

ในกรณีของดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา อนุมัติคุณธิบุรณะชนบท แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นคอลัมนิสต์ในคอลัมน์ “หน้าต่าง CSR” จาก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 6 กันยายน 2555 ได้ให้ทัศนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขับเคลื่อน ประเทศไปสู่สังคมสีเขียวว่ามีประเด็นสำคัญและข้อจำกัดอะไรบ้าง นอกจากนี้ ภาครัฐจะต้องสร้าง สภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนแผนของภาคีการพัฒนาต่างๆ ได้แก่ ปรับปรุงกฎหมายที่ เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาสื่อสารและจัดทำข้อมูลที่ภาคส่วนต่างๆสามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นระบบและบูรณาการ ตลอดจนการเสริมสร้างบทบาทของภาคีการ พัฒนาให้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะหุ้นส่วนการพัฒนา มิใช่เพราะอันดับที่เข้าร่วมพอเป็นพิธีโดย มิได้ให้ความสำคัญ

“ชุม”... เหอเหอ ฟ้าตี

อนาคตประเทศไทย: บนเส้นทางสีเขียว

ทุกๆปีประมาณเดือนสิงหาคม-กันยายนจะมีการประชุมเชิงนโยบายการพัฒนาประเทศที่สำคัญยิ่งอยู่การประชุมหนึ่งจัดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ เจ้าเก่าที่เรารู้จักกันดี

หัวข้อใหญ่ของการประชุมจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยตรง เพื่อนำไปสู่บทสรุปสำหรับใช้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศของเราในระยะต่างๆ

บางปีจะเป็นเรื่องสั้นๆเฉพาะหน้าแต่บางปีก็จะเป็นเรื่องระยะยาวมองออกไปถึง 20 ปี 30 ปีโน้นเลย

ผมจึงเขียนให้งานนี้เกือบทุกปีโดยเฉพาะการเชิญชวนท่านผู้รู้ ผู้สนใจทั้งหลายให้ไปร่วมประชุมกันมากๆเท่าที่จะมากได้

เพื่อการรับรู้นโยบายและข้อมูลต่างๆที่เขานำมาพูดกันและเพื่อที่เราจะแสดงความคิดเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย หรือควรจะปรับปรุงอย่างไรเพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ประเทศชาติมากที่สุด

สำหรับปีนี้สภาพัฒน์จะจัดขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ 6 กันยายนที่จะถึงนี้ ตั้งแต่ 09.00 น.เป็นต้นไป ณ ห้องแกรนด์ไดมอนด์บอลรูม ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี

ในหัวข้อการประชุมที่มีความสำคัญต่อทิศทางของประเทศไทยอีกเช่นเคย...ได้แก่...“อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว” อันเป็นวัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของแผนพัฒนาฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ท่านเลขาธิการสภาพัฒน์แจ้งไว้ในเอกสารข่าวเผยแพร่ว่า “ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจาก สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเป็นประธานในพิธีเปิดและทรงเข้าร่วมประชุมในภาคเช้า ซึ่งจะมีการอภิปรายในเรื่อง “แนวทางขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมสีเขียว” โดยผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน

จากนั้นในภาคบ่ายจะเป็นการประชุมกลุ่มย่อยประมาณ 6-7 กลุ่ม โดยจำแนกเป็นด้านการเกษตร การอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การพลังงานและการพัฒนาสังคม ฯลฯ เพื่อให้ถกแถลงกันได้อย่างเต็มที่

ในการประชุมกลุ่มย่อยทุกกลุ่มจะมีคำว่า “สี่เขียว” ห้อยท้ายอยู่เสมอ...อันหมายถึงว่า ไม่ว่าจะพัฒนาด้านใดก็ตามจากนี้เป็นต้นไปจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อสถานะแวดล้อมและธรรมชาติอย่างจริงจัง จะต้องเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนทั่วถึงสะอาดและไม่ทำลายทรัพยากรของโลกที่นับวันจะเสื่อมโทรมลงเป็นลำดับด้วยฝีมือมนุษย์

ผมขออนุญาตไม่เอ่ยถึงรายชื่อวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิและผู้นำเสนอบทความทางวิชาการต่างๆ ซึ่งมีหลายสิบคนไม่สามารถจะเขียนได้หมด เขียนถึงท่านที่ไม่เขียนถึงท่านนั้นจะกลายเป็นเลือกที่รักมักที่ชังไป ขอเชิญท่านที่สนใจ สอบถามรายละเอียดการเข้าร่วมประชุมได้ที่ โทร. 0-2280-4085 ต่อ 1102, 1303 และ 1305 ได้ตั้งแต่บัดนี้

หรือมิฉะนั้นช่วงเช้าๆวันประชุม (6 ก.ย.) ก็ไปที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค ห้องแกรนด์ไดมอนด์บอลรูมโน้นเลย แต่ขอให้ไปเร็วหน่อย อย่าให้เกิน 8 โมงเช้า เพื่อเตรียมตัวรับเสด็จสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ที่จะเสด็จเวลา 09.00 น.

ทุกๆปีจะมีครูบาอาจารย์จากสถาบันการศึกษาในส่วนภูมิภาคและผู้สนใจจำนวนมากมาขอเข้าร่วมการประชุมที่สภาพัฒน์จัดขึ้น

ผมจึงหวังว่าบรรยากาศในการประชุมวันมะรืนนี้จะเช่นเดียวกับทุกปีที่ผ่านมา...นั่นก็คือจะมีผู้เข้าร่วมในจำนวนมากพอๆกัน และมีความเข้าใจตรงกัน พร้อมที่จะเดินหน้าพัฒนาประเทศร่วมกันต่อไปในอนาคต

ตลอดจนได้คำตอบที่ชัดเจนว่าแนวทางและวิธีปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยของเราเป็น สี่เขียว นั้น ได้แก่อะไรบ้าง?

อย่าให้เป็นคำตอบอย่างที่เพื่อนผมคนหนึ่งบอกกับผมเมื่อทราบข่าวว่าสภาพัฒน์จะประชุมเรื่องนี้ก็แล้วกัน

เพื่อนผู้มีอารมณ์ขันของผมรายนี้บอกว่า “จะให้เมืองไทยเป็นสี่เขียวหรือ...ง่ายนิดเดียวเท่านั้น...สีแดงกับสีเหลืองทะเลาะกันบ่อยๆ เดี่ยวสี่เขียวก็ออกมาเอง”

แหม่ม! แบบนี้ไม่เอานะครับ เพราะสี่เขียวที่ว่านี้ไม่ใช่สี่เขียวที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นมิตรกับทรัพยากรของโลกอย่างที่แผนพัฒนาฉบับที่ 11 ต้องการจ้า.

“ชุม”

หน้าต่างCSR



● พิชิตม์ ยอดพฤติกการ
twitter.com/thaicr

ในวันนี้ (6 ก.ย. 2555) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ มีการจัดประชุมประจำปีเรื่อง “อนาคตประเทศไทย บนเส้นทางสีเขียว” ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี

กรอบการขับเคลื่อนการพัฒนาระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะการสร้างฐานทางปัญญาใน

สังคมสีเขียว ฉบับประเทศไทย



การก้าวสู่สังคมและเศรษฐกิจสีเขียวที่มีแบบแผนการผลิตและบริการอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การเตรียมความพร้อมประเทศไทยเพื่อขับเคลื่อนสู่ “สังคมสีเขียว” นั้น สภาผู้แทนได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนา โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ บทบาทและกระบวนการพัฒนาขององค์การระหว่างประเทศ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคจากความต้องการสินค้าและบริการที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือยในการผลิต ภาครัฐกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ถือเป็นปัจจัยเร่งทำให้ต้องปรับกระบวนการผลิตและขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ เพื่อเตรียมพร้อมสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพันธกรณีและข้อตกลงระหว่างประเทศทั้งด้านการค้า การลงทุน และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมสีเขียว ยังมีประเด็นท้าทายในการปรับเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินงาน ความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย กลไกและเครื่องมือ และความพร้อมในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของภาคีการพัฒนาต่างๆ การขาดแรงผลักดันจากภาครัฐอย่างจริงจังในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาจากเดิมไปสู่กระบวนการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างตลาดผู้บริโภคภายในประเทศที่ตอบสนองความต้องการใช้สินค้าและบริการสีเขียวยังคงอยู่ในวงจำกัด ตลอดจนการสร้างระบบ

และกลไกสนับสนุนกลุ่มคนฐานล่างให้สามารถปรับตัวและช่วยลดผลกระทบจากการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียวภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 ดังกล่าว

การประชุมครั้งนี้ มีการหารือถึงแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาใน 7 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1. อนาคตเกษตรไทยสู่การเติบโตสีเขียว 2. อุตสาหกรรมสะอาด วิถีใหม่ของอุตสาหกรรมอนาคต 3. มุ่งสร้างสรรค์การท่องเที่ยวสีเขียว เพื่อพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน 4. การพัฒนาระบบขนส่งและพลังงานเพื่อระบบเศรษฐกิจสีเขียว 5. เส้นทางนวัตกรรมสีเขียว 6. สังคมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคมสู่การพัฒนาที่ทั่วถึงและยั่งยืน 7. การรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว

สิ่งสำคัญเบื้องต้นในการขับเคลื่อนการพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จนั้น จำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในความหมายของคำว่า “สีเขียว” แก่ทุกภาคส่วนให้ตรงกันก่อน เพราะบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนเส้นทางสีเขียว ใน**ประการแรก** มิได้จำกัดเพียงแค่มิติ “ด้านสิ่งแวดล้อม” เท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงความอยู่ดีมีสุขของมนุษย์และความเสมอภาคเป็นธรรมทางสังคมประกอบด้วย

ประการที่สอง ไม่สามารถกำหนดหรือใช้ยุทธศาสตร์สีเขียวชุดเดียวสำหรับการขับเคลื่อนโดยขาดการคำนึงถึงปัจจัย “ด้านภูมิสังคม” ที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันตามแต่ละพื้นที่

และประการที่สาม ยุทธศาสตร์สีเขียวต้องเอื้อต่อการสร้างให้เกิด “ภูมิคุ้มกัน” ที่สามารถปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลง มิใช่ถูกนำมาใช้เพื่อเป็น “เครื่องมือกีดกัน” การเข้าถึงทรัพยากร โอกาส แหล่งทุน ฯลฯ และมีใช้เป็นข้ออ้างสำหรับการสร้างมาตรฐานหรือเกณฑ์ที่ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ หรือนำไปสู่การสร้างความมั่งคั่งแก่คนบางกลุ่มบนความสูญเสียของคนกลุ่มใหญ่

สิ่งสำคัญต่อมา คือ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาสีเขียวกับนโยบายรัฐบาล แผนการบริหารราชการแผ่นดิน และแผนระดับอื่นๆ รวมทั้งแผนพัฒนาจังหวัด กลุ่มจังหวัด และแผนท้องถิ่น ตลอดจนการผลักดันให้ภาคเอกชนนำประเด็นการพัฒนาสีเขียวไปจัดทำแผนการลงทุนทางธุรกิจที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ดังกล่าว

ทั้งนี้ ภาครัฐจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนแผนของภาคีการพัฒนาต่างๆ พิจารณาปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนการพัฒนา รวมทั้งสื่อสารและจัดทำข้อมูลที่ภาคส่วนต่างๆ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นระบบและบูรณาการ ตลอดจนการเสริมสร้างบทบาทของภาคีการพัฒนาให้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะหุ้นส่วนการพัฒนา มิใช่พระอภัยมณีที่เข้าร่วมพอเป็นพิธีโดยมิได้ให้ความสำคัญ

4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ทั้งที่สศช.ได้ทำการศึกษาเอง และทำการศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่นเป็นดังต่อไปนี้

4.1 การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการที่สศช.ได้ดำเนินการเอง อาทิ การศึกษาศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมของพื้นที่มาบตาพุด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมศักยภาพของพื้นที่มาบตาพุดในการรองรับอุตสาหกรรมและจัดทำข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรมในพื้นที่มาบตาพุด (สศช. 2554)



4.2 การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการที่สศช.ทำการศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น ได้แก่

(1) การจัดทำโครงการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียว ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้และสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาของหมู่บ้าน / ชุมชนนาร่อง ให้สามารถจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียวภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยได้คัดเลือกบ้านสมานมิตรหมู่ 2 ตำบลกะเนด อำเภอมือง จังหวัดระยองเป็นชุมชนนาร่อง และได้ร่วมกับแกนนำบ้านสมานมิตรฯ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) และหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและพื้นที่ในการระดมความคิดเห็นการสำรวจข้อมูลและการดำเนินกระบวนการ สนับสนุนให้ชาวบ้านสมานมิตรฯวิเคราะห์เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในบ้านสมานมิตรฯเพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนการ

พัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียว ซึ่งมีโครงการในการขับเคลื่อนชุมชนไปสู่การเติบโตสีเขียวทั้งสิ้น 7 โครงการ โดยสศช.ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนให้มีการขับเคลื่อนโครงการสำคัญ ภายใต้แผนปฏิบัติการฯ ได้แก่ 1) การร่วมกับศูนย์ฝึกอบรมวนศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในการดำเนินโครงการสำรวจและจัดทำแผนจัดการป่าชุมชนบ้านสมานมิตรฯ 2) การร่วมกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ดำเนินโครงการธนาคารต้นไม้และ 3) การร่วมกับสถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดระยอง ดำเนินโครงการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพลดการใช้สารเคมี ส่วนโครงการอื่นๆภายใต้แผนปฏิบัติการฯ สศช.ได้ประสานไปยังกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดระยอง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสนับสนุนการดำเนินโครงการที่เหลืออยู่อีก 4 โครงการตามแผนปฏิบัติการฯต่อไปแล้ว (สศช. 2555)

(2) การจัดทำแผนจัดตั้งศูนย์ทดสอบมาตรฐานยานยนต์สีเขียวทั้ง 4 รูปแบบในเมืองไทย เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนภายในปี 2558 ซึ่งอยู่ระหว่างการศึกษาร่วมกับสถาบันยานยนต์ โดยรถยนต์สีเขียวทั้ง 4 รูปแบบ ได้แก่ รถยนต์สีเขียวที่มุ่งเน้นการใช้พลังงานทางเลือก รถยนต์ที่มีน้ำหนักเบาแต่มีมาตรฐาน เพื่อประหยัดการใช้พลังงาน รถยนต์ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีระบบไอที เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขับขี่ แก้ปัญหาการจราจร และรถยนต์ที่มีความปลอดภัยสูง ครอบคลุมยานพาหนะทุกประเภท ทั้งรถยนต์นั่ง รถจักรยานยนต์ รถขนส่ง รถยนต์สีเขียวทั้ง 4 รูปแบบนี้ ครอบคลุมการใช้พลังงานทุกรูปแบบ ทั้งเอทานอล ไบโอดีเซล รถยนต์ไฮบริด และพลังงานไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นแนวโน้มการผลิตรถยนต์ของโลกในอนาคต (หนังสือพิมพ์แนวหน้า, วันที่ 14 ธันวาคม 2555.)

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)- มีปฏิริยาตอบกลับ เช่น การแสดงความคิดเห็น(Feedback) 	<ul style="list-style-type: none"> - มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดทำ - กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูล (Information seeker) อาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ต่างๆเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายให้มากที่สุด และอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเองซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจอยู่แล้ว และจะมีปฏิริยาตอบกลับกับการทำการสื่อสารเผยแพร่ที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถให้ข้อมูลได้มาก สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมระดมสมอง ตามเรื่องที่เป็นระดับนโยบาย ซึ่งสามารถให้ความคิดเห็นได้ มีปฏิริยาตอบกลับ(Feedback)
2. สคช. เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหาร เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆ เป็นผู้จัด	<ul style="list-style-type: none"> - ประหยัดทรัพยากร เพราะสื่อบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูลเท่านั้น ในแต่ละเวทีที่ภาคส่วนอื่นเป็นผู้จัด - มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ทันที 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อบุคคลระดับผู้บริหารอาจเป็นทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ - อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลบ้างเล็กน้อย หากการสื่อสารเผยแพร่เป็นสื่อบุคคลมิใช่คนเดียวกัน ในเวลาและสถานที่ต่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้รับสารซึ่งอาจเป็นผู้ที่สนใจทั่วไป หรืออาจเป็นกลุ่มที่เจาะจงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Stakeholder) - เนื้อหาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว และการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันนี้ จะเป็นผู้ให้ความรู้ และโน้มน้าวผู้รับสารให้มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการมีส่วนร่วมการขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว

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

เครื่องมือด้านการสื่อสาร

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

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

“...เราเผยแพร่ผ่านสื่อ สื่อบุคคล ผู้บริหารไปบรรยาย เพราะเรื่องมันเป็นนโยบายก็ต้องเป็นผู้บริหาร ผ่านสื่อกิจกรรม การจัดประชุมประจำปี ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารต่างๆ ซึ่งเราใช้สื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่เยอะ เพราะประหยัด ถูก ให้เนื้อหาได้เยอะด้วย นอกจากนี้ก็มีเว็บไซต์ การขึ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หลักๆก็เป็นอย่างนั้น นัดสื่อมวลชน มีการแถลงข่าวเวลาจัดประชุม สื่อมวลชนสัมภาษณ์ ส่งข่าวแจก ลักษณะปกติของสื่อมวลชนสัมพันธ์ คือ ออกสื่อไปอย่างนี้ เราไม่ได้ไปเจอเขาโดยตรง...”

(ตฤตถ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

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 โดยการดำเนินงานตามแผนควรทำในลักษณะคู่ขนานทั้งภาครัฐและภาคีการพัฒนา

“...การจัดทำแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ คือก่อนที่เราจะให้คนรู้ว่าจะนำแผนฯ 11 ไปใช้อะไร เราก็ต้องทำให้คนเข้าใจสาระของแผนฯ 11 ให้ง่ายที่สุด มันก็นำมาซึ่งคู่มือเล่มนี้เป็นคู่มือการแปลงแผนฯ 11 สู่อำนาจปฏิบัติ ที่ผู้อ่านประชาชนทั่วไปรู้วิธีการนำแผนไปใช้ โดยอธิบายให้ง่ายที่สุดว่าแผนต้องการมุ่งสู่เป้าหมายอะไร เราก็ช่วยกันออกแบบ กำหนดวิธีการที่เราจะแปลงแผนสู่การปฏิบัติออกมา...”

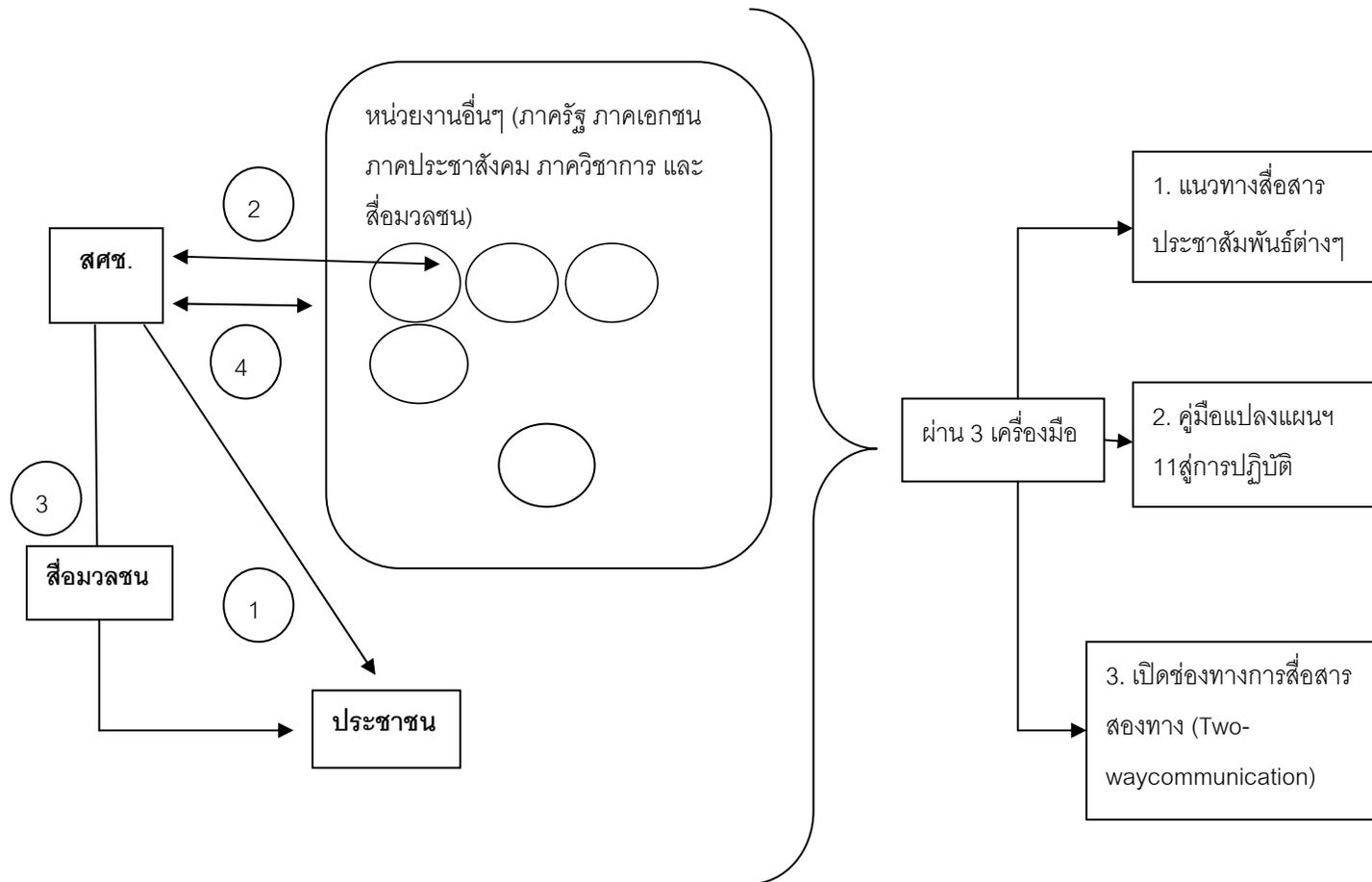
(ตฤตถ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ นับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเนื่องจากผู้รับสารในประเทศมีความหลากหลายและมีปริมาณมาก ทั้งภาคีพัฒนาในภาคส่วนต่างๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงประชาชนที่สนใจทั่วไป การเผยแพร่การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยปราศจากข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรในการอ้างอิง อาจทำให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูล (Distortion Information) สร้างความเข้าใจที่ไม่ตรงกันต่อผู้รับสารกลุ่มต่างๆ ได้ คู่มือซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) จึงนับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญกลยุทธ์หนึ่งของการสื่อสารของภาครัฐ ที่ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อการอ้างอิง

3. สร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางทั้งระดับนโยบายและพื้นที่ โดยเปิดพื้นที่สาธารณะให้ทุกภาคีใช้ประโยชน์ในการจัดเวทีระดมความคิดเห็นในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดเวทีประชาคม การสานเสวนา รวมถึงใช้ช่องทางเครือข่ายออนไลน์ สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศ

การสร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางนับเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) อันเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในปัจจุบัน

ภาพที่ 5.3 วิเคราะห์การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ใน 4 ลักษณะ ผ่าน 3 เครื่องมือสื่อสาร



บทที่ 6

ลักษณะเครือข่ายการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย ซึ่งเป็นผลการศึกษาตามปัญหาคำวิจัยข้อที่ 2 โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ประเภทของเครือข่าย
2. กระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ประกอบด้วย
 - 2.1 ตัวอย่างกรณีศึกษาการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ
 - 2.2 การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.
 - 2.3 การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน

1. ประเภทของเครือข่าย

เครือข่ายการทำงานนับเป็นรูปแบบหนึ่งในลักษณะสำคัญของการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตามปัญหาคำวิจัยข้อ 1 โดยเครือข่ายการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สามารถวิเคราะห์จำแนกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

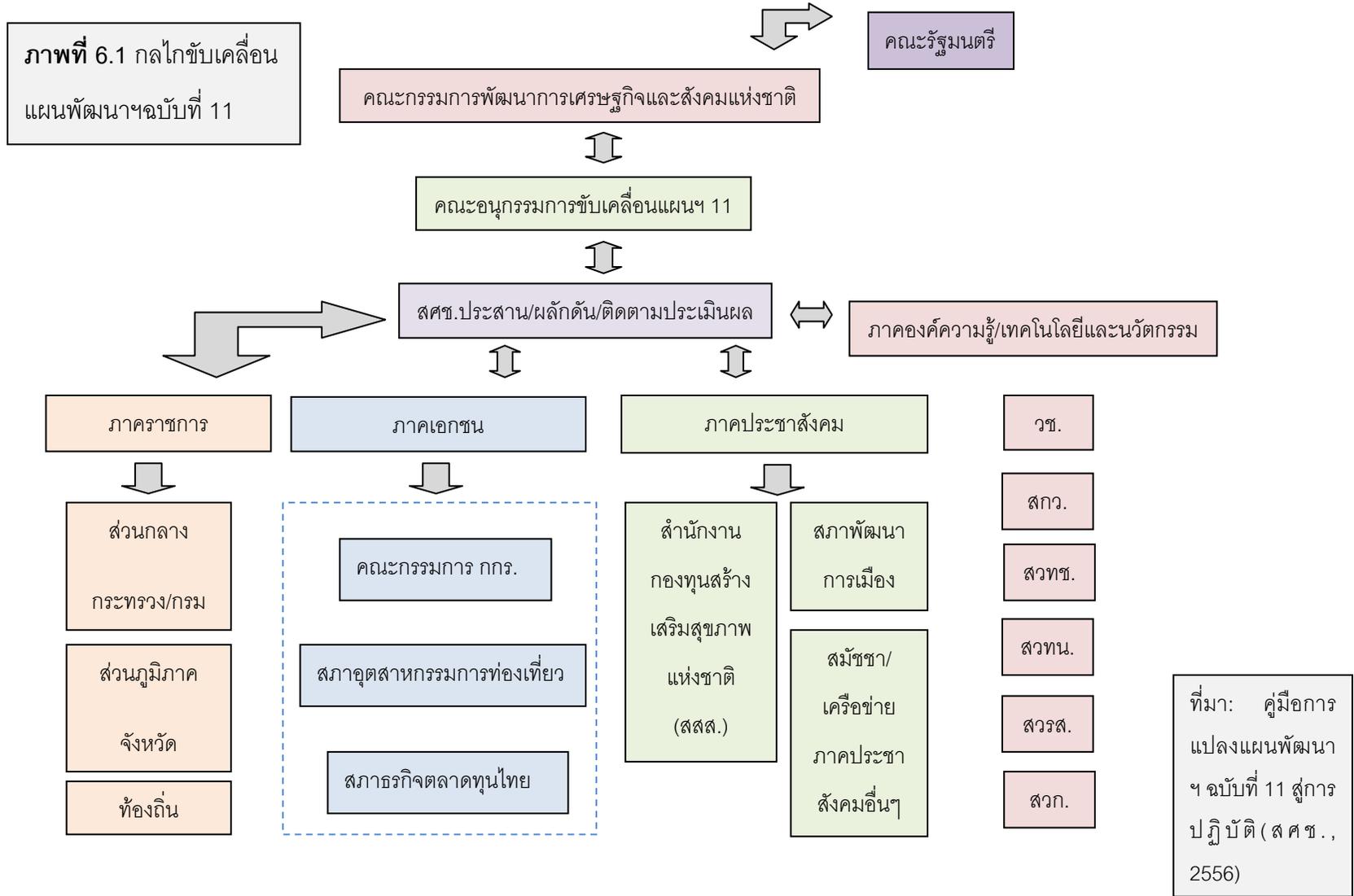
- 1.1 เครือข่ายระดับนโยบาย คือ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2555
- 1.2 เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว อันได้แก่ ภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการ

รับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว ซึ่งจำแนกเป็นไปตามการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. เรื่อง “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว”

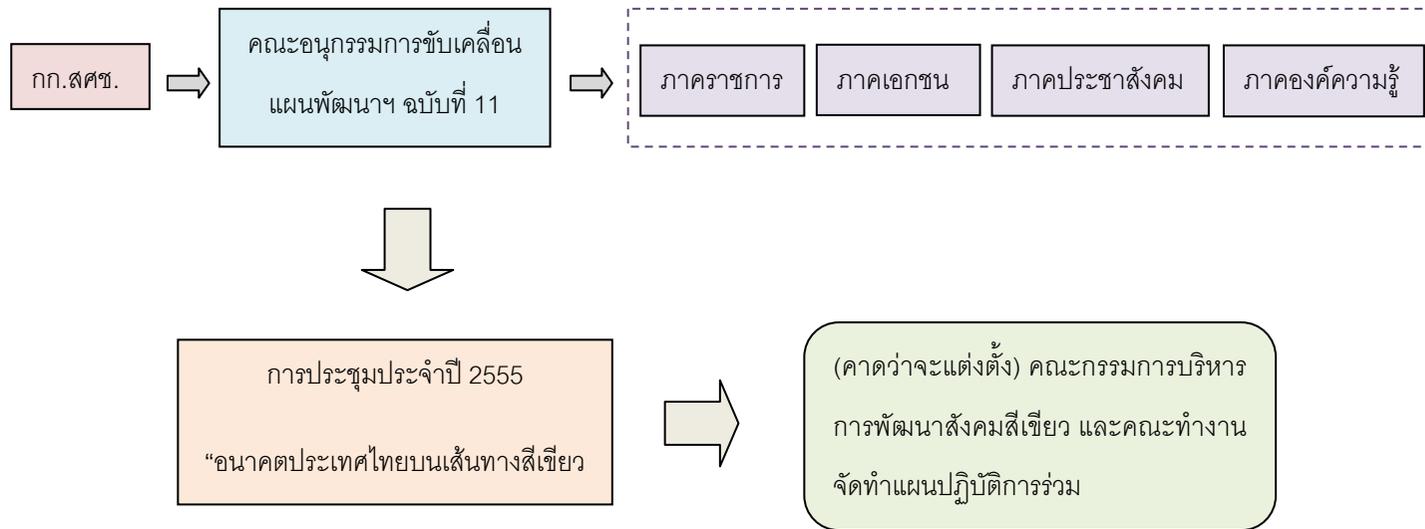
1.3 ภาคีเครือข่ายการพัฒนาตามแต่ละภาคส่วน คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และ ภาควิชาการ ซึ่งแต่ละภาคส่วนในรูปแบบนี้ก็มีกลุ่มตัวแทนของแต่ละภาค(Hub)

1.4 เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ซึ่งเป็นไปตามลักษณะ โครงสร้างของหน่วยงานรัฐ คือ ระดับจังหวัดและการปกครองส่วนท้องถิ่น

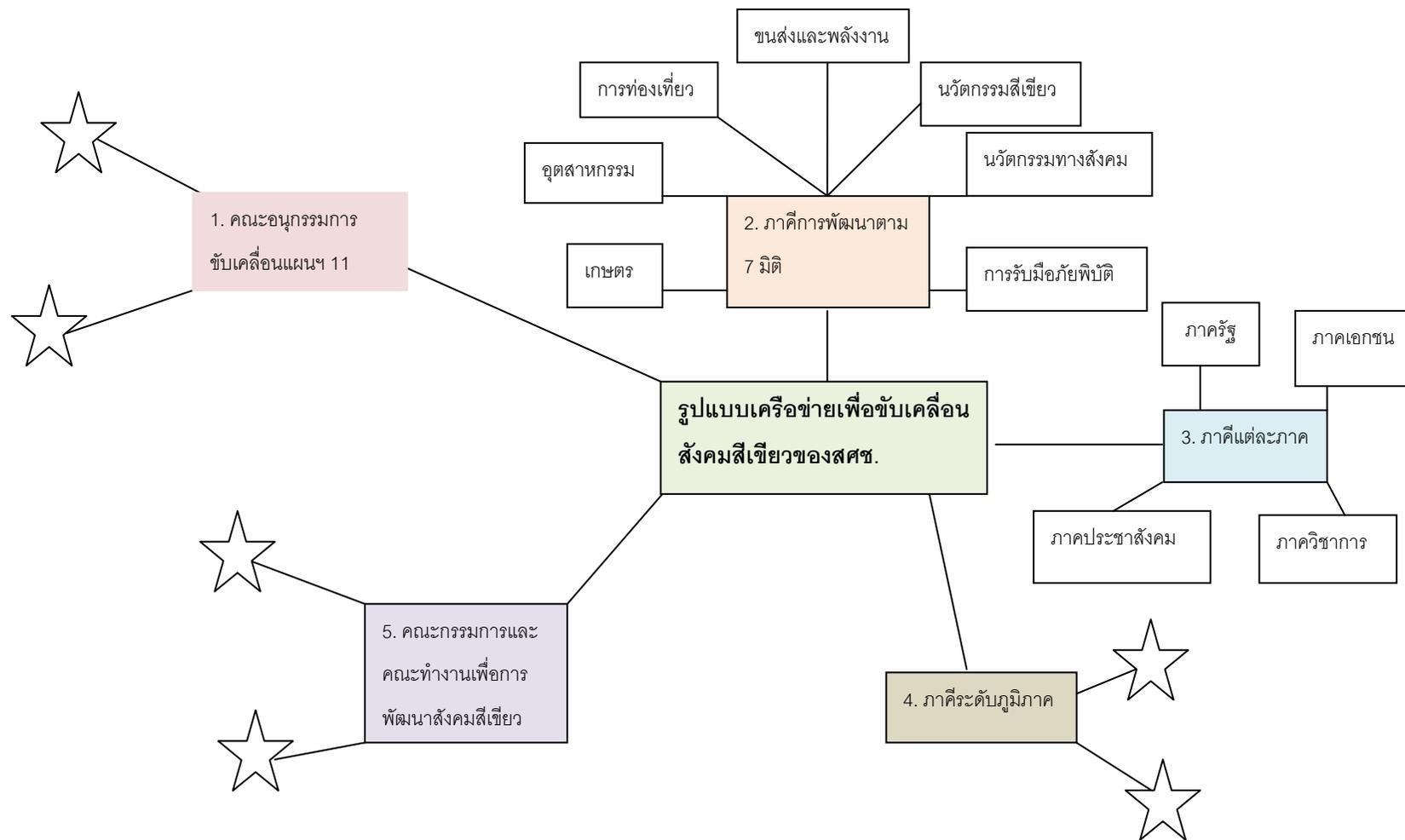
1.5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว ซึ่งเป็นตัวอย่างเครือข่ายการทำงานที่สศช.ได้เสนอไว้ในคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ (สศช., 2556) และคาดว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะมีคณะกรรมการและคณะทำงานชุดนี้ อันจะได้รับการแต่งตั้งจาก คณะรัฐมนตรีหลังจากที่สศช.ได้เสนอไปแล้ว



ภาพที่ 6.2 ลำดับการเกิดคณะกรรมการ
และคณะอนุกรรมการชุดต่างๆ



ภาพที่ 6.3 ประเภทเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.ที่จำแนกได้



ประเภทที่ 1 คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

เครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวซึ่งเป็น 1 ใน 3 เป้าหมายของสังคมในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ประเภทแรก คือ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทั้งสิ้น 25 ท่าน ในวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2555 นับเป็นเครือข่ายคณะอนุกรรมการระดับนโยบายที่ให้ความเห็นเพื่อขับเคลื่อนในแต่ละสาขา อาทิ เกษตรกรรม เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การวางผังเมือง เป็นต้น

คณะอนุกรรมการฯ ดังกล่าวมีนายณรงค์ชัย อัครเศรณี กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นประธาน กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 3 ท่าน เป็นรองประธาน เลขาธิการ สศช. และผู้ทรงคุณวุฒิจากสาขาต่างๆ 14 ท่านเป็นอนุกรรมการรองเลขาธิการ สศช. 5 ท่านเป็นอนุกรรมการและเลขานุการร่วม และผู้อำนวยการสำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการรวมทั้งสิ้น 25 ท่าน

พิจารณาในส่วนที่มีผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีความหลากหลายในสาขาต่างๆเกินกว่าครึ่งของคณะอนุกรรมการชุดนี้ ก็เนื่องจากว่า 3 สังคมเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 คือ สังคมมั่นคง สังคมสีเขียว และสังคมวัฒนธรรม เป็นการพัฒนาในลักษณะบูรณาการ ซึ่งต้องการการมีส่วนร่วมจากผู้ที่เกี่ยวข้องในการร่วมขับเคลื่อน และไม่ได้เป็นไปในลักษณะที่ สศช. สั่งการหน่วยงานอื่นดังที่แล้่วมาในแผนพัฒนาฯ ฉบับต้นๆ

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีอำนาจหน้าที่กำกับขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ในประเด็นการพัฒนาสำคัญที่มีการบูรณาการระหว่างยุทธศาสตร์และระหว่างหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและระดับพื้นที่ รายงานผลการติดตามความก้าวหน้าและการติดตามประเมินผลการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ทั้งผลการพัฒนาตามประเด็นการพัฒนาที่สำคัญและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาปรับปรุงแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาและการจัดสรรงบประมาณประจำปีในระยะต่อไป รวมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อช่วยเหลือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการฯ ได้ตามความจำเป็น

คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว และคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว เป็นชุดคณะทำงานที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหลังจากที่ สศช. สรุบบันทึกและ

จัดทำร่างข้อเสนอการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการ

อาจกล่าวได้ว่า คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นคณะกรรมการชุดแรกที่เกิดขึ้นจากการได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นคณะอนุกรรมการระดับนโยบายที่กำกับการนำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปปฏิบัติ รวมถึงแนวความคิดในการประชุมประจำปี 2555 อันจะนำมาซึ่งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว และคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวการประชุมในแต่ละภาคส่วน คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ เพื่อเกิดการบูรณาการการนำแผนฯ ไปปฏิบัติ

“...ในการขับเคลื่อน แผน 11 ได้วางไว้ว่าเราตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อน มีดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี เป็นประธาน ผมเป็นเลขานุการ และมีผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก ประมาณ 16-18 ท่าน เป็นคนข้างนอก บางคนอาจเป็นข้าราชการแต่น้อยมาก แล้วแต่ว่าจะมีใคร...”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

“...คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนที่มีอยู่ 25 คน เป็นเครือข่าย เพราะอนุกรรมการมีผู้แทนทั้งจาก ภาคเศรษฐกิจ เกษตร สังคม สิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการภาครัฐ เรื่องผังเมืองก็มี สำนักงบประมาณก็มี มีคนของสศช. มาด้วย ภาคเอกชนก็มี เป็นเครือข่ายระดับนโยบาย แบบที่ให้ความเห็น คือไม่ได้เป็นผู้ปฏิบัติจริงเท่าไรนัก...”

(ตฤตัญญ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

ประเภทที่ 2 เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว

เครือข่ายในประเภทที่ 2 จำแนกตามการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวใน 7 มิติ คือ การพัฒนาภาคการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอน ทั้งเกษตรยั่งยืนอุตสาหกรรมสะอาด และการท่องเที่ยวสีเขียว นวัตกรรมสีเขียว ระบบขนส่งและพลังงานเพื่อเศรษฐกิจสีเขียว การสร้างความเป็นธรรมในสังคม และการรับมือกับภัยพิบัติ โดยอ้างอิงจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่ได้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว ซึ่งประมวลจากยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง คือ (1) การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (2) โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว (3) การสร้างสังคมที่เป็นธรรม (4) การ

เสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และ(5)การพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ทั้ง 5แนวทางนี้ได้จำแนกออกมาเป็น 7 มิติดังกล่าว ในวันที่ 6 กันยายน 2555 ซึ่งภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิตินั้น มาจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อ และภาคประชาชน เป็นต้น

การจำแนกเป็น 7 มิติดำเนินการพัฒนากลุ่มสังคมสีเขียว จัดทำขึ้นในวันที่ 6 กันยายน 2555 ซึ่งเป็นการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. เรื่องอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว แบ่งกลุ่มเป็นดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 อนาคตเกษตรไทยสู่การเติบโตสีเขียวประกอบด้วย 2 หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยที่ 1 การพัฒนาและขับเคลื่อนการผลิตการเกษตรสู่การเติบโตสีเขียว มีผู้ร่วมเสวนาดังนี้

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. นายอภิชาติ จงสกุล | เลขาธิการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
(ภาครัฐ) |
| 2. นายไพฑูริย์ เอื้อพิกุล | ประธานกรรมการบริษัท สวิฟท์ จำกัด
(ภาคเอกชน) |
| 3. นายวิฑูริย์ เลี่ยนจำรูญ | ผู้อำนวยการมูลนิธิชีววิถี(ภาคประชาสังคม) |

หัวข้อย่อยที่ 2 การสร้างเครือข่ายและการขับเคลื่อนการตลาดสีเขียว มีผู้ร่วมเสวนาดังนี้

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. นางอัญชญา วิทยารธรรมธัช | ผู้ตรวจการกระทรวงพาณิชย์(ภาครัฐ) |
| 2. นางสาวทัศนีย์ แน่นอุดร | หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสารฉลาดซื้อ
(ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน) |
| 3. นายประยงค์ รณรงค์ | ปราชญ์ชาวบ้าน (ภาคประชาชน) |

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมสะอาด : วิถีใหม่ของอุตสาหกรรมอนาคต ประกอบด้วย 2

หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยที่ 1 การขับเคลื่อนเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ มีผู้ร่วมเสวนาดังนี้

- | | |
|------------------------|--|
| 1. นายวีรพงศ์ ไชยเพิ่ม | ผู้ว่าการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
(รัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม) |
| 2. นายบวร วงศ์สินอุดม | รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย |

(องค์กรอิสระ ภายใต้การกำกับดูแลของ
กระทรวงอุตสาหกรรม)

3. ดร.บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์ ผู้อำนวยการสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนา
สังคมและสิ่งแวดล้อม(ภาควิชาการ)

หัวข้อย่อยที่ 2 การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสะอาด มีผู้ร่วมเสวนาดังนี้

1. นายสมบุญ หอดระกูล ผู้อำนวยการสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
(สถาบันเครือข่ายอิสระเฉพาะทาง ภายใต้การ
กำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม)
2. นางสุทธินีย์ พุ่มกา ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
(สถาบันเครือข่ายอิสระเฉพาะทาง ภายใต้การ
กำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม)
3. นางทัศนาศรี พิริยพฤทธิ รองผู้อำนวยการสถาบันยานยนต์
(สถาบันเครือข่ายอิสระเฉพาะทาง ภายใต้การ
กำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม)

กลุ่มที่ 3 มุ่งสร้างสรรค์การท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน
ประกอบด้วย 2 หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยที่ 1 กรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวสีเขียวในบริบทประเทศไทย มีผู้ร่วม
เสวนา ได้แก่

1. ศ.ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด ผู้อำนวยการสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่(สถาบันการศึกษา/
ภาควิชาการ)
2. ผศ.ดร.จิรพล สินธุนาวา รองประธานกรรมการมูลนิธิใบไม้เขียว(ภาค
ประชาสังคม)
3. คุณปิยะทิพย์ เจริญพานิช ผู้อำนวยการร่วมโครงการเพิ่มศักยภาพการใช้
มาตรการเศรษฐกิจศาสตร์เพื่อคงคุณค่าระบบ

- นิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพองค์กร
ความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน
(GIZ)(องค์กรระหว่างประเทศ/ ภาควิชาการ)
4. ดร.สุธาริน คุณผล นักวิเคราะห์แผนงานโครงการด้านสิ่งแวดล้อม
โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติประจำ
ประเทศไทย (องค์กรระหว่างประเทศ
/ภาควิชาการ)

หัวข้อย่อยที่ 2 ความตระหนักและการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญ
ของการท่องเที่ยวสีเขียว มีผู้ร่วมเสวนา ได้แก่

1. นางสาวชานดา ยวบูรณ์ ประธานบริหารโรงแรมสวนสามพราน
ริเวอร์ไซด์ (ภาคเอกชน)
2. นายอัครกพล พุกษะวัน ที่ปรึกษาระดับ 11
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ภาครัฐ)
3. พันเอกดร.นาฬิกาอดิภักดิ์ แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนา
พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
(องค์การมหาชน)(ภาครัฐ)
4. ดร.อนุชา เล็กสกุลดิถิก รองประธานมูลนิธิสถาบันการท่องเที่ยว
โดยชุมชน(ภาคประชาสังคม)

กลุ่มที่ 4 การพัฒนาระบบขนส่งและพลังงานเพื่อระบบเศรษฐกิจสีเขียว ผู้ร่วมเสวนา ได้แก่

1. นายสุเทพ เหลี่ยมศิริเจริญ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และแผนพลังงาน(ภาครัฐ)
2. ดร. จุฬิภา สุขมานพ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และแผนการขนส่งและจราจร(ภาครัฐ)

3. นายภาณุมาศ ศรีสุข ประธานกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์
สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย(องค์กร
อิสระจากการรวมกลุ่มของภาคเอกชน)

กลุ่มที่ 5 เส้นทางสู่นวัตกรรมสีเขียว ประกอบด้วย 2 หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยที่ 1 การขับเคลื่อนทุนมนุษย์รองรับการพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรมสีเขียวผู้ร่วมเสวนา
ได้แก่

1. ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการนโยบาย
วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ
(สวทช.) (ภาควิชาการ)
2. ศ.ดร.ปรีดา วิบูลย์สวัสดิ์ ราชบัณฑิต สาขาวิศวกรรมศาสตร์
สำนักวิทยาศาสตร์(ภาควิชาการ)
3. ดร.สัมพันธ์ ศิลปนาฏ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เวสเทิร์น
ดิจิตอล (ประเทศไทย) จำกัด(ภาคเอกชน)

หัวข้อย่อยที่ 2 การเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในการลงทุนวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมสีเขียวมีผู้
ร่วมเสวนา ได้แก่

1. นายอดิเทพ พิศาลบุตร ประธานกลุ่มปิโตรเคมี สภาอุตสาหกรรมแห่ง
ประเทศไทย(องค์กรไม่แสวงหากำไร ภายใต้
การกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม)
2. ศ.ดร.ดุสิต เครื่องงาม กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยโซลาร์ฟิวเจอร์
จำกัด(ภาคเอกชน)
3. ดร.ทรงพล ดีจงกิจ ผู้จัดการวิจัยบริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด
(ภาคเอกชน)

กลุ่มที่ 6 เส้นทางสู่นวัตกรรมสีเขียว ประกอบด้วย 2 หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยที่ 1 การเปลี่ยนผ่านสู่การพัฒนาสังคมที่ทั่วถึงและยั่งยืน มีผู้ร่วมเสวนาดังนี้

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. นายไมลิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์ | ประธานบริหารธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน)(ภาคเอกชน) |
| 2. ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ | ผู้อำนวยการ Sasin Institute for Global
Affairs (SIGA) (สถาบันการศึกษา) |
| 3. นายสมชัย จิตสุชน | ผู้อำนวยการวิจัยด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ
ส่วนรวมและการกระจายรายได้ สถาบันวิจัย
เพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)
(ภาควิชาการ) |

หัวข้อย่อยที่ 2 การขับเคลื่อนนวัตกรรมทางสังคม: บทบาทของภาคีเครือข่าย มีผู้ร่วมเสวนาดังนี้

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. นายนาวี นาควัชระ | กรรมการผู้จัดการบริษัท
เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน(ภาคเอกชน) |
| 2. นายสุนิตย์ เชมษฐา | ผู้อำนวยการสถาบัน ChangeFusion
(ภาคเอกชน และสื่อ) |
| 3. นายอาร์นทร์ อาชาพิลาส | ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Be Magazine (ภาคเอกชน
และสื่อ) |
| 4. รศ.ประภาภัทร นิยม | ผู้อำนวยการโรงเรียนรุ่งอรุณ กรุงเทพมหานคร
(ภาคเอกชน) |

กลุ่มที่ 7 การรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียวประกอบด้วย 2 หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยที่ 1 เรียนรู้อยู่กับธรรมชาติผู้ร่วมเสวนา ดังนี้

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. ดร.อานนท์ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา | ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยี
อวกาศและภูมิสารสนเทศ
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี(ภาครัฐ) |
|--------------------------------|---|

- | | |
|-------------------------|---|
| 2. นายณรงค์ อภิชัย | ผู้แทนมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง
ในพระบรมราชูปถัมภ์(ภาคประชาสังคม) |
| 3. ดร.สถณี อาชวานันทกุล | นักวิชาการอิสระและอาจารย์พิเศษ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(ภาควิชาการ) |

หัวข้อย่อยที่ 2 ภัยพิบัติทางธรรมชาติและความปลอดภัยของเมืองผู้ร่วมเสวนาดังนี้

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. ดร.อดิศร์ อิศรางกูร ณ อยุธยา | ที่ปรึกษาฝ่ายวิจัยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDR) (ภาควิชาการ) |
| 2. ผศ.ดร.นพนนท์ ตาปนานนท์ | ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาฯ
(สถาบันการศึกษา/ภาควิชาการ) |
| 3. นายจิตตเกษมณีนีโรจน์ธนรัฐ | นายกเทศมนตรีเทศบาลนครนครสวรรค์
(ภาครัฐส่วนท้องถิ่น) |

จากการประชุมประจำปี 2555 ของสศช. เรื่องอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว ในวันที่ 6 กันยายน 2555 มีการระดมสมองให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติว่าด้วยสังคมสีเขียวเป็นสำคัญ ซึ่งสศช.ได้จัดทำแผนที่นำทางไว้ก่อน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา ตัวอย่างกรณีศึกษาการพัฒนาสังคมสีเขียวในต่างประเทศ การสรุปบทเรียนจากอดีต เป็นต้น ซึ่งภาคีการพัฒนาเหล่านั้นก็ให้ความเห็นกลับมา ซึ่งสศช.ก็นำมาประมวลผลต่อเป็นแนวทางการพัฒนาสังคมสีเขียวในประเทศไทย และคาดว่าจะได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารพัฒนาสังคมสีเขียว และคณะทำงานในลำดับต่อไป

“...อันนี้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน คือ เรามาระดมว่า จะมัน move อย่างไร เราก็แบ่งเป็น 7 คอลัมน์ ภาคเช้าเราก็ฟังผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นในแง่ภาพรวม พอบ่ายเราก็มีทั้งเกษตร มีทั้งท่องเที่ยว อุตสาหกรรม นวัตกรรมและเทคโนโลยี ขนส่งและพลังงาน ภัยพิบัติ

ทางด้านของสังคมเรื่องคน เราทำเพื่อที่จะไปถามสังคมว่า เขาเห็นว่าเรื่องเหล่านี้ มันควรจะต้องถูกขับเคลื่อนอย่างไร เราก็ทำ dummy ขึ้นไป เขาก็ให้ความเห็นกลับมา ซึ่งเราก็นำมาประมวล...”

(ธานินทร์ ณะอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

“...เครือข่ายนี้เป็นภาพรวมของทั้งประเทศสังเคราะห์ออกมา 7 ประเด็นจะครอบคลุมทุกมิติ จะเกี่ยวข้องกับทุกภาคีการพัฒนา เป็นภาพกว้าง...”

(ตฤตย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

ประเภทที่ 3 ภาคีเครือข่ายการพัฒนาตามแต่ละภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมภาควิชาการ และภาคสื่อมวลชน สามารถแยกได้ตามแต่ละภาคได้ ดังต่อไปนี้

3.1 ภาครัฐ ได้แก่ หน่วยงานกลาง(สศช.ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สำนักงานประมาณและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ) คณะกรรมการระดับชาติที่กำหนดนโยบายและกำกับกำกับการดำเนินงานตามแผนระดับรองและแผนแม่บทเฉพาะเรื่อง(คณะกรรมการระดับชาตินี้รวมถึงคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว รวมถึงคณะทำงานเพื่อจัดทำแนวทางดังกล่าว) หน่วยงานราชการส่วนกลาง ระดับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล)

3.2 ภาคเอกชน ซึ่งได้รับการผลักดันนำประเด็นการพัฒนาสำคัญในแผนพัฒนาฉบับที่ 11สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศอย่างเป็นทางการ (Stake holder) สำหรับการแปลงแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ภาคีเครือข่ายภาคเอกชน คือ คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ประกอบด้วยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย ร่วมด้วยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมนักค้าปลีกไทย ร่วมกันพิจารณาประเด็นด้านยุทธศาสตร์และแผนงาน เพื่อขับเคลื่อนให้เป็นรูปธรรม ซึ่งแต่ละองค์กรธุรกิจสามารถนำไปดำเนินการเอง หรือร่วมดำเนินการเป็นกลุ่มธุรกิจ (คัลสเตอร์) หรือร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

“...อย่างเอกชน เราทำกับสภาอุตสาหกรรม หอการค้า สมาคมธนาคารไทย ที่เขารวมตัวเรียกว่ากกร. (คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน) ยังมีสภาอุตสาหกรรมหรือสมาคมตลาดทุนไทย

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หลักๆอย่างนี้ แต่จริงๆ เวลาเราเชิญจัดใหญ่ เราก็เชิญพวก Logistics ที่เขาแฝงอยู่ในหอการค้าอยู่แล้ว แต่บางครั้งที่เขาแยกตัวอย่าง National Shipper Council คือผู้ส่งสินค้าทางเรือ แต่มันส่งออกหมด เรือก็ได้ น้ำก็ได้ อากาศก็ได้ ซึ่งเขาเพิ่งจัดงานไปเมื่อซัก 2 วันนี่ได้ที่ดูสถิติ...”

“...และเครือข่ายของภาคเอกชน เขาจะไปทำของเขาเอง แล้วชวนภาครัฐไป เขาจะไปตั้งกรรมการของเขาต่อ ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปช่วยกันทำ เป็นเครือข่ายต้องค่อยเป็นค่อยไป...”

(ธานินทร์ ณะเฒ, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

“...สำหรับภาคเอกชน เราคงไม่สามารถเจาะถึงผู้ประกอบการได้ครบทุกคน เพราะนั้นก็ประสานผ่านสถาบันภาคเอกชน ได้แก่ สภาหอการค้า สภาอุตสาหกรรม สมาคมธนาคารไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็แล้วแต่เขา ว่าเขาจะไปทำต่อเองหรือไม่ อย่างล่าสุดสภาพัฒน์ร่วมกับสถาบันเอกชนเหล่านี้ เมื่อ 8 พ.ย. 2555 จะมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสีเขียวอยู่หลายจุด เช่น เรื่องที่หอการค้าไทยอยากจะทำเกษตรยั่งยืน วันนั้นเป็นภาคเอกชนที่เป็น stakeholder หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแต่ละประเด็นทั้งหมด คือ 1 ปีที่ผ่านมา ตอนนี้เราก้าวหน้าไปมากกับเครือข่ายภาคีภาคเอกชน คือ แผนฯ 11 ประกาศมาได้ปีหนึ่ง ตอนนี้เราเคลื่อนไปได้เยอะกับภาคเอกชน ถึงขนาดว่าภาคเอกชนมีแผนของเขาออกมาแล้ว...”

(ตฤตย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

3.3 ภาคประชาสังคม เครือข่ายภาคประชาสังคมในขณะนี้อยู่ระหว่างที่สศช.กำลังเริ่มดำเนินการ ในปี 2556 โดยร่วมกันกับสมัชชาปฏิรูปประเทศ (สปร.) สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) สภาพัฒนาการเมือง และสมัชชา/เครือข่ายภาคประชาสังคมอื่นๆ เพื่อรับรู้ ทำความเข้าใจ และเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาทั้งการจัดทำแผนชุมชน และจัดทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาระดับชาติและพื้นที่ ร่วมแสดงความคิดเห็นและสนับสนุนการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ แสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ เพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ร่วมติดตาม ตรวจสอบ และสะท้อนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา

“...แต่ถ้าจะเอา NGO ที่เขาทำกันชัดจริงๆ ตอนนี้อยู่ระหว่างที่สศช.กำลังเริ่มดำเนินการ ก็ต้องหลังจากนี้คือ ภาคประชาสังคมกำลังจะเริ่มปีนี้ คือร่วมกันกับสมาชิกปฏิรูป เป็นต้น...”

(ตฤตถันย นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

“...ตอนนี้เราก็คุยกับสมาชิกปฏิรูปประเทศ (สปร.) กันอยู่ เครือข่ายองค์กรภาคประชาสังคมมันมีหลายรูปแบบ NGO ก็มี สถาบันการศึกษาก็มี อย่าไปตีความเป็น NGO อย่างเดียวนะ คือเราดูหมด เครือข่ายชุมชนก็ดู ซึ่งสปร.มันมีอะไรหลากหลาย กำลังอยู่ระหว่างการประสานงานกันอยู่ ยังไม่ได้กำหนดทิศทางที่ชัดเจนว่าจะทำแบบไหน มีการประชุมเฉพาะระดับบริหาร ระดับผู้ใหญ่ไปสัก 2-3 ครั้ง อยู่ในขั้นตอนของการ develop ว่าจะออกมาในรูปแบบไหนกัน...”

(ตฤตถันย นพคุณ, สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2556)

3.4 ภาควิชาการ เพราะการศึกษาวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติและทุกระดับ จึงมีการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ส่งเสริมการวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมมือกันอย่างเป็นทางการระหว่างสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (สวก.) รวมถึงสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่มีภารกิจชัดเจนในพื้นที่ อาทิ อุทยานวิทยาศาสตร์ระดับภูมิภาคเป็นแกนหลักในการเชื่อมโยงเครือข่ายการวิจัยกับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน

“ประเด็นทั้ง 9 ในแผนฯ 11 นี้ เราก็ไปคุยกับภาคองค์กรความรู้ก็มี สภาวิจัย และ 5 ส. คือ สกว. สวทช. สวรส. สวก. และสวทน.”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

ประเภทที่ 4 เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่

ในกรณีที่ต้องใช้ “จังหวัด” เป็นกลไกดำเนินการในระดับพื้นที่ ซึ่งหน่วยงานเจ้าภาพเพื่อการพัฒนาผู้สังคมนี้อย่างต่อเนื่องประสานดำเนินการใน 2 แนวทาง ในเครือข่ายดังต่อไปนี้

4.1 คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กนจ.) นำแนวทางการผลักดันการพัฒนาผู้สังคมนี้อย่างต่อเนื่องมาใช้ประกอบการกำหนดแผนงาน/โครงการในแผนพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและแผนปฏิรูปราชการประจำปีจังหวัด/กลุ่มจังหวัดก่อนเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ และประสานคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (กบจ.) และคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กบก.) กำหนดเป็นนโยบายให้จังหวัดนำแผนงาน/โครงการในแนวทางการผลักดันการพัฒนาผู้สังคมนี้อย่างต่อเนื่อง ไปแปลงสู่แผนชุมชนด้วย

4.2 ให้กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น (สถ.) ประสานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) นำแผนงาน/โครงการภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาผู้สังคมนี้อย่างต่อเนื่องไว้ในแผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ โดย อปท. หรือกับชุมชนเพื่อจัดทำแผนงาน/โครงการย่อย และงบประมาณให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการ ก่อนเสนอสู่ระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด

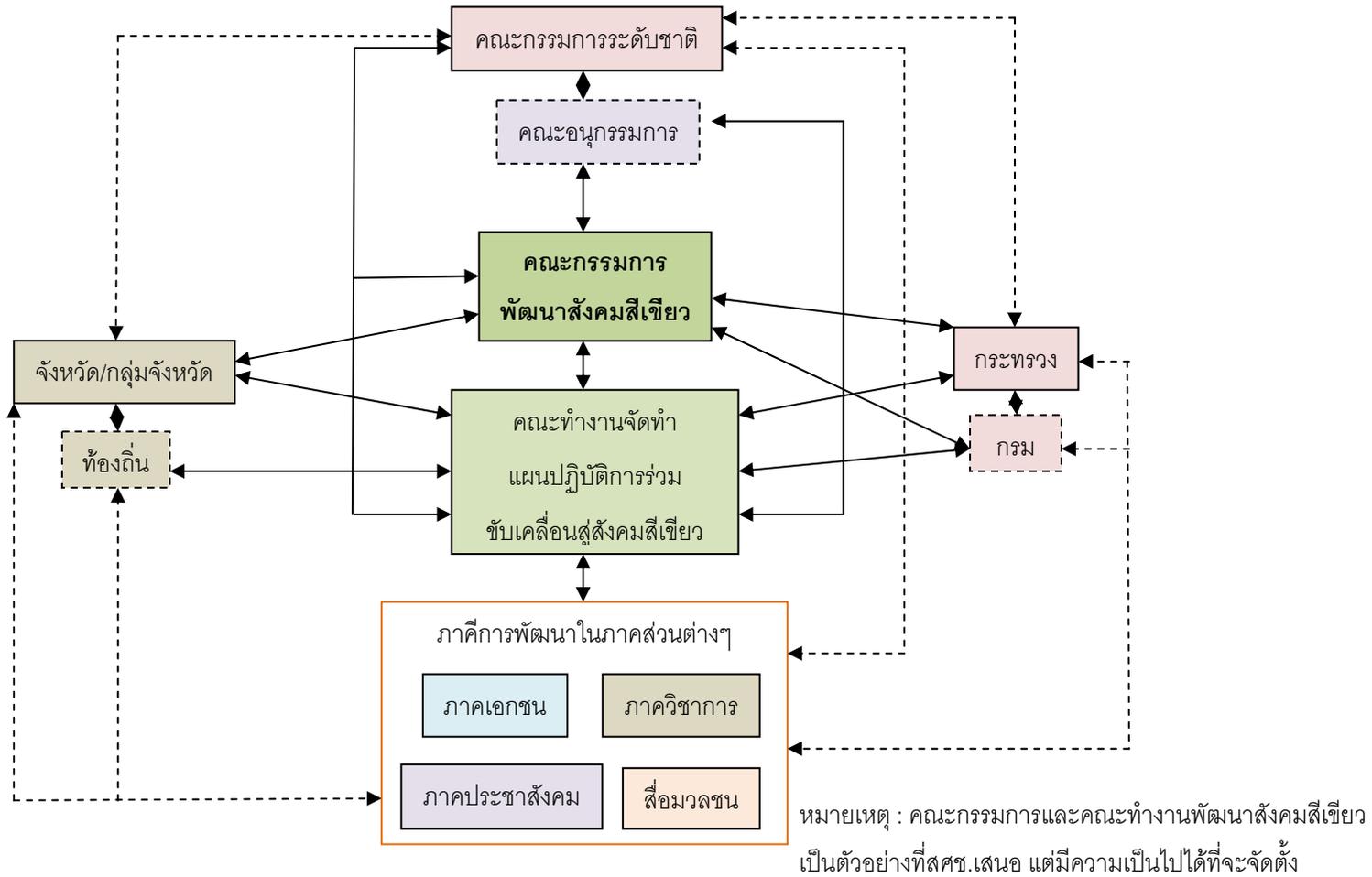
“...แล้วตอนนี้มันก็มีเครือข่ายซึ่งโยงไปถึงชุมชน ตกลงแผนฯ 11 มันไม่ได้สามารถขับเคลื่อนโดยภาครัฐโดยลำพัง ไม่ใช่ว่าอยากจะตั้งโรงงานเหล็กต้นน้ำ บอกว่าผมจะไปตรงนี้กฎหมายเขาก็ไม่ให้ทำ รัฐธรรมนูญ มาตรา 67 วรรค 2 ไปก็ต้องไปคุยกับชาวบ้านให้เขายินยอม ต้องมีการให้ข้อมูล เวลาเราขับเคลื่อน มี 3 จุดมุ่งหมาย 6 ยุทธศาสตร์ และมีประเด็นการขับเคลื่อนอีก 9 ประเด็น จะได้เคลื่อนไปสู่คำว่า Green เราทำอะไรบ้าง ประเด็นทั้ง 9 นี้ เอาประเด็นตรงนี้ไปถามคนในพื้นที่ ซึ่งเราทำมาแล้ว เวลาลงพื้นที่ ก็ต้องให้จังหวัด พื้นที่ท้องถิ่นชุมชน เข้ามามีส่วนร่วม จะเห็นว่าหลายชุมชนเยอะขึ้น เขามีศักยภาพตื่นตัว มีองค์ความรู้ เขาก็จะ move ไปของเขา แต่ along the way need support ไม่มีใครทำงานได้แบบ stand alone ได้อีกต่อไปในโลกนี้ ไม่ว่าจะตรงไหนก็แล้วแต่...”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

ประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว

คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว คาดว่าจะได้รับการแต่งตั้งจากสศช. เมื่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการจากการประชุมเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2555 “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว” ซึ่งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวทำหน้าที่กำกับกำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวการนำไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล ส่วนคณะทำงานมีหน้าที่จัดทำแผนปฏิบัติการร่วมดังกล่าว

ภาพที่ 6.4 ความเชื่อมโยงของเครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียวเกี่ยวกับภาคีการพัฒนาเครือข่ายต่างๆ



กล่าวโดยสรุป ความเชื่อมโยงของเครือข่ายทั้ง 5 ประเภท เริ่มจากเครือข่ายประเภทแรก คือ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากสศช. เป็น เครือข่ายระดับนโยบาย ในลักษณะที่ให้ความเห็นเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาในแต่ละด้านตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีสมาชิกหรืออนุกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม เป็นต้น รวมถึงสมาชิกที่มาจากสศช.เอง คณะอนุกรรมการชุดนี้เป็นผู้ผลักดันสำคัญให้เกิดการประชุมประจำปี 2555 เรื่องอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียวอันนำมาซึ่งเครือข่ายประเภทที่ 2 คือ เครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว และเครือข่ายประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว ซึ่งจะได้กล่าวในลำดับท้ายสุด โดยเครือข่ายประเภทที่ 2 หรือเครือข่ายของภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว เป็นไปในลักษณะที่สศช.ได้ไปขอความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนที่มีใช้ภาครัฐที่เห็นความสำคัญของสังคมสีเขียวและบริบทที่เกี่ยวข้อง และได้ดำเนินการขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความเห็นแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว โดยภาคีการพัฒนาเหล่านั้น ได้แก่ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน ภาควิชาการ เป็นต้น ส่วนภาคีการพัฒนาที่มาจากภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายประเภทที่ 4 คือ เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐในลักษณะการสั่งการตามลำดับชั้น ภาคีที่มาเข้าร่วมจึงเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งอาจจะมีได้สนใจเป็นทุนเดิมมากเท่าภาคส่วนอื่นๆดังที่กล่าวไป แต่มีจุดแข็งที่ภาครัฐมีความคงทนถาวร สำหรับเครือข่ายประเภทที่ 3 คือ ภาคีเครือข่ายการพัฒนาตามแต่ละภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคสื่อมวลชน) พบว่าภาคีการพัฒนาเหล่านี้ได้มีตัวตนมาก่อนที่จะได้มีแนวคิดการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว โดยอาจได้เคยร่วมงานกับสศช.มาบ้าง นั่นหมายถึงสมาชิกจากเครือข่ายประเภทที่ 2 ก็ได้แทรกตัวอยู่ในเครือข่ายประเภทที่ 3 นี้เช่นกัน สำหรับเครือข่ายประเภทที่ 5 คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียว หากได้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสังคมสีเขียวจะมีบทบาทเป็นศูนย์กลางเครือข่าย (Star) และผู้ประสานงานเครือข่าย (Liaison) ตามลำดับ ในการเชื่อมโยงเครือข่ายขนาดใหญ่ทั้งห้า (Supra Network) ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยตรง โดยสมาชิกของเครือข่ายนี้มาจากทุกภาคส่วนในทุกประเด็นที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว และอาจเป็นสมาชิกที่มาจากเครือข่ายประเภทที่ 1- 4 หรือสมาชิกจากภายนอกก็ได้

2. กระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติหลัก คือ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ระบบขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว จึงนับการสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติหลักเป็นเครือข่ายการสื่อสารขนาดใหญ่ (Supra Network Communication) โดยได้แบ่งผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 ตัวอย่างกรณีศึกษาการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ
- 2.2 การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.
- 2.3 การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน

2.1 ตัวอย่างกรณีศึกษาการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ

2.1.1 ภาคเกษตร : มุลนิธิชีววิถี(เรียบเรียงจากคำสัมภาษณ์ของคุณขวัญชัย หมั่นยิ่ง นักวิชาการและเว็บมาสเตอร์มูลนิธิชีววิถี, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

ผู้ส่งสาร มุลนิธิชีววิถี ในฐานะเป็นฝ่ายวิชาการในเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก เป็นฝ่ายรณรงค์ในเครือข่ายโครงการกินเปลี่ยนโลกร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และฝ่ายประสานงานในเครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN) เป็นต้น

เนื้อหาสาร ร่วมขับเคลื่อนในวาระเกษตรกรรมยั่งยืน หรือเกษตรกรรมทางเลือก ซึ่งเนื้อหาสารก็จะเป็นไปตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลานั้นๆ เช่น พืช GMOs (Genetically Modified Organisms) หรือพืชที่ถูกดัดแปลงพันธุกรรมจากกระบวนการทางพันธุวิศวกรรม (Genetic Engineering) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พรบ.คุ้มครองพันธุ์พืช ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)เขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) ฯลฯตามลำดับ ซึ่งแต่ละเรื่องก็จะมีบริบทแตกต่างกันไป

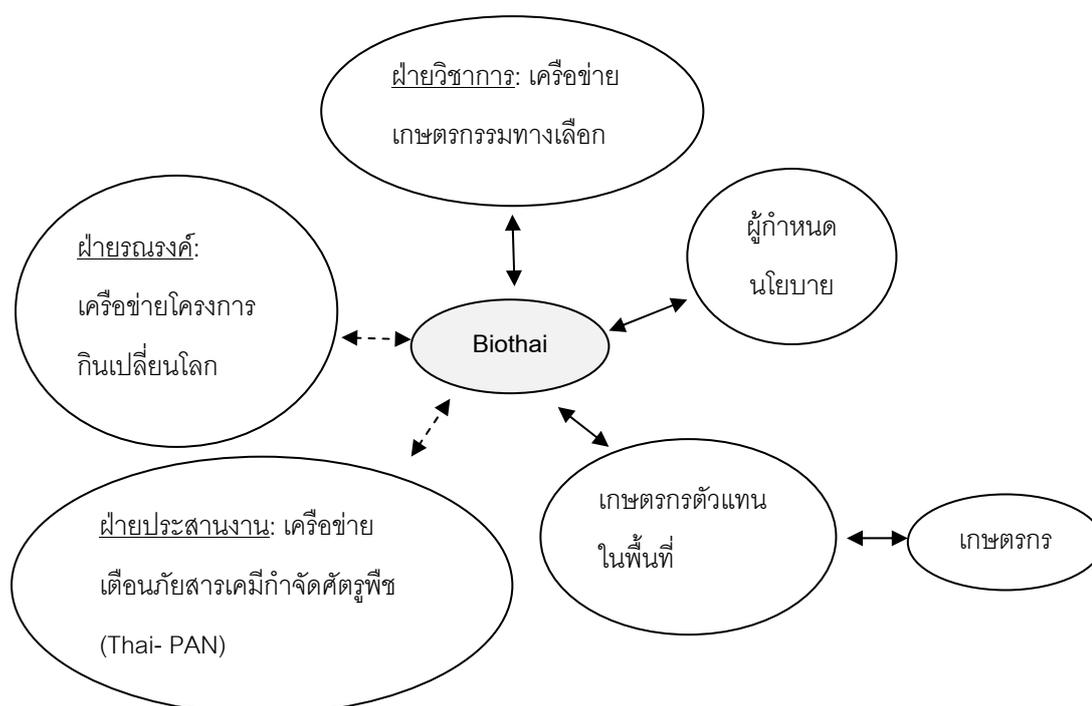
ช่องทางการสื่อสาร

ภายในเครือข่าย ระหว่างมูลนิธิชีววิถีกับเกษตรกร จะมีกลุ่มที่เป็นตัวเชื่อมประสานข้อมูล อยู่ตรงกลาง เรียกว่า กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่แต่ละจังหวัด กล่าวคือ เป็นผู้ประสานงานเกษตรกรรมยั่งยืน เกษตรกรรมทางเลือก หรือแม้แต่องค์กรด้านการเกษตรชนเผ่าก็มีผู้ประสานงานในพื้นที่นั้นๆ

ช่องทางการสื่อสารที่เผยแพร่ไปยังภายนอกเครือข่ายได้แก่ การจัดเวทีสัมมนา เเสวนา เว็บไซต์องค์กร แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือทั้งที่จัดพิมพ์เองและเป็นส่วนหนึ่งในการจัดพิมพ์

ผู้รับสาร ผู้รับสารเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ได้แก่ คณะรัฐมนตรี คณะกรรมการชุดต่างๆ เป็นต้น (2) กลุ่มรากหญ้า คือ เกษตรกร

ภาพที่ 6.5 การสื่อสารของมูลนิธิชีววิถี (Biothai) ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนในมิติด้านการเกษตรของสังคมสีเขียว



2.1.2 อุตสาหกรรม: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (เรียบเรียงจากคำสัมภาษณ์ของคุณพีรพร พลະพลีวัลย์ ผู้อำนวยการศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

ผู้ส่งสาร เป็นในลักษณะของเครือข่ายทางการค้าเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าการค้าเนิ่งถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นองค์กรที่เชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมาพบกัน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

เนื้อหาสาร ที่มาของ Green ในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่เป็นกระแสโลก และเป็นนโยบายหนึ่งของกระทรวงอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวนอกจากนี้ เป็นเรื่องของธุรกิจว่าถ้าหากไม่เปลี่ยนเป็นสินค้าสีเขียว ในอนาคตธุรกิจจะอยู่ไม่ได้

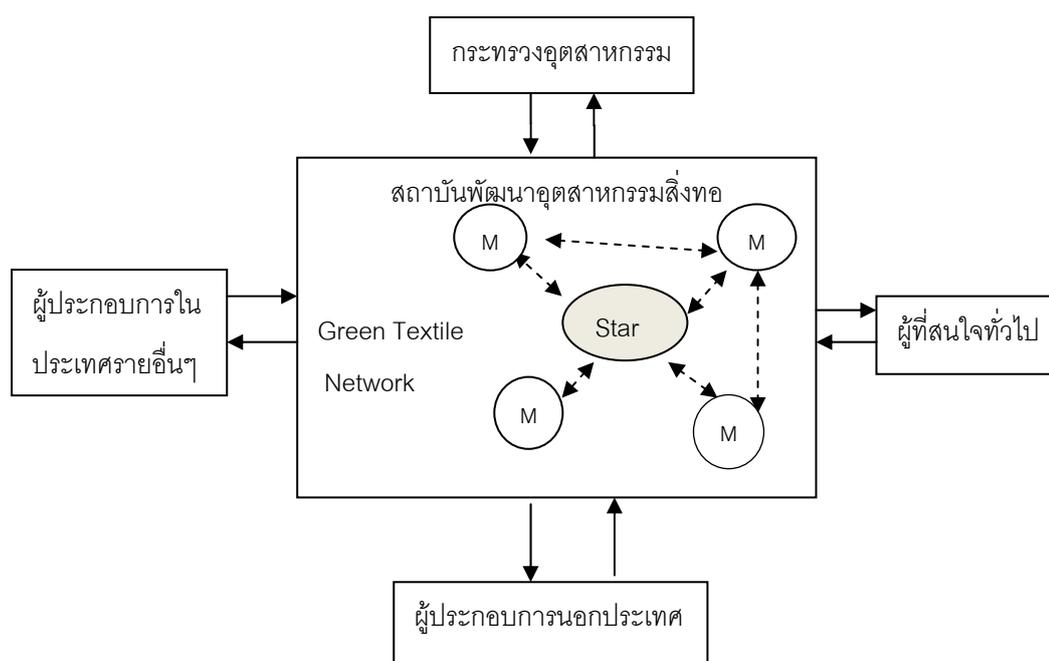
ช่องทางการสื่อสาร

ภายในเครือข่าย ผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆ การประชุมกันแบบเห็นหน้ากัน (Face to Face Communication) ปีละ 2-3 ครั้ง

ช่องทางการสื่อสารที่เผยแพร่ไปยังภายนอกเครือข่าย ผ่านสื่อทั่วไป เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ของสถาบันฯ (เช่น รายงานการศึกษา วารสารขององค์กร) เป็นต้น และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เช่น เว็บไซต์ ซีดี)

ผู้รับสาร ผู้ประกอบการทั้งภายในประเทศและระดับประเทศและประชาชนผู้สนใจทั่วไป

ภาพที่ 6.6 การสื่อสารของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนในมิติด้านอุตสาหกรรมของสังคมสีเขียว



2.1.3 การท่องเที่ยว : มุลนิธิใบไม้เขียว (เรียบเรียงจากคำสัมภาษณ์ของผศ.ดร.จิรพล สิ้นฐานวา รองประธานกรรมการมูลนิธิใบไม้เขียว, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

ผู้ส่งสาร มูลนิธิใบไม้เขียว ผ่านการร่วมมือกันของ 6 องค์กรหลักทางด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว และสาธารณูปโภคพื้นฐาน อันได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การประปา

นครหลวง สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม (ประเทศไทย) สมาคมโรงแรมไทย United Nations Environment Programme (UNEP) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การมีตัวแทนจากทั้ง 6 องค์การดังกล่าวเป็นมูลนิธิ ซึ่งก่อตั้งเป็นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2531 เพื่อถ่ายทอดการบริหารจัดการ

เนื้อหาสาระ เป็นการให้ความรู้(Knowledge) ให้เกิดทัศนคติ(Attitude) และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม(Practice) เป็นการสร้างความตื่นตัวแก่สาธารณะ(Public Education Awareness)ในเรื่องมาตรฐานของโรงแรมและร้านอาหารที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค

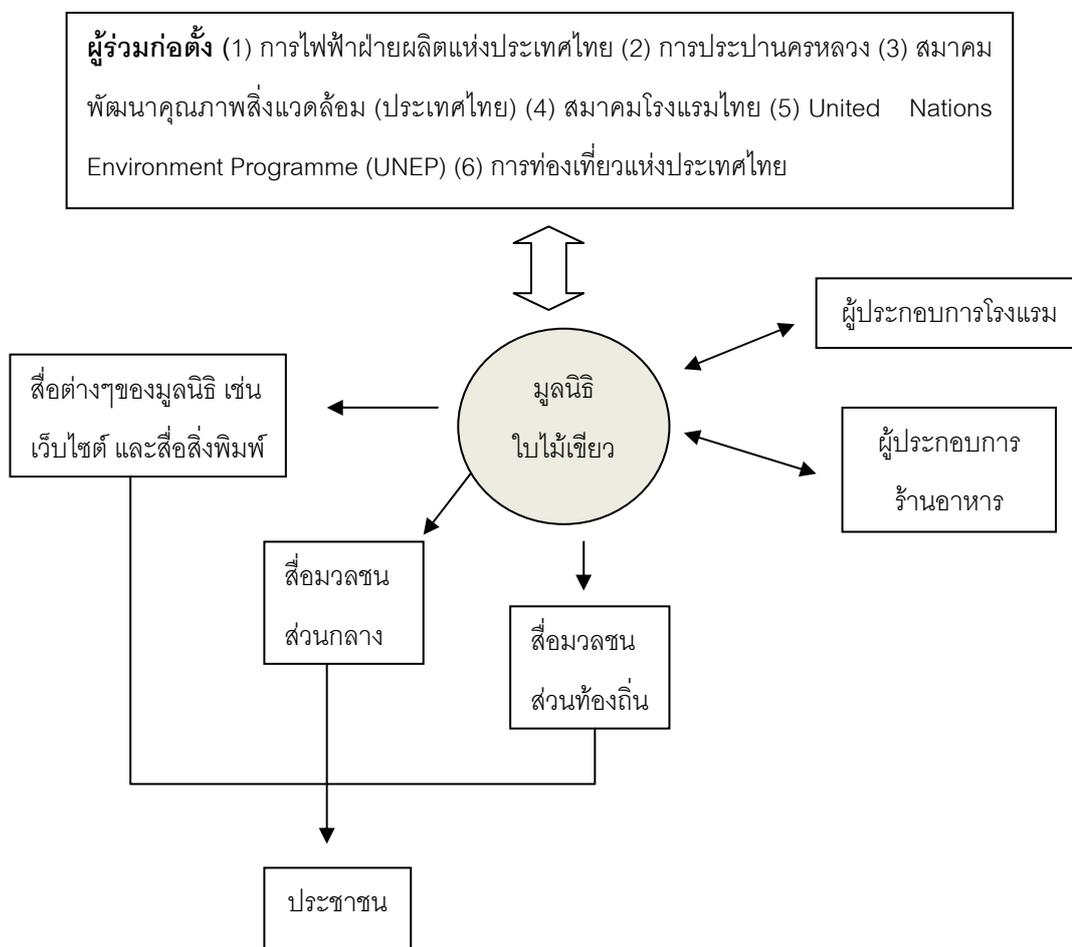
ช่องทางการสื่อสาร

ภายในเครือข่าย การประชุมภายในเครือข่ายของผู้ร่วมก่อตั้งเดือนละครั้ง มีการลงพื้นที่สัมมนาในต่างจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่มีบทบาทน้อย

การสื่อสารของเครือข่ายสู่ภายนอก เป็นสื่อกิจกรรม โดยจัดกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เป็นสื่อมวลชนที่มาขอสัมภาษณ์ สื่อมวลชนในที่นี้คือวิทยุและโทรทัศน์ทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ซึ่งโดยมากจะเป็นส่วนท้องถิ่น อันเนื่องมาจากมีการลงพื้นที่ต่างจังหวัดอยู่บ่อยครั้ง นอกจากนี้ ผ่านสื่อขององค์กร คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (จุลสาร)และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์)

ผู้รับสาร ผู้ประกอบการโรงแรมและร้านอาหารภายในประเทศ รวมถึงประชาชนทั่วไปที่สนใจ

ภาพที่ 6. 7 การสื่อสารของมูลนิธิใบไม้เขียว (Green Leaf) ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนา
ขับเคลื่อนในมิติด้านการท่องเที่ยวสีเขียว



2.1.4 การขนส่งและพลังงาน : SCG Logistic Management และประธานกรรมการ
พัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (เรียบเรียงจากคำสัมภาษณ์ของคุณ
ภาณุมาศ ศรีสุข ประธานกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และที่
ปรึกษากรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทเอสซีจี ดิสทริบิวชัน จำกัด, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

ผู้สังสาร การที่มีสองบทบาท โดยบทบาทหนึ่งเป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาระบบโล
จิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ซึ่งได้รับการคัดเลือกตามความเหมาะสมจากประธาน
หอการค้าไทย หากไปเจรจากับรัฐบาลจะดำเนินการค่อนข้างสะดวก เพราะไปในนามตัวแทนของ
ภาคเอกชน แต่หากไปในนามภาคเอกชน (SCG Logistic Management) เพื่อเจรจาเป็นการ
ส่วนตัวกับภาครัฐคู่แข่งทางธุรกิจอาจมีความรู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรม หากไม่ได้รับการปฏิบัติ

เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ผู้ส่งสารมีหน้าที่ในการเป็นตัวแทนของภาคเอกชนร่วมกับภาครัฐในการกำหนดแผน และปรับปรุงระหว่างกลางเพื่อให้บรรลุผล และเป็นตัวแทนภาคเอกชนในการเข้าร่วมประชุมเจรจากับภาครัฐในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (Logistic)

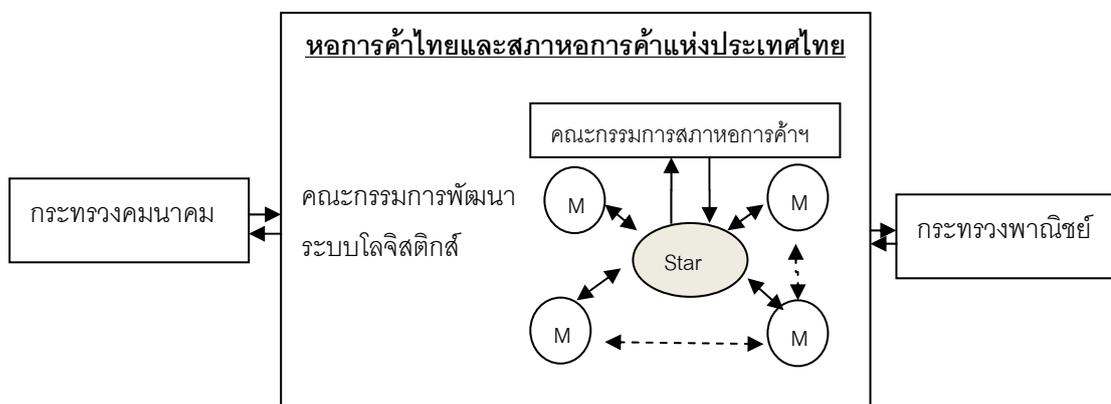
อนึ่ง คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีตัวแทนจากหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ เป็นต้น การที่มีความแตกต่างหลายหลายของแต่ละภาคเพื่อให้แผนสามารถนำมาปรับใช้ได้ ในความเป็นจริงและดำเนินการได้

เนื้อหาสาระ ด้วยความที่ระบบโลจิสติกส์เป็นประเด็นที่รัฐบาลให้ความสำคัญในระดับนโยบายมาโดยตลอดตั้งแต่อดีต และในปัจจุบันก็มีประเด็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เข้ามาด้วย เนื้อหาสาระที่ได้นำมาพูดคุยในคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ จะมีใช้เรื่องของการแข่งขันกันรับน้ำหนักส่งของดังเช่นที่ผ่านมา แต่เป็นการทำให้เกิดประสิทธิภาพและสร้างมาตรฐานให้เกิดขึ้นในสาขานี้ (Efficiency and Standard) ซึ่งมีได้มุ่งเน้นที่ตนเองเป็นหลักแต่รวมถึงคู่แข่งกันในธุรกิจเดียวกันด้วย

ช่องทางการสื่อสาร ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (face-to-face communication) เพื่อความสะดวกในการถามผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านในแต่ละเรื่องตามความเหมาะสม ซึ่งหากเป็นประชุมที่จัดเป็นวาระแล้ว ในบางครั้งก็ต้องจัดประชุมตามความจำเป็นเร่งด่วนของปัญหา และต้องเป็นการสื่อสารแบบสองทาง(Two-ways Communication) มีผลตอบรับ(Feedback) กลับมา นอกจากนี้ ก็ได้สื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทางโทรศัพท์ด้วยเช่นกัน ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ หากเป็นอินเทอร์เน็ต หรือจดหมาย หรือโทรสาร ส่วนมากจะเป็นสารที่เป็นทางการ(Formal) มีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร

ผู้รับสาร สมาชิกที่เกี่ยวข้องภายในคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ได้แก่ สมาชิกที่มาจากภาควิชาการและสถาบันการศึกษาต่างๆ ภาครัฐ ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม ภาคธุรกิจเอกชน ได้แก่ ธุรกิจ Freight Forwarder ธุรกิจรถบรรทุกธุรกิจ Logistic Management หรือ Supply Chain Management ส่วนผู้รับสารภายนอกเครือข่ายคือ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ คือ กระทรวงคมนาคมกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

ภาพที่ 6.8 การสื่อสารของคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนในมิติด้านการขนส่งของสังคมสีเขียว



2.1.5 นวัตกรรมสีเขียว : บริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด (เรียบเรียงจากการสัมภาษณ์ของ ดร.ทรงพล ดีจงกิจกรรมการผู้จัดการบริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด), 8 กุมภาพันธ์ 2556)

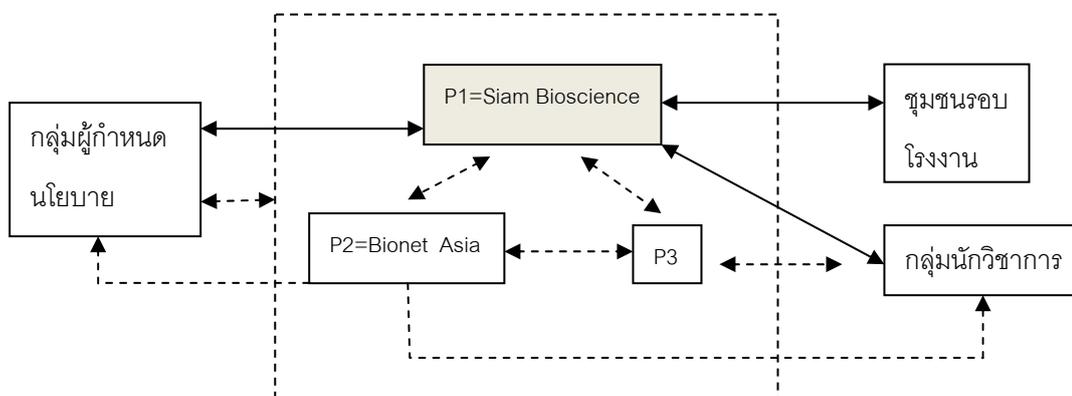
ผู้ส่งสาร ในเรื่องของนวัตกรรมสีเขียวทางด้านเวชภัณฑ์และอื่นๆ เป็นประเด็นที่มีอยู่ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่ภาครัฐต้องการจะผลักดันกระนั้น นวัตกรรมสีเขียวทางด้านนี้ยังไม่เกิดแนวร่วมมาก ผู้เล่น (player) ในตลาดน้อยรายผู้ส่งสารคือผู้ผลิตน้อยรายในตลาดด้านนี้ (ซึ่งไม่น่าจะถึง 3 ราย ในประเทศ) ซึ่งหมายถึง บ.สยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด ด้วย

เนื้อหาสาร องค์กรไม่ได้เน้นที่สิ่งแวดล้อมเท่าไรนัก แต่จะเน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์มากกว่า กล่าวคือ ยาที่เข้าสู่ร่างกายต้องสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภคและประเด็นต่างๆ เป็นการให้ข้อเท็จจริงที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้รับสาร ทั้งกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มนักวิชาการ และชุมชนบริเวณรอบที่ตั้งโรงงาน

ช่องทางการสื่อสาร เป็นสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารที่ได้รับเชิญตามเวทีต่างๆ (สื่อกิจกรรม) โดยที่บริษัทไม่ได้เสนอตัวไปเอง เพราะไม่รู้สถานะตนเอง (position) ในอุตสาหกรรมนี้

ผู้รับสาร กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มนักวิชาการซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวงการอุตสาหกรรมยา และชุมชนบริเวณรอบที่ตั้งโรงงานของบริษัท

ภาพที่ 6.9 การสื่อสารของบริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ จำกัดในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนนวัตกรรมสีเขียว



2.1.6 นวัตกรรมทางสังคม : BE Magazine (เรียบเรียงจากการสัมภาษณ์ของคุณอรันดร

อาชาพิลาส ผู้ก่อตั้งนิตยสาร BE Magazine, 1 กุมภาพันธ์ 2556)

ผู้สื่อสาร BE Magazine รวมถึงเครือข่ายกิจการเพื่อสังคม(Social Enterprise) ซึ่ง BE Magazine เป็นผู้รวบรวมฐานข้อมูลในเรื่องนี้จากการสนับสนุนของสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.)

เนื้อหาสาร เป็นเรื่องสังคมและปัญหาสังคมผ่านการนำเสนอในนิตยสารที่เข้าใจง่าย เป็นเรื่องที่มีการผลิตต้องเลียนแบบธรรมชาติให้มากขึ้น ระบบการผลิตต้องไม่ใช่เส้นตรงเหมือนธุรกิจทั่วไปในปัจจุบัน แต่ควรเป็นระบบปิด (Closed System) กล่าวคือ ขยะของสิ่งหนึ่งจะกลายเป็นทองคำของอีกสิ่งหนึ่งเสมอ หรือการนำมาหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ภายในวงจรการผลิตนั่นเอง โดยในที่นี้ BE Magazine ได้มองที่กลุ่มคนด้อยโอกาสในสังคม ซึ่งทาง BE Magazine ได้ขายนิตยสารให้ในราคาต้นทุน และให้กลุ่มคนด้อยโอกาสเหล่านั้นนำนิตยสารไปขายต่อตามแหล่งชุมชนต่างๆ ซึ่งนับเป็นความช่วยเหลือที่ยั่งยืนมากกว่าการให้เปล่า

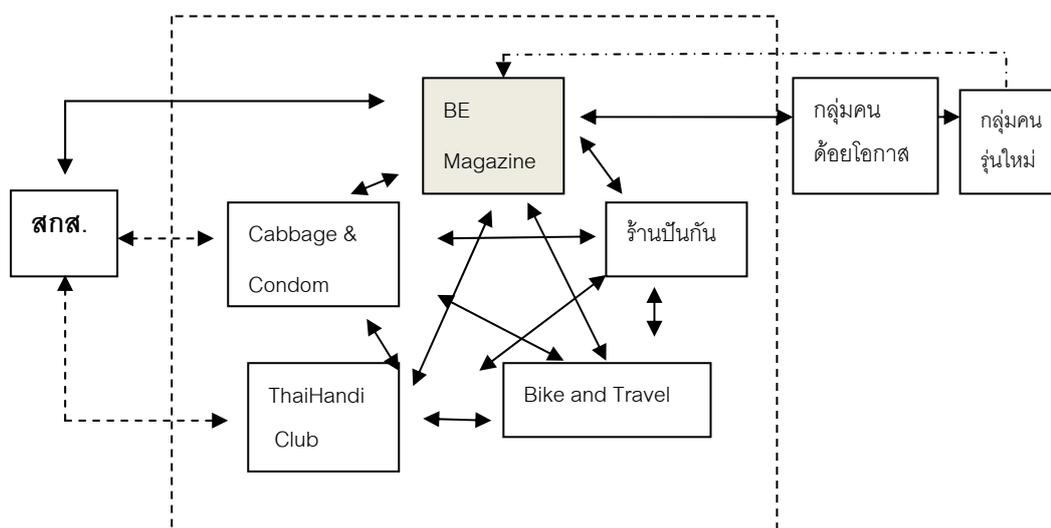
ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารภายในเครือข่าย ผ่านสื่อกิจกรรมในรูปแบบของการจัดประชุมสัมมนา ตามเวทีที่สกส. สศช. และที่อื่นๆจัด ปีละ 2-3 ครั้ง โดยไปเป็นสื่อบุคคลบรรยาย ในบางครั้งสกส.ได้ติดต่อผ่านทางจดหมาย

ช่องทางการสื่อสารของเครือข่ายผู้ภายนอก ผ่านนิตยสารและสื่อใหม่เช่น Facebook , Twitter และ Instagram หรือการเป็นสื่อบุคคลที่ไปบรรยายตามสถาบันการศึกษาเป็นต้น

ผู้รับสาร กลุ่มคนรุ่นใหม่อายุ 18-35 ปี และกลุ่มคนด้อยโอกาส

ภาพที่ 6.10 การสื่อสารของ BE Magazine ในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาขับเคลื่อนนวัตกรรมทางสังคมในสังคมสีเขียว และการสื่อสารของเครือข่ายกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ทาง BE Magazine เป็นผู้รวบรวมฐานข้อมูลของผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยไว้ทั้งหมด (โดยการสนับสนุนของสกส.)



2.1.7 การรับมือกับภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เรียบเรียงจากการสัมภาษณ์ศ.ดร.นพรัตน์ ตาปนานนท์ ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

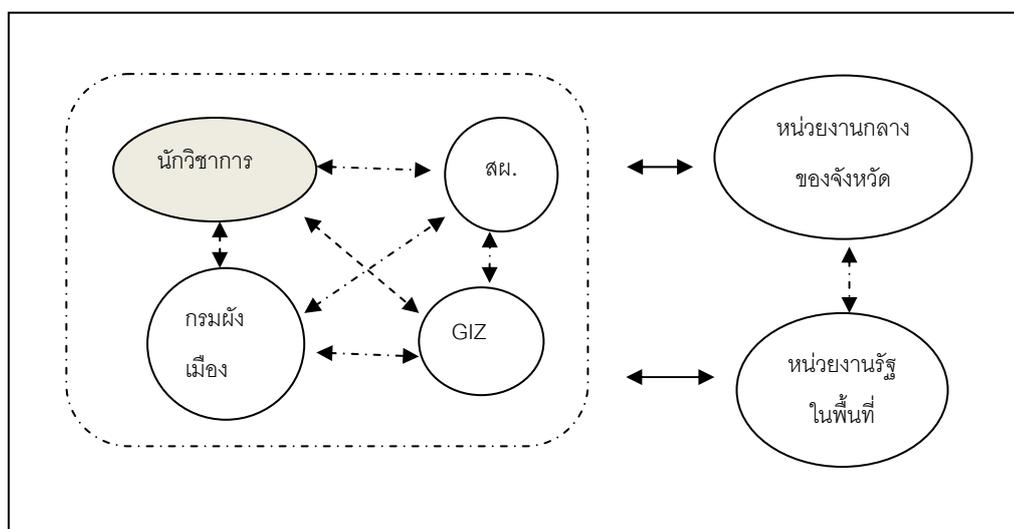
ผู้ส่งสาร เครือข่ายในเรื่อง Climate Change ที่จังหวัดน่าน ซึ่งเกิดจากการชักชวนต่อกันจากการทำโครงการอื่นมาก่อน และได้พบกับกลุ่มคนที่ได้รับเลือกให้ไปทำงานในพื้นที่ ซึ่งถ้าเป็นบุคคลในทีนี้นับเป็นผู้ให้ข้อมูลสนับสนุน

เนื้อหาสาร การรับมือ (Adaptation) การแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ(Mitigation) และการสร้างความรู้ ความเข้าใจในระบบ (Capacity Building)

ช่องทางการสื่อสาร การสื่อสารแบบเห็นหน้ากันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ (Face to face Communication) ในการลงพื้นที่ดูงาน

ผู้รับสาร เป็นกลุ่มคนที่เห็นประโยชน์ร่วมจากการได้รับเลือกให้ไปดูงานในพื้นที่(จังหวัดน่าน)เช่น องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ) สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา กรมผังเมือง หน่วยงานรัฐในพื้นที่ และหน่วยงานกลางของจังหวัด โดยบทบาทหน้าที่ขึ้นอยู่กับความถนัดและหน้าที่ของแต่ละคน เช่น หากเป็น GIZ จะเป็นผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศศ.ดร.นพนันท์ ตาปนา นนท์เป็นผู้ให้ข้อมูลสนับสนุน หน่วยงานรัฐในพื้นที่เป็นเจ้าของโครงการที่ดำเนินการ เป็นต้น

ภาพที่ 6.11 การสื่อสารของนักวิชาการจากภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในฐานะที่เป็นภาคีการพัฒนาการรับมือกับภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว



2.2 การสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.

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

2.2.1 รูปแบบของเครือข่าย

พบว่า การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ เป็นไปในลักษณะที่ สศช. ได้ทำการแบ่งกลุ่ม (Grouping) ให้เป็นหมวดหมู่ตามมิติ จากการทำในแต่ละภาคการพัฒนาดังกล่าว ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ได้รวมกลุ่มเครือข่ายหรือไม่ รวมกลุ่มดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่ สศช. จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ใน แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) หรือหลังจากนี้ ผู้เล่นหลัก (main player) ดังเช่น ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคมจะไปเป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อนเอง โดยการจัดตั้งเครือข่ายคณะกรรมการของตนต่อ แล้วชักชวนภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องไปร่วมดำเนินการด้วย กล่าวคือ ภาคเอกชนและภาคการพัฒนามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

“... คือบอกก่อนว่าไม่ได้เชื่อมโยงกับสภพัฒน์นะ เราทำมาก่อนและเขาเป็นฝ่ายมาขอความช่วยเหลือจากเราด้วยซ้ำ อย่างบรรยายเราไปช่วยเขา เขาไม่ได้ช่วยเรานะ...”

(จิรพล สิ้นธุนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

“... เครือข่ายใหญ่ รัฐ ข้าราชการ เกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ ภาคเอกชน คือพ่อค้าข้าว โรงสี เกษตรกร สถาบันการศึกษา นี่คือการที่ทำงานร่วมกันเรื่องเกษตรอินทรีย์ แต่ละคนที่อยู่ข้างในก็จะมีเครือข่ายของตัวเอง...”

(ตฤตณัย นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

ลักษณะเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.ตาม 7 มิติ ณ ขณะนี้เป็นเครือข่ายแบบหลวมๆ ในลักษณะการขอความร่วมมือและความช่วยเหลือจากภาคีการพัฒนาที่ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในแต่ละประเด็นไว้ก่อนแล้ว ซึ่งนับว่าภาคีการพัฒนาเหล่านั้นมีบทบาทเป็นผู้ปฏิบัติที่แท้จริง โดยบทบาทของสศช.นับเป็นผู้ประสานและผลักดันการขับเคลื่อนในการให้ข้อมูลนอกจากนี้ ทุกภาคีการพัฒนายังมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเท่าเทียมกัน เป็นในลักษณะการสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication)

“...บทบาทสศช.ไม่ใช่ผู้เล่นจริง เราเป็นผู้ให้ความรู้ ผู้ประสาน เป็นผู้สร้างความเข้าใจ เราไม่ยากใช้คำว่าตัวนำ เป็นตัวประสานในการขับเคลื่อนดีกว่า เราให้ข้อมูล ให้องค์ความรู้ ให้สาระส่วนการนำไปปฏิบัติจริง ก็เป็นภาคีเขาทำ ในทางปฏิบัติ เขาก็อาจจะอยากให้เราเป็น center แต่หลักการของเรา คือ เราต้องการการมีส่วนร่วม สร้างการมีส่วนร่วม คือให้เขานั้นแหละมาช่วยเรา เป็นเครือข่ายแบบขอความร่วมมือ ที่เหลือก็แล้วแต่ว่าเขาจะเอาไปขับเคลื่อนต่อ...”

(ตฤตัญญ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

“...ถ้าพูดถึงผลักดันนโยบาย TDRI ทำวิจัยให้หน่วยงานราชการเยอะ หน่วยนั้นก็เอางานวิจัยไปทำเป็นนโยบาย คือมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ส่วนผลักดันเราไม่ค่อยผลักดันเป็น Action Plan พวกนั้นเขาไปทำเอง...”

(สมชัย จิตสุชน, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

“...สภาพัฒน์เขาทำแผนเศรษฐกิจในภาพรวม แต่แผนในรายละเอียดของแต่ละหน่วย เราทำเอง โดยเฉพาะหน่วยที่มีสำนักงานนโยบายและแผน เช่น ที่กระทรวงพลังงาน กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พวกนี้ ในแผนสภาพัฒน์จะไม่มาแตะ แต่จะมาถึงแผนพวกนี้ไปลงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจถ้าไปดูในแผนฯ10 จะเห็นว่า สภาพัฒน์เขียนถึงพลังงานมีนิดเดียวส่วนใหญ่ main idea ก็มาจากงานของกระทรวงพลังงาน...”

(ฤกษ์ฤทธิ์ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

“...จริงๆมันมีอยู่ 2-3 สถานะ สถานะหนึ่งเป็นตัวแทนของภาคเอกชนเข้าไปการเจรจา หรือเข้าไปร่วมกับภาครัฐบาลในการกำหนดแผน อย่างเช่น สถาปนิกเขียนแผน เราต้องไปออกความเห็น ใช่ไม่ใช่ แผนกระทรวงคมนาคมใช่ ไม่ใช่ เราต้องไปออกความเห็น นั่นคือหน้าที่หนึ่ง ว่าเราต้องไปร่วมพัฒนาแผนด้วยกัน ให้แผนไปใน direction เดียวกันทั้งภาครัฐและเอกชน อีกตัวหนึ่งคือเป็นตัวแทนของภาคเอกชน ไปเล่าความเดือดร้อนที่มันเกิดขึ้นมาโดยที่ไม่ได้คาดคิด เช่น ปิดถนน กฎเกณฑ์ที่ออกมาใช้ไม่ได้ ออกมาได้ยังไง ไม่ได้เดินตาม process เอกชนไม่รู้เรื่อง อยู่ดีๆก็ประกาศขึ้นมา เราก็เป็นตัวแทนไปเจรจากับภาครัฐ...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เท่าที่ผ่านมาหน่วยงานที่พูดเรื่องสี่เหลี่ยมกับเราก็คือสถาปนิก เข้าใจว่าในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ก็จะมีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสี่เหลี่ยม ตรงจุดนี้เราทราบ แต่เรายังมองไม่ค่อยถูกว่าเราจะมาช่วยเขาได้อย่างไร คือช่วยในทาง firm นะครับ แต่เรารู้ว่าเราทำในส่วนของเราคืออุตสาหกรรมที่เราคิด เราทำ เราก็กทำให้เป็นอุตสาหกรรมสี่เหลี่ยม และทำให้มันยั่งยืนตามแนวทางของแผนฉบับใหม่ ในแง่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเวทีต่างๆ ในแวดวงวิชาการ เราก็ได้รับเชิญไป เราก็ไม่เคยปฏิเสธคือส่วนใหญ่เราไม่ได้เสนอตัว จะได้รับการรับเชิญ เพราะบางทีเราไม่รู้ position ของเราในสังคม เราอยู่ตรงไหน คือเราก็จะรู้สึกที่เราอยู่ในด้านยา ถ้าในสังคมยาด้วยกัน ส่วนใหญ่เขาไม่ค่อยทำยาเหมือนเรา อย่างตอนนี้ก็ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมอะไรเลยเกี่ยวกับยา คือเรายังไม่ผูกพันตนกับภาคีไหนเป็นพิเศษ แต่เราเข้ากับคนได้กับทุกภาคี...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์ 8 กุมภาพันธ์ 2556)

หากเป็นการเผยแพร่แนวคิดสังคมสี่เหลี่ยมผ่านเครือข่ายการทำงาน จะเป็นในลักษณะการร่วมกับทุกภาคีการพัฒนาในการเผยแพร่ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ภาคีการพัฒนาเหล่านั้น และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอด นับเป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow Communication)

“...เราร่วมกับทุกภาคีในการเผยแพร่ผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับภาคีเหล่านั้น และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอด เป็น 2 step flow...”

(ตฤตถ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

2.2.2 กระบวนการสร้างเครือข่าย

เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ (ประเภทที่ 2 รวมถึงเครือข่าย คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนา ฉบับที่ 11- ประเภทที่ 1 และเครือข่ายคณะกรรมการและ คณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว-ประเภทที่ 5) เป็นไปในลักษณะของการนำเครือข่ายเดิมที่มีอยู่ แล้ว (เครือข่ายของแต่ละภาคส่วน- ประเภทที่ 3 และเครือข่ายระดับภูมิภาค-ประเภทที่ 4) มาเพิ่ม มูลค่าใหม่ (value added) โดยหลักการคือใช้แกนกลาง(หน่วยงานรัฐที่มีอยู่แล้ว ในที่นี้คือ สศช.) ไปเกี่ยวเอาภาคี/กลุ่ม/องค์กรต่างๆ ที่อาจจะรวมตัวกันมาบ้าง หรือกระจัดกระจายบ้าง มารวมตัว กันใหม่ เช่นเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ (ซึ่งภายในเครือข่ายมีสมาชิกที่มาจาก ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมภาคประชาชน ภาควิชาการ และสื่อมวลชน)

เครือข่ายนี้เป็นการดึงดูดเด่นของแต่ละภาคส่วนมาร่วม กล่าวคือ ภาครัฐมีจุดเด่นใน ลักษณะคงทนถาวรล้มไม่ได้(Durability) แต่คนทำงานในหน่วยงานรัฐอาจจะไม่ได้มีความสนใจใน ประเด็นสังคมสีเขียวมากนัก เพราะต้องทำตามบทบาทหน้าที่ มาผนวกรวมกับภาคอื่นๆ คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ที่มีความสนใจขับเคลื่อนเป็น ทุนเดิมอยู่แล้ว(Interest)ดังนั้น จึงเป็นกลยุทธ์การประสานจุดแข็งของทุกภาคส่วนมาร่วมกัน (Complement) โดยการดึงดูดเด่น คือ ความคงทน(Durability)ของภาครัฐกับความสนใจ (Interest) ของภาคส่วนที่มีรัฐมาเข้าร่วม โดยสศช.มีบทบาทในการประสานงาน ซึ่งองค์ประกอบ ของเครือข่าย (Element)ไม่ได้เปลี่ยนจากของเดิมมาก

ในแง่ของการสื่อสาร จากการทำภายในเครือข่ายมีสมาชิกจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน ภาควิชาการ เป็นต้น การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่ นี้ (Super network) จึงเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Communication)ระหว่างภาครัฐที่ยังคง เป็นการสั่งการแนวตั้ง (Vertical Communication) และภาคอื่นๆที่มีรัฐที่สศช.ขอความร่วมมือ เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมหรือการสื่อสารแนวนอน (Horizontal Communication)

และจากรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันนี้เองนำมาซึ่งวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ภาครัฐที่มีรูปแบบการสื่อสารเป็นการสั่งการแนวตั้ง (Vertical Communication) ดังนั้น การเชิญให้มาเข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็น ต้องมีจุดหมายเชิญเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการ และต้องบอกตำแหน่งหน้าที่ทุกครั้ง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นการสื่อสารของภาครัฐ และยัง เป็นการให้เกียรติผู้รับสาร สำหรับการสื่อสารในภาคอื่นที่เป็นการขอความร่วมมือ เป็นการสื่อสาร แนวนอน(Horizontal Communication) ดังเช่น ภาคประชาสังคมที่เห็นความสำคัญของการ

รวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมอยู่แล้ว หรือภาคเอกชนบางองค์กรที่มีความยืดหยุ่นคล่องตัวสูง ไม่มีระเบียบแบบแผนมาก การโทรศัพท์แจ้งข่าวโดยไม่มีจุดหมายเป็นลายลักษณ์อักษรในบางกรณีสามารถกระทำได้ (แต่ในทางปฏิบัติแล้วไม่ควรกระทำ เพราะถือว่าเป็นการไม่ให้เกิดเกียรติผู้รับสาร)

“...ไม่มีขั้นตอนเยอะ สั้นๆง่ายๆ คือ เรื่องไม่เยอะ ไม่มีเอกสารวุ่นวาย ใครจะช่วย โทรเข้ามาเนี่ยเบอร์ผม นี่คือจุดแข็งเรามั้ง เราไม่บังคับใครว่าใครต้องทำอะไร บอกมาเฉยๆ ใครต้องการความช่วยเหลือด้านนี้ คนที่จะตอบคนนี้ ก็โทรไปคุยแค่นั้นเองจบ ไม่มีกฎระเบียบสมาชิกอะไรทั้งสิ้น...”

(อารันดร อชาพิลาส, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2556)

หากวิเคราะห์แล้ว การนำเครือข่ายเดิม คือ เครือข่ายประเภทที่ 3 เครือข่ายของแต่ละภาคส่วน (อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาควิชาการ) และเครือข่ายประเภทที่ 4 เครือข่ายระดับภูมิภาค มาทำการเพิ่มมูลค่าใหม่ (value added) โดยหลักการคือใช้แกนกลาง (หน่วยงานรัฐที่มีอยู่แล้ว ในที่นี้คือ สศช.) ไปเกี่ยวเอาภาคี/กลุ่ม/องค์กรต่างๆ ที่อาจจะรวมตัวกันมาบ้าง หรือจัดกระจายบ้าง มารวมตัวกันใหม่เป็นเครือข่ายประเภทที่ 1 2 และ 5 คือ เครือข่ายคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติและเครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว ตามลำดับ จะช่วยทำให้การดำเนินการขับเคลื่อนและการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพมากกว่าเครือข่ายประเภทเดิมดังต่อไปนี้

1. การนำเครือข่ายที่แยกกันเป็นเอกเทศมารวมกัน จะได้แนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวจากทุกภาคส่วนที่สามารถนำมาใช้ได้จริงมากที่สุด

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

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

4. หากเปรียบเทียบกับเครือข่ายของอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงแล้ว การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้ ซึ่งมีเนื้อหาสาร(Message)ที่เปลี่ยนไปเป็นตัวแปรต้น ทำให้เกิดการรวมกัน (Share) ของผู้มีส่วนร่วมสูง อาจกล่าวได้ว่าเป็นการบูรณาการจากเครือข่ายคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งแบ่งกลุ่มคณะทำงานตามอาชีพ

2.2.3 กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย (เรียบเรียงจากการสัมภาษณ์คุณตฤตถนัย นพคุณนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช., 18 ธันวาคม 2555)

ผู้สื่อสาร คือ สศช. ซึ่งบทบาทของสศช.ภายในเครือข่ายนับเป็นพี่เลี้ยงทางยุทธศาสตร์ มีคนใดคนหนึ่งในองค์กรที่อาจรู้จักภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ ซึ่งเป็นผู้รับสารมาก่อนบ้างทั้งเป็นและไม่เป็นทางการก่อนหน้านี้ จึงได้ดึงเข้ามาสู่การมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

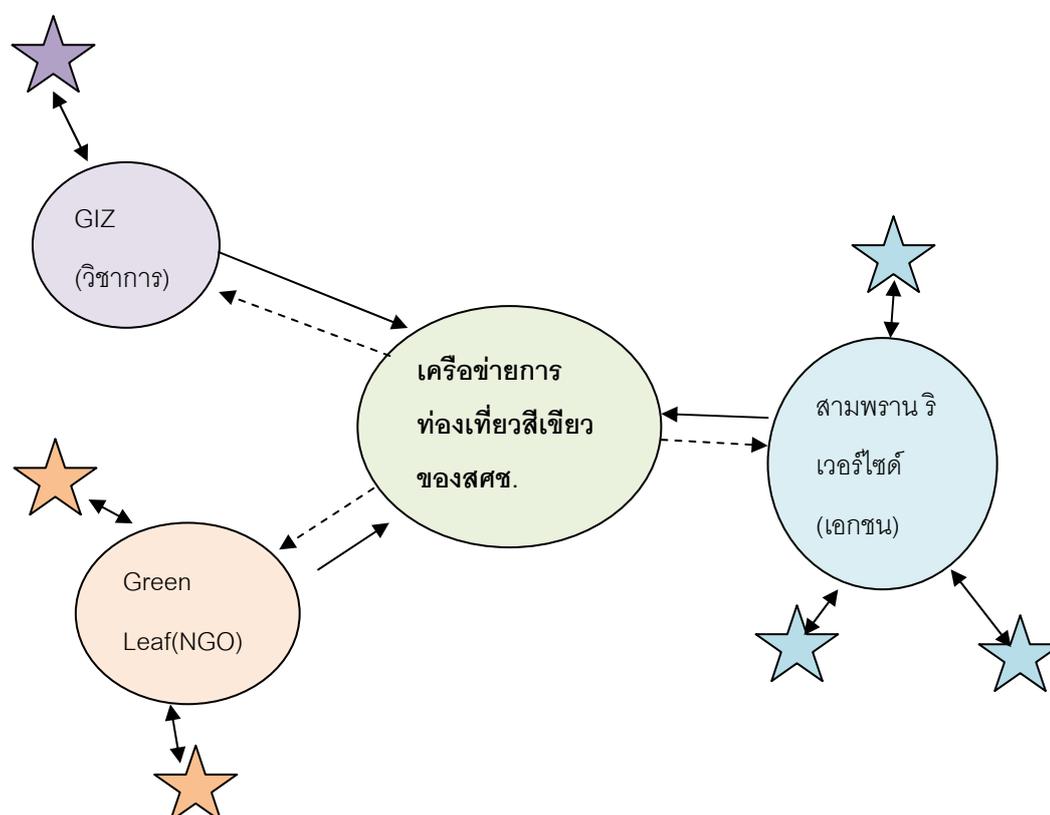
เนื้อหาสาร ประเด็นการพัฒนาที่เป็นนโยบายเพื่อสังคมสีเขียว (Green Policy) ที่จะขับเคลื่อนร่วมกัน วิธีการขับเคลื่อน แผนดำเนินการ การแบ่งหน้าที่และบทบาท ผู้ที่เป็นเจ้าภาพหลัก-รอง และการติดตามประเมินผล

ช่องทางการสื่อสาร สื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในเครือข่ายได้แก่ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อความง่ายต่อทุกภาคีการพัฒนา และผู้ที่สนใจทั่วไปเข้าใจและนำไปปฏิบัติ โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และคู่มือนี้นับว่าเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายซึ่งนับว่าเป็นจุดเด่นของการสื่อสารของภาครัฐที่ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรไว้อ้างอิง นอกจากนี้ ช่องทางการสื่อสารซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นสื่อกิจกรรมที่เห็นหน้ากัน (Face to face communication) คือ การประชุมภาพรวมประจำปีเนื่องจากเรื่องเป็นประเด็นใหญ่และการประชุมย่อยของแต่ละภาค คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ปีละ 3-4 ครั้ง หากเป็นสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ เป็นในลักษณะการโทรศัพท์นัดหมาย และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อส่งข่าวแบบกระชับ

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

ภาพที่ 6.12 กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติของสศช. (ยกตัวอย่างจากประเด็นการท่องเที่ยวสีเขียว)



จากภาพที่ 6.12 พบว่ากระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย (ยกตัวอย่างจากประเด็นการท่องเที่ยวสีเขียว) เป็นไปในลักษณะที่ภาคีการพัฒนาในมิตินั้นๆ ได้ดำเนินการขับเคลื่อนไว้ก่อนแล้วและมีเครือข่ายภายในของตนเอง แต่เมื่อมีการกำหนดสังคมสีเขียวไว้เป็นหนึ่งในเป้าหมายของแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 สศช. จึงได้สื่อสารที่เป็นไปในลักษณะการขอความร่วมมือ/ความช่วยเหลือจากภาคีการพัฒนาเครือข่ายเหล่านั้น

2.3 การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน (เรียบเรียงจากการ สัมภาษณ์คุณตฤตัญญ์ นพคุณนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและ เผยแพร่การพัฒนา สศช., 18 ธันวาคม 2555)

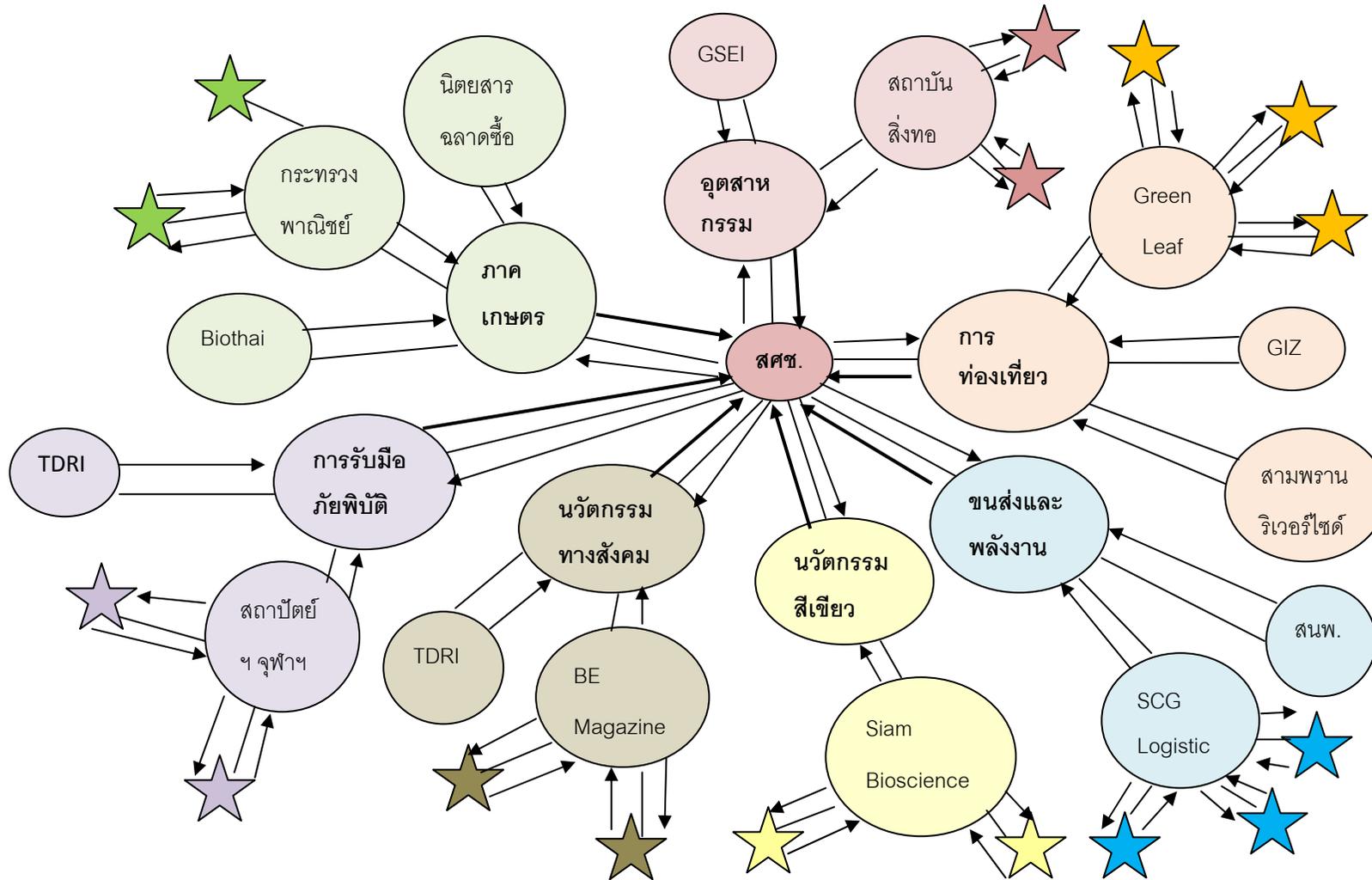
ผู้ส่งสาร เครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตาม 7 ประเด็นของสังคมสีเขียว

เนื้อหาสาร แนวทางหลักการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว ได้แก่การผลิตและการ บริโภคที่ยั่งยืนโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว การสร้างสังคมที่เป็นธรรม การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ช่องทางการสื่อสาร มีคู่มือการแปลงแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อความ ง่ายต่อภาคีการพัฒนา และผู้ที่สนใจทั่วไปเข้าใจและนำไปปฏิบัติ เป็นเครื่องมือควบคุม ความหมาย (Meaning Control) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน นอกจากนี้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อ บุคคลที่เป็นผู้บริหารไปบรรยายหรือประชุมตามเวทีต่างๆ สาเหตุที่สื่อบุคคลเป็นระดับผู้บริหาร เพราะเนื้อหาเป็นเรื่องระดับนโยบายผ่านสื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมประจำปีของสศช. ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เอกสารประกอบการประชุม และรายงาน สรุปผลการประชุม เป็นต้น โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ค่อนข้างมาก เพราะประหยัด และให้เนื้อหาได้ละเอียด ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์และซีดี ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์โดยการ แลกง่าวเวลาจัดประชุม การสัมภาษณ์ผู้บริหารเกี่ยวกับแนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวและ การจัดทำข่าวแจกและข้อมูลที่สำคัญให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ต่อเป็นต้น

ผู้รับสาร สาธารณชนทั่วไป และภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ภาพที่ 6.13 การสื่อสารตาม 7 มิติว่าด้วยสังคมสีเขียว ซึ่งประกอบด้วยภาคีการพัฒนาจากทุกภาคส่วน



บทที่ 7

ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งเป็นผลการศึกษาตามปัญหาคำวิจัยข้อ 3 จากการศึกษาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) ทั้งจากผู้ส่งสารคือสศช. และผู้รับสาร(รวมถึงบทบาทผู้ส่งสาร) คือ ภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติว่าด้วยสังคมสีเขียว ผู้วิจัยขอเสนอปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว คือ ปัจจัยส่งเสริม และ ปัจจัยอุปสรรค ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวได้แก่

1. ความตระหนัก มีประเด็นดังนี้

1.1 ความตระหนักของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1.2 ความตระหนักของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ทั้งการร่วมกับภาคีพัฒนานำไปถ่ายทอดต่อ และการร่วมกับภาคีพัฒนาที่เป็นสื่อมวลชนนำไปถ่ายทอดต่อ

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 เพราะ

การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวเป็นแผนงานที่ต้องดำเนินการ และบทบาทในการขับเคลื่อนที่แท้จริงคือ ภาคเอกชนและภาคประชาชน สำหรับบางประเด็นใน 7 มิติ

2.4 ลักษณะองค์กร และลักษณะการทำงานขององค์กรในภาคเอกชนและภาคประชาสังคมซึ่งเป็นสมาชิกเครือข่าย

2.5 สังคมสีเขียวเป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

3. การสื่อสาร มีประเด็นดังนี้

3.1 การใช้ข้อเท็จจริงและการเลือกข้อมูลในการขับเคลื่อน

3.2 เนื้อหาของสังคมสีเขียวที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการ

3.3 การที่มีสื่อหรือช่องทางสื่อสารเป็นทรัพยากรภายในองค์กรอยู่แล้ว

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 และลักษณะการทำงานขององค์กรในภาคองค์การระหว่างประเทศ 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

ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวได้แก่

1. ความตระหนัก มีประเด็นดังนี้

1.1 ความตระหนักของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว เนื่องจากแนวคิดสังคมสีเขียวเป็นเรื่องที่มีความบูรณาการในหลายภาคส่วน ดังนั้น การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อความง่ายในการขับเคลื่อนจึงนับเป็นปัจจัยส่งเสริมปัจจัยหนึ่ง

“...ถ้ามองออกว่าการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมันคืองานเชิงบูรณาการสังคมสีเขียว หมายถึง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมๆกัน งานของสำนักประเมินผล ก็ต้องเกี่ยวกับทุกสำนักภายในสศช. และเกี่ยวกับทุกๆภาคีภายนอกอยู่แล้ว...”

(ตฤตย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาต่างๆ ก็ด้วยเห็นในศักยภาพของแต่ละองค์กรในปัจจุบันมากขึ้น มีบทบาทของภาครัฐอย่างเดียวดังที่แล้มา

“...อย่างภาคเอกชนเริ่มมีบทบาทมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงแผน 5 พอแผน 8 เห็นว่า NGO ที่เข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา แล้วตรงนี้มันก็มีเครือข่ายซึ่งโยงไปถึงชุมชน เราต้องให้จังหวัด พื้นที่ท้องถิ่นชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม จะเห็นว่าหลายชุมชนเยอะขึ้น เขามีศักยภาพตื่นตัว มีองค์ความรู้ เขาก็จะ move ไปของเขา แต่ along the way need support ไม่มีใครทำงานได้แบบ stand alone ได้อีกต่อไปในโลกนี้ ไม่ว่าจะตรงไหนก็แล้วแต่ ตกกลางแผนฯ 11 มันไม่ได้สามารถขับเคลื่อนโดยภาครัฐโดยลำพัง นอกจากนี้ เราก็ไปคุยกับภาคองค์ความรู้...”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

การดำเนินการของสศช. เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ก็ได้เลือกภาคีการพัฒนาที่มีความตระหนักในการรวมกลุ่มอยู่แล้ว และพบว่าในแต่ละภาคส่วนมีความตระหนักที่ไม่เท่ากัน กล่าวคือ ภาคประชาชน/ภาคสังคมมีความตระหนักในการรวมกลุ่มอยู่แล้ว ภาคธุรกิจในปัจจุบันเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมมากขึ้น ส่วนภาครัฐ ด้วยความที่ว่าลักษณะโครงสร้างการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐเป็นไปในลักษณะแนวตั้งที่เป็นการสั่งการจากบนลงล่าง หรือให้ข้อคิดเห็นจากล่างขึ้นบน (Vertical Communication) อาจจะมีได้มีความตระหนักของการรวมกลุ่มหรือการมีส่วนร่วมที่เป็นการสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication) เท่าสองภาคส่วนแรกมากนัก นอกจากนี้ ข้าราชการที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ อาจต้องมาเข้าร่วมตามบทบาทหน้าที่ มีใจความสนใจเป็นทุนเดิม

“...เราก็ต้องทำงานกับภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือกลุ่มภาคธุรกิจ เช่น สมาคมอุตสาหกรรม สมาคมการค้า กลุ่ม NGO คือ เครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ต้องร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐการก็มีกับกระทรวงอื่นๆ ภาคเอกชนก็มี...”

(ฤกษ์ฤทธิ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เรามี 6 องค์กรหลักร่วมกันอยู่แล้ว เราไม่ใช่เป็นมือที่โดดๆของเราคนเดียว แต่ว่า 6 องค์กรที่เป็นเจ้าของจับมือกันแล้วไปตั้งมูลนิธิ แล้วมูลนิธิก็ทำในนามองค์กร...”

(จิรพล สีนธนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

“...อย่างไรประเทศไทยทำงานในลักษณะเดียว รูปแบบเดียว คงขับเคลื่อนนโยบายด้านเกษตรและสิ่งแวดล้อมลำบาก คือ แต่ละคนต้องร่วมผลักดันนโยบายต่างๆ...”

(ขวัญชัย หมื่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากนี้ ด้วยความที่แต่ละภาคส่วนมีศักยภาพในแต่ละด้านที่ต่างกัน และศักยภาพในแต่ละด้านนั้นก็ยังมีข้อจำกัด กล่าวคือ หากเป็นภาควิชาการอาจจะแนะนำวิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุดให้แก่ภาคเอกชน แต่ไม่สามารถปฏิบัติได้ในความเป็นจริง ภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติก็อาจจะไม่ทราบวิทยาการและเทคโนโลยีต่างๆที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนภาครัฐก็อาจจะออกกฎหมาย หรือกฎระเบียบต่างๆที่ไม่ค่อยช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน ดังนั้น การมีส่วนร่วมจากภาคีการพัฒนาในทุกภาคส่วน จะทำให้ผลของการพัฒนาที่เป็นลักษณะของการบูรณาการในปัจจุบันนี้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นั่นคือ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในทุกระดับ

“...คือที่เราพยายามไปดึงพวกนี้มา ทำยสุดถ้าเป็นอาจารย์เขาจะ extreme ไปข้างหนึ่งเลย ทำไม่ไม่ทำอย่างนี้ๆ ก็มันทำไม่ได้อะ ขณะเดียวกันที่เอกชนมันแต่แก้ไขปัญหาธุรกิจ ไม่รู้เลยว่าเทคโนโลยีใหม่ๆเขามีอะไร ในขณะที่เดียวกัน ภาครัฐบาลก็จะออกกฎอย่างเดียว ไม่ได้รู้เรื่องอะไรเลย เพราะฉะนั้นการที่เข้ามาฟอร์มอย่างนี้ ทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ ภาควิชาการ มันจะดึงคนเข้ามาอยู่ในโลกความเป็นจริงมากขึ้น และก็พัฒนาไปด้วยกัน...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากศักยภาพของแต่ละองค์กรในปัจจุบันที่มีมากขึ้นแล้ว การรวมกลุ่มและมีส่วนร่วมยังก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อทุกฝ่าย(win-win benefit)ดังเช่น ภายในเครือข่ายเรื่อง Climate Change ที่มีการลงพื้นที่ที่จังหวัดน่าน ซึ่งสมาชิกประกอบด้วยองค์กรวิชาการระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ)สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา กรมผังเมือง หน่วยงานรัฐทั้งในระดับจังหวัดและในระดับพื้นที่ เป็นต้น ที่ต่างก็มีความสนใจร่วมกันในประเด็นนั้นๆ

“...พวกที่คบหาสมาคมคือพวกทำงาน ก็ได้ประโยชน์ในการทำงานเขา เขาก็ยินดีมาจอยมาแจมด้วยคือคนที่มีความต้องการร่วมกัน มีความสนใจร่วมกัน มันคือประเด็นเลยนะ ถ้ามันไม่มีความต้องการ ความสนใจร่วมกัน สื่อกันก็ไม่รู้เรื่องหรอก...”

(นพพันธ์ ตาปนานนท์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

ในกรณีของสามพราน ริเวอร์ไซด์ ที่ดำเนินการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสีเขียว(เกษตรอินทรีย์) ที่สร้างการมีส่วนร่วมโดยทุกฝ่ายได้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ไม่มีใครช่วยใครฝ่ายเดียว ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ ภาควิชาการ ชุมชน ภาคการท่องเที่ยว และเกษตรกรผู้ผลิต เป็นต้น

“...ผมว่าทุกภาคที่เข้ามามีส่วนร่วมใน process ก็จะมีส่วนได้หมด ทั้งภาครัฐ NGO ภาควิชาการ ชุมชน ททท. เกษตรกร อันนั้น ผมคิดว่ามันน่าจะยั่งยืน ไม่ใช่ใครช่วยใครฝ่ายเดียว...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เข้าร่วมแล้ว ยังเป็นผลสืบเนื่องในเชิงบวกโดยการสร้างการรับรู้ เข้าใจ และสนใจต่อสังคมโดยรวม

“...การรวมกลุ่มหรือการแสดงถึงผลของนวัตกรรมสีเขียว มันก็เหมือนกับโปรโมทให้คนสนใจด้านนี้เยอะขึ้นนะ ผมว่าหลายคนยังไม่เข้าใจ...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

เช่นเดียวกับการจัดเวทีระดมสมองของสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมในแต่ละครั้ง ภายใต้โครงการ Rio+20 เศรษฐกิจสีเขียว ที่จะมีผู้มาร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยในหลายภาคส่วน ทำให้เห็นว่าความเป็นเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการที่มีความหลากหลายของสมาชิกภาคี จะมีข้อวิเคราะห์เกี่ยวกับเศรษฐกิจสีเขียว ในมุมมองที่แตกต่างตามลักษณะองค์กรที่มีการทำงานต่างกันอย่างไร ทั้งภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาสังคม

“...มันทำให้เห็นว่า เราจะมีข้อวิเคราะห์เกี่ยวกับมุมมองเรื่องเศรษฐกิจสีเขียวที่มันมีความต่างหลากหลายในองค์กรที่เขาทำงานต่างกันอย่างไร ภาคประชาชนยังไม่อยากจะไปด้วยกับมัน ภาคธุรกิจก็แนวหนึ่ง ภาครัฐก็อีกแนวหนึ่ง...”

(บัณฑิต เศรษฐศิริโรตม์, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2556)

ส่วนความเป็นเครือข่ายที่จะเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการขับเคลื่อนได้อย่างไร ในมุมมองของเครือข่ายคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ให้ความเห็นว่าความเป็นเครือข่ายที่จะเอื้อต่อการขับเคลื่อนให้มีประสิทธิภาพ (Efficiency) ทั้งในแง่การแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เพื่อการป้องกันก่อนที่จะเกิดปัญหา และความคล่องตัวในการเชื่อมโยงความเห็นและข้อมูลที่จะสามารถทราบได้เลยว่าในแต่ละประเด็น ผู้เชี่ยวชาญท่านใดจะเป็นผู้ตอบได้

“...ข้อแรก คือแชร์ Knowledge อยู่แล้ว ทำให้รู้จักป้องกันก่อนที่จะมีปัญหา เรารู้ประเด็นปัญหาเราก็แก้ปัญหา แก้กันอย่างไร อันที่สอง คือ เรารู้ว่าเราจะถามใคร เรารู้ว่าใครเชี่ยวชาญด้านไหน ผมรู้ว่าผมจะถามใคร เวลาผมโทรติดต่อทำได้ง่าย ผมโทรได้เลย ผมโทรได้ทุกคน เขาก็

โทรหาผมทุกคน เพราะฉะนั้นความคล่องตัวในการเชื่อมโยงความเห็นและข้อมูลมันจะสะดวก Network นี่สำคัญในเรื่องของ Efficiency ในการที่จะติดต่อกันของคนที่อยู่ในวงการใกล้เคียงกัน บางครั้งก็ทำให้เรื่องพวกนี้ไม่ต้องไปทะเลาะกับข้างใน...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

ในขณะที่คุณอาร์นอร์ อาซาพิลาส ผู้ก่อตั้งนิตยสาร BE Magazine ให้ความเห็นว่า ความ เป็นเครือข่ายจะก่อให้เกิดความช่วยเหลือกันระหว่างสมาชิกดังเช่นเครือข่ายกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ BE Magazine เป็นผู้จัดทำฐานข้อมูลในส่วนนี้ขึ้นมา

“...มันเป็น Networking ที่ช่วยกันครับ มีใครคิดชัดเจนไหนอะไรบ้าง ธุรกิจมีปัญหาใหม่ อยากแนะนำใครให้รู้จัก คนนี้ต้องการสื่อ คนนี้ทำอาหารได้ เป็นต้น...”

(อาร์นอร์ อาซาพิลาส, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากนี้ ปริมาณของสมาชิกภาคีการพัฒนาในเครือข่ายการขับเคลื่อนบางกรณี อาจไม่ จำเป็นต้องมีจำนวนสมาชิกภายในเครือข่ายมาก เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินการดังเช่น ภายในเครือข่ายคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็น เครือข่ายแบบเป็นทางการ มีคุณภาณุมาศ ศรีสุข เป็นประธานกรรมการฯ และยังสวมบทบาทเป็น ที่ปรึกษากรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทเอสซีจี ดิสทริบิวชัน จำกัด อีกด้วย ด้วยความที่สำนักงาน กองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) มีแนวคิดที่จะจัดตั้งเครือข่ายการทำงานเพื่อคุณภาพ ชีวิตที่ดีขึ้นของคนชั้นบรรดพรทุก และทางสสส.ได้เข้ามาเจรจากับบริษัทเอสซีจี ดิสทริบิวชัน จำกัด ในฐานะที่จะร่วมเป็นเครือข่ายการทำงาน ในเครือข่ายเช่นนี้มีความยืดหยุ่นสูงกว่าเครือข่าย คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และมีความเป็นทางการน้อยกว่า ดังนั้น จำนวนสมาชิก ภายในเครือข่ายที่มาจากหลายภาคส่วน/หน่วยงาน ก็อาจไม่ต้องมากนักเพื่อความคล่องตัวในการ ดำเนินการ

“...ถ้าเป็นทางการอย่างเดียวยาวเลย ไม่จำเป็นไปทำทุกอย่างแล้วไปอยู่ในกอง ใน คณะกรรมการมันไม่เดิน มันเป็นพวกใหญ่ มันก็จะมีพวกเล็ก อย่างเช่น ผมตั้งคณะทำงานในเรื่อง

วิทย์เมื่อที่ โห จะเอามาเต็มกระบวนการ ความคิดมันไปกันหมด ผมก็ต้องตั้งเป็นอนุกรรมการ ออกมา ซึ่งอาจไปจับกับ สสส. ไปจับกับกระทรวงคมนาคมพอแล้ว ไม่ต้องยุ่งกับกระทรวงพาณิชย์ หรือก เดียวไปกันใหญ่ แต่ละอันต้องเซตตัวนี้ออกมา...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

1.2 ความตระหนักของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ทั้งการร่วมกับภาคีการพัฒนานำไปถ่ายทอดต่อ และการร่วมกับภาคีการพัฒนาที่เป็นสื่อมวลชนนำไปถ่ายทอดต่อ

(1) การร่วมกับภาคีการพัฒนานำไปถ่ายทอดต่อ เป็นการสื่อสาร 2 จังหวะ (Two- Step Flow Communication)

ในกรณีของสศช.การร่วมมือกับเครือข่ายขนาดใหญ่ (Supra Network) เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น ความที่ว่าเครือข่ายเหล่านี้มีเครือข่ายลูก(สมาชิก)จำนวนมากอยู่แล้ว ดังนั้น การที่สศช.ร่วมมือกับเครือข่ายขนาดใหญ่เหล่านี้ จึงนับว่าเป็นการรวมหัวได้ตัวกับหางมาทั้งหมด

“...สศช. เราเป็นเครือข่ายเป็นแบบ supra network ฉะนั้นมันมีศักยภาพ มีเครือข่ายระดับพื้นที่ มันมีเครือข่ายลูกเยอะอยู่แล้ว เช่น สศช.ร่วมมือกับ กรอ. สภาอุตสาหกรรม สภาหอการค้าไทย เอาแค่สภาหอ เขาก็มีหอการค้าจังหวัดเขาทั่วประเทศ เขาก็มีเครือข่ายของเขา แยกๆไป สศช.กับองค์กรเหล่านี้ มันมีเครือข่ายลูกเยอะมาก ฉะนั้นนี่คือจุดแข็งที่ว่าเยอะ...”

(ตฤตถ์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

เช่นเดียวกันกับกระทรวงพาณิชย์ ที่ทำการสื่อสารไปยังผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ผ่าน ชุมสายย่อย(Node) ไม่ใช่สมาชิก (Member) โดยตรงเช่น สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย ชมรมเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย มูลนิธิเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ซึ่งมกท.เป็นหน่วยตรวจสอบรับรองที่ให้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์

“...ตัวกระทรวงฯเอง ไม่สามารถทำงานได้กับเอกชนทุกคนลักษณะการร่วมงานของ กระทรวงฯ คือ เราจะร่วมมือกับเอกชนที่เป็นตัวองค์กรต่างๆ เช่น สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย และชมรมเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย หรือมูลนิธิเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย และมกท.เอง ซึ่งมกท.เป็นหน่วยตรวจสอบรับรองที่ได้รับมาตรฐาน เราก็จะทำงานในลักษณะการทำงานร่วมกับ ผู้ประกอบการผ่านทางสมาคม ชมรม ทำงานร่วมกับหน่วยตรวจสอบรับรองซึ่งคือมกท. ในการที่จะเชิญเขามาให้คำปรึกษา หรือเชิญเขามาร่วมสัมมนา NGO เช่น มูลนิธิสายใยแผ่นดิน เป็นต้น..”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

สำหรับการสื่อสารการขับเคลื่อนตลาดไปยังผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์ กระทรวงพาณิชย์ได้ใช้ กลยุทธ์ของการนำกลุ่มผู้มีประสบการณ์ซึ่งนับเป็นกลุ่มผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่มีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าอินทรีย์อยู่แล้ว มาบอกเล่าถ่ายทอด และแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ เป็นต้นว่า การบริโภคสินค้าอินทรีย์ที่มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ไม่ใช่อินทรีย์นั้นมีเหตุจูงใจใดในการตัดสินใจจ่ายในราคาที่สูงกว่า โดยกลุ่มผู้นำทางความคิดในที่นี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยังใส่ใจสุขภาพ หรือกลุ่มผู้ป่วย เป็นต้น

“...ต้องมีประสบการณ์นะจริงๆแล้วประสบการณ์สำคัญที่สุดสำหรับการใช้เกษตรอินทรีย์นะ เพราะว่าคนที่ซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่า เขาต้องมีประสบการณ์กับมันพอสมควรเขาถึงตัดสินใจซื้อ เราก็พยายามสร้างให้เขาได้รับประสบการณ์หรืออย่างน้อยที่สุด เอาคนที่ที่มีประสบการณ์มาแล้วให้ฟัง และก็เป็นผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มด้วย ส่วนใหญ่ก็เป็นพ่อแม่ คนรุ่นใหม่ที่ยังใส่ใจสุขภาพ หรือคนป่วยแล้ว คือ ต้องบอกว่าลักษณะของคนที่สนใจสุขภาพ ที่มีอายุประมาณหนึ่งยังไม่ป่วย เขาก็จะไม่เอาเก็บเงินไว้ดีกว่า ในขณะที่พอป่วยแล้วถึงมาเริ่มสนใจมันก็ไม่ทันนะแบบ “เสียหน่อยเสียยาก เสียมากเสียง่าย....”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

สำหรับมูลนิธิชีววิถี ซึ่งเป็นองค์กรภาคประชาสังคม จะมีตัวแทนเป็นผู้ประสานงานในระดับพื้นที่ ซึ่งเรียกว่ากลุ่มเกษตรกรในพื้นที่แต่ละจังหวัดตามแต่ละประเด็น เช่น ผู้ประสานงานเกษตรกรรมยั่งยืน เกษตรกรรมทางเลือก องค์กรด้านการเกษตรชนเผ่า เป็นต้น

“...ไปโอไทยกับเกษตรกร เราจะมีกลุ่มที่เป็นตัวเชื่อมเครือข่ายประสานข้อมูลอยู่ตรงกลาง เรียกว่า กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่แต่ละจังหวัด บางจังหวัดมีอาจมีกลุ่มเดียว บางจังหวัดอาจหลายกลุ่ม ในกลุ่มก็จะมีคนที่ประสานงานในพื้นที่ เราก็เลือกจะประสานงานกับผู้ประสานงานในแต่ละพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งมีเยอะมาก บางทีก็อาจจะเปลี่ยนหน้าค่าตากันไป อันนี้ก็นับเป็นเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน อย่างเช่น อาจมีผู้ประสานงานเกษตรกรรมยั่งยืน เกษตรกรรมทางเลือก อีกส่วนหนึ่งอาจเป็นส่วนของผู้บริโภค อีกส่วนอาจเป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อม ลุ่มน้ำ การประมง อีกส่วนหนึ่งอาจอยู่ในส่วนของป่าไม้ หรือแม้แต่องค์กรด้านการเกษตรชนเผ่า ก็มีลักษณะการเชื่อมผ่านผู้ประสานงานในพื้นที่นั้นๆ...”

(ขวัญชัย หมิ่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

ภาคีการพัฒนาที่ร่วมไปถ่ายถอดต่ออาจเป็นในระดับองค์กรระหว่างประเทศ ดังเช่น สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ที่ได้ใช้เวทีการเจรจาของ Thai-EU, EU-Asean เป็นต้น ในการสร้างภาพลักษณ์ว่าประเทศไทยเองก็ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสีเขียว

“...บางที่มีคนที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศเข้ามา เราก็จะใช้เวทีนั้นในการสื่อสาร image ว่าประเทศไทยเองก็ให้ความสำคัญกับเรื่อง Green เช่น การเจรจาของ Thai-EU หรือเราจับเงินโครงการความร่วมมือระหว่างโครงการ EU- Asean EU-Thai หรือโครงการของอเมริกาหรือในเอเชียแปซิฟิก ก็นับเป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสาร...”

(พีรพร พลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

ไม่เพียงเฉพาะแต่ภาครัฐหรือภาคประชาสังคมเท่านั้น แม้แต่ภาคเอกชนเองก็ได้ร่วมกับภาคีการพัฒนาอื่นในการเผยแพร่ ถ่ายทอดต่อ ดังเช่นในกรณีของโรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มาช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อในลักษณะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรอินทรีย์แหล่งใหม่ใกล้กรุงเทพฯ

“...การท่องเที่ยวอย่างททท.ก็มาช่วยอบรมการเป็นเจ้าของที่ดี เขาก็ช่วยประชาสัมพันธ์ ผ่านการตลาด เว็บไซต์ของเขา อะไรของเขา ก็จะเป็นช่วยว่าอันนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ใกล้ กรุงเทพฯ...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) การร่วมกับภาคีการพัฒนาที่เป็นสื่อมวลชนนำไปถ่ายทอดต่อ เป็นการสื่อสาร 2 จังหวะ (Two- Step Flow Communication)

การร่วมกับภาคีการพัฒนาที่เป็นสื่อมวลชนนำไปถ่ายทอดต่อ เป็นวิธีการหนึ่งที่ยังคงพัฒนาเอกชนอย่างมูลนิธิชีวิตีวิธีทำมาโดยตลอด เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนในวงกว้าง

“...นอกจากนั้น การเผยแพร่ วิธีการที่ยังคงชาวบ้านและองค์กรพัฒนาเอกชนทำ เราเป็นสะพานเชื่อมระหว่างข้อมูลกับสื่อมวลชน หมายถึง นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ นักโทรทัศน์ เพื่อให้เขาสามารถเข้ามาถึงข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลเหล่านั้นออกไปสู่สาธารณะวงกว้างมากกว่า เป็นวิธีที่เราทำมาตลอด...”

(ขวัญชัย หมิ่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

ในบางประเด็นที่สื่อสนใจมาเองเช่นสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI)ซึ่งเป็นองค์กรภาคีวิชาการทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจและสังคม สื่อที่ต้องการมาทำข่าวจึงมักเป็นหนังสือพิมพ์ทางด้านเศรษฐกิจและธุรกิจ หรือการที่มูลนิธิไปไม่เกี่ยวข้องลงพื้นที่ในต่างจังหวัดเพื่อตรวจมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอยู่บ่อยครั้ง สื่อมวลชนท้องถิ่นที่เป็นวิทยุและโทรทัศน์ก็จะติดต่อเข้ามาเอง

“...ถ้า TDRI เป็นคนพูด สื่อที่มักจะมาคุยกับเรา มักจะเป็นสื่อที่ชนชั้นกลางเป็นผู้บริโภคเรา เช่น ไทยรัฐก็ไม่ค่อยมาสัมภาษณ์เราบ่อย ที่ผมถูกสัมภาษณ์มากที่สุดที่เป็นสื่อหัวสีคือ เดลินิวส์ นอกจากนั้นจะเป็นสื่อชั้นกลางเป็นส่วนใหญ่ เช่น กรุงเทพธุรกิจ โฟกัสทูเดย์ เนชั่น ก็จะเป็นกลุ่มนั้น ส่วน Social Media เว็บไซต์ ผู้บริโภคก็มักจะเป็นคนชั้นกลางที่มี access to อินเทอร์เน็ต คือ ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์จะเป็นหนังสือพิมพ์ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก...”

(สมชัย จิตสุชน, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

“...นอกจากที่เราเผยแพร่ทางตรงผ่านเว็บไซต์ Newsletter ต่างๆแล้วนี้ ก็มีทีวี วิทยุ เราออกเยอะมากเป็นรายเดือน อย่างสมุย channel พัทยาเคเบิล เวียนเข้ามาตลอดเวลา พวกเคเบิลทีวีที่ภูเก็ตก็สนใจเราเหมือนกันทั้งสื่อส่วนกลางและส่วนภูมิภาค แต่ถ้าเราจะรุก เราจะจัดกิจกรรม...”

(จิรพล สีนธุนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

สำหรับสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้จัดเวทีเฉพาะให้แก่สื่อมวลชนก่อนที่จะไปประชุม Rio+20 ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนและเศรษฐกิจสีเขียว ณ ประเทศบราซิล โดยให้สื่อมวลชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นหนังสือพิมพ์ มีความรู้พื้นฐานเพียงพอที่จะนำไปถ่ายทอดต่อ ว่าการประชุมทั่วโลกเรื่องเศรษฐกิจสีเขียวมีความสำคัญอย่างไร มีข้อถกเถียงและข้อควรระวังต่อประเทศไทยอย่างไร เป็นต้น

“...สื่อที่เราทำออกไปก็จัดเวทีเฉพาะที่ให้กับสื่อมวลชนก็ทำ เพื่อที่จะให้พวกเขาว่าที่จำเป็นต้องไปประชุมทั่วโลกเรื่องเศรษฐกิจสีเขียวมันสำคัญอย่างไร มันมีข้อถกเถียงและข้อควรระวังต่อประเทศไทยอย่างไร ตอนนั้น วิธีเลือกของเรา คือ เนื่องจาก Target Group ของเราเนี่ย คือ เราอยากให้สื่อมวลชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสายหนังสือพิมพ์ เขาทำหน้าที่ติดตามการเจรจาแล้วมาถ่ายทอดในฐานะสื่อให้สังคมในวงกว้างได้เข้าใจ เราก็เลยเลือกประเด็นที่อยากจะทำให้สื่อมีความรู้พื้นฐานเพียงพอที่จะตามประเด็นผลการเจรจา และเขารู้ว่าประชุมเรื่องอะไรกัน ผลการประชุมที่ได้เป็นอย่างไรและมีผลต่อสังคมไทยอย่างไร วิธีเลือกประเด็น คือ เราเลือกจากกลุ่มเป้าหมาย แล้วความตั้งใจที่อยากจะให้กลุ่มเป้าหมายของเราไปทำหน้าที่ถ่ายทอด...”

(บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2556)

ในกรณีของกระทรวงพาณิชย์ที่นอกจากจะร่วมมือกับสื่อมวลชน คือ ช่อง 11 หรือวิทยุแห่งประเทศไทย ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการขับเคลื่อนตลาดเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงแล้ว ยังเป็นไปในลักษณะของการจ้างสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดต่อ ซึ่งสื่อในที่นี้คือนิตยสารที่ไม่ใช่แนวสุขภาพหรืออินทรีย์มากนัก แต่เป็นนิตยสารที่ค่อนข้างเป็นที่รู้จักในสังคม ซึ่งกลุ่มคนชั้นกลางขึ้นไปนิยมบริโภค

“...สื่อเป็นลักษณะของการจ้างให้เขาดำเนินการรณรงค์ในภาพรวม ให้ความรู้ผ่าน นิตยสาร สิ่งพิมพ์ วิทยุ ทำสื่อบุคคลเผยแพร่ สื่อสิ่งพิมพ์ ปกติก็ออกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และก็มีการทำไปปลิวเผยแพร่ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ถ้าเป็นนิตยสาร ตอนแรกเราลงใน นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับอินทรีย์ เช่น ชีวจิต แต่ปีนี้ท่านรองฯมีนโยบายว่าพวกคนที่อ่านชีวจิตหรือฉลาดซื้อ พวกนี้เขากินอยู่แล้ว การลงในนิตยสารอาจจะลงให้มันเป็น mass มากขึ้น ก็เลยลงเป็น แพรว ดิฉัน Hello เป็นต้น เป็นการให้ความรู้ และเนื่องจากว่าเรากำลังจะจัดงาน เราก็เลยเผยแพร่ ว่าเรากำลังจะจัดงานด้วยไปอีกทางหนึ่ง ซึ่งพวกนี้จะเป็นในลักษณะของการจ้าง ยกเว้นถ้าเป็นใน ลักษณะของการจัดงานต่างๆ และเรามี ad แล้ว เราอาจขอให้กรมประชาสัมพันธ์ช่วย ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆที่เขามี เช่น ช่อง 11 หรือวิทยุแห่งประเทศไทยบ้าง ในลักษณะของการ ช่วยเหลือ...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

1.3 ความตื่นตัวของภาคีการพัฒนาและประชาชนทั่วไป

กล่าวคือความตื่นตัวและจิตสำนึกทางด้านกรรการรักษาสิ่งแวดล้อมของประชาชนในปัจจุบัน ดีขึ้นจากการให้การศึกษอบรมบ่มเพาะในทัศนคติตั้งแต่อดีต ดังทัศนคติที่ตรงกันของดร.สมชัย จิตสุชน ผู้อำนวยการวิจัยด้านการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมและการกระจายรายได้ สถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI) และคุณปิยะทิพย์ เอี้ยวพานิช ผู้อำนวยการร่วมโครงการเพิ่ม ศักยภาพการเข้ามาตราการเศรษฐกิจศาสตร์เพื่อคงคุณค่าระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน(GIZ) ที่ว่าไว้

“...ก็เป็นเรื่อง awareness โดยเฉพาะคนที่กำลังหายจนอาจทำให้สกปรกมากขึ้น พวกนี้ อาจต้องการ awareness มากขึ้น มันก็โชคดีว่า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังจะรวยขึ้น ฐานะดีขึ้น พร้อมๆกับการศึกษาสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว การขับเคลื่อน awareness อาจจะทำง่ายกว่าในสมัยก่อน ถ้าคนสมัยก่อนแล้วกำลังจะรวย พวกนี้จะผลักดันเรื่อง awareness อาจจะทำยากกว่าสมัยนี้ เพราะฉะนั้นยังงี้ก็ต้องทำถึงแม้จะยาก...”

(สมชัย จิตสุชน, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

“...คือ เรื่องของ Investment ทางด้าน Education ที่ทำมา 20-30 ปี แต่ทำมาเพื่อปรับ Attitude แล้วนะ ว่าคนอยากทำดี คือ คำว่า Green คนเรียนรู้แล้ว ถามทุกคนทุกคนตอบได้แล้วว่า ฉันทอยากให้น้ำใส ฉันทอยากให้อากาศดีฉันท อยากให้บ้านมีต้นไม้ ซึ่งจิตสำนึกคนมันดีขึ้นมาเยอะ แล้วนะจากเมื่อก่อน พี่ว่าไม่หายเพราะมันคือจิตสำนึกจริงๆ แต่ถ้าไม่มาบ่มเพาะ กระแสมันจะ พลิกอีกที่...”

(ปิยะทิพย์ เชี่ยวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

หากมองในแง่ธุรกิจที่จะเห็นผลเป็นรูปธรรม นั่นคือ การขับเคลื่อนนวัตกรรมสีเขียวจะง่ายขึ้น เมื่อประชาชนเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี และเป็นเรื่องที่สังคมต้องการแต่อาจจะยังไม่รู้มาก ก็เกิดความเข้าใจและแรงสนับสนุนในการขับเคลื่อนตามมา หรือการที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ในปัจจุบัน เห็นความสำคัญของ Green มากขึ้น การขับเคลื่อนนวัตกรรมสีเขียวทางด้านเวชภัณฑ์ของบริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด) ซึ่งยังเป็นเรื่องใหม่ในสังคม จึงพหุหาแนวร่วมในเบื้องต้นได้

“...ส่วนใหญ่พอเราได้มีโอกาสสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ความเข้าใจที่เกิดขึ้น เค้าก็จะมองว่าสิ่งที่เราทำเป็นสิ่งที่ดี และผมคิดว่าปัจจัยบวกก็คือ สิ่งที่เราทำอยู่เป็นสิ่งที่สังคมต้องการ แต่สังคมยังไม่รู้มากกว่า ซึ่งเมื่อเขาารู้และเข้าใจแล้ว มันเป็นเรื่องที่เขาต้องการ คือ เขาก็รู้สึกยินดีที่ที่มันเป็นการตอบโจทย์ อันนี้ก็เป็นปัจจัยบวก เพราะเมื่อรับทราบ ส่วนใหญ่แล้วเราก็จะได้รับการสนับสนุน อีกอย่างคือ ผมคิดว่าสังคมเราตอนนี้ คนที่มีทักษะตรงกับสิ่งที่เราทำยังมีน้อย เพราะมันยังเป็นธุรกิจใหม่ แต่ความเข้าใจเป็นสิ่งสำคัญ ด้วย Model ของบริษัทที่ไม่ได้เน้นผลกำไร เป็นธุรกิจใหม่ ต้องมาลุยอะไรกัน มันจึงต้องอาศัยจิตอาสาพอสมควรเหมือนกัน ในการที่จะมาร่วมขับเคลื่อนด้วยกัน ก็ชื่นชมว่าคนรุ่นใหม่และอย่างรุ่นผม 30 ปลายๆ-40 ต้นๆ มีแนวคิดแบบนี้กันเยอะ มันก็เป็นปัจจัยบวกที่คนรุ่นใหม่คิดกันเยอะ ก็เลยหาแนวร่วมในเบื้องต้นได้...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

เช่นเดียวกับเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเกิดจากความตื่นตัวของผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ และผู้ผลิตที่เป็นเกษตรกรซึ่งได้รับความเจ็บปวดจากการใช้ยาฆ่าแมลง เป็นโรค และเป็นหนี้ที่ไม่หมด เกิด

ความคิดที่อยากจะหลุดพ้นจากวงจรนี้ จึงผันตนเองไปผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง และสารเคมีในการทำการเกษตร

“...เกษตรอินทรีย์มันต้องแบ่งเป็นเกษตรอินทรีย์พื้นบ้าน และไม่พื้นบ้าน(ตลาด) คือ พวกพื้นบ้านเขาเรียกตัวเองว่าปลอดสารมานานแล้ว ทุกวันนี้เขาก็มาเรียกตัวเองว่าเกษตรอินทรีย์ พวกนี้มันเกิดจากความที่เขาเจ็บปวดมากกับระบบการผลิตแบบเดิมๆ พวกใช้ยาฆ่าแมลงและเป็นหนี้ซ้ำซาก เป็นโรค เป็นหนี้ เขาเลยผันตัวเองเข้าสู่ระบบที่ใช้ยาน้อยลง และปัจจุบัน ประชาชนเองก็ให้ความตระหนักรู้และตื่นตัวขึ้นมากในเรื่องของสุขภาพ จริงๆเรื่องภาวะโลกร้อนก็เป็นเรื่องที่คุณตระหนักขึ้นพอสมควร คือ Organic มันไม่ได้ตอบโจทย์แค่สุขภาพ มันตอบโจทย์ไปถึงสิ่งแวดล้อมด้วย เพราะฉะนั้นก็ถือว่ายังโชคดีที่มันเกิดจากประชาชน ไม่ได้เกิดจากสิ่งที่รัฐผลักดัน ซึ่งมันจะเกิดผลได้ง่ายกว่า จากเดิมคน แบบ Organic คือเขาไม่รู้จักเลย ก็รู้จักมากขึ้น...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

“...ผมมองว่ากระแสก็เป็นส่วนที่ช่วยทำให้ทุกอย่างเร็วขึ้น บางคนอาจจะไม่รู้ว่าจะทำไมต้อง Green อาจจะรู้บ้างไม่รู้บ้าง โอเคไปตามกระแส ตามแฟชั่นก็เยอะ มันก็เป็นสิ่งที่ช่วยนะครับ จริงๆแล้ว ตรงนี้เป็นทางออกทางเดียวของเรา หมายถึงทุกคน การใช้สารเคมีก็เป็นทางตัน เพราะคนบริโภคตายเร็ว เป็นมะเร็ง คนใช้ฉีดยาก็ตาย ตายเร็ว ป่วยเพราะว่าถูกยาเข้าไป สิ่งแวดล้อมก็เสีย เพราะน้ำในแม่น้ำที่เสีย ไม่ใช่ว่าเสียเพราะโรงงาน แต่มาจากสารเคมีในสวน เกษตรกรก็เป็นหนี้มากขึ้น เพราะสารเคมีแพงขึ้นทุกปี ต้องไปติดหนี้ร้านขายยา เมื่อไรได้ผลผลิตก็ค่อยเอาเงินไปใช้ พอทุกคนป่วยก็ต้องไปซื้อยา จริงๆมันเป็นการขายยาในวงจรอุบาทว์ พวกที่ผลิตยาเคมีขายเป็นพวกเดียว เจ้าของเดียวกับผู้ผลิตรายการโรค ก็คือชีวิตของเราก็จะถูกครอบงำ แต่การกลับใช้ชีวิตไทยๆที่ไม่ใช้เคมี มันทำให้เราหลุดจากวงจรนี้ นั่นก็เป็นจุดประสงค์หลักที่ผมอยากทำให้เกษตรกรเขามีทางเลือก ไม่อย่างนั้นเขาก็จะไม่หลุดจากวงจรตรงนี้ และเขาก็ไม่อยากจะชนะ ยาเคมี แพงก็แพง ป่วยก็ป่วย คือไม่มีใครอยากใช้ แต่มันติดตรงนี้ คือเขาออกไม่ได้ คือเขาไม่มีความรู้ด้านการเกษตรอินทรีย์ เขาไม่กล้า นี่คือนี่ที่เราเข้าไปช่วย...”

(อรุณ นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

1.4 ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคลที่สนับสนุนสังคมสีเขียว

นอกจากความตื่นตัว (Awareness) ของภาคีการพัฒนาและประชาชนทั่วไปแล้ว ความเชื่อและทัศนคติในสังคมสีเขียวก็นับเป็นปัจจัยสนับสนุนการขับเคลื่อนเช่นกัน เป็นต้นว่า ทัศนคติของผู้บริหารสามพราน ริเวอร์ไซด์ที่มองว่าวิถีชีวิตของคนควรอยู่ร่วมกับวิถีของธรรมชาติ ไม่เปลี่ยนแปลงธรรมชาติหรืออยู่เหนือกว่าธรรมชาติ

“...ผมคิดว่ามันเป็นสิ่งที่เราต้องพัฒนาไปตลอด เพราะมันเป็นวิถีชีวิต นี่คือนิติที่เรายู่กับธรรมชาติ อยู่กับชุมชน มันก็เลยเป็นสิ่งที่เติมเต็มให้กับชีวิตของผม...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

ในกรณีภาคีวิชาการอย่าง GIZ หรือ TDR ก็มีความเชื่อและทัศนคติที่ตรงกันว่าการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมิใช่เรื่องที่เป็นกระแสหรือผ่านมาแค่ชั่วคราว แต่เป็นเรื่องที่ยั่งยืนและเป็นประเด็นที่ค่อนข้างจริงจัง

“...ที่เชื่อว่ามันยั่งยืนนะ เพียงแต่ความยั่งยืนนี้ มันจะปรับเปลี่ยนโดยแบบนิ่มๆ แบบ smoothly หรือมันอาจจะต้องเกิดวิกฤติแบบฆ่าฟันกันก่อนหรือเปล่า? แต่ที่เชื่อว่ามันอยู่เพราะมันเป็นชีวิตของคนใจ พี่ว่าอีกสัก 30 ปี ที่จะเห็นผล กว่าจะทำอะไรได้กว่าจะเกิด change...”

(ปิยะทิพย์ เขียวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ผมว่ามันเป็นเรื่องยาวนะ เพราะว่าเรื่องของ Global Warming เรื่องของมลภาวะ...มีอยู่ช่วงหนึ่งมันเถียงกันว่าจริงไม่จริง แต่ตอนหลังผมว่าฝ่ายที่เถียงว่าไม่จริงเริ่มแพ้ เพราะฉะนั้นจริงๆ เรื่อง Green มันเป็นเรื่องซีเรียส หมายความว่า มันจะหนักขึ้นๆ ดังนั้น ประเด็นเรื่องเขียวก็จะแรงขึ้นเช่นกัน...”

(สมชัย จิตสุชน, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

1.5 Green เป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสโลก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม

“...อาจจะต้องมาจากความตื่นตัวของกระแสโลก มันจะเกิดทั้งกลไก ทั้งปัจจัยภายนอกประเทศ มันก็เป็นข้อตกลงเรื่อง Climate Change พันธกรณีต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้คนให้ความสนใจในเรื่องสังคมสีเขียวมากขึ้น...”

(ตฤตถันย นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

“...แรงผลักดันจากภายนอก รวมถึง Climate Change ก็ใช่นะ...”

(ฤกษ์ฤทธิ เคนหาราช, สัมภาษณ์, กุมภาพันธ์ 2556)

“...ในช่วง 20ปีหลังมานี้ อุตสาหกรรมสิ่งทอในหลายๆประเทศมีการขยับปรับตัว มีกระแสออร์แกนิกที่เป็นอินทรีย์ Organic Cotton ก็ขายดีขึ้นเรื่อยๆ ก็บอกว่าตัวเองปลูกฝ้ายโดยไม่ได้อำนาจน้ำจากเขื่อน ไม่ใช้สารเคมีที่เป็นปุ๋ยและยาฆ่าแมลง มีกระแสของการขายของเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสิ่งทอ เท่าที่ทราบคือมาจากยุโรป เริ่มมาจากบริษัทเล็กในประเทศเดนมาร์ก เยอรมัน รวมตัวกันทำอะไรที่เป็นการจัดการสิ่งแวดล้อมและ Product ที่เป็น Green...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

“...สิ่งที่คิดว่าเป็นปัจจัยสนับสนุน คือ กระแสสังคมที่มา ซึ่งอาจจะไม่ผ่านไปซะทีเดียว เพราะมันเป็นชีวิต มันจะเลวร้ายมากขึ้นถ้ามันเกิดการแก่งแย่ง ถ้าเป็นวันนั้นมันจะเกิด change อย่างแรง และรีบด่วน...”

(ปิยะทิพย์ เอี้ยวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

“...คือเรื่องเกษตรอินทรีย์มันเป็นเรื่องที่กำลังอินอยู่ในกระแสโลก...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

2. ปัจจัยทางด้านองค์กร การมีเจ้าภาพและมีลักษณะการเป็นผู้นำเครือข่ายมีประเด็นดังนี้

2.1 การมีเจ้าภาพที่เหมาะสมและดำเนินการอย่างจริงจัง

การขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวนั้น เป็นเรื่องที่ค่อนข้างบูรณาการเป็นองค์รวม (Holistic) ในทางปฏิบัติเพื่อขับเคลื่อนจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยาก ดังนั้น จึงต้องการเจ้าภาพที่เหมาะสม และดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนไม่ว่าจะเป็นการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของภาครัฐหรือภาคเอกชน

“...สังคมสีเขียวมันค่อนข้างบูรณาการ ซึ่งมันทำยาก และเราต้องการเจ้าภาพที่เหมาะสม ...”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

“...เราต้องมีเจ้าภาพคนหนึ่งที่จะทำตรงนี้อย่างจริงจัง และต้องเป็นการขับเคลื่อนในเชิงธุรกิจ ไม่ใช่เป็นการทำการกุศล มันจึงจะเกิดการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่การช่วยเหลือทางเดียว...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

2.2 เจ้าภาพต้องมีลักษณะการเป็นผู้นำเครือข่ายโดยการเป็นผู้นำเครือข่ายที่ดี มีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ผู้นำต้องมีเครือข่ายที่ดี ต้องสามารถสร้างเครือข่ายได้ในหลายกลุ่มธุรกิจทั้งที่เป็นสีเขียวและไม่เป็นสีเขียว เพราะยังมีอีกหลายธุรกิจที่โดยธรรมชาติไม่ใช่สีเขียว ต้องมีการปรับกระบวนการทั้งระบบ และอายุไม่มากเพื่อความต่อเนื่องของการดำเนินการระยะยาว

“...ผู้นำต้องมีเครือข่ายที่ดี เข้าถึงได้หลายกลุ่มธุรกิจ เพราะมีกลุ่มธุรกิจอื่นๆที่โดยธรรมชาติของธุรกิจ ไม่ได้เป็นสีเขียว ต้องปรับกระบวนการ ฉะนั้นต้องเป็นคนที่รู้หลายเครือข่าย สามารถสร้างเครือข่ายได้ในหลายกลุ่มธุรกิจ พุดคุยได้และมีแผนระยะยาว อายุก็ต้องไม่เยอะ

เท่าให้หรือด้วยนะ สัก 40 ต้นๆกำลังดี อยู่มาได้สักพักหนึ่งมีเครือข่าย และสามารถอยู่ต่อได้อีกสักพักหนึ่ง เพื่อความต่อเนื่อง แต่ถ้าคือหลักเลยคือความต่อเนื่องในระยะยาว อย่างถ้าเอาคนเก่งๆ อายุ 50 ปลายๆมาทำ ทำอีกอีก 3-4 ปีเกษียณ ก็ไม่รู้จะหาตัวแทนได้รวดเร็วขนาดนั้นหรือเปล่า?...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากอายุของผู้นำเครือข่ายแล้ว การไม่เปลี่ยนตัวผู้นำบ่อยครั้งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความต่อเนื่องในการดำเนินการขับเคลื่อนระยะยาว ความรับผิดชอบและความเอาใจใส่ของผู้นำ ก็ช่วยทำให้การดำเนินการขับเคลื่อนสะดวกขึ้น

“...ประเทศไทยมันต้องการผู้นำนะ จริงๆแล้วเนี่ย ประเทศไทยบางที่ ตอนนี้มีปัญหาทางกระดิก หัวไม่กระดิก เราเจอปัญหาอยู่มากทีเดียวกับเรื่องของการทำงานซึ่งคนที่รับผิดชอบไม่ต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของระบบราชการ โอนย้าย เปลี่ยนตัวบุคคล โครงการหนึ่งเจอคนดูแลงาน 3-4 คน ที่เปลี่ยนมาเรื่อยๆ เจอผู้ว่าฯปีละคนอย่างนี้ เราทำงานก็ต้องตั้งต้นกันใหม่ ระบบบางอย่างมันไม่ได้เอื้อต่อการพัฒนา คือ ความสำเร็จของประเทศไทยเห็นชัดว่า เรื่องผู้นำ Leadership มีความจำเป็นมาก คือ ถ้ามีคนเอาจริงเอาจัง มีคนทำงานจริง มันก็จะเกิดภาคี เกิดการรวมตัว คือคนที่เป็นเจ้าภาพ มันต้องมี แล้วก็เรื่องความเอาใจใส่ของคนที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้วย...”

(นพนันท์ ตาปนานนท์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) ความมีปฏิภาณไหวพริบ และรับฟังความคิดเห็นสมาชิกกล่าวคือ ผู้นำต้องมีความสามารถในการดำเนินการ มีกรอบและเป้าหมายที่ชัดเจน และสามารถทำให้สมาชิกทุกคนในเครือข่ายที่ต่างก็มีความรู้ ความสามารถเช่นกันยอมรับร่วมกันได้ อีกทั้งการรับฟังสมาชิกและสามารถสรุปประเด็นได้ข้อยุติ นั่นคือ ความมีปฏิภาณไหวพริบของผู้นำ

“...คืออย่างนี้นะ พอผู้รู้มาเยอะๆแล้วมันดิ่งตัน มันจะไม่ไปไหน คือ มันจะเสถียร เพราะงั้นตัวประธานต้องเก่ง ตัวประธานต้องดีบท และต้องคลุมประเด็น ไม่งั้นไม่คืบ ถ้าประธานเครือข่ายมีกรอบไม่ชัดเจน แล้วก็ไม่มีหลักการหรือเป้าหมายที่สามารถทำให้ทุกคนยอมรับร่วมกันก่อน จะ

ควบคุมเกมและไม่สามารถสรุปได้เลย และประธานต้องฟังเยอะ แล้วสรุปประเด็น สามารถให้ข้อคิดเห็นที่ยุติความขัดแย้งได้ ตรงนี้เป็นประเด็นที่สำคัญ...”

(ชลัช วงศ์สงวน, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

(3) การเป็นผู้นำที่ประพฤติเป็นแบบอย่างและรู้รอบด้าน กล่าวคือ การที่จะขับเคลื่อนสังคมสีเขียวให้สำเร็จ มิใช่เป็นในลักษณะของการบอกหรือสั่งให้ผู้อื่นเป็นผู้กระทำ แต่ผู้นำที่อยากให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมนั้น ต้องประพฤติตนเป็นแบบอย่างด้วย รวมถึงสังคมสีเขียวเป็นเรื่องที่บูรณาการทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การรู้รอบทิศของผู้นำก็เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีความ

“...ลักษณะของผู้นำ เขาต้องเป็น *Leader By Doing* ใจ เขาต้องประพฤติ ไม่ใช่แค่กระทำนะ แต่ต้องประพฤติเป็นตัวเขา เป็นแบบอย่าง ถ้าในโจทย์ที่ วิธีการที่เราจะทำอะไรได้ผล เราต้อง *Perform As It Is* ก่อน ตัวเองต้องทำด้วยใจ และก็ต้องเป็นคนที่มีรอบทิศด้วยเหมือนกันนะ รับผิดชอบหลายๆด้าน งานด้านGreen มันไม่ใช่เรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างเดียว มันเป็นเรื่องสังคมศาสตร์นะ มันเป็นเรื่องกฎหมายนะ มันเป็นเรื่องเศรษฐกิจด้วย คือ เราต้องมองรอบด้าน...”

(ปิยะทิพย์ เขียวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

(4) ผู้นำต้องเสียสละ เห็นแก่ส่วนรวมกล่าวคือ ผู้ที่จะมาดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวได้ เป็นไปในลักษณะอาสาสมัคร (Volunteer) ที่มีความรู้และประสบการณ์มาที่จะร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยให้เกิดการขับเคลื่อน

“...กรรมการเป็น Volunteer หมดเลย คนที่จำเป็นต้องเป็นคนะกรรมการ เพราะแต่ละคนต่างมีประสบการณ์นี้มา...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ลักษณะผู้นำต้องเป็นคนที่เห็นแก่ส่วนรวม ค่อนข้างเสียสละ...”

(อรุษา นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

(5) การเป็นผู้นำที่ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝงเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อถือของภาคีการพัฒนาต่างๆ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake holder)

“...ถ้าเป็น Leader ของ Stakeholder คือ ต้องไม่มี conflict of interest ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับสิ่งที่เขากำลังช่วยขับเคลื่อน เพราะว่าถ้าเป็นกลไกทางตลาด มันจะต้องไม่มีใครเห็นว่าคุณนี้ทำเพื่อประโยชน์ตัวเองอย่างนั้นอย่างนี้ คนแบบลักษณะหนึ่งที่ไม่มี conflict ต้องโปร่งใส พุดแล้วคนเชื่อ...”

(อุษรฤทธิ์ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

(6) ผู้นำต้องประสานงาน และมีจรรยาบรรณกล่าวคือ ผู้ปฏิบัติจะไม่ใช่ผู้นำ แต่เป็นสมาชิกของเครือข่าย ดังนั้น ผู้นำต้องทำหน้าที่ประสานงานสมาชิกทุกคนในเครือข่าย และมีจรรยาบรรณเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผู้นำ

“...แนวคิดของเราก็คือให้กรรมการเป็นคนทำ แต่ว่าจะทำอย่างไร หน้าที่ประธานก็คือประสานงานด้วย นอกจากนี้ก็ต้องจรรยาบรรณ 4 (1) ตั้งมั่นในความเป็นธรรม ประธานต้องแฟร์ (2) มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ ประธานต้องรู้เรื่องธุรกิจดี ถ้าประธานไม่รู้เรื่องโลจิสติกส์ ถ้าเป็นประธานโลจิสติกส์นะ เจ้ง เพราะไม่รู้เรื่อง product ไม่แฟร์ ไม่รู้ product ไม่รู้ business ไม่รอด (3) เชื่อมั่นในคุณค่าของคน ต้องเชื่อว่า member เราเก่ง แต่เก่งไม่เหมือนกัน เวลาจะคุยกับใครจะเลือกคุยกับใคร เขาเก่งเป็นสาขา ตามความถนัดของเขา ขณะเดียวกันระหว่างนั้น มีการ feedback ข้อมูล ว่าข้อมูลที่คุณมีต้อง balance กับตัวไหน และอันสุดท้าย (4) ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม คุณต้องเชื่อว่าการไม่แบกน้ำหนัก การทำตามกฎเกณฑ์ กติกา มารยาท การทำให้มวลชนเขาอยู่ได้ เป็นสิ่งที่ประธานต้องดูแล ถ้าประธานขาด 4 ข้อนี้ทำไม่ได้ ทำยที่สุดมันกลับเป็นจรรยาบรรณที่เราเขียนหมดเลย หลัก “ตั้งมุ่งเชื่อถือ...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ต้องซื่อสัตย์ อย่าซี้โกง เกิดแอบใช้ยาหนเดียว มันเสียชื่อทั้งกลุ่ม พาทั้งกลุ่มเสียไปหมด...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

(7) ผู้นำควรมีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกลสังคมสีเขียวอาจมีใช้เรื่องที่จะเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมได้ในเร็ววัน แต่หากทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่องแล้ว ผลในระยะยาวย่อมเกิดขึ้นในระดับปัจเจกและระดับสังคม

“...ลักษณะผู้นำ ต้องมีวิสัยทัศน์ว่าถ้าทำตรงนี้ไปจะมีผลดีอย่างไรในอนาคต คือ คนที่จะทำมีผลตอบแทนทางด้านเงินแน่นอน แต่ว่ามันไม่ใช่ว่ามันต้องได้เร็วๆ เป็นผู้นำที่ต้องค่อนข้างหนักแน่นในกลุ่ม คือเป็นผู้นำที่ค่อนข้างต้องมองของทุกอย่างให้ออก...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

(8) หากมองลักษณะผู้นำในแง่ของการสื่อสารแล้ว ผู้นำในเครือข่ายจะต้องทำการสื่อสารบ่อยๆ เพื่อให้รู้ว่าตนเองยังอยู่ในกระแส

“...ผู้นำต้องเป็นคนที่ยืนยันในการสื่อสารบ่อยๆ ต้องพูดเยอะๆ เขียนบ่อยๆ เพื่อให้เขาอยู่ในความรู้สึกว่าเขายังเกาะกระแสอยู่...”

(จิรพล สินธุนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

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

(1) การเป็นตัวกระตุ้น (Catalyst) ให้กับผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) โดยบทบาทการเป็นตัวกระตุ้นนี้ มักอยู่ในภาควิชาการที่เป็นผู้กระตุ้นผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือภาครัฐระดับนโยบาย

“...เราเป็น Catalyst ของ Change Agent เป็นตัวกระตุ้นให้เขาเกิดการเปลี่ยนแปลง เพราะเราไม่อยู่ยั่งยืน แต่เราเป็นตัวกระตุ้นให้เขา...”

(ปิยะทิพย์ เอียวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

เช่นเดียวกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ซึ่งมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในลักษณะของการทำการศึกษาวิจัยให้กับภาครัฐ ส่วนการผลักดันเป็นภาคปฏิบัติ (Action plank) ของภาคอื่น (เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เป็นต้น)

“...TDRI ทำวิจัยให้หน่วยงานราชการเยอะ หน่วยนั้นก็เอางานวิจัยไปทำเป็นนโยบาย คือมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ส่วนผลักดันเราไม่ค่อยผลักดัน เป็น Action plank พวกนั้นเขาไปทำเอง...”

(สมชัย จิตสุชน, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

“...คนอื่นมาทาบถามให้ทำ มาประสานงาน เราก็ไปนำเสนอ พูดคุยแลกเปลี่ยน อาจจะเป็นการขับเคลื่อนในเชิงผลงาน มันเป็นสายงานอยู่แล้ว คือเราทำงานด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพื้นฐานเรามาทางเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้น เศรษฐกิจสีเขียวมันก็เป็นอาชีพของเรา ...”

(อดิษฐ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) การเป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวก (Facilitator) ซึ่งมักเป็นองค์กรภาครัฐที่อำนวยความสะดวกและประสานการขับเคลื่อนให้กับภาคเอกชนที่เป็นผู้ปฏิบัติที่แท้จริงหน่วยงานที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวก (Facilitator) อาทิเช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพลังงาน สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น

“...คือเราก็เป็นหน่วยงานสนับสนุนแหละ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการระดับต่างๆ เข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้นโดยการทำกิจกรรมต่างๆ คือ ผลักดันผู้ประกอบการโดยเฉพาะเลย จริงๆแล้วที่เราจัดสัมมนา คือเราอยากเห็นคนใหม่ๆเข้ามาในระบบมากขึ้น...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

“...ตอนนี้เรื่องการขับเคลื่อนการใช้พลังงานทดแทน บทบาทภาครัฐควรเป็นผู้อำนวยความสะดวก ไม่ใช่คนลงมือพาลุย ไม่ใช่รัฐไปทำก่อน รัฐพยายามเข้าไปกำหนดปัจจัยจูงใจด้านการตลาดมากกว่า ลงทุนอำนวยความสะดวกทางการเงินให้ นี่คืบทบาทที่ภาครัฐทำนอกจากนี้ เราก็ให้การสนับสนุนงบประมาณใน T-Net ซึ่งเป็นเครือข่ายของภาคการศึกษาเกี่ยวกับพลังงานทดแทน แต่ตอนนี้เราถอนตัวออกมาแล้ว...”

(ฤกษ์ฤทธิ์ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราเป็นตัวกลางเชื่อมโยงให้เจอ และเป็น *facilitator* กระตุ้นเรื่องพวกนี้ เป็นลักษณะการทำงานเฉพาะกิจ เป็นคล้ายๆ *Influence* คอยบอก คอย *convince* เขา...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

การที่บทบาทของภาครัฐ เป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวก (Facilitator) ในการขับเคลื่อน นั้นก็เพราะการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวเป็นภารกิจหนึ่งในแผนงานขององค์กรที่ต้องดำเนินการ ดังเช่น กระทรวงพาณิชย์มีเรื่องเกษตรอินทรีย์เป็นตัวชี้วัดหนึ่งของกระทรวงฯ กระทรวงพลังงานต้องส่งเสริมพลังงานทดแทนให้ได้ 25% ภายในปี 2564 ตามนโยบายพลังงานทดแทน และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งอยู่ในเครือข่ายของการส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่พยายามสร้างเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าสีเขียว (Green Textile Network) ภายในประเทศ

“...เราก็พยายามทำให้ได้ตามแผนที่วางไว้ สำหรับกระทรวงนะคะ ปกติเราต้องทำให้ได้ตามนั้นอยู่แล้ว เพราะเกษตรอินทรีย์เป็นตัวชี้วัดของสำนักงานปลัดกระทรวงด้วย ฉะนั้นก็เหมือนเรา *commit* กับกพร.ไว้ว่า เราจะทำอะไรบ้างในแต่ละปี เมื่อสิ้นปีเราก็ต้องได้รับการตรวจจากกพร. อีกส่วนหนึ่ง ฉะนั้นมันก็ต้องทำไปเรื่อยๆตามแผน...”

(จารุณันท์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

“...ก็ทำการส่งเสริมพลังงานทดแทนให้ได้ 25% ตามนโยบายพลังงานทดแทน ภายในปี 2564...”

(ฤกษ์ฤทธิ์ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราพยายามจะทำเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าสีเขียว Green Textile Network ซึ่งสถาบันเองอยู่ในเครือข่ายของการส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม มีกิจกรรมที่เราสร้างเพื่อให้อุตสาหกรรม Justify ได้...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

(3) ผู้ที่มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนที่แท้จริง คือ ภาคเอกชนและภาคประชาชน สำหรับบางประเด็นใน 7 มิติ เช่น ในกรณีของพลังงานทดแทน ผู้ที่ลงทุนและมีความเสี่ยงในการดำเนินการขับเคลื่อนคือภาคเอกชนในธุรกิจน้ำมันและพลังงาน หรือในกรณีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เกิดจากความสนใจและความตื่นตัว (Awareness) ของประชาชนผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ

“...ผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนคือภาคเอกชน เพราะคนลงทุน คนเสี่ยง คนเจ็บตัวจริงๆ คือ ภาคเอกชน...”

(ฤกษ์ฤทธิ์ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ภาครัฐเป็นหน่วยงานสนับสนุนก็จริง แต่ผู้ประกอบการหรือลูกค้ามีบทบาทมาก ถ้าประชาชนไม่สนใจต่อให้รัฐบาลขับเคลื่อนอย่างไรก็ไม่มีประโยชน์...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

2.4 ลักษณะองค์กร และลักษณะการทำงานขององค์กร ในภาคเอกชนและภาคประชาสังคมซึ่งเป็นสมาชิกเครือข่ายได้แก่

(1) ความน่าเชื่อถือและการได้รับการยอมรับขององค์กร ซึ่งอาจก่อตั้งมานานจนเป็นที่ยอมรับของสังคมในกรณีของมูลนิธิชีววิถี (Biothai) หรือนิตยสารฉลาดซื้อ หรือการได้รับรางวัลในระดับประเทศหรือภูมิภาค ดังกรณีของโรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ เป็นต้น

“...เราทำงานกับเกษตรกรมานานเราเป็นที่ยอมรับด้านวิชาการ และเราก็ทำงานด้านข้อมูล เราให้ความสำคัญในการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นก่อน...”

(ขวัญชัย หมั่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ผลงานที่ผ่านมาของเรา และความน่าเชื่อถือขององค์กรฯ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในสังคม...”
(ทัศนีย์ แนนอุดร, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราเพิ่งได้รับรางวัล CSR ของเอเชีย เป็น Area Award สิ่งที่เราได้เป็น Social Enterprise เป็นโมเดลตรงนั้น...”
(อรุษา นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) การเป็นองค์กรธุรกิจแนวใหม่ที่เพิ่งเข้าตลาดจึงได้รับความสนใจจากสังคม ดังเช่น บริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด)

“...คือธุรกิจนี้มันใหม่ไง คนก็อยากฟังว่าเราคิดอะไร ทำอะไร ก็มีหลายคนอยากรู้ ซึ่งเราก็ไม่ปิด ถ้ามีคนทำอีกก็ไม่ใช่เรื่องแปลก ก็นับว่าเป็นเรื่องดี จะได้มีคนอยากทำงานด้านนี้...”
(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

(3) การมีมากกว่าหนึ่งบทบาทขององค์กร(บุคคล) เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน และลดคำครหาจากคู่แข่งทางธุรกิจหากไม่ได้รับความเท่าเทียมในทางปฏิบัติจากรัฐบาล

“...คือบางครั้งทำในแง่บริษัทจะมีข้อจำกัดในการไปร่วมกับรัฐบาล คือผมเนี่ยเป็น ปูนซีเมนต์ไทย ผมเข้าไปทำงานกับกระทรวงคมนาคม กระทรวงฯจะไปอธิบายอย่างไรกับคู่แข่งของปูนซีเมนต์ไทย ถ้ามว่า อันนี้เป็นผลประโยชน์ของปูนซีเมนต์ไทยหรือเปล่า? อันนี้เป็นประเด็น แต่ว่าถ้าผมไปทำในนามของหอการค้าไทย เอา concept ของ SCG Logistics ไปใช้กับกระทรวงคมนาคมอันนี้ไม่น่าเกลียดแล้ว อันนี้เราทำในภาคที่เราเป็นตัวแทนของภาคเอกชน...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

2.5 สังคมสีเขียวเป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

สศช.ได้กำหนดเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)ที่ต้องการพัฒนาให้สังคมไทยอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นจุดมุ่งหมายที่เป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม และความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่มุ่งสู่สังคมที่พึงประสงค์ใน 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) สังคมมั่นคง ทั้งทางเศรษฐกิจที่มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพและยั่งยืน มีฐานการพัฒนาที่ทั่วถึง การเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิตได้รับการคุ้มครองทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุขโดยทั่วถึง (2) สังคมสีเขียว เน้นการปรับโครงสร้างการผลิตสู่สังคมคาร์บอนต่ำ มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อมได้รับการฟื้นฟู อนุรักษ์และจัดการอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างความเป็นธรรมและการเกื้อกูลกันในสังคมไทย และ (3) สังคมวัฒนธรรม มุ่งให้สังคมไทยมีวัฒนธรรมประชาธิปไตย วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรมที่หลากหลายและสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข

“...เราก็เห็นว่าแผนฯ 11 มันมีอาการที่บอกได้ชัดเจนว่ามีในเรื่องความเหลื่อมล้ำอยู่ แต่ความเหลื่อมล้ำ ก็ต้องเข้าใจว่าไม่ใช่ในเรื่องของเศรษฐกิจโดยตรง อย่างสีเหลือง สีแดง มันไม่ใช่เรื่องของเศรษฐกิจโดยตรง มันมีนัยยะทางการเมือง พอไปใช้คุดแล้ว เราจึงต้องตั้ง Theme ของแผนฯ 11 คือ Green & Happiness Society มันเป็น Function ของ Equity คือ การลดความเหลื่อมล้ำ และ Factor ตัวที่สอง คือ Green 3. Creativity นี้พูดถึง แผนฯ 11นะ ฉะนั้น Green เป็น Factor ตัวหนึ่งประเด็นที่อยากจะบอก คือ เรามีกระบวนการขับเคลื่อน เวลาขับเคลื่อน เรา Operationalize Concept ของแผนฯ 11 ออกมา 3 จุดมุ่งหมาย คือ Going Secure หมายถึง ต้องมีความมั่นคงทั้งเศรษฐกิจและสังคมนี้ tag เข้าเรื่องความเหลื่อมล้ำ เรื่อง 2. Going Green 3. Going Culture...”

(ธานินทร์ ณะอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

3. การสื่อสาร มีประเด็นดังนี้

3.1 การใช้ข้อเท็จจริงและการเลือกข้อมูลในการขับเคลื่อน

การใช้ข้อเท็จจริง(fact) ไม่มีสิ่งใดแอบแฝงในการขับเคลื่อนเพื่อเกิดความเข้าใจและแรงสนับสนุนดังเช่นในกรณีของบริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด) และนิตยสารฉลาดซื้อ

“...เราต้องให้ความจริง ให้ข้อเท็จจริงว่าเราทำอะไรอยู่ ทำเพื่ออะไร ผลลัพธ์ที่ได้คืออะไร สิ่งที่ดีที่สุดคือเราต้องให้ข้อเท็จจริง ซึ่งคนจะเกิดความเข้าใจ และเกิดแรงสนับสนุนขึ้นมา นี่คือนโยบายประชาสัมพันธ์ของเรา จะเป็นการสื่อสารเพื่อให้ข้อเท็จจริง เราไม่สร้างภาพ คือเราแสดงความเป็นตัวตนของเราที่ค่อนข้างชัดเจนออกสู่สาธารณชนก็ไม่ได้มีโอกาสมาก แต่ทุกโอกาสที่เรามีเราก็จะแสดงความตั้งใจของเราออกไป แสดงข้อเท็จจริงทั้งหมด ไม่มีอะไรแฝง...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ช่วงก่อนกระแสเราขึ้นนำสังคม ในกระแสเราตามสถานการณ์และเป็นความจริง(fact)...”

(ทัศนีย์ แนนอุดร, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนต้องเป็นสิ่งที่ทำได้จริงมิใช่เรื่องเพ้อฝัน หรือเห็นผลว่าประสบความสำเร็จแล้วในระดับหนึ่ง และต้องเลือกใช้ข้อมูลที่เป็นที่ที่น่าเชื่อถือท่ามกลางข้อมูลที่มีอยู่เยอะในปัจจุบัน

“...เรื่องเหล่านั้นต้องไม่เพ้อฝัน ต้องเป็นสิ่งที่ทำได้ หรือว่ามันจะสามารถขับเคลื่อนไป แล้วมันสามารถ Achieve ได้ในระดับหนึ่ง คือ เราก็ต้องสกรีน Information ระดับหนึ่งด้วย เพราะบางอย่างมันก็มาเยอะนะ ข้อมูลในยุคนี้...”

(ปิยะทิพย์ เขียวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

3.2 เนื้อหาของสังคมสีเขียวที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการ

ในกรณีของอุตสาหกรรมสิ่งทอ (และอาจรวมถึงอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมยา ยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น) สมาชิกภายในเครือข่ายของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นผู้ประกอบการทางด้านอุตสาหกรรมนี้เช่นกัน ซึ่งสมาชิกที่ทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองให้สังคมได้รับทราบว่าเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวก็เพื่อผลประโยชน์เป้าหมาย 2 ประการ คือ (1)แรงจูงใจให้อุตสาหกรรมตนเองอยู่รอด และ(2)การลดต้นทุนการผลิต คือน้ำและพลังงาน เป็นต้น

“...เรามีบอร์ดบางท่านอย่างเช่น ประธานหอการค้า คือ ตัวท่านเองสนใจในเรื่องของ Green แต่ก็ได้ถือตัวว่าเป็นผู้นำในกลุ่มผู้ผลิต Green Product หรือกลุ่มของพวกนายกสมาคมเครื่องนุ่งห่ม นายกสมาคมสิ่งทอ นายกสมาคมฟอกย้อม ท่านเหล่านี้ ถ้าเราไปดูเบื้องหลัง ท่านก็จะทำอะไรที่ในธุรกิจของท่านเป็น Green หรือออกมา PR Activity ที่เป็น Green ในอุตสาหกรรมตัวเอง เพราะว่าแรงจูงใจคือทำยังไงให้อุตสาหกรรมตัวเองอยู่รอดด้วยนั่นส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งคือการทำ Green ในเรื่องของ Competitive เพราะมันจะไปลดการใช้ น้ำ ใช้พลังงาน รวมถึงลดปัญหาหลายอย่าง...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

สอดคล้องกับมูลนิธิไปไม้เขียว ที่ชี้ให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการโรงแรมดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังนอกจากจะเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงแรมแล้ว ยังเป็นการช่วยลดต้นทุนการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจซึ่งจะได้เปรียบคู่แข่ง

“...เราก็เผยแพร่ความเข้าใจว่าโรงแรมสามารถลดค่าใช้จ่าย รักษาสิ่งแวดล้อมได้อีกเยอะ ถ้าเขาสนใจจะทำ โรงแรมก็ยกมือกันเป็นแถว สนใจอยากจะทำ ทำมาแล้วกว่า 1,000 โรงแรมคือกิจกรรมที่เราทำมันช่วยลดต้นทุนให้เขาได้ มันทำให้เขามีเขามีความกระจำได้ว่า ถ้าดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมันทำให้ต้นทุนทางธุรกิจเขาลดลง เขาก็จะได้เปรียบคู่แข่งได้ด้วย เป็นเรื่องของต้นทุนกับเรื่องรายได้ เพราะถ้าเข้าร่วมโครงการเรา จะทำให้รายได้เขาสูงขึ้น...”

(จิรพล สิ้นธุนา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

3.3 การที่มีสื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นทรัพยากรภายในองค์กรอยู่แล้ว

ดังเช่น สยามพราน ริเวอร์ไซด์ ซึ่งให้ผลิตภัณฑ์และบริโภคอาหารจากเกษตรกรอินทรีย์ที่ปลูกโดยเกษตรกรในชุมชนส่งให้โรงแรม นับเป็นการท่องเที่ยวสีเขียว มีช่องทางคือตลาดสุขใจในการเชื่อมโยงเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิตกับผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ หรือการที่สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เผยแพร่ผ่านกิจกรรมโครงการ E-voice paper ที่กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นผู้สนับสนุน หรือสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) และมูลนิธิชีววิถีนำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิชาการ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักขององค์กรอยู่แล้ว

“...สวนสยามพรานสนับสนุนเรื่องตลาด โอเคเรามีตลาดสุขใจรองรับอยู่แล้ว เกษตรกรอาจจะยังไม่ถึงตลาดเพราะไม่รู้จักร เพราะเมื่อก่อนก็เคยไปขายได้แค่พ่อค้าคนกลางเราก็จะประสานภาครัฐท้องถิ่นให้ช่วยสนับสนุนเรื่องการให้ความร่วมมือของเกษตรกรในท้องถิ่น และทางเรารู้จักคนที่ต้องการสินค้าอินทรีย์แต่หากหาไม่ได้ คือเขาไม่เจอกัน เราก็จับเขาเชื่อมต่อกัน ซึ่งตอนนี้เราก็เริ่มทำบ้างแล้ว...”

(อรุษา นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

“...สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ผ่านกิจกรรมโครงการ เช่น E-voice paper ที่กระทรวงอุตสาหกรรมสนับสนุน และผ่านทางเว็บไซต์ของสถาบัน...”

(พีรพร พลพะลิวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราก็ทำการศึกษาและนำเสนอทางด้านวิชาการ การจัดทำรายงานแต่ละครั้ง ถ้ามันมีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสีเขียว เราก็จะนำเสนอ...”

(อดิสร อิศรางกูร ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...คือตัวเนื้อหาหรือข้อมูลในการศึกษาของเรามันเป็นเป็นสาธารณะครับ เพราะฉะนั้นข้อมูลที่เรามี เราจะเผยแพร่ทางเว็บไซต์ คนจะได้เข้าถึงได้ง่าย เรียกว่าเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งเราต้องเผยแพร่ให้สาธารณชนให้มากที่สุด ในการเผยแพร่งาน เว็บไซต์ไปไอไทยก็เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนด้วยเหมือนกัน...”

(ขวัญชัย หมั่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

สำหรับ BE Magazine ซึ่งมีสื่อคือนิตยสารอยู่ในมือแล้ว การนำเสนอว่าด้วยสังคมสีเขียวสามารถเผยแพร่ผ่านนิตยสารได้ทันทีนอกจากนี้ อีกบทบาทหนึ่งของ BE Magazine คือ การเป็นผู้จัดทำฐานข้อมูลของกิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมนี้ การติดต่อของสมาชิกสามารถติดต่อผ่านสื่อสมัยใหม่อย่าง Facebook หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างโทรศัพท์ได้ทันที ซึ่งจะมีผลตอบรับ (Feedback) ที่รวดเร็ว ไม่ต้องผ่านเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร และไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก

“...ไม่มีขั้นตอนเยอะ สั้นๆง่ายๆ ใครอยาก update post ไว้ใน Face Book Group แล้วคนก็มากดไลค์ ถ้ามได้ update เร็วดี Social Enterprise Network เขาก็โพสต์กันว่าตอนนี้เขาทำอะไรกันอยู่ คนนี้ทำอะไร คือ เรื่องไม่เยอะ ไม่มีเอกสารวุ่นวาย ใครจะช่วย โทรเข้ามานี้เบอร์ผมเราไม่บังคับใครว่าใครต้องทำอะไร บอกมาเฉยๆ ใครต้องการความช่วยเหลือด้านนี้ คนที่จะตอบคนนี้ ก็โทรไปคุยแค่นั้น...”

(อารันดร อชาพิลาส, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากนี้ การทำการตลาดหรือขยายตลาด ซึ่งตลาดก็นับเป็นช่องทางการสื่อสารช่องทางหนึ่ง ดังที่กระทรวงพาณิชย์มีหน้าที่ขับเคลื่อนตลาดเกษตรอินทรีย์ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

“...เราขยายตลาดทำเป็นระดับๆไป เช่น ขยายตลาดในระดับท้องถิ่นที่สุด เช่น การจัดตลาดนัดสีเขียว ขึ้นมาหน่อย คือ การจัดงานแสดงสินค้าในจังหวัด ขึ้นมาอีกหน่อย คือ การจัดงานแสดงสินค้าในระดับภูมิภาค และเราจัดงานการแสดงผลสินค้าในระดับประเทศ รวมถึง เราจัดคณะผู้แทนไปต่างประเทศด้วย ก็คือ เราทำในทุก step เพื่อให้ผู้ประกอบการในแต่ละระดับเขาสามารถเข้าร่วมได้ ในส่วนของการขยายตลาด นอกจากการจัดงานแล้ว เราก็ยังดำเนินการเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทั้งการจัดงานเราเอง หรือประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับประชาชนทั่วไปซึ่งเป็นผู้บริโภคสินค้า นั่นคือการทำในเรื่องของการขยายตลาด โดยเครือข่าย นอกจากเป็นสื่อหรือกระทรวงอื่นๆที่มาร่วมกับเราแล้ว บางทีเราต้องมีเครือข่ายกับพวกร้านค้าที่จำหน่าย เช่น ร้านค้าสีเขียวต่างๆ Lemon Farm สวนเงินมีมา หรือ TOP Supermarket ในการจัดกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้เป็นการขยายตลาดและเป็นการสื่อสารกับประชาชนให้ได้...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

3.4 การกระทำการสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งการทำการสื่อสารหรือจัดทำสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และเนื้อหาสารต้องมีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร

(1) การทำการสื่อสารหรือจัดทำสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา ในกรณีที่เนื้อหา/สารเป็น เรื่องยาก ดังเช่นสาระสำคัญของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 แต่ก็ได้จัดทำคู่มือการแปลงแผนฯสู่การปฏิบัติที่อธิบายให้ง่ายที่สุด เพื่อให้ทุกภาคีการพัฒนา รวมถึงประชาชนทั่วไปเข้าใจและนำไปปฏิบัติ หรือการที่สามพราน ริเวอร์ไซด์ จัดทำเว็บไซต์ต่างหากเพื่ออธิบายโครงการที่ทำกับชุมชนเพราะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างอธิบายยาก

“...ก่อนที่เราจะให้คนรู้ว่าจะนำแผนฯ 11 ไปใช้อะไร เราก็ต้องทำให้คนเข้าใจสาระของแผนฯ 11 ให้ง่ายที่สุด มันก็นำมาซึ่งคู่มือเล่มนี้เป็นคู่มือที่ผู้อ่าน ประชาชนทั่วไปรู้วิธีการนำแผนฯ ไปใช้ หากทางอธิบายให้ง่ายที่สุดว่าแผนฯต้องการมุ่งสู่เป้าหมายอะไร แผนฯ 11 มีการกำหนดวิสัยทัศน์ ถอดมาจากวิสัยทัศน์ 20 ปี มาเป็นวิสัยทัศน์ 5 ปีของแผนฯ มีการกำหนดเป้าหมายละเอียดละเอียดไปหมด จะทำอย่างไรดีให้วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และวิธีการที่จะเอาแผนฯไปใช้ ให้คนเข้าใจง่าย ๆ ทางสภาพพัฒนาฯช่วยกันออกแบบ เราตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนฯสู่การปฏิบัติ กำหนดวิธีการที่เราจะแปลงแผนฯสู่การปฏิบัติออกมา...”

(ตฤตณีย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

“...ตอนนี้เราใช้เว็บไซต์เป็นหลัก ลอง e-marketing เป็นตัวนำ คือ product ของเรา มันไม่ได้อธิบายง่าย ๆ ผมก็ต้องทำเว็บไซต์ต่างหากเพื่ออธิบายโครงการที่เราทำกับชุมชน...”

(อรุษา นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

ในกรณีที่สารเป็นลักษณะเฉพาะเจาะจง เช่น หากเรื่องมีความจำเป็นเร่งด่วนทางคณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ก็จะเรียกประชุมทันที หรือ ธรรมชาติของธุรกิจสีเขียวบางประเภท เช่น บริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด) ซึ่งเป็นบริษัทเวชภัณฑ์ ยังไม่ค่อยมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บริษัทเท่าใดนัก เนื่องจากอุตสาหกรรมยาเป็นอุตสาหกรรมที่มีการกำกับดูแลค่อนข้างสูง และใช้เวลากว่าที่จะได้ผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ นอกจากนี้ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในบางประเด็นจะต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) ก่อน

“...เวลาเราคุยกันเนี่ย ไปประชุมกันทุก 2 เดือน แต่ถ้ามีเรื่องอะไรสำคัญอะไรจริงๆ แล้ว need เรื่องนี้จริงๆ บางครั้งเราก็เรียกประชุมพิเศษ หรือไม่บางครั้งเราก็มติเวียนก็ได้...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ณ ตอนนี้อย่างไม่ได้ประชาสัมพันธ์บริษัทเท่าไรนัก เพราะเรามองว่า ธุรกิจแบบนี้มัน ต้องใช้เวลาพอสมควรว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมมาเป็นสิ่งที่มีการควบคุม กำกับดูแล ค่อนข้างสูง ต้องทดลอง ใช้เวลา ต้องมีการทดสอบ ต้องมีการขึ้นทะเบียน เราก็เลยอยากให้มี ความพร้อมก่อนที่จะประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ประชาสัมพันธ์อาจจะต้องขออนุญาตจากทางอย. ก่อนด้วยในบางประเด็น...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) เนื้อหาสารต้องมีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสารด้วยความที่ว่าผู้รับสารมีความ หลากหลาย ทั้งกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มนักวิชาการ หรือกลุ่มเกษตรกรรากหญ้า เป็นต้น ดังนั้น ผู้ส่งสาร จึงต้องเลือกเนื้อหา (Message) ให้ตรงกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร (Receivers) โดยการแปลง สารให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร ทราบความต้องการของผู้รับสารและอรรถประโยชน์ของ การนำไปใช้ กล่าวคือ ประเด็นเนื้อหาสารที่นำไปเผยแพร่จะขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร

“...เราต้องรู้ว่าลูกค้าคือใคร อย่างสศช. เขามีภารกิจด้านนี้ เราก็จะส่ง Information ด้าน ภารกิจของเขา เราต้องรู้ลูกค้าเรา อันนี้มองในแง่เป็น Information Distributer นะ ฉะนั้น Target group ที่เป็น Change Agent ของเรา เราก็ต้องวิเคราะห์เขาให้ได้ คือ เราต้องสื่อสารไปในสิ่งที่ เขาอยากได้ เราต้องรู้ว่าเขาสนใจอะไร และเขาอยากได้อะไร มันถึงไปได้...”

(ปิยะทิพย์ เลี้ยวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราก็เอาหัวข้อวิจัยไปคุย เอาจุดประสงค์ไปคุย ถ้าเป็นในเวที คือเราก็ต้องเลือกกลุ่ม ผู้ฟัง อย่าง ถ้าสภาพพัฒนาเชิงนโยบาย เราก็จะพูดถึงเชิงนโยบายของบริษัท แต่ถ้าเป็นเวทีวิชาการ เราก็ จะพูดในเชิงเทคนิค ก็แล้วแต่ว่ากลุ่มผู้ฟังหรือกลุ่มเป้าหมายจะเป็นแบบไหน เราก็จะปรับจุดเน้น ของการพูดคุยเป็นแล้วแต่ประเด็น แล้วแต่กลุ่มผู้ฟัง แต่เราก็ยังคงยึดถือแนวทางเดิมเสมอ นั่นก็คือ

เราให้ข้อเท็จจริงที่เราทำจริงๆ เพียงแต่ว่าจุดไหนจะเป็นจุดเน้น จุดไหนเป็นจุดที่เราไม่เน้นมากกว่า ...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เรื่องเกษตรมันเกี่ยวข้องกับนโยบายและกฎหมาย เกษตรกรในเครือข่ายของเราบางทีก็เข้าถึงข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ลำบาก ไปโอไทยทำหน้าที่ตรงนั้น คือ อพทสถานการณ์ หรือคำพูดของนักวิชาการหรือการวิเคราะห์ข้อมูลของสถาบันการศึกษา บางทีอาจทำให้ชาวบ้านเข้าใจลำบาก เราก็ทำหน้าที่ช่วยวิเคราะห์เรื่องนี้...”

(ขวัญชัย หมื่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

3.5 การสื่อสารต้องเป็นแบบเห็นหน้ากัน (Face to Face Communication) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือการจับตอปรมาให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์จึงจะเกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิผล โดยการสื่อสารแบบเห็นหน้ากันนั้น ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะการประชุมหรือสัมมนา ที่เป็นสื่อกิจกรรม ดังตัวอย่างความเห็นต่อไปนี้

“...วิธีการที่เราคิดว่าเราใช้แล้วได้ผลคือ มันต้องมาร่วมพูดคุยเห็นหน้าเห็นตากัน...”

(ขวัญชัย หมื่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ถ้าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใช้ทุกอย่าง การไฟฟ้าประชุมเราไปร่วมกับเขา คุณกัน การประปาประชุมเราก็ไปร่วม คุณกัน face-to-face ด้วย อิเล็กทรอนิกส์ไม่ค่อย เป็นบทบาทไม่ถึง 20% ส่วนใหญ่เป็น face-to-face แล้วก็ขึ้นเวทีสัมมนา อภิปรายร่วมกัน แลกเปลี่ยนพูดคุยกัน ...”

(จิรพล สิ้นธุนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

“...การแลกเปลี่ยนข้อมูล ส่วนใหญ่คุยกันในที่ประชุม...”

(อดิษฐ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราจะมาเปิดศูนย์พัฒนาเกษตรกรอินทรีย์สุขใจที่นี่ เราตั้งตัวเป็นศูนย์พัฒนาตรงนี้เลย เพราะว่าการอบรมต่างๆทุกอย่างเราต้องเชื่อมโยงกับเกษตรกร เป็นพี่เลี้ยงเขาอย่างต่อเนื่อง คืออบรมคนเดียวมันไม่เกิดผลถ้าไม่มีพี่เลี้ยงอย่างต่อเนื่อง คุณดูแล คอยให้กำลังใจ ไปช่วยเขาต่อไม่เกิดแน่นอนจึงเกิดศูนย์ฯ...”

(อรุช นวราช, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1. ความเข้าใจและความตระหนักมีประเด็นดังนี้

1.1 ความเข้าใจในความหมาย/นิยามของสังคมสีเขียวที่ยังไม่ตรงกันในหลายภาคส่วน ซึ่งนับเป็นอุปสรรคสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวที่จะเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมในระดับมหภาค เพราะแต่ละภาคอาจจะพุ่งเป้าไปที่เรื่องใดเรื่องหนึ่ง

“...นิยาม ความหมายของเศรษฐกิจสีเขียวก็ยังไม่ค่อยนิ่ง ก็พูดกว้างๆว่าอยากให้ทั้งเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน มีความเป็นธรรมเข้ามาด้วย สังคมที่เป็นธรรม...”

(อดิษฐ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ตัวสารมันมีปัญหาอยู่ มันยังเป็นคำที่ไม่หยุดนิ่ง มีความหมายหลากหลายแบบ ปัญหาคือตัวสารของการสื่อสาร เป็นปัญหาใหญ่เลยละในทุกวันนี้ ทุกวันนี้เป็นแบบนี้...”

(บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2556)

“...ความเข้าใจ Green ในภาคเอกชนและคนส่วนใหญ่ จะเจาะอยู่เฉพาะในเรื่องการปลูกป่านูร์กซ์ เป็นต้น ถ้าเราเข้าใจว่าเศรษฐกิจและสังคมสีเขียวมองทั้ง 3 มิติ แต่ภาคเอกชนมักมองเศรษฐกิจและสังคมสีเขียวในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก นี่ก็เป็นอุปสรรคที่ทำให้การขับเคลื่อนการเผยแพร่สังคมสีเขียวลำบากขึ้น ทำให้คนพุ่งเป้าไปที่เรื่องใดเรื่องหนึ่ง...”

(ตฤตไนย์ นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

“...อุปสรรคในการดำเนินงานเผยแพร่ คือ ระดับความเข้าใจของผู้ประกอบการ เพราะผู้ประกอบการเป็น SME มากที่สุด เป็นอุตสาหกรรมเดียวที่เป็นเจ้าของในเมืองไทย และเป็น SME มากกว่า 90% เป็นโรงงานย้อมเล็กๆ มีคนงาน 20-30 คน ยังกระจายอยู่ทั่วไป เพราะฉะนั้น ระดับเรา well-educated ความเข้าใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเรายังจำกัดเลย ดังนั้นคนในอุตสาหกรรมแล้วจึงมีข้อจำกัดตรงนี้...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราได้มอเนิเตอร์บริษัท ผู้ผลิต ตลอดจนผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ยังพบปัญหาว่ามีความเข้าใจที่ไม่เหมือนกันระหว่างฝ่ายธุรกิจกับมูลนิธิฯ ...”

(ทักษิณี แนนอุดร, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...แม้แต่คำว่าเกษตรกรรมยั่งยืน คำจำกัดความของเรากับหน่วยงานรัฐบางที่ก็ไม่เหมือนกันนะ เศรษฐกิจสีเขียวก็ไม่เหมือนกัน เข้าใจกันคนละความหมาย เข้าใจกันคนละนิยามไปเลย...”

(ขวัญชัย หมื่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ผมถามว่าถ้าคุณไม่ Green อย่างแอร์คอนดิชั่น ถ้าไม่เบอร์ 5 คุณจะซื้อไหม? ลองติดเบอร์ 3 ก็ขายได้ คนจะซื้อไหม?? เพราะมันกินไฟ ไปดูเถอะแม้แต่พัดลม ตู้เย็น เพราะฉะนั้น ความหมายของสีเขียวมันไม่ใช่การปลูกป่าเพิ่มลดการปล่อยคาร์บอนเท่านั้นแหละ...”

(ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555)

“...นวัตกรรมสีเขียวไม่ได้แปลว่าโรงงานต้นไม้อยู่ มั่นอยู่ที่การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมโดยรวม...”

(ทองพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...อย่างการวางผังเมืองมีใครพูดเรื่องของ Green บ้างเนี่ย มันเป็นกระแสที่พูดๆกันไป ถ้าถามว่าเราตระหนักจริงไหมเรื่องของตรงนี้ รู้จริงไหม?...”

(นพนันท์ ตาปนานนท์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

1.2 ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคลที่เห็นว่าบางประเด็นเป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ในกรณีต่อไปนี้

(1) การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวอาจจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจเท่านั้น ที่ใช้สีเขียว (Green) เป็นจุดขาย ส่วนภาคอื่นก็ยังไม่แน่ใจนักว่าสีเขียว (Green) จะดีต่อสังคมในระยะยาวจริงหรือไม่ ดังทัศนะของดร.บัณฑิต เศรษฐศิริโรตม์ผู้อำนวยการสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม และคุณพีรพร พลະพลีวัลย์ผู้อำนวยการศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

“...อาจจะมีภาคเอกชนบ้างที่เอามาใช้เพื่อการค้าขาย สร้างภาพลักษณ์ แต่ถ้าในนามภาคประชาชนที่ทำพวกนี้ยังตั้งคำถามกันอยู่เลยว่ามันดีจริงหรือ? หรือมันเป็นแค่วาทกรรมที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐกิจดูดีขึ้น เอาสีเขียวไประบาย มันจะยากนะกับการที่หาข้อมูลแล้วก็จะไม่มีใครตอบเรื่องเศรษฐกิจสีเขียว...”

(บัณฑิต เศรษฐศิริโรตม์, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2556)

“...แต่ที่จะมาขับเคลื่อนว่าตัวเองเป็น Green จริงจังน่าขายได้ อาจจะมีอยู่เพียง 10-20 บริษัทที่ทำเรื่องนี้จริงจัง โดยใช้ Green เป็นจุดขาย แล้วขายได้เพราะ Green Product...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) หากลดความเหลื่อมล้ำแล้ว การเกิดสังคมสีเขียวก็อาจจะไม่ดีขึ้น กล่าวคือเมื่อกระจายรายได้ ทำให้คนระดับล่างมีรายได้มากขึ้นผนวกกับนโยบายรถคันแรกคนก็จะซื้อรถมากขึ้น และเกิดมลภาวะตามมา นั่นคือรูปแบบการบริโภค การใช้ชีวิตจะก่อให้เกิดมลภาวะมากขึ้น และทำลายทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ดังเช่นที่ดร.สมชัย จิตสุชน ผู้อำนวยการวิจัยด้านการพัฒนา

เศรษฐกิจส่วนรวมและการกระจายรายได้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ได้ให้ทัศนะไว้

“...ฉะนั้น คำตอบก็ยังไม่เคลียร์นะครับเรื่องความเหลื่อมล้ำจะดีต่อสีเขียว ถ้าให้ผมเดานะ ผมว่าเราอยู่ในช่วงที่ถ้าลดความเหลื่อมล้ำลงมันจะสกปรกขึ้นมากกว่า เพราะคนระดับล่างพอเขา รวยขึ้นก็ซื้อรถมากขึ้นแล้ว รถคนแรกออกมา เขาก็ขับรถมากขึ้นแล้ว ก็เกิดมลภาวะ คือ รูปแบบ การบริโภค- ใช้ชีวิตจะก่อให้เกิดมลภาวะมากขึ้น ดีไม่ดีจะใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ทำลาย ธรรมชาติมากขึ้น คือ ยังไม่ได้อยู่ในจุดที่รวยพอที่จะบอกว่าฉันเริ่มรักธรรมชาติ...”

(สมชัย จิตสุชน, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

(3) การที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งในสังคมจะทำดีเพียงฝ่ายเดียวไม่ได้ ต้องดึงให้องค์กรอื่น มาร่วมด้วย เพื่อให้ทำสุดสังคมทั้งระบบอยู่ได้ ซึ่งก็就会有ความยากในการชักชวนองค์กรอื่น เหล่านั้น และต้องมีวิธีการพูดในการชักชวนด้วย ดังเช่นในกรณีของ SCG Logistics Management ที่ว่า

“...มันก็มีความยากอีก คือ คนทำดีก็ต้องพยายามดึงให้คนทำชั่วหันกลับมาทำดีหรือต้อง ไปนั่งคุยกันว่าทำอย่างนี้ ทำสุดแล้วยังไงก็อยู่ไม่รอด ก็ดึงเข้ามา คือไม่ใช่ทำตัวเองให้ดี ต้องดึง คนอื่นให้มาทำดีด้วย”...

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...แล้วมันก็จะมึปัญหาอย่างที่พี่เขาว่า บางครั้งถ้าเราคุยกันแล้วเราไม่มีวิธีการหรือ approach นะ คือ บางอย่างเราไปบังคับเขาตรงๆไม่ได้ แต่เราต้องไปชี้แจงเขา เนี่ยนะถ้าคุณไม่ ปรับปรุง ทำยที่สุดถนนโดนปิด พี่ก็ไป ผมก็ไปนะ ทำยที่สุดถ้าชาวบ้านไม่เอา ธุรกิจเราไปหมดเลย นะ ผมใหญ่ พี่ไม่ใหญ่เหรอ? ก็พอกัน แต่ไปด้วยกัน คือหาอาชีพใหม่ ก็ต้องพูดในลักษณะนี้...”

(ชลัช วงศ์สงวน, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

(4) ในขณะที่คุณอาร์นดร์ อาซาพิลาส ผู้ก่อตั้ง BE Magazine ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนเครือข่าย ได้แก่ สังคมไทยควรมองไปข้างหน้า คิดหาวิธีแก้ปัญหา มากกว่าพยายามคิดหาคนผิด หรือเห็นว่าความคิดเห็นของคนอื่นที่ไม่ตรงกับความคิดของเราเป็นสิ่งที่ผิด ดังนั้น ควรหาวิธีแก้ปัญหาเพื่อให้สังคมไทยเดินหน้าต่อไปจะดีกว่า อีกประการหนึ่งคือ อะไรที่เห็นว่าดีก็ให้ทำไป โดยไม่ต้องมีกรอบหรือทฤษฎีมากำหนดมาก

“...ถ้ามองย้อนกลับไป มันก็คงผิดกันหมดทุกคน แต่แทนที่จะมองหาว่าใครผิด น่าจะถามว่าจากวันนี้ไปเราอยากเห็นประเทศไทยเป็นอย่างไร และควรทำอย่างไรต่อไป เราไม่มีใครถามคำถามตรงนี้ และจะทำอะไรก็ได้อย่าเยอะ ฟังเพราะเยอะ นี่เห็นมาเยอะแล้ว นิยามเศรษฐกิจสีเขียวคืออะไรพวกนี้ แต่อะไรที่มันช่วยประเทศถ้าคิดว่ามันช่วยก็ทำไปเถอะ อีกอย่างคือ อย่าลืมนึกว่าความคิดที่ว่าเราถูกอยู่คนเดียวและคนอื่นผิด มันเป็นปัจจัยที่เป็นปัญหามากในการขับเคลื่อนเครือข่าย...”

(อาร์นดร์ อาซาพิลาส, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2556)

1.3 การขาดแรงจูงใจของผู้ประกอบการ ซึ่งนับเป็นปัจจัยอุปสรรคอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อน ด้วยความที่ผู้ประกอบการบางส่วนอาจไม่เห็นความจำเป็นที่ต้องเร่งดำเนินการ หรือยังไม่ตระหนักมาก เช่นในกรณีของผู้ประกอบการโรงแรมบางส่วนจากการดำเนินการของมูลนิธิไบโม่เขียว หรือภาคเอกชนทั่วไปจากการสอบถามของนิตยสารฉลาดซื้อ

“...ภาคธุรกิจรู้แล้วแต่ไม่ทำ นี่เป็นตัวพิสูจน์ว่าคนที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อมไม่ใช่เขาไม่มีความรู้นะ เขามีความรู้แต่เขาไม่ทำมันมากกว่าจิตสำนึกคือมันขาดแรงจูงใจ...”

(จิรพล สิ้นธุนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากภาคธุรกิจเท่าที่ควร เช่น การส่งแบบสอบถามเรื่อง ความเป็นมิตรขอต่อสังคม จะไม่ค่อยได้รับการตอบรับเท่าที่ควร...”

(ทัศนีย์ แน่นอุดร, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

1.4 ความรู้ใหม่ที่เป็นเรื่องคาดไม่ถึงหรือไม่เคยรู้มาก่อน นั่นคือ เนื้อหาว่าด้วยสังคม สีเขียวซึ่งเป็นความรู้ใหม่ที่อาจคาดไม่ถึง ดังเช่นในกรณีการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสีเขียวของ มูลนิธิไปไม้เขียว การที่แม่บ้านใช้น้ำยาเข้มข้นล้างห้องน้ำ ก็เป็นการฆ่าเชื้อในบ่อเกรอะด้วย ทำให้ บ่อเกรอะล้น แม้ว่าโถชักโครกจะสะอาดแต่ก็เป็นการทำลายระบบธรรมชาติด้วย

“...เรื่องต้องเซอร์ไพรส์ ความรู้ใหม่ที่ถูกมองข้ามไปใน Operation ปกติของโรงแรม เช่น แม่บ้านใช้น้ำยาเข้มข้นล้างห้องน้ำ อย่างครัวเรือนก็ใช้กันอยู่ มันฆ่าเชื้อในโถชักโครกขณะเดียวกัน ฆ่าเชื้อในบ่อเกรอะด้วย เชื้อในบ่อเกรอะมันสำคัญเพราะมันจะช่วยย่อย พอมันตายมันก็ไม่มีใคร ย่อย มันก็ล้น คือ โถชักโครกสะอาดแต่ทำลายระบบธรรมชาติด้วย...”

(จิรพล สีนุทนาวา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

2. ปัจจัยด้านองค์กร และการขับเคลื่อนของเครือข่ายบางประการ มีประเด็นคือ

2.1 ลักษณะองค์กร และลักษณะการทำงานขององค์กรในภาคองค์กรระหว่าง ประเทศ และธุรกิจบางประเภทมีประเด็นดังต่อไปนี้

(1) องค์กรระหว่างประเทศที่การดำเนินงานต้องเป็นไปตามนโยบายของประเทศที่รับเงิน จึงไม่สามารถไปขัดแย้งกับนโยบายรัฐได้

“...ถ้าเป็นกระทรวงของเยอรมันเขาก็ให้ทำงานล้อยตามนโยบายของประเทศที่รับเงินด้วยใจ เราไม่สามารถไปขัดแย้งหรือไปต่อต้านนโยบายรัฐที่เราทำงานด้วยได้...”

(ปิยะทิพย์ เลี้ยวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

(2) ความใหม่ในอุตสาหกรรมสีเขียวบางประเภทที่เพิ่งเข้าตลาด ซึ่งต้องใช้เวลาในการ สร้างความรู้ความเข้าใจต่อสาธารณชนนับเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่ง ดังเช่นกรณีของบริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ (จำกัด) ภาคนั้น ผู้บริหารก็ได้ให้ทัศนะเพิ่มเติมว่าหากมีผู้ประกอบการทางด้านนี้มากกว่า นี้ ก็จะเป็นการเสริมกัน ทำให้เกิดการพัฒนากายในประเทศมากขึ้น

“...เราไม่รู้ว่่า position ของเราในสังคม เราอยู่ตรงไหน คือเราก็จะรู้สึกว่่าเราอยู่ในด้านยา ถ้าในสังคมยาด้วยกัน ส่วนใหญ่เขาไม่ค่อยทำยาเหมือนเรา ด้วยความที่ว่่าเราอยู่ในอุตสาหกรรมที่ค่อนข้างใหม่ ความเข้าใจของหลายๆภาคส่วนยังค่อนข้างน้อย เราต้องให้ข้อมูลเชิงวิชาการ สร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความเข้าใจให้กับคนส่วนมากในสังคม ตรงนี้ก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งที่เราต้องใช้เวลานอกจากจะพัฒนาบริษัทแล้ว เราต้องพัฒนาในเรื่อง Knowledge Management ให้กับสังคมด้วย...”

“...ประเทศเราไม่ค่อยมี critical mass คือ คนที่ทำทางด้านนี้มีน้อย เราเชื่อในเรื่องปัจจัยเสริมนะ ถ้ามีคนทำด้วย เราไม่ได้คิดว่่าเป็นคู่แข่ง แต่มองว่่ามันจะเสริมกัน ทำให้เรามีการพัฒนาเกิดขึ้น ถ้ามีคนสนใจทางด้านนี้เยอะขึ้น ก็จะเป็นประโยชน์...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

(3) นิตยสารฉลาดซื้อที่ไม่ได้ทำเรื่องการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยเฉพาะ แต่ทำการขับเคลื่อนในสิทธิของผู้บริโภคที่ต้องได้รับความคุ้มครอง ฉะนั้น คำตอบจึงเป็นผลสืบเนื่อง กล่าวคือถ้าผู้บริโภคก้าวทันปัญหาการถูกเอาเปรียบและยกระดับตนเองได้ การใส่ใจสิ่งแวดล้อมก็จะเป็นเรื่องตามมา

“...เราไม่ได้ทำเรื่องขับเคลื่อนสีเขียวโดยเฉพาะเจาะจง เพราะฉะนั้น คำตอบมันเป็นผลสืบเนื่องมากกว่า คือถ้าผู้บริโภคก้าวทันปัญหาเรื่องการถูกเอาเปรียบและยกระดับตัวเองได้ เรื่องของการใส่ใจสิ่งแวดล้อมก็จะตามมา...”

(ทัศนีย์ แนนอุดร, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

2.2 ความเป็นเครือข่ายที่เพิ่งเริ่ม การขาดความต่อเนื่องในการขับเคลื่อน และการทำงานกันทำ

เครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง ทั้งในแง่ของระยะเวลาที่เริ่มใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่เพิ่งผ่านไปได้เพียงหนึ่งปี ที่ความเป็นรูปธรรมของเครือข่าย

อาจจะยังไม่ชัดเจนนัก กอปรกับหากต้องการให้เกิดสังคมสีเขียวอย่างเห็นผลเป็นรูปธรรมจะต้องมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเกิดความยั่งยืน

“...ระดับเครือข่ายของมันยังไม่ถึงนะ คือแค่ปีเดียวอะ...”

(ตฤตนิยม นพคุณ, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555)

“...ในส่วนของ สศช. ผมว่ามันขาด Momentum นะ พอประชุมเสร็จ ก็ไม่มี Follow up กลับมา ถ้าอยากจะทำให้มันยั่งยืนต่อเนื่อง ก็ต้องมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องคือ วัตถุประสงค์ ภารกิจหลัก ตอนนั้นที่ทางสภาพัฒน์ เป็นไปเพื่อตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจก็ได้มีการคุยเรื่องนี้ จะมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านนี้ แต่คือผมอยากเห็นแผนระยะยาวเห็นผลเป็นรูปธรรม...”

(ทรงพล ดีจงกิจ, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

เช่นเดียวกับความเห็นของคุณปิยะทิพย์ เอี้ยวพานิช ผู้อำนวยการร่วมโครงการเพิ่มศักยภาพการเข้ามาตราการเศรษฐกิจเพื่อคงคุณค่าระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน(GIZ) ที่เห็นว่าการขาดความต่อเนื่องและต่างคนต่างทำ เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งที่ทำให้การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในระดับมหภาคหรือเรื่องที่สวนกระแสเป็นเรื่องที่ยาก

“...อุปสรรค คือ การขาดความต่อเนื่องและต่างคนต่างทำ เป็นประเด็นที่เรื่อง Green หรือ การขับเคลื่อนในเชิงที่สวนกระแสเป็นเรื่องที่ยาก มันยังไม่เป็น one stop service...”

(ปิยะทิพย์ เอี้ยวพานิช, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2556)

2.3 ขนาดตัวผู้เล่น(player) มีผลต่อความไม่เท่าเทียมกันในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสีเขียว

หากมองระดับโลก ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ รวมถึงในหลายๆอุตสาหกรรมที่อีกไม่กี่ปีข้างหน้าส่วนใหญ่จะผันตนเองไปเป็นผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) เพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมเอง แต่ปัจจัยหนึ่งที่นับว่าเป็นอุปสรรคในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสีเขียว คือสมาชิกในแต่ละภาคอุตสาหกรรมที่มีบทบาทเป็นผู้เล่น (player) ที่แท้จริงในการขับเคลื่อน อาจจะมีบทบาทไม่เท่ากัน โดยผู้ที่มีบทบาทมากจะเป็นภาคเอกชนรายใหญ่

“...อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ *Global Market* อีก 20 ปีข้างหน้า มันจะเป็น *Green Product* หหมด คุณขายของ คุณก็ต้องเป็น *Green* ซึ่งลูกค้าจะมีทั้งรายเล็กและรายใหญ่ แต่จริงๆแล้วคนที่เสียงดังคือรายใหญ่อย่าง *Wall Mart , Marks & Spencer , Nike , Adidas...*”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

2.4 สื่อมวลชนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยนำเสนอประเด็นสังคมสีเขียวหรือเรื่องราวที่มีประโยชน์เท่าใดนัก

ดังเช่น ผศ.ดร.นพนันทน์ ตาปนานนท์ อาจารย์ประจำภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ให้ทัศนะไว้ว่าสื่อกระแสหลักยังไม่ค่อยมีบทบาทในการนำเสนอสังคมสีเขียวหรือเรื่องที่เป็นสาระประโยชน์มากเท่าใดนัก ส่วนใหญ่ยังคงนำเสนอในลักษณะบันเทิงทั่วไป หรือนำเสนอในช่วงที่มีกลุ่มผู้รับสารน้อย (ไม่ใช่ช่วง prime time)

“...สื่อกระแสหลักยังเป็นไปในเรื่องของกรับไหวอยู่อย่างนี้ ละคนน้ำเน่า ก็ไม่ได้มีอะไร ที่จะสื่อไปถึงเรื่องการสร้างความเข้าใจ และผมว่าสังคมไทยเป็นสังคมที่แบบขาดปัญญา ขาดความรู้รอบเอามากๆเลย อย่างตอนเกิดสึนามิ มันเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่เรารู้จักสึนามิ ทั่วๆ ที่มันเกิดขึ้นทั่วโลกอยู่บ่อยๆ แต่เราก็ไม่รู้จักมัน มันมีหลายอย่างที่เราอยู่ในโลกทัศน์ที่แคบมาก เพราะว่าทำให้ความรู้รอบของสังคมไทยมันน้อย ดูข่าวต่างประเทศมันจะทำให้คนฉลาด อย่างช่อง 3 อยู่ตอนตี 4 ครั้ง ถ้ามว่าใครจะตื่นขึ้นมา มันกลายเป็นว่าของไร้สาระนี้เอาไปอยู่ในช่วง

prime time ทั้งนั้นเลย พูดกันตรงๆเลยนะเกี่ยวกับสื่อเลยคือเราไม่ได้เน้นสาระประโยชน์ โอเค บันเทิงก็เป็นเรื่องจำเป็น แต่การให้สาระมันก็เป็นเรื่องจำเป็นอยู่มาก...”

(นพพันธ์ ตาปนานนท์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556)

3. เศรษฐกิจและกฎหมาย มีประเด็นดังนี้

3.1 ราคาสินค้าและบริการสีเขียวที่ค่อนข้างสูงกว่าสินค้าและบริการปกติ

ด้วยความที่สินค้าและบริการสีเขียวมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินค้าและบริการปกติ เช่น สินค้าเกษตรอินทรีย์ และพลังงานทดแทนหรือพลังงานสีเขียว นั่นคือ เป็นนโยบายรัฐที่ต้องเร่งผลักดันและขับเคลื่อน ซึ่งนับเป็นปัจจัยหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

“...ประสบการณ์สำคัญที่สุดสำหรับการใช้เกษตรอินทรีย์นะ เพราะว่าคนที่ซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่า เขาต้องมีประสบการณ์กับมันพอสมควรเขาถึงตัดสินใจซื้อ เราก็พยายามสร้างให้เขาได้รับประสบการณ์ หรืออย่างน้อยที่สุดเอาคนที่มาซื้อประสบการณ์มาแล้วให้ฟังในผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

“...พลังงานทดแทนลงทุนมากกว่าพลังงานปกติ เพราะราคาแพงกว่า โดยตัวมันเองผู้ซื้อเพลิงฟอสซิลไม่ได้อยู่แล้ว นี่คือนโยบายต่อหน่วยนะ ถ้าเราอยากจะทำให้พลังงานทดแทนหรือพลังงานสีเขียวมันเกิด ผู้บริโภคต้องจ่ายเงินมากกว่าปกติ นั่นคือ จะต้องเป็นนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดัน...”

(ฤกษ์ฤทธิ เคนหาราช, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556)

3.2 ข้อจำกัดในงบประมาณเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและภาคประชาสังคม โดยมากเป็นหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมที่มีข้อจำกัดในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สังคมสีเขียว

“...งบประมาณในเรื่องการสื่อสารและดำเนินการก็ติดนะ เพราะว่าช่วงหลังๆมาเขาก็จะตัดงบประมาณเป็นก้อนนะ คือลักษณะการตัดงบประมาณของกระทรวงฯเขาไม่ได้ดูหรือกว่าเป็นเรื่องอะไร แต่ให้บอกมาเลยว่ากระทรวงเราจะโดนตัดเท่าไรจากงบฯรวม ฉะนั้นวิธีการก็คือ โดนตัดเฉลี่ย หารเท่า ไม่ได้ดูว่ามันมีความจำเป็นแค่ไหน งบฯเกษตรอินทรีย์ที่กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการจะมีลักษณะเป็น slope ลง คือ งบประมาณมันลดต่ำลงเรื่อยๆเราก็ต้องพยายามรักษางานหลักๆของเราไว้ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ล่ะคะ...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

“...การทำความเข้าใจในกระบวนการทัศน์เรื่องนี้ ย้อนถึงอดีต การให้ขับเคลื่อนเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ยากพอสมควร และวิธีการทำสื่อเองของเรา เรียกว่าองค์กรพัฒนาเอกชนข้อนี้ค่อนข้างด้อยจำกัดมาก การจะทำความเข้าใจให้สาธารณะหรือแม้กระทั่งคนร่วมงานให้เข้าใจในคอนเซ็ปท์ทิศทาง ข้อกำหนด มันเป็นเรื่องจำกัดเหมือนกัน ในเรื่องการใช้สื่อ จำนวนคนในการทำงานน้อย ทักษะในการพัฒนาสื่อของตัวเองก็น้อยอยู่แล้ว คำถามว่ามันพอหรือไม่ จริงๆมันไม่พออนุญาตแล้ว...”

(ขวัญชัย หมิ่นยิ่ง, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ปัจจัยสำหรับสถาบันจะเป็นเรื่องงบประมาณ เนื่องจากเราสังกัดมูลนิธิ งานส่วนนี้ต้องมีกรรมการและขับเคลื่อน งบประมาณที่มีการสนับสนุนผ่านสื่อต่างๆนั้นไม่มาก...”

(พีรพร พลະพลีวัลย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556)

“...เราให้ความรู้กับประชาชน แต่ค่าใช้จ่ายสูงมาก เราทำเท่าที่ทำได้ โดยให้สัมภาษณ์สื่อต่างๆให้คนที่อ่านอยู่ที่บ้านแล้วเข้าใจว่าน่าจะทำได้...”

(จิรพล สิ้นธนาภา, สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556)

3.3 ข้อก้ำขาในการบังคับใช้กฎหมาย และการรับรองมาตรฐาน ที่มีผลต่อการขับเคลื่อน ทั้งในแง่ของการบังคับใช้กฎหมาย (Law Enforcement) ที่ไม่เท่าเทียมกันของภาคการขนส่ง ที่ทำให้คนที่ทำดีหมดกำลังใจ ซึ่งหากการบังคับใช้กฎหมายเท่าเทียมกัน ผู้ประกอบการก็จะไปแข่งกันที่การสร้างประสิทธิภาพหรือการรับรองมาตรฐานของเกษตรอินทรีย์ของไทยยังคงเป็น

มาตรฐานสมัครใจซึ่งอาจไม่ผิดในทางกฎหมาย แต่ผิดที่จริยธรรมของผู้ประกอบการ และในการส่งออกสินค้าอินทรีย์ของไทยที่กระทรวงพาณิชย์ต้องขับเคลื่อนตลาด Organic Thailand อันต่อยอดมาจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในขณะที่ยังมีข้อสงสัยอยู่มากว่า Organic Thailand ได้รับการรับรองอยู่ระดับใด

“...การบังคับใช้กฎหมาย law enforcement ไม่ใช่เป็นการใช้กฎหมายหามาผลประโยชน์ส่วนตัว ตรงนี้แหละทำให้ประสิทธิภาพของโลจิสติกส์หน่วย ในขณะเดียวกันทำให้คนดีหมดแรง ซึ่งถ้า law enforcement ดี ทุกคนจะไปแข่งในเรื่องของการสร้างประสิทธิภาพ...”

(ภาณุมาศ ศรีสุข, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556)

“...ยิ่งคนสนใจ ก็จะมีคนอาศัยช่องทางเผยแพร่ในสิ่งที่ผิดให้คนเข้าใจผิดได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายไทย มันไม่ได้บอกกฎว่าการโฆษณาว่าเป็น Organic หรือเกษตรอินทรีย์จะต้องมีการรับรอง หรือจะต้องมีตรารับรอง มันไม่เหมือนในต่างประเทศ ในขณะที่เมืองไทย มันเป็นมาตรฐานสมัครใจ รวมถึง Organic Thailand ก็ยังเป็นมาตรฐานสมัครใจ ฉะนั้นมันไม่ได้ผิดกฎอะไรในเมืองไทย มันผิดแค่จริยธรรม บอกได้แค่นี้ ก็เลยยิ่งทำให้กระทรวงยังต้องเผยแพร่ว่า จริงๆก่อนที่จะซื้ออะไรก็ต้องรู้จักวิธีดูว่าสินค้าเป็น Organic ได้อย่างไร อีกอย่างคือเวลาเราส่งออก เราก็คุยกันเรื่องนี้หลายครั้งแล้วว่าจุดยืนของกระทรวงเกษตรฯเป็นจุดยืนที่สำคัญที่สุดแล้วเพื่อให้เราต่อยอดได้ คือ จะให้เราไปรโมตสินค้า Organic Thailand ในขณะที่ยังมีข้อสงสัยอยู่มากมายว่า Organic Thailand เนี่ยได้รับการรับรองระดับไหน คือ ขึ้นตำแหน่ง AIFOAM เขาก็ยังไม่ได้ให้การรับรอง แต่เราก็เคลมว่าเราก็ใช้ทุกอย่างตามที่ AIFOAM ใช้...”

(จารุพันธ์ เนติวิเชียร, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556)

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 ประเด็นหลักของการพัฒนาในสังคมสีเขียว ในฐานะผู้รับสารและผู้ส่งสารในเครือข่าย ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว รวมทั้งสิ้น 18 ท่าน

ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผล และสรุปผลการวิจัยเพื่อตอบปัญหานำวิจัย 3 ข้อ คือ

1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นอย่างไร

2. ลักษณะเครือข่ายการทำงานซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่ายเป็นอย่างไร

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมีอะไรบ้าง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเริ่มจากประเด็นสำคัญพื้นฐาน และประเด็นปัญหานำการวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

จากการที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้น การขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว จึงเป็นประเด็นการพัฒนาที่สำคัญภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559 โดยประกาศใช้ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2554 จนถึง 30 กันยายน 2559) ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากเป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์การพัฒนาไปสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 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 ซึ่งประมวลจากยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง 5 ยุทธศาสตร์ คือ (1)การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (2)โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว (3)การสร้างสังคมที่เป็นธรรม (4)การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และ(5)การพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อ

สนับสนุนการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติดังนั้น มาจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการและสถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และภาคประชาชน

ปัญหานำวิจัยข้อ 1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นอย่างไร

1.1 การดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

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

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

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

ขั้นที่ 2 เมื่อคณะกรรมการรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการแล้ว สศช. ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ร่วมกับกระทรวง/สำนักงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการระดับชาติ เช่น คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ดำเนินการ 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 นำประเด็นหลักและประเด็นร่วมมาเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาเป้าหมายและตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ต่างๆของแผนพัฒนาฯฉบับที่ 11

2.2.5 ทบทวนกลไกการขับเคลื่อนได้แก่คณะกรรมการระดับชาติระดับกระทรวงระดับกรมจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและภาคีการพัฒนาต่างๆได้แก่ภาคธุรกิจเอกชนภาคประชาสังคมสถาบันการศึกษาสื่อมวลชนเพื่อกำหนดบทบาทของหน่วยงาน/ภาคีในการร่วมขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาภายใต้แผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว

2.2.6 ยกร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดยใช้ข้อมูลจากข้อ 2.2.1-2.2.5 กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายตัวชี้วัดร่วมกลยุทธ์แผนงาน/โครงการวงเงินงบประมาณระยะเวลาดำเนินการหน่วยงานเจ้าภาพหลักและหน่วยงานร่วมดำเนินงานรวมทั้งแนวทางการติดตามประเมินผลเสนอต่อคณะกรรมการบริหารฯให้ความเห็นชอบ

2.3 จัดประชุมระดมความคิดเห็นหน่วยงานและภาคีที่เกี่ยวข้องทุกระดับเพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวให้มีความชัดเจนและสามารถขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง

2.4 เสนอร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวฉบับปรับปรุงต่อคณะกรรมการบริหารฯ พิจารณาให้ความเห็นชอบอีกครั้งก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาต่อไป

อาจกล่าวได้ว่าคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวเป็นหัวหน้าของคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมฯ กล่าวคือ คณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียวทำหน้าที่กำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวโดยได้มาจากการจัดทำของคณะทำงาน 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.) ร่วมด้วยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 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 นั้นเป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการและต้องการการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนในแต่ละมิติจากภาคีการพัฒนาต่างๆ 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 ประกอบการจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงานต่อไป

2. กระทรวงนำแผนงาน/โครงการที่รับผิดชอบภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวบรรจุไว้ในแผนปฏิบัตินโยบาย 4 ปี และรายปี โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับแผนการบริหารราชการแผ่นดิน หากกระทรวงใดมีหน่วยงานในภูมิภาคให้นำแผนงาน/โครงการที่ รับผิดชอบในแผนปฏิบัติการร่วมๆ ไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่และเปิดโอกาสให้ประชาชนที่เป็น กลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมตามแผนงาน/โครงการดังกล่าว

3. บางประเด็นที่ต้องใช้ “จังหวัด” เป็นกลไกดำเนินการในระดับพื้นที่ ให้หน่วยงานเจ้าภาพ ประสานดำเนินการใน 2 แนวทาง ดังนี้

3.1 คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กนจ.) นำแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวมาใช้ประกอบการกำหนดแผนงาน/โครงการใน แผนพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและแผนปฏิบัตินโยบายประจำปีจังหวัด/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) ดังที่แล้วมา แต่เป็นในลักษณะการดำเนินการร่วมกัน สร้างความเข้าใจให้เกิดกับทุกภาคีการพัฒนา และขอให้ช่วยนำไปเผยแพร่ต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow communication) ดังเช่น สคช.ขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัด โดยเปลี่ยนจากการสั่งการโดยใช้คำสั่งเป็นจุดหมายขอความร่วมมือ ซึ่งโดยนัยแล้วก็ยังนับว่าเป็นการสั่งการในหน่วยงานภาครัฐ แต่มีความนุ่มนวลขึ้น (soft) เหมือนเป็นการขอความร่วมมือ/ความช่วยเหลือ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) เสียมากกว่า

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆก็ตามในระดับประเทศ รัฐและหน่วยงานรัฐต้องเป็นหน่วยแรกที่เป็นปฐมกรก่อน (First Mover) จึงจะสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดผู้ตามในภาคส่วนอื่นๆต่อมาได้

ขั้นที่ 4 เมื่อแต่ละหน่วยงานดำเนินการตามแนวทางหรือแผนงาน/โครงการในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวแล้วจะต้องติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลการดำเนินงาน โดยแต่ละหน่วยงาน/ภาคีกำหนดแนวทางการติดตามประเมินผลที่สอดคล้องกับกรอบการติดตามประเมินผลที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการร่วมๆ จากนั้นจึงรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลสำเร็จของการดำเนินงานที่มีเป้าหมายร่วมกันระหว่างหน่วยงานแล้วจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลในส่วนที่รับผิดชอบ จากนั้นส่งให้หน่วยงานเจ้าภาพรวบรวมและจัดทำเป็นรายงานติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการร่วมๆต่อไป

โดยหน่วยงานเจ้าภาพที่ทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินการในแต่ละประเด็น การพัฒนาในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว 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 ศูนย์ฝึกอบรมวนศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดระยองกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดระยองในการระดมความคิดเห็นการสำรวจข้อมูลและการดำเนินกระบวนการสนับสนุนให้ชาวบ้านสมานมิตรฯ 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	- ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศให้มากที่สุด-กลุ่มผู้รับสารอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเอง (Information Seeker)- มีปฏิริยาตอบกลับ เช่น การแสดงความคิดเห็น(Feedback)	- มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดทำ- กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูล (Informationseeker)อาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่	- ช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ต่างๆเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายให้มากที่สุด และอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเองซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจอยู่แล้ว และจะมีปฏิริยาตอบกลับการทำกรสื่อสารเผยแพร่ที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถให้ข้อมูลได้มาก สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมระดมสมอง ตามเรื่องที่เป็นระดับนโยบาย ซึ่งสามารถให้ความคิดเห็นได้ มีปฏิริยาตอบกลับ(Feedback)
2. สคช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหาร เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆ เป็นผู้จัด	- ประหยัดทรัพยากร เพราะสื่อบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูลเท่านั้น ในแต่ละเวทีที่ภาคส่วนอื่นเป็นผู้จัด- มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ทันที	- สื่อบุคคลระดับผู้บริหารอาจเป็นทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ- อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลบ้างเล็กน้อยหากการสื่อสารเผยแพร่เป็นสื่อบุคคลมิใช่คนเดียวกัน ในเวลาและสถานที่ต่างกัน	- กลุ่มผู้รับสารซึ่งอาจเป็นผู้ที่สนใจทั่วไป หรืออาจเป็นกลุ่มที่เจาะจงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Stakeholder)- เนื้อหาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว และการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเช่นนี้ จะเป็นผู้ให้ความรู้และโน้มน้าวผู้รับสารให้มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการมีส่วนร่วมการขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว

<p>3. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้แก่ การแถลงข่าวการสัมมนาผู้บริหาร และการจัดส่งข้อมูลสำคัญแก่สื่อมวลชน</p>	<p>- เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารให้มากที่สุด</p>	<p>- มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ- ไม่มีปฏิบัติการตอบกลับ(Feedback)</p>	<p>- กลุ่มผู้รับสารที่มีความหลากหลายภายในประเทศโดยสื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อ- หากเป็นข่าวที่แจกแก่สื่อมวลชน เป็นข่าวแจกแบบกระชับเช่น การจัดประชุมหรือข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว</p>
<p>4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ทั้งที่ศช. ดำเนินการเอง และศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น</p>	<p>- เพื่อให้เห็นผลการศึกษาเป็นรูปธรรม หรือใช้เป็นโครงการศึกษานำร่อง- การมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัยจากหน่วยงานอื่น ซึ่งการมีส่วนร่วมนับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารในปัจจุบัน</p>	<p>- เสียค่าใช้จ่ายสูง- ต้องการความต่อเนื่อง และจริงจังในการดำเนินงาน</p>	<p>- ประเด็นเป็นเรื่องระดับนโยบายซึ่งผู้รับสารจะเป็นกลุ่มร่วมกำหนดนโยบาย หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาร่วมในการศึกษาวิจัย เช่น ภาคเอกชน ชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น- การจัดทำรายงานการศึกษา ต้องเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งให้รายละเอียด เนื้อหาได้มาก และสามารถใช้ในการอ้างอิง</p>

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

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

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารภายในประเทศให้มากที่สุด ทั้งกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ภาคีการพัฒนา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน รวมถึงประชาชนทั่วไปที่สนใจ

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

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

ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันต่อผู้รับสารกลุ่มต่างๆได้ คู่มือฯซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (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 เป็นต้นคณะอนุกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่กำกับการทำงานขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 11 ในประเด็นการพัฒนาสำคัญที่มีการบูรณาการระหว่างยุทธศาสตร์และระหว่างหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและระดับพื้นที่ รายงานผลการติดตามความก้าวหน้าและการติดตามประเมินผลการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ทั้งผลการพัฒนาตามประเด็นการพัฒนาที่สำคัญและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ก่อมนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาปรับปรุงแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาและการจัดสรรงบประมาณประจำปีในระยะต่อไป 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.) ประธานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(อปท.) นำแผนงาน/โครงการภายใต้แนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ก่อนเสนอสู่ระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด

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

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

ประเทศผู้ส่งคมสี่เขียว โดยภาคีการพัฒนาเหล่านั้น ได้แก่ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน ภาควิชาการ เป็นต้น ส่วนภาคีการพัฒนาที่มาจากภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายประเภทที่ 4 คือ เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐในลักษณะการสั่งการตามลำดับชั้น ภาคีที่มาเข้าร่วมจึงเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งอาจจะมีได้สนใจเป็นทุนเดิมมากเท่าภาคส่วนอื่นๆดังที่กล่าวไป 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) ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสี่เขียวโดยตรงโดยสมาชิกของเครือข่ายนี้มาจากทุกภาคส่วนในทุกประเด็นที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสี่เขียว 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 จากภารกิจในแต่ละภาคีการพัฒนาทั้ง ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ได้รวมกลุ่มเครือข่ายหรือไม่ รวมกลุ่ม ดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่ สศช. จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ใน แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) หรือหลังจากนี้ ผู้เล่นหลัก (main player) ดังเช่น ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคมจะไปเป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อนเอง โดยการจัดตั้งเครือข่ายคณะกรรมการของตนต่อ แล้วชักชวนภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องไปร่วมดำเนินการด้วย กล่าวคือ ภาคเอกชนและภาคีการพัฒนาจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ลักษณะเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ตาม 7 มิติ ณ ขณะนี้เป็นเครือข่ายแบบหลวมๆ ในลักษณะการขอความร่วมมือและความช่วยเหลือจากภาคีการพัฒนาที่ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในแต่ละประเด็นไว้ก่อนแล้ว ซึ่งนับว่าภาคีการพัฒนาเหล่านั้นมีบทบาทเป็นผู้ปฏิบัติที่แท้จริง โดยบทบาทของสศช. นับเป็นผู้ประสานและผลักดันการขับเคลื่อนในการให้ข้อมูลนอกจากนี้ ทุกภาคีการพัฒนายังมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเท่าเทียมกัน เป็นในลักษณะการสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication)

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

กระบวนการสร้างเครือข่าย

เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ (ประเภทที่ 2 รวมถึงเครือข่าย คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11- ประเภทที่ 1 และเครือข่ายคณะกรรมการและ คณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว-ประเภทที่ 5) เป็นไปในลักษณะของการนำเครือข่ายเดิมที่มีอยู่ แล้ว (เครือข่ายของแต่ละภาคส่วน- ประเภทที่ 3 และเครือข่ายระดับภูมิภาค-ประเภทที่ 4) มาเพิ่ม มูลค่าใหม่ (value added) โดยหลักการคือใช้แกนกลาง(หน่วยงานรัฐที่มีอยู่แล้ว ในที่นี้คือสศช.) ไป เกี่ยวเอาภาคี/กลุ่ม/องค์กรต่างๆ ที่อาจจะรวมตัวกันมาบ้าง หรือกระจัดกระจายบ้าง มารวมตัวกัน ใหม่ เช่นเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ (ซึ่งภายในเครือข่ายมีสมาชิกที่มาจากทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมภาคประชาชน ภาควิชาการ และสื่อมวลชน)

เครือข่ายนี้เป็นการดึงดูดเด่นของแต่ละภาคส่วนมาร่วม กล่าวคือ ภาครัฐ เป็นไปใน ลักษณะคงทนถาวรล้มไม่ได้(Durability) แต่อาจจะไม่ได้สนใจมากเพราะต้องทำตามบทบาท หน้าที่ มาผนวกรวมกับภาคอื่นๆ คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาค ประชาชน ที่มีความสนใจขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว(Interest)ดังนั้น จึงเป็นกลยุทธ์การประสาน จุดแข็งของทุกภาคส่วนมาร่วมกัน(Complement) โดยการดึงดูดเด่น คือ ความคงทน (Durability) กับความสนใจ(Interest)ของภาครัฐและมีใช้ภาครัฐมาเข้าร่วมตามลำดับโดยสศช.มีบทบาทในการ ประสานงาน ซึ่งองค์ประกอบของเครือข่าย(Element)ไม่ได้เปลี่ยนจากของเดิมมาก

ในแง่ของการสื่อสาร จากการที่ภายในเครือข่ายมีสมาชิกจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน ภาควิชาการ เป็นต้น การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาด ใหญ่(Supra network) จึงเป็นแบบผสมผสาน(Mixed Communication)ระหว่างภาครัฐที่ยังคง เป็นการสั่งการแนวตั้ง(Vertical Communication) และภาคอื่นๆที่มีใช้รัฐที่สศช.ขอความร่วมมือ เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมหรือการสื่อสารแนวราบ(Horizontal Communication)

และจากรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันนี้เองนำมาซึ่งวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ภาครัฐที่มีรูปแบบการสื่อสารเป็นการสั่งการแนวตั้ง(Vertical Communication) ดังนั้น การเชิญให้มาเข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็น ต้องมีเจตนาเชิญเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการ และต้องบอกตำแหน่งหน้าที่ทุกครั้ง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นการสื่อสารของภาครัฐ และยัง เป็นการให้เกียรติผู้รับสาร สำหรับการสื่อสารในภาคอื่นที่เป็นการขอความร่วมมือ เป็นการสื่อสาร แนวราบ(Horizontal Communication) ดังเช่น ภาคประชาสังคมที่เห็นความสำคัญของการ รวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมอยู่แล้ว 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 มิติและเครือข่ายคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียว ตามลำดับ จะช่วยทำให้การ ดำเนินการขับเคลื่อนและการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพมากกว่าเครือข่ายประเภทเดิม ดังต่อไปนี้

1. การนำเครือข่ายที่แยกกันเป็นเอกเทศมารวมกัน จะได้แนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวจากทุกภาคส่วนที่สามารถนำมาใช้ได้ในความเป็นจริงมากที่สุด

2. สศช.สามารถเลือกการทำงานได้ กล่าวคือ มีช่องทางเครือข่ายในการสื่อสารมากขึ้น หากช่องทางหนึ่งสื่อสารไม่สะดวก ก็ยังมีช่องทางอื่นที่สามารถสื่อสารขับเคลื่อนได้อีก ยกตัวอย่าง เช่น การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวระดับจังหวัด หากผู้ว่าราชการจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งมีข้อเสนอสนับสนุนการดำเนินการขับเคลื่อนเท่าที่ควร 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 ช่องทางการสื่อสารซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นสื่อกิจกรรมที่เห็นหน้ากัน (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 หรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องแต่มีความสนใจ

2.2.2 การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน

ผู้ส่งสาร เครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตาม 7 ประเด็นของสังคมสีเขียว

เนื้อหาสาร แนวทางหลักการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว ได้แก่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว การสร้างสังคมที่เป็นธรรม การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ช่องทางสื่อสาร มีคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อความง่ายต่อภาคีการพัฒนา และผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเข้าใจและนำไปปฏิบัติ เป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน นอกจากนี้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารไปบรรยายหรือประชุมตามเวทีต่างๆ สาเหตุที่สื่อบุคคลเป็นระดับผู้บริหาร เพราะเนื้อหาเป็นเรื่องระดับนโยบายผ่านสื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมประจำปีของสศช. ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เอกสารประกอบการประชุม และรายงานสรุปผลการประชุม เป็นต้น โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ค่อนข้างมาก เพราะประหยัด และให้เนื้อหาได้ละเอียดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์และซีดี ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์โดยการแถลงข่าวเวลาจัดประชุม การสัมภาษณ์ผู้บริหารเกี่ยวกับแนวทางการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวและการจัดทำข่าวแจกและข้อมูลที่สำคัญให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ต่อเป็นต้น

ผู้รับสาร สาธารณชนทั่วไป และภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวมีอะไรบ้าง

ปัจจัยหรือบริบทที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สามารถสรุปได้ดังนี้

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 การที่มีสื่อหรือช่องทางสื่อสารเป็นทรัพยากรภายในองค์กรอยู่แล้ว

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 ข้อก้ำกัในการบังคับใช้กฎหมาย และการรับรองมาตรฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” ผู้วิจัยได้พบประเด็นสำคัญซึ่งสังเกตเห็นว่ามีคุณค่าต่อการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว โดยผู้วิจัยจะอภิปรายผลโดยการหยิบยกประเด็นสำคัญจากปัญหำนำการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ตามปัญหำนำการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะการดำเนินการและการเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
2. ลักษณะเครือข่ายการทำงานซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารผ่านเครือข่าย
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

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 สรุปบทเรียน จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในประเด็นสำคัญ อาทิ การพัฒนาภาคการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอน ทั้งเกษตรยั่งยืนอุตสาหกรรมสะอาด และการท่องเที่ยวสีเขียว นวัตกรรมสีเขียว ระบบขนส่งและพลังงานเพื่อเศรษฐกิจสีเขียว การสร้างความเป็นธรรมในสังคม และการรับมือกับภัยพิบัติ เสนอให้ภาคีการพัฒนาร่วมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุปข้อคิดเห็นและจัดทำร่างข้อเสนอการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว เสนอคณะกรรมการให้ความเห็นชอบในหลักการ

พิจารณาในกรอบของการสื่อสาร การที่สศช.ได้จัดทำกรอบแนวคิด ทิศทางการพัฒนา และตัวอย่างการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวในทุกมิติ สรุปรบเรียน และจัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ไปตามความเห็นในที่ประชุมของภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ เพื่อให้ภาคีการพัฒนาเหล่านั้นให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลับมา(Feedback) จึงนับเป็นการสื่อสารสองทาง(Two-way Communication) และเพื่อความรวดเร็วสศช.ก็ได้จัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ในประเด็นสำคัญแทนที่จะเป็นการระดมสมองแบบเต็มตัว การสื่อสารสองทางของสศช.นี้ สอดคล้องกับการศึกษาบทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อดำรงรักษาความเป็นชุมชนเข้มแข็ง บ้านน้ำเกีฮัน กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน (พีรญาศรีเพชรราชู, 2549) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนจะต้องมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งบ้าน วัด โรงเรียน และสถานีนอามัย เป็นการสื่อสารสองทางระดมความคิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน

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

ขั้นที่ 2 เมื่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการแล้ว สศช.ในฐานะฝ่ายเลขานุการ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฉบับที่ 11 ร่วมกับกระทรวง/สำนักงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการระดับชาติเช่นคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติดำเนินการ แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว ทำหน้าที่กำกับการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว รวมทั้งดูแลให้มีการนำไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมดังกล่าวเช่นเดียวกับการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง โดยคณะอนุกรรมการชุดนี้ได้มาจากการที่สศช.ได้เสนอร่างการสร้างขบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงต่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติในการประชุมคณะกรรมการฯ ครั้งที่ 7/2546 และคณะกรรมการฯ ก็มีมติเห็นชอบต่อร่างดังกล่าว กลุ่มเป้าหมายของการขับเคลื่อน คือ สมาชิกและกลุ่มเครือข่ายภาคีด้านต่างๆ

นอกจากนี้ จากโจทย์การวิจัยที่ว่าคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้ จะเปลี่ยนไปจากคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงชุดเดิมที่มี 7 คณะทำงานแต่ละด้าน (8เครือข่าย) หรือไม่ อย่างไร พบว่าคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้ มีการเปลี่ยนชุดคณะทำงานไปจากเดิม มีการแก้ไขของเดิม และเพิ่มของใหม่กล่าวคือ คณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว เป็นชุดคณะทำงานที่มาจากกาแต่งตั้งของสสช. โดยคณะกรรมการและคณะทำงานอาจมาจากเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ดังต่อไปนี้ที่มีอยู่แล้ว คือ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติกระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) สภาธุรกิจตลาดทุนไทยคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คณะกรรมการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำหรับในขั้นที่ 2 นี้ จะมีการกำหนดบทบาทภาคีในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวทั้ง 7 มิติ ได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียว นั้น **ประกอบด้วยภาคีการพัฒนาที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาเชิงบูรณาการ 5 ประเภทคือ** (1) ภาครัฐ ครอบคลุมรัฐบาลหน่วยงานกลาง คณะกรรมการระดับชาติ หน่วยราชการส่วนกลาง ระดับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) ภาคเอกชน ที่ สสช. ทำการสื่อสารผ่านคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ร่วมด้วยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาธุรกิจตลาดทุนไทย (3) ภาคประชาสังคม ซึ่ง สสช. ทำการสื่อสารผ่านผ่านคณะกรรมการสมัชชาปฏิรูปประเทศ (สปร.) สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) สภาพัฒนาการเมือง เป็นต้น (4) สถาบันการศึกษาและเครือข่ายทางวิชาการ ซึ่ง สสช. ทำการสื่อสารผ่านสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ 5 ส. คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (สวก.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์

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

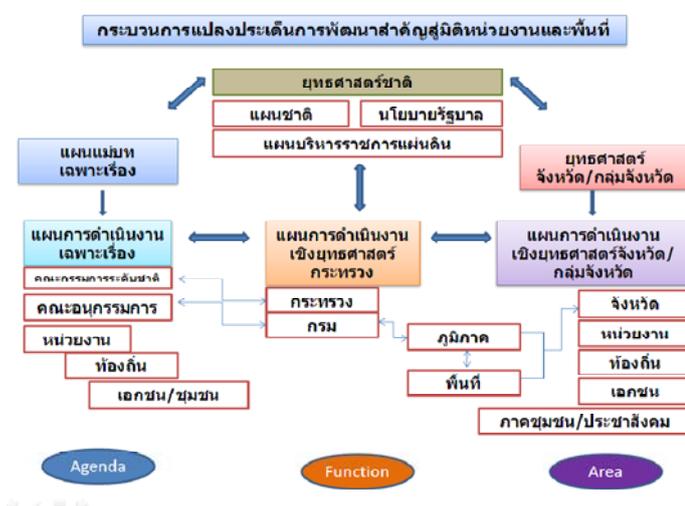
ในขณะที่มีการแยกภาคีการพัฒนาออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังกล่าว แต่ในการปฏิบัติงานการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวตาม 7 มิติ อันได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การขนส่งและพลังงาน นวัตกรรมสีเขียว นวัตกรรมทางสังคม และการรับมือภัยพิบัติภายใต้การเติบโตสีเขียวนั้น เป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการและต้องการการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนในแต่ละมิติจากภาคีการพัฒนาต่างๆ เหล่านั้น สอดคล้องกับการศึกษาของปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย พบว่าหลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants) กล่าวคือ เสียงของบุคคลที่หลากหลาย เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็น และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์(Human Potential) ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญต่อการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะสามารถดำเนินไปได้อย่างดี หากบุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยหนึ่งคนมีสิทธิและหน้าที่ในการกำกับดูแล 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 กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

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

ขั้นที่ 3 เมื่อคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแนวทางการผลักดันการพัฒนาสู่สังคมสีเขียวแล้ว 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 สร้างความเข้าใจให้เกิดกับทุกภาคีการพัฒนา และขอให้ช่วยนำไปเผยแพร่ต่อ เป็นการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow Communication) ดังเช่น สศช.ขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัดโดยเปลี่ยนจากการสั่งการโดยใช้คำสั่งเป็นจุดหมายขอความร่วมมือ ซึ่งโดยนัยแล้วยังนับว่าเป็นการสั่งการในหน่วยงานภาครัฐ แต่มีความนุ่มนวลขึ้น (soft) เหมือนเป็นการขอความร่วมมือ/ความช่วยเหลือ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) เสียมากกว่า

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

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาใดๆ ก็ตามในระดับประเทศ รัฐและหน่วยงานรัฐต้องเป็นหน่วยแรกที่เป็นปฐมกรก่อน (First Mover) จึงจะสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดผู้ตามในภาคส่วนอื่นๆ ต่อมาได้

ขั้นที่ 4 เมื่อแต่ละหน่วยงานดำเนินการตามแนวทางหรือแผนงาน/โครงการในแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียวแล้วจะต้องติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลการดำเนินงาน โดยแต่ละหน่วยงาน/ภาคีกำหนดแนวทางการติดตามประเมินผลที่สอดคล้องกับกรอบการติดตาม

ประเมินผลที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการร่วมๆ จากนั้นจึงรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลสำเร็จของการดำเนินงานที่มีเป้าหมายร่วมกันระหว่างหน่วยงานแล้วจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลในส่วนที่รับผิดชอบ จากนั้นส่งให้หน่วยงานเจ้าภาพรวบรวมและจัดทำเป็นรายงานติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการร่วมๆต่อไป

โดยหน่วยงานเจ้าภาพที่ทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินการในแต่ละประเด็นการพัฒนาในแผนปฏิบัติการร่วมๆขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว ควรเป็นหน่วยงานจากภาครัฐที่มีจุดแข็งที่มีความมั่นคง(Durability) เพื่อแก้ปัญหาความเป็นเครือข่ายที่มีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็ว

ไม่เพียงแต่เฉพาะหน้าที่การติดตามและประเมินผลเท่านั้น แต่หน้าที่ต่างๆส่วนใหญ่ก็ควรเป็นรัฐ ทั้งการประสานการดำเนินการ และการประสานเครือข่ายอันจะได้กล่าวต่อไป เพื่อแก้ปัญหาความเป็นเครือข่ายเกิดง่ายแต่สลายเร็ว

1.2 การเผยแพร่เพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากการรวบรวมจากหน้าเว็บไซต์สศช. รวมถึงข่าวจากหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ปี 2553-2555 พบว่าการเผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียวของสศช. เป็นไปใน 4 ลักษณะที่ตรงกับการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้างต้นคือ

1. การที่สศช.เป็นผู้ดำเนินการเอง ทั้งการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ต่างๆทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ อันได้แก่ วารสารเศรษฐกิจและสังคม คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติรายงานการประชุม รายงานประจำปี เป็นต้น สื่อสมัยใหม่ คือ หน้าเว็บไซต์สศช. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซีดี การนำเสนอโดย PowerPoint Presentation และสื่อกิจกรรมในรูปแบบการประชุม เป็นต้นโดยคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ นับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) กล่าวคือการสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่(Supra Network) มีการถ่ายทอดประเด็นสังคมสีเขียว ซึ่งมีเนื้อหาสาระหรือความหมาย(Meaning) เดียวกัน แต่ผ่านสื่อที่หลากหลาย และกลุ่มคนที่หลากหลายอาชีพ หรือแม้กระทั่งการสื่อสารไปยังสาธารณชนภายนอกเครือข่าย จะต้องมีเครื่องมือควบคุมความหมาย(Meaning Control) ไว้อ้างอิงเพื่อให้เป็นไปในการทำงานเดียวกันไม่ให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูล(Distortion Information) จากการบอกปากเปล่าหรือผ่านสื่อที่หลากหลายเหล่านั้นอาจกล่าวได้ว่าเอกสารฉบับเดียวสามารถใช้ได้หลายหน้าที่ (Function) ซึ่งการมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่แน่ชัดไว้อ้างอิงนี้เป็นลักษณะสำคัญของการ

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

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

2. การที่สื่อบุคคลที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้บริหารระดับสูงของสศช. ไปเป็นผู้ร่วมบรรยายให้ข้อคิดเห็น หรือวิพากษ์ ในเวทีต่างๆซึ่งนับเป็นสื่อกิจกรรมที่องค์กรอื่นในแต่ละภาคเป็นผู้จัดหรือร่วมกันจัดจากปกติที่รัฐจะเป็นฝ่ายตั้งรับ เป็นผู้จัดประชุม ใช้ตัวเองเป็นตัวตั้ง/เจ้าภาพ ปัจจุบันให้ภาคอื่น เช่น ภาคเอกชน ประชาสังคม สื่อมวลชน เป็นต้น เป็นเจ้าภาพ และรัฐรับบทเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูล ซึ่งจะใช้ทรัพยากรน้อยกว่ามากและสร้างความรู้สึกรับผิดชอบเป็นเจ้าของงาน

สื่อบุคคลที่เป็นผู้บริหารระดับสูงนี้จะทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่แนวคิดสังคมสีเขียว ซึ่งนับเป็นเรื่องระดับนโยบายของประเทศ เป็นนวัตกรรมหนึ่งของสังคมเช่นเดียวกับที่ไอเวอร์เร็ด เอ็ม.

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

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

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

3. สศช. เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์ผ่านการแถลงข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหาร สศช. การถ่ายทอดสดในโอกาสสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดการประชุมประจำปี 2555 ของ สศช. และการจัดทำข่าวแจกแก่สื่อมวลชนและการจัดส่งข้อมูลที่สำคัญ

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

4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ในกรณีศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น ดังเช่นศึกษา ร่วมกับสถาบันยานยนต์ในการจัดทำแผนจัดตั้งศูนย์ทดสอบมาตรฐานยานยนต์สีเขียวในเมืองไทย

ศึกษาร่วมกับศูนย์ฝึกอบรมวรรณศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดระยองกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดระยองเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนสู่การเติบโตสีเขียวสอดคล้องกับปารีสชาติ สถาปัตยกรรม (2545) ที่เสนอว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมซึ่งพัฒนาขึ้นมาภายใต้กระบวนการที่ค้นเชิงทางเลือก จำเป็นต้องปรับตัวในด้านต่างๆ เป็นต้นว่า ด้านวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่นวัตกรรม แต่เดิมการเผยแพร่นวัตกรรมภายใต้กระบวนการที่ค้นความทันสมัยนิยม มักมุ่งเน้นการกระตุ้นให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตามการแพร่กระจายภายใต้กระบวนการที่ค้นทางเลือก จะให้ความสำคัญกับระบบการแพร่กระจายนวัตกรรมแบบไม่รวมศูนย์กลาง(Decentralized Diffusion Systems) โดยผู้รับนวัตกรรมอาจไม่ได้ทำหน้าที่รับนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังอาจมีบทบาทในการปรับเปลี่ยนคิดค้นนวัตกรรมใหม่(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	- ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศให้มากที่สุด-กลุ่มผู้รับสารอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเอง (Information Seeker)- มีปฏิริยาตอบกลับ เช่น การแสดงความคิดเห็น(Feedback)	- มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดทำ- กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูล (Informationseeker)อาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่	- ช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ต่างๆเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายให้มากที่สุด และอาจเป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาสืบค้นข้อมูลเองซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจอยู่แล้ว และจะมีปฏิริยาตอบกลับการทำการสื่อสารเผยแพร่ที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถให้ข้อมูลได้มาก สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดประชุมระดมสมอง ตามเรื่องที่เป็นระดับนโยบาย ซึ่งสามารถให้ความคิดเห็นได้ มีปฏิริยาตอบกลับ(Feedback)
2. สคช.เผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหาร เข้าร่วมบรรยาย วิทยากรการประชุม สัมมนา ฯลฯ เมื่อหน่วยงานในภาคส่วนอื่นๆ เป็นผู้จัด	- ประหยัดทรัพยากร เพราะสื่อบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข้อมูลเท่านั้น ในแต่ละเวทีที่ภาคส่วนอื่นเป็นผู้จัด- มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ทันที	- สื่อบุคคลระดับผู้บริหารอาจเป็นทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ- อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลบ้างเล็กน้อยหากการสื่อสารเผยแพร่เป็นสื่อบุคคลมิใช่คนเดียวกัน ในเวลาและสถานที่ต่างกัน	- กลุ่มผู้รับสารซึ่งอาจเป็นผู้ที่สนใจทั่วไป หรืออาจเป็นกลุ่มที่เจาะจงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Stakeholder)- เนื้อหาว่าด้วยเรื่องสังคมสีเขียว และการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ซึ่งสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งนี้ จะเป็นผู้ให้ความรู้และโน้มน้าวผู้รับสารให้มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการมีส่วนร่วมการขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว

<p>3. สศช.เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้แก่ การแถลงข่าวการสัมมนาผู้บริหาร และการจัดส่งข้อมูลสำคัญแก่สื่อมวลชน</p>	<p>- เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารให้มากที่สุด</p>	<p>- มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ- ไม่มีปฏิบัติการตอบกลับ(Feedback)</p>	<p>- กลุ่มผู้รับสารที่มีความหลากหลายภายในประเทศโดยสื่อมวลชนเป็นผู้นำไปเผยแพร่ต่อ- หากเป็นข่าวที่แจกแก่สื่อมวลชน เป็นข่าวแจกแบบกระชับเช่น การจัดประชุมหรือข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว</p>
<p>4. การศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติการ ทั้งที่ศช. ดำเนินการเอง และศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น</p>	<p>- เพื่อให้เห็นผลการศึกษาเป็นรูปธรรม หรือใช้เป็นโครงการศึกษานำร่อง- การมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัยจากหน่วยงานอื่น ซึ่งการมีส่วนร่วมนับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารในปัจจุบัน</p>	<p>- เสียค่าใช้จ่ายสูง- ต้องการความต่อเนื่อง และจริงจังในการดำเนินงาน</p>	<p>- ประเด็นเป็นเรื่องระดับนโยบายซึ่งผู้รับสารจะเป็นกลุ่มร่วมกำหนดนโยบาย หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาร่วมในการศึกษาวิจัย เช่น ภาคเอกชน ชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น- การจัดทำรายงานการศึกษา ต้องเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งให้รายละเอียด เนื้อหาได้มาก และสามารถใช้ในการอ้างอิง</p>

พิจารณาในส่วนของผู้บุคคลที่ว่าเป็นการประหยัดทรัพยากร มีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการสื่อสารและดำเนินการ สามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ทันที สอดคล้องกับพนม คลีฉายา (2554) ที่ว่าผู้บุคคลสามารถปรับการสื่อสารได้ในขณะที่ทำการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี สามารถใช้อธิบายรายละเอียดในขณะที่ทำการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังอย่างได้ผลสะดวกเสียค่าใช้จ่ายน้อย และช่วยให้การสื่อสารประสบความสำเร็จง่ายขึ้น เพราะมีปฏิริยาตอบกลับทันที

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

นอกจากนี้ จากตารางที่ 5.4 กลยุทธ์การสื่อสารโดยการใช้ช่องทางในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร และเหมาะสมกับเนื้อหา ก็สอดคล้องกับพนม คลีฉายา(2554) อีกเช่นกัน ที่ว่าการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ ควรให้ความสำคัญกับความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความจำเป็นต้องกำหนดการใช้สื่อและเนื้อหาในสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

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

1. จัดทำแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความตระหนักและยอมรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11เป็นเครื่องมือในการพัฒนาแบบบูรณาการที่ทุกภาคีสามารถนำไปปรับใช้ให้บังเกิดผลได้จริง โดยสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพผ่านบุคคล สื่อมวลชนทั้งระดับชาติและท้องถิ่น กิจกรรม สื่อสมัยใหม่ จัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11ฉบับประชาชนที่เข้าใจง่าย รวมทั้งการสร้างเครือข่ายให้ข้อมูลข่าวสารกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถทำหน้าที่สื่อสารและถ่ายทอดสาระหลักของแผนพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆที่หลากหลายเพื่อความครอบคลุมกลุ่มผู้รับสาร ภายในประเทศให้มากที่สุด ทั้งกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ภาคีการพัฒนา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน รวมถึงประชาชนทั่วไปที่สนใจ

2. จัดทำคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (เล่มนี้เป็นคู่มือการแปลงแผนฯ ซึ่งคนละเล่มกับแผนฯ ฉบับประชาชน) เผยแพร่แก่ภาคีการพัฒนา เกิดความร่วมมือในการนำแผนไปปฏิบัติ อย่างจริงจัง เป็นคู่มือการประสานแผนแต่ละระดับที่ทุกภาคส่วนสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดบูรณา การการทำงานร่วมกัน จัดทำเอกสารรวบรวมวิธีการขับเคลื่อนแผนและกิจกรรมการพัฒนาใน รูปแบบต่างๆ หรือกรณีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จด้วยการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและ ภาคีต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้ภาคีการพัฒนานำไปปรับใช้ตามความเหมาะสม นำเสนอแนวทางการ ลงทุนในประเด็นการพัฒนาสำคัญ สำหรับหน่วยปฏิบัตินำไปประกอบการจัดทำแผนระดับรอง แผนงาน/โครงการต่างๆ ให้มีความชัดเจนในการพัฒนาด้านต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยการ ดำเนินงานตามแผนควรทำในลักษณะคู่ขนานทั้งภาครัฐและภาคีการพัฒนา

คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ นับเป็นเครื่องมือควบคุม ความหมาย(Meaning Control)ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเนื่องจากผู้รับสารในประเทศมีความ หลากหลายและมีปริมาณมาก ทั้งภาคีการพัฒนาในภาคส่วนต่างๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึง ประชาชนที่สนใจทั่วไป การเผยแพร่การขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยปราศจากข้อมูลที่เป็นลาย ลักษณะอักษรในการอ้างอิง อาจทำให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูล(Distortion Information) สร้าง ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันต่อผู้รับสารกลุ่มต่างๆได้ คู่มือฯซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) จึงนับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญกลยุทธ์หนึ่งของการสื่อสารของภาครัฐ ที่ ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อการอ้างอิง

นอกจากนี้ คู่มือฯ ยังเป็นเครื่องมือที่ถูกใช้เพื่อแก้ปัญหาในตอนแรกที่ว่า การสื่อสารเพื่อ ขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช. ในส่วนของเนื้อหาสาระ อาจประสบปัญหาเดียวกับการขับเคลื่อน เศรษฐกิจพอเพียงในการศึกษาของศุภาญา ธนวัฒน์เสรี (2550) ที่ว่าความลึกซึ้งของเนื้อหาสังคม สีเขียวที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจสับสนแก่กลุ่มเป้าหมายคือภาคีเครือข่ายต่างๆ ดังนั้น จึงมุ่งให้ ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ และนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความกระจ่างชัดเจนในแนวคิดสังคมสีเขียวของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย

3. สร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการ พัฒนาอย่างกว้างขวางทั้งระดับนโยบายและพื้นที่ โดยเปิดพื้นที่สาธารณะให้ทุกภาคีใช้ประโยชน์

ในการจัดเวทีระดมความคิดเห็นในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดเวทีประชาคม การสานเสวนา รวมถึงใช้ช่องทางเครือข่ายออนไลน์ สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศ

การสร้างช่องทางให้ประชาสังคมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างกว้างขวางนับเป็นการสื่อสารสองทาง(Two-way Communication) อันเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในปัจจุบันซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาประเทศกลยุทธ์หนึ่งที่ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวีร์ เกษมศุข, 2554) ได้ประมวลไว้ว่าการสื่อสารสองทาง(Two-way Communication)เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันได้ตลอดเวลา ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้ สถานะและบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสลับปรับเปลี่ยนอยู่ตลอด เช่นเดียวกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2553) ให้ทัศนะไว้ว่า กระบวนการสร้างความหมายร่วมให้เกิดขึ้นกับคู่การสื่อสาร(Shared Meaning) ซึ่งไม่มีใครผูกขาดบทบาทเป็นผู้ส่งหรือผู้รับเพียงฝ่ายเดียว เป้าหมายการสื่อสารเป็นการพบกันครึ่งทางหลังจากสื่อสารกันแล้ว 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 7มิติของสังคมสีเขียว เป็นไปในลักษณะที่สศช.ได้ไปขอความร่วมมือจากภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนที่มีใช้ภาครัฐที่

เห็นความสำคัญของสังคมสีเขียวและบริบทที่เกี่ยวข้อง และได้ดำเนินการขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความเห็นแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมสีเขียว โดยภาคีการพัฒนาเหล่านั้น ได้แก่ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน ภาควิชาการ เป็นต้น ส่วนภาคีการพัฒนาที่มาจากภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายประเภทที่ 4 คือ เครือข่ายระดับภูมิภาค/พื้นที่ ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐในลักษณะการสั่งการตามลำดับชั้น ภาคีที่มาร่วมจึงเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งอาจจะมีได้สนใจเป็นทุนเดิมมากเท่าภาคส่วนอื่นๆที่กล่าวไป 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) ตามลำดับในการเชื่อมโยงเครือข่ายขนาดใหญ่ทั้งห้า(Supra Network) ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวโดยตรงโดยสมาชิกของเครือข่ายนี้มาจากทุกภาคส่วนในทุกประเด็นที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมสีเขียว และอาจเป็นสมาชิกที่มาจากเครือข่ายประเภทที่ 1- 4 หรือสมาชิกจากภายนอกก็ได้

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

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

นอกจากนี้ การที่สศช. ใช้ลักษณะความเป็นนิติ เช่น การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว นวัตกรรมสีเขียว เป็นต้น มาเป็นตัวนำในการพัฒนาสู่สังคมสีเขียว ซึ่งในแต่ละมิติประกอบด้วยภาคีการพัฒนาหลากหลายภาคส่วนดังกล่าวนั้นก็ก็เป็นโอกาสที่ทำให้กลุ่มคนที่เคยถูกแบ่งตามคณะทำงานจากการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ(2552) ที่ไม่เคยพบกันให้มาพบกันในเวทีดังกล่าว โดยเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในครั้งนี้(รวมถึงคณะกรรมการและคณะทำงานพัฒนาสังคมสีเขียวที่คาดว่าจะได้ทำการแต่งตั้งต่อไป) อาจเป็นสมาชิกจากเครือข่ายเดิมบางส่วน(คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง) 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 เป็นไปในลักษณะที่สศช. ได้ทำการแบ่งกลุ่ม (Grouping) ให้เป็นหมวดหมู่ตามมิติ จากการทำในแต่ละภาคีการพัฒนาทั้งภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาคประชาชน ได้รวมกลุ่มเครือข่ายหรือไม่รวมกลุ่ม ดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่สศช. จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ใน

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

ลักษณะเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสศช.ตาม 7 มิติ ณ ขณะนี้เป็นเครือข่ายแบบหลวมๆ ในลักษณะการขอความร่วมมือและความช่วยเหลือจากภาคีการพัฒนาที่ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวในแต่ละประเด็นไว้ก่อนแล้ว ซึ่งนับว่าภาคีการพัฒนาเหล่านั้นมีบทบาทเป็นผู้ปฏิบัติที่แท้จริง โดยบทบาทของสศช.นับเป็นผู้ประสานและผลักดันการขับเคลื่อนในการให้ข้อมูลนอกจากนี้ ทุกภาคีการพัฒนายังมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเท่าเทียมกัน 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 ทำไมจึงมิให้ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคมที่มีบทบาทสูงในการขับเคลื่อนในกระบวนทัศน์ปัจจุบันนี้เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายเหตุใดจึงต้องเป็นภาครัฐที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกเป็นศูนย์กลาง ที่เป็นเช่นนั้นน่าจะเป็นเพราะภาครัฐมีความคงทนถาวร ในขณะที่ภาคเอกชนอาจมีในเรื่องของความไม่โปร่งใสหรือผลประโยชน์ทับซ้อนเข้ามา หรือถ้าเป็นภาคประชาสังคมก็อาจจะมีความชีวิตของเครือข่ายที่ไม่ยาวนานพอที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประเทศ

อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ด้วยความที่ธรรมชาติของเครือข่ายมีลักษณะเกิดง่ายแต่สลายเร็ว และสศช.(ภาครัฐ)มีจุดแข็งที่ความคงทนถาวรหน้าที่ในการดำเนินงานส่วนใหญ่รวมถึงการประสานเครือข่ายจึงควรเป็นหน้าที่ของรัฐแต่จุดอ่อนคือแข็งตัวไป ดังนั้น สศช.จึงได้พยายามใช้จุดแข็งและลดจุดอ่อนของตน

จากการที่การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติหลัก เป็นไปในลักษณะที่ในแต่ละภาคีการพัฒนาได้มีเครือข่ายดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ก่อนแล้ว ก่อนที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.)จะได้นำแนวคิดสังคมสีเขียวมาบรรจุไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) หรือการที่ ภาคเอกชนจะไปเป็นผู้ดำเนินการเองไปตั้งเครือข่าย 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 และกระตุ้นให้ภาคีนำไปเผยแพร่ถ่ายทอด เป็น การสื่อสารสองจังหวะ(Two-Step Flow Communication)ก็สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2552) อีกเช่นกัน ที่การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่(Supra Network) จะมีชุมสายย่อย(Node) ที่ทำหน้าที่ประสานงานเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกแต่ละกลุ่มกับสตาร์และผู้ประสานงานเนื่องจากสตาร์มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลาและพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถติดต่อกับสมาชิกทุกคนได้อย่างทั่วถึง

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

พัฒนาประเทศ ยิ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายชัดเจนมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้การสื่อสารในครั้งนั้น ประสบความสำเร็จมากเท่านั้น

กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย

เครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวตาม 7 มิติ เป็นการดึงจุดเด่นของแต่ละภาคมาใช้ ศช.สามารถเลือกภาคีการพัฒนาได้ กล่าวคือ รวมภาคีการพัฒนาจากภาครัฐซึ่งต้องมาร่วมตาม บทบาทหน้าที่ และอาจจะไม่ได้สนใจมาก มาบูรณาการกลายเป็นเครือข่ายร่วมกับภาคที่สนใจ คือ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาชนที่สนใจการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งศช.มีบทบาทในการประสานงาน และองค์ประกอบของเครือข่าย (Element) ไม่ได้เปลี่ยนจากของเดิมมาก เป็นการดึงจุดเด่นของแต่ละภาคส่วนมาร่วม กล่าวคือ ภาครัฐ เป็นไปในลักษณะคงทนล้มไม่ได้ แต่อาจจะไม่ได้สนใจมากเพราะต้องทำตามบทบาท หน้าที่ มาผนวกรวมกับภาคอื่นๆ คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และภาค ประชาชน ที่มีความสนใจขับเคลื่อนเป็นทุนเดิมอยู่แล้วเครือข่ายมาทำภารกิจร่วมกัน พอหมดก็ สลายตัวดังนั้น การสื่อสารภายในเครือข่ายขนาดใหญ่ (Supra network) จึงเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Communication) ระหว่างภาครัฐที่เป็นแนวตั้ง (Vertical Communication) และภาคอื่นๆ ที่มีรัฐที่เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication)

การใช้จุดแข็งขององค์กรมาดำเนินการขับเคลื่อน สอดคล้องกับการศึกษาของลัดวัลรัตน์ รื่นบรรเทิง (2547) เรื่องการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนร่วมด้วยช่วยกันสำนึกรักบ้านเกิด ตามทฤษฎี ใหม่ขั้นที่ 3 ของบริษัทยูไนเต็คคอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่าการดำเนินงานได้ น้อมนำทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ตามแนวพระราชดำริมาเป็นกรอบในการปฏิบัติ โดยนำเอาความเข้มแข็ง ที่บริษัทมี นั่นคือ การสื่อสารและเทคโนโลยี ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียงผ่านทางรายการร่วมด้วย ช่วยกัน และสื่อเทคโนโลยีผ่านทางเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอม มาเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยง ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลผ่านสื่อดังกล่าว และปฏิรูปตัวเองให้เกิดการพัฒนาต่อไปได้

บทบาทของศช.ภายในเครือข่ายนับเป็นพี่เลี้ยงทางยุทธศาสตร์ มีคนใดคนหนึ่งในองค์กร ที่รู้จักภาคีการพัฒนาทั้ง 7 มิติ ซึ่งเป็นผู้รับสารมาก่อนบ้าง อาจรู้จักกันมาก่อนทั้งเป็นและไม่เป็น ทางการ (ซึ่งแต่เดิมการสื่อสารของภาครัฐต้องเป็นทางการในลักษณะการเป็นตัวแทนของ หน่วยงาน) จึงได้ชักชวนเข้ามาสู่การมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวซึ่งสอดคล้องกับ

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

การสื่อสารของเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวสู่สาธารณชน

การที่เป็นเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว ตาม 7 มิติหลัก คือ การเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ชนสงและพลังงาน 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 พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่พบว่าเครือข่ายคณะทำงานทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านผู้นำทางความคิด ด้านวิชาการ ภาครัฐภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และประชาชน ประชาสังคม และด้านการเมือง ซึ่งทั้ง 8 เครือข่ายนี้ได้มาจากการเสนอชื่อในที่ประชุมของสมาชิกคณะอนุกรรมการฯ ให้เป็นไปตามสภาพความเป็นจริงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

สำหรับกลยุทธ์การสื่อสาร หรือช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลาย เป็นต้นว่า มีคู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) เป็นลักษณะสำคัญของการสื่อสารของภาครัฐ การเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารขององค์กร ผ่านสื่อกิจกรรม ในลักษณะการจัดประชุมประจำปี ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร รายงาน บทความที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์ ผ่านสื่อมวลชนในลักษณะของสื่อมวลชนสัมพันธ์ การที่มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อันเนื่องมาจากความหลากหลายของผู้รับสารอีกเช่นกัน ทั้งภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องในระดับการผลักดันนโยบาย ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ซึ่งโดยมากจะเป็นภาคเอกชน เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการปฏิบัติสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่สู่สาธารณชนในวงกว้าง รวมถึงนิสิต นักศึกษา และผู้ที่สนใจทั่วไป เป็นต้น สอดคล้องกับศุภานา ธนวัฒน์เสรี (2550) ที่ได้ศึกษาการจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน และแยกศึกษาตามกลุ่มเป้าหมายของคณะทำงานฯ เป็น 2 กลุ่มใหญ่ เหตุที่แยกศึกษากลยุทธ์การสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมาย เพราะสำหรับกลุ่มที่ทำงานในวิชาชีพสื่อสารมวลชน เป็นผู้วิคุณการสื่อสาร ซึ่งสามารถนำสารไปสู่กลุ่มประชาชนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว คณะทำงานจึงได้ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การสนับสนุนให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และการพัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชนส่วนในกลุ่มเป้าหมายประชาชน ใช้กลยุทธ์ ดังนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลายสืบเนื่องจากขอบเขตการทำงานของการทำงานขับเคลื่อนเป็นระดับภาพรวมของประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องบูรณาการช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมที่ใช้สื่อ(Media Activities) และกิจกรรมที่ไม่ใช้สื่อ(Non-Media Activities) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วไป ซึ่งมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และประสานความร่วมมือเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

3. ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

ปัจจัยหรือบริบทที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สามารถอธิบายได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1) ความตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วม การดำเนินการอย่างจริงจัง และมีลักษณะของการเป็นผู้นำเครือข่ายซึ่งสอดคล้องกับศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง (ชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ, 2552) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารของเครือข่ายซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะผู้นำเชิงบารมี ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงความต่อเนื่องในการศึกษาและเรียนรู้ ความตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มหรือเครือข่าย เครือข่ายและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอกและ McQuail(1983) (อ้างถึงในจินตวีร์ เกษมศุข, 2554) ยังประมวลไว้ อีกว่าการมีส่วนร่วม(Participation) เป็นกลยุทธ์การสื่อสารหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาประเทศคือ การให้ผู้รับสาร เช่น ประชาชน ชุมชน ได้มีส่วนร่วม การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จคือ การพัฒนาที่ต้องลงลึกถึงรากฐานของชุมชนทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตใต้สำนึก โดยประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา หลักการสำคัญที่สุดของการมีส่วนร่วม คือ การกระจายอำนาจ (Decentralization) การให้ชุมชนเป็นแกนหลักในการคิด ตัดสินใจ บริหาร จัดการ ในการทำงานร่วมกันนี้เอง บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ก็จะขยายวงกว้างมากขึ้น

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

3.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว

1) ระดับความเข้าใจในความหมาย/นิยามของสังคมสีเขียวที่ยังไม่ตรงกันในหลายภาคส่วน ยังมีความคลุมเครือของเนื้อหาสาระอยู่ สอดคล้องกับการศึกษาของศุภาญา ธนวัฒน์เสวี (2550) ซึ่งพบว่าปัจจัยทางด้านเนื้อหาสาระในความยากและลึกซึ้งของเนื้อหาเศรษฐกิจพอเพียงที่ก่อให้เกิดความเข้าใจสับสน หรือเข้าใจไม่รอบด้าน ที่จะต้องนำไปสู่การให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ การสื่อสารที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงข้อเสนอแนะจากการศึกษาของสุเมธ กาญจนพันธุ์ (2551) เรื่องกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่ว่า การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่พบเห็นในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การดำเนินงานแบบ “ซีเอสอาร์แท้” และ “ซีเอสอาร์เทียม” ซึ่งการดำเนินงานแบบซีเอสอาร์เทียม เป็นการดำเนินงานตามกระแส เช่น เมื่อเกิดประเด็นด้านโลกร้อน ก็แห่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับลดโลกร้อนต่างๆ การบริจาคเงินเล็กน้อยของบริษัทที่ไม่ได้ทำจริงจังก้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การดำเนินงานแบบซีเอสอาร์แท้ จะเป็นการดำเนินงานที่เกิดจากการวางแผนองค์กรทั้งระบบ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารองค์กร ผู้วางแผนงาน ไปจนถึงระดับปฏิบัติ และมีการผลักดันให้การดำเนินการนั้น สัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2) ข้อจำกัดในงบประมาณเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งโดยมากเป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคประชาสังคม อันนำมาซึ่งการร่วมกับภาคีการพัฒนาอื่นๆ หรือสื่อมวลชนที่มีความได้เปรียบในการมีสื่อหรือช่องทางสื่อสารเป็นทรัพยากรขององค์กรอยู่แล้วเพื่อนำไปถ่ายทอดต่อ ตรงกับการศึกษาของศุภาญา ธนวัฒน์เสวี (2550) ที่พบว่าปัจจัยระดับองค์กรคือปัจจัยด้านงบประมาณและบุคลากร ซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกับคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง อันเป็นปัจจัยเอื้ออำนวยส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นเรื่องของการประสานความร่วมมือ และการชัก ทอเครือข่ายเพื่อให้เกิดการสนับสนุนการทำงานขับเคลื่อนในรูปแบบต่างๆ ได้ง่ายขึ้น

3) การกระทำการสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งจัดทำสื่อหรือการทำสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และเนื้อหาสาระต้องมีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้รับสาร ด้วยความที่สังคมสีเขียวยังเป็นเรื่องที่มีระดับความเข้าใจไม่ตรงกันอยู่หลายภาคส่วน กอปรกับลักษณะและประเภทของผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย ทำให้เกิดกลยุทธ์การสื่อสารที่ตามมาคือ ความเหมาะสมของเนื้อหา สาระและช่องทางสื่อสารที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันไป สอดคล้องกับการศึกษาของชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ที่พบว่าความหลากหลายของช่องทางสื่อสารและการเลือกใช้สื่อให้มีความเหมาะสมนับเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร กล่าวคือ ในแง่ผู้ส่งสาร คือ คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงกลุ่มต่างๆ เนื้อหาสาระว่าด้วยเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง

และการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมตามบริบทของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และเนื้อหาสารนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับพนม คลีฉายา (2554) ที่ว่าในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร 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) ดังนี้คือมีการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งนับเป็นเครื่องมือควบคุมความหมาย (Meaning Control) ไว้อ้างอิง สร้างความเข้าใจที่ตรงกันแก่ผู้รับสารที่หลากหลาย การเปิดหลายช่องทางการสื่อสารทั้งของภาคีเครือข่าย (5 ช่องทาง) รวมถึงกระบวนการแปลงประเด็นการพัฒนาสำคัญสู่มิติหน่วยงานและพื้นที่ (3 ช่องทาง) ซึ่งช่วยให้สศช.สามารถเลือกการทำงานได้ มีช่องทางการสื่อสารช่องทางอื่นเป็นตัวเลือก หากช่องทางหนึ่งช่องทางใดไม่มีความสะดวกในการสื่อสารหรือดำเนินการเป็นต้น

4. การที่เนื้อหา (Message) ของสังคมสีเขียวเปลี่ยนไปจากเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องสูงกว่า (Share) โดยเฉพาะภาคเอกชนและการใช้มิติเป็นตัวนำเครือข่ายเป็นการโยงกลุ่มคนที่หลากหลายในแต่ละภาคส่วนให้มาพบกัน และเป็นกลยุทธ์การผสมผสานเนื้อหาของคนหลากหลายกลุ่ม หลายอาชีพ ในประเด็น (มิติ) เดียวกัน

5. ควรมีกลุ่มผู้แทน (Hub) จากภาคีสื่อมวลชนในการประสานการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว อย่างเป็นทางการ เช่น ภาคอื่น ๆ คือ ภาคการพัฒนาภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาควิชาการ หากการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมสีเขียว เป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องผลักดันดำเนินการอย่าง

จริงจัง เพราะบทบาทของสื่อมวลชน เป็นภาคที่มีความสำคัญหนึ่งในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ และเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจแก่สาธารณชน

6. การสื่อสารแบบผสมผสานภายในเครือข่ายขนาดใหญ่ (Supra Network) นำมาซึ่งกลยุทธ์ทางการสื่อสารภายในเครือข่ายที่แตกต่างกันไปตามสมาชิกเครือข่าย อาทิ สมาชิกจากภาครัฐที่มีวัฒนธรรมและระเบียบแบบแผนในการสื่อสาร อาทิ จดหมายแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการ หรือการต้องบอกตำแหน่งของผู้รับสารทุกครั้ง แต่ในกรณีของของภาคประชาสังคมหรือภาคเอกชนบางองค์กรที่ไม่มีระเบียบแบบแผนทางการสื่อสารมาก การแจ้งข่าวผ่านทางโทรศัพท์เท่านั้นในลักษณะที่ไม่เป็นทางการสามารถทำได้

7. ทำการสื่อสารให้เหมาะสมกับเนื้อหาสารและกลุ่มผู้รับสาร อาทิ ความยากง่ายของเนื้อหาสาร ความต้องการข้อมูลของผู้รับสาร การจัดทำเนื้อหาสารที่เหมาะสมกับสื่อแต่ละชนิด เป็นต้น

8. ควรมีคณะทำงานดำเนินการขับเคลื่อนสังคมสีเขียวอย่างเห็นผลเป็นรูปธรรม (ซึ่งอาจเป็นคณะกรรมการบริหารการพัฒนาสังคมสีเขียว และคณะทำงานจัดทำร่างแผนปฏิบัติการร่วมขับเคลื่อนสู่สังคมสีเขียว หากมีการแต่งตั้ง)

9. ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อดูความคืบหน้า ให้เห็นผลเป็นรูปธรรมในระยาวมากกว่านี้ เพราะการพัฒนาไปสู่สังคมสีเขียวไม่ใช่เป็นเรื่องที่ง่าย แต่เป็นในลักษณะของการบูรณาการที่ทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา การมีเจ้าภาพที่เหมาะสมและดำเนินการขับเคลื่อนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจึงนับเป็นเรื่องสำคัญ

10. ควรสร้างปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนต่อการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว อาทิ การสร้างการรับรู้ความเข้าใจที่ตรงกันในแนวคิดสังคมสีเขียวในแต่ละกลุ่มภาคีการพัฒนาการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศในการรับรองมาตรฐานสินค้าสีเขียว (สินค้าเกษตรอินทรีย์) ที่สามารถตรวจสอบได้ว่าอยู่ระดับใด การผลักดันสนับสนุนสินค้าและบริการสีเขียวที่มีราคาแพงกว่าสินค้าและบริการปกติและการสร้างความเท่าเทียมกันของขนาดบทบาทของผู้ขับเคลื่อนทั้งในภาคเอกชนและภาคประชาสังคม

11. ควรใช้ข้อเท็จจริง (Fact) หรือเห็นว่าเป็นเรื่องที่เป็นปฏิบัติได้จริงหรือเห็นว่าการขับเคลื่อนนั้นประสบผลสำเร็จแล้ว (Archive) ในระดับหนึ่งในการขับเคลื่อน เพื่อเกิดแรงสนับสนุน

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

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเครือข่ายการขับเคลื่อนสังคมสีเขียว สามารถศึกษาได้ในรูปแบบอื่นๆ อีก ดังต่อไปนี้

1. แม้แผนการพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จะผ่านมาได้เพียง 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 องค์กรคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมไทยโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยสมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการประสานนครหลวงมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยแก่ผู้ประกอบการในสาขาอาชีพให้เข้าใจในวิธีการดำเนินงานที่มีส่วนในการรักษาสิ่งแวดล้อมส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการพัฒนามาตรฐาน การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และรักษาสิ่งแวดล้อม ทำयสุดเพื่อพัฒนามาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อส่งเสริมบทบาทและการมีส่วนร่วม ตลอดจนพัฒนาประสิทธิภาพของภาคเทคโนโลยีในการรักษาสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมของธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

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 ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจโดยมอบให้กับบริษัทหรือองค์กรในภูมิภาคเอเชียที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ สวนเกษตรอินทรีย์ภายในโรงแรมก็ได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์จาก International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)

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

4. หากพิจารณาในมิติการพัฒนาที่ยั่งยืนแล้ว ยังสามารถศึกษาในประเด็นสังคมมั่นคง สังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสีเขียวได้อีก

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: ซีโน ดีไซน์, 2548.
- กาญจนา แก้วเทพ. ปัญหาและแนวโน้มการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. ใน เอกสารการสนทนาวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา, หน้า 437-500. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2553.
- กาญจนา แก้วเทพ. เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: มุลนิธิภูมิปัญญา, 2539.
- กาญจนา แก้วเทพ. วิชาปรัชญาและทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อเล็กๆที่นำไปในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2552.
- กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง. แนวทางการพัฒนาประเทศไทยกับเศรษฐกิจสีเขียว. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: <http://ipc4.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=sXfPagu2s3l%3D&tabid=249>. พฤศจิกายน, 172553 [14 พฤศจิกายน 2555]
- เกศรา นูรพาเดชะ. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 3. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, 2548.
- โกวิท ทรัพย์พิศาล. เอกสารประกอบคำบรรยายวิชาการกระจายข้อมูลเพื่อการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2543.
- ขวัญชัย หมีนียง. นักวิชาการและเว็บมาสเตอร์มูลนิธิชีววิถี (Biothai) ภาควิชาการพัฒนาด้านการเกษตร. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556.
- จารุพันธ์ เนติเชียร. นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ สำนักบริหารงานพาณิชย์ภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ภาควิชาการพัฒนาด้านการเกษตร. สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2556.

จินตวีร์เกษมสุข. การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

จิรพล สีนธุนาวา. รองประธานกรรมการมูลนิธิไปไม้เขี้ยว ภาควิชาการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556.

ชลัช วงศ์สงวน. ผู้จัดการพัฒนาและบริหารผู้ขนส่ง บริษัทเครือซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ภาควิชาการพัฒนาด้านระบบขนส่งและพลังงาน. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556.

ชูพงษ์ พิพัฒน์ไชยศิริ. เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

ชุม. อนาคตประเทศไทย : บนเส้นทางสีเขียว. ไทยรัฐ (4 กันยายน 2555) : 5.

ตฤตถ์ นพคุณ. นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2555 และ 22 มีนาคม 2556.

ทรงพล ดีจงกิจ. กรรมการผู้จัดการบริษัทสยามไปโอไฮโอเอ็น (จำกัด) ภาควิชาการพัฒนาด้านนวัตกรรมสีเขียว. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556.

ทัศนีย์ แนนอุดร. หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสารฉลาดซื้อ ภาควิชาการพัฒนาด้านการเกษตร. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556.

ธานินทร์ ฉะเอม. รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2555.

นพนันท์ ตาปานานนท์. อาจารย์ประจำภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาการพัฒนาด้านรับมือภัยพิบัติ. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2556.

นพรัตน์ มณีรัตน์. การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

แนวหน้า. เปิดแผนแม่บทยานยนต์ฉบับ 3 ชูนวัตกรรมพลังงานทางเลือก ผันไทยแหล่งผลิตรถ
ระดับโลก. แนวหน้า (14 ธันวาคม 2555) : 9.

บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์. ผู้อำนวยการสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมภาคีการ
พัฒนาด้านอุตสาหกรรม. สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2556.

บุญเลิศ ศุภดิถก.แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการ
พัฒนา, หน้า 77-113.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2553.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2538.

ประชาชาติธุรกิจ. สภาพัฒนัจจุดพลุเศรษฐกิจสีเขียว แผนแม่บทอนาคตประเทศไทย. ประชาชาติ
ธุรกิจ(10-12 กันยายน 2555) : 2.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. ไทยดันดาวรุ่ง 7อุตสาหกรรม ปรับกลยุทธ์ปีมียอดปี 56โกย 2ล้าน ล.
[ออนไลน์].2555. แหล่งที่มา: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1347423521&grpid=10&catid=00 [12 ธันวาคม 2555]

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จาก
แนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย,
2549.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมกับกระบวนการค้นคว้าเชิงทางเลือก. วารสาร
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 20 (มกราคม-มีนาคม 2545): 81-94.

ปิยะทิพย์ เลี้ยวพานิช. ผู้อำนวยการร่วมโครงการเพิ่มศักยภาพการใช้มาตรการเศรษฐกิจเพื่อ
คงคุณค่าระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ องค์การความร่วมมือระหว่าง
ประเทศของเยอรมัน(GIZ) ภาคีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์
2556.

พนม คลีฉายา.ธรรมชาติของสื่อและการประยุกต์ใช้สื่อ. ใน เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการ
วางแผนและการผลิตสื่อเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 20-31. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2554. (อัดสำเนา)

พนิดา บุญชัยศรี. สถานการณ์และสภาพปัญหาของการสื่อสารมวลชนในประเทศไทย. ใน รายงานการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง ทิศทางแผนฯ 7 : ก้าวใหม่ของการสื่อสารมวลชน, หน้า 52-74. 1 มีนาคม 2533 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ, 2533.

พรพิพัฒน์ กลิ่นพงษา. วิเคราะห์แผนการสื่อสารของประเทศไทย ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ.2504-2532).วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขา สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์. เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตหนังสือพิมพ์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง, 2541.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. หน้าต่าง CSR : สังคมสีเขียวฉบับประเทศไทย. กรุงเทพธุรกิจ (6 กันยายน 2555): 20.

พีรญา ศรีเพชรภูธ. บทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อดำรงรักษาความเป็นชุมชนเข้มแข็งบ้านน้ำเกีฮ้น กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนากการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

พีรพร พลະพลีวัลย์. ผู้อำนวยการศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ภาคีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2556.

ภาณุมาศ ศรีสุข. ประธานกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ภาคีการพัฒนาด้านระบบขนส่งและพลังงาน. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2556.

มติชน. พระเทพฯ เสด็จเปิดงานสศช. 'ปู้'ใช้ 3 ทางดันนโยบายสีเขียว. มติชน (7 กันยายน 2555): 12.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. โครงการบัณฑิตศึกษา. รายงานการสัมมนาวิชาการ เรื่องทิศทางแผนฯ 7 : ก้าวใหม่ของการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

ฤกษ์ฤทธิ์ เคนหาราช. ผู้อำนวยการกลุ่มพลังงานทดแทน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน ภาคีการพัฒนาด้านระบบขนส่งและพลังงาน. สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2556.

ลวัลรัตน์ รื่นบรรเทิง. การสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนร่วมด้วยช่วยกันสำนักรักบ้านเกิด ตาม
ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ของบริษัทยูไนเต็ดคอมมูนิตี้ อินดัสตรี จำกัด (มหาชน).
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

วิลาลินี บุญเรือง. กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริ
เศรษฐกิจพอเพียงของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ศุภาญา ธนวัฒน์เสวี. การจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงของ
คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้านสื่อมวลชนและประชาชน. รายงานโครงการ
เฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. เอกสารเผยแพร่ Thailand Green Economy. กรุงเทพฯ: สถาบัน
สิ่งแวดล้อมไทย, 2555.

เสถียร เขยประทับ. เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช, 2542.

สมควร กวียะ. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. ในเอกสารการสอนชุด
วิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์, หน้า 1-48. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
, 2546.

สมชัย จิตสุชน. ผู้อำนวยการวิจัยด้านการพัฒนาเศรษฐกิจส่วนรวมและการกระจายรายได้
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยภาคีการพัฒนาด้านนวัตกรรมสังคม. สัมภาษณ์,
7 กุมภาพันธ์ 2556.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอ.เอ็น การพิมพ์, 2540.

สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย. การบริการและเผยแพร่สารนิเทศ. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539.

สุเมธ กาญจนพันธ์. กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

สำนักข่าวไทย. สศช.เตรียมจัดสัมมนาประจำปี “อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว”. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.mcot.net/site/content?id=5040ba040b01da1c2f00004d#.UXeHlcpv9Cw> [31 ตุลาคม 2555]

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. การศึกษาเบื้องต้นศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมของพื้นที่มาบตาพุด. กรุงเทพฯ: สศช., 2554.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. คู่มือการแปลงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สศช., 2556.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด (พ.ศ.2555-2559). กรุงเทพฯ: สศช., 2554.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ร่างคู่มือการแปลงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 สู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สศช., 2555.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. รายงานประจำปี 2555 การขับเคลื่อนแผนฯ 11. กรุงเทพฯ: ดอกเบี๋ย, 2555.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. รายงานสรุปผลการประชุมประจำปี 2555 อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว. กรุงเทพฯ: สศช., 2555.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2555 อนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว. กรุงเทพฯ: สศช., 2555.

สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ. สรุปผลการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ.2012 (Rio+20). [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.measwatch.org/sites/default/files/rio20brazil.pdf>. [21 พฤศจิกายน 2555]

อดิสร อิศรางกูร ณ อยุธยา. ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ภาควิชาการพัฒนาด้านรับมือภัยพิบัติ. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2556.

อภิชา น้อมศิริ. การสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายสุขภาพโดยกองสุขภาพศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

อรุช นวราช. กรรมการผู้จัดการโรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ภาคีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2556.

อาร์นตรี อาชาพิลาศ. ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Be Magazine ภาคีการพัฒนาด้านนวัตกรรมสังคม. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2556.

ภาษาอังกฤษ

Gumucio Dagron. Making Waves: Stories of Participatory Communication for Social Change.A Report to the Rockefeller Foundation. New York: The Rockefeller Foundation, 2001.

Hovland, C. I., Janis, I. L. and Kelley, H. H.. Communications and persuasion: Psychological studies in opinion change. New Haven, CT: Yale University Press, 1953.

Hovland, C. I., Weiss W.. The influence of source credibility on communication effectiveness. Oxford Journals. Public Opinion Quarterly, 1951.

McQuail, D.. Mass Communication Theory : An Introduction. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1987.

Rogers, E. M.. Diffusion of Innovations. 4th ed. New York: Free Press, 1995.

Srinivas R. Melkote and H. Leslie Steeves. Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment. 2nd ed. New Delhi: Sage Publications, 2001.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก



คำสั่งคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ที่ ๑ /๒๕๕๕

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑
(พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙)

ตามมติคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในการประชุมครั้งที่ ๑๓/๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๑๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๔ เห็นชอบให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดำเนินการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) ซึ่งการปฏิบัติโดยมุ่งประเด็นเฉพาะที่บูรณาการหลายสายงาน นั้น

เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) ในการสร้างกลไกผลักดันไปสู่การปฏิบัติและติดตามประเมินผลในภาพรวม เป็นไปอย่างบูรณาการและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๒๑ คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. องค์ประกอบ

๑.๑	นายณรงค์ชัย อัครเศรณี	ประธานอนุกรรมการ กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๑.๒	นายอาชวี เต่าลานนท์	รองประธานอนุกรรมการ กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๑.๓	นางจุรี วิจิตรวาทการ	รองประธานอนุกรรมการ กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๑.๔	นายสนิท อักษรแก้ว	รองประธานอนุกรรมการ กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๑.๕	นายอาคม เต็มพิทยาไพสิฐ	อนุกรรมการ เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๑.๖	นายดุสิต เขมะศักดิ์ชัย	อนุกรรมการ รองผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ
๑.๗	รองศาสตราจารย์ วุฒิสาร ตันไชย	อนุกรรมการ รองเลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า
๑.๘	รองศาสตราจารย์ วรากรณ์ สามโกเศศ	อนุกรรมการ อธิการบดีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

/ ๑.๙ ศาสตราจารย์ วิจารณ์...

- ๒ -

๑.๙	ศาสตราจารย์ วิจารณ์ พานิช นายกสภามหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
๑.๑๐	รองศาสตราจารย์ นิพนธ์ พัวพงศกร ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย	อนุกรรมการ
๑.๑๑	นายบัณฑิต เศรษฐศิริโรตม์ ผู้อำนวยการสถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม	อนุกรรมการ
๑.๑๒	นายเทียนไชย จงพีร์เพียร นักวิชาการด้านพลังงาน	อนุกรรมการ
๑.๑๓	รองศาสตราจารย์ บรรณโสภิษฐ์ เมฆวิชัย อาจารย์ประจำวิชาภาคการผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	อนุกรรมการ
๑.๑๔	นายคณิต แสงสุพรรณ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง	อนุกรรมการ
๑.๑๕	นายฉัตรชัย บุญรัตน์ รองประธานกรรมการหอการค้าไทย	อนุกรรมการ
๑.๑๖	นายวิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ ผู้อำนวยการมูลนิธิชีววิถี	อนุกรรมการ
๑.๑๗	นายอดิศร์ อิศรางกูร ณ อยุธยา คณบดีคณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	อนุกรรมการ
๑.๑๘	นายชัยณรงค์ อินทรมีทรัพย์ กรรมการพัฒนาระบบราชการ	อนุกรรมการ
๑.๑๙	นายพิเชฐ ตูรงเคเวโรจน์ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ	อนุกรรมการ
๑.๒๐	นายธานินทร์ ณะเฒ รองเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	อนุกรรมการและเลขานุการร่วม
๑.๒๑	นางสุวรรณี คำมั่น รองเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	อนุกรรมการและเลขานุการร่วม
๑.๒๒	นายปรเมธี วิมลศิริ รองเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	อนุกรรมการและเลขานุการร่วม
๑.๒๓	นายชาญวิทย์ อมตะมาตุชาติ รองเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	อนุกรรมการและเลขานุการร่วม
๑.๒๔	นางสาวลดาว์ลีย์ คำภา รองเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	อนุกรรมการและเลขานุการร่วม
๑.๒๕	นางสาวภาวณี วัฒนา ผู้อำนวยการสำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

- ๓ -

๒. อำนาจหน้าที่

๒.๑ กำกับการขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) ในประเด็นการพัฒนาสำคัญที่มีการบูรณาการระหว่างยุทธศาสตร์และระหว่างหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและระดับพื้นที่

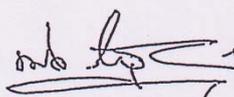
๒.๒ รายงานผลการติดตามความก้าวหน้าและติดตามประเมินผลการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) ทั้งผลการพัฒนาตามประเด็นการพัฒนาที่สำคัญและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้หน่วยงานต่างๆ นำไปปรับปรุงแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาและการจัดสรรงบประมาณประจำปีในระยะต่อไป

๒.๓ แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการในเรื่องที่คณะกรรมการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) มอบหมาย

๒.๔ ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๕



(นายพนัส สิมะเสถียร)

ประธานกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

-19-

ด่วนที่สุด

ที่ นร ๐๕๐๖/๒๐๒๕



เอกสารแนบ 2

 ๒๕๐๖
 ๒๕/๒๕
 ๒๐๒๕

 สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
 ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

๒๕ มีนาคม ๒๕๕๕

 ๒๕๐๖
 ๒๕/๒๕
 ๒๐๒๕

เรื่อง การจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ

เรียน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

อ้างถึง หนังสือกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ กษ ๑๓๐๔/๔๗๗ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕

 สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาหนังสือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
 ด่วนที่สุด ที่ นร ๑๑๑๔/๑๑๘๔ ลงวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๕๕

 ตามที่ได้เสนอเรื่อง การจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ไปเพื่อดำเนินการ
 ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอความเห็น
 ไปเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีด้วย ความละเอียดปรากฏตามสำเนาหนังสือสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้

 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๕๕ เห็นชอบตามที่กระทรวงเกษตร
 และสหกรณ์เสนอ

 จึงเรียนมายืนยันมา ทั้งนี้ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้แจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตามบัญชีแนบท้าย
 ทราบด้วยแล้ว และขอได้โปรดแจ้งให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งทราบด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายสมโภชน์ ราชแพทยาคม)

ผู้อำนวยการสำนักวิเคราะห์เรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี ปฏิบัติราชการแทน

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

สำนักวิเคราะห์เรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี

โทร. ๐ ๒๒๘๐ ๘๐๐๐ ต่อ ๓๒๕

โทรสาร ๐ ๒๒๘๒ ๘๑๔๔

www.cabinet.thaipov.go.th (ฟรีแท็บ)

-23-

- ๔ -

องค์ประกอบ

(๑) รองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมาย	ประธานกรรมการ
(๒) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	กรรมการ
(๓) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์	กรรมการ
(๔) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	กรรมการ
(๕) ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	กรรมการ
(๖) ปลัดกระทรวงพาณิชย์	กรรมการ
(๗) ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	กรรมการ
(๘) ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม	กรรมการ
(๙) ปลัดกระทรวงสาธารณสุข	กรรมการ
(๑๐) เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	กรรมการ
(๑๑) ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ	กรรมการ
(๑๒) เลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา	กรรมการ
(๑๓ - ๑๕) ผู้แทนภาคเอกชน ที่ประธานแต่งตั้งจำนวน ๓ คน	กรรมการ
(๑๖ - ๑๘) ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ประธานแต่งตั้งจำนวน ๓ คน	กรรมการ
(๑๙) รองปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ได้รับมอบหมาย	กรรมการและเลขานุการ
(๒๐ - ๒๒) ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน ๓ คน (กรมพัฒนาที่ดิน สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
(๒๓) ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
(๒๔) ผู้แทนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

อำนาจหน้าที่

(๑) กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติเพื่อผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตร

อินทรีย์ของประเทศ

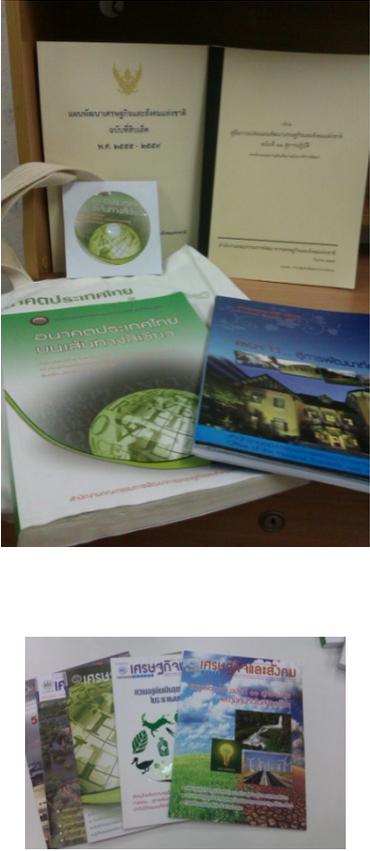
(๒) ดำเนินการบูรณาการแนวทาง มาตรการ แผนงานและงบประมาณกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

(๓) จัดระบบการประสานงานและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อกำกับดูแล และเร่งรัดการดำเนินงานของส่วนราชการและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในทุกกระดับ เพื่อให้ดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย พร้อมทั้งกำหนดงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ให้มีความเหมาะสม

(๔) แต่งตั้งคณะกรรมการ คณะทำงาน หรือบุคคลเพื่อมอบหมายให้ดำเนินการใดตามที่คณะกรรมการกำหนดเพื่อช่วยปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามความเหมาะสม

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างสื่อที่ใช้เผยแพร่สังคมสีเขียวของแต่ละองค์กร

ลำดับที่	ภาพสื่อ	ประเภท/ รายละเอียด
1. สศช.		<p>สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 รายงานประจำปี รายงานสรุปการประชุมประจำปี วารสารเศรษฐกิจและสังคม คู่มือการแปลงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 คู่มือการปฏิบัติ เป็นต้น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีประกอบการประชุมประจำปี และสื่อเฉพาะกิจ เช่น บอร์ดจัดแสดง “แผนฯ 11..สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” ประกอบการประชุม ปี 2554</p>

แผนฯ ๑๑ ...สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการและพัฒนา ฉบับที่ ๑๑ ผู้ประกอบการ

หลักการ
 1. ให้ความสำคัญกับสังคมอย่างยั่งยืน 2. ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนและแรงงาน
 3. ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม 4. ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย 5. ให้ความสำคัญกับ
 ความซื่อสัตย์สุจริต 6. ให้ความสำคัญกับคุณธรรมและจริยธรรม 7. ให้ความสำคัญกับ
 ความโปร่งใส 8. ให้ความสำคัญกับนวัตกรรม 9. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการแผนฯ ๑๑

- ให้ความสำคัญกับสังคมอย่างยั่งยืน
- ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนและแรงงาน
- ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม
- ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย
- ให้ความสำคัญกับคุณธรรมและจริยธรรม
- ให้ความสำคัญกับความซื่อสัตย์สุจริต
- ให้ความสำคัญกับนวัตกรรม
- ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

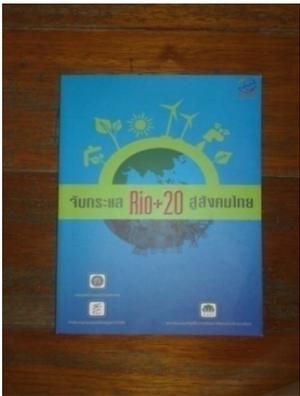
กระบวนการดำเนินงาน

1. กำหนดทิศทางและเป้าหมาย
 2. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 3. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 4. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 5. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 6. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 7. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 8. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 9. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 10. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 11. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 12. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 13. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 14. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 15. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 16. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 17. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 18. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 19. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑
 20. ศึกษารายละเอียดของแผนฯ ๑๑

2. กระทรวงพาณิชย์

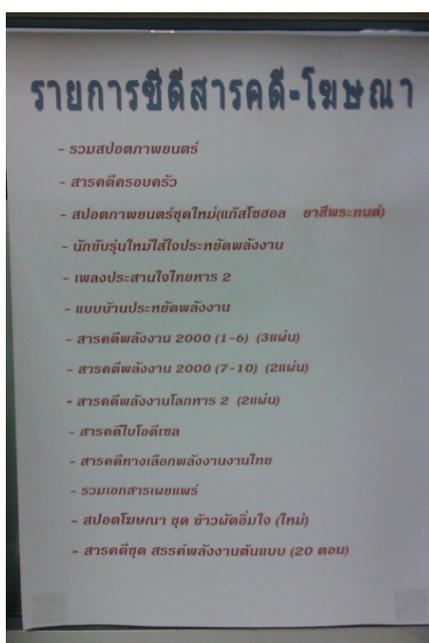


สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ Thailand Organic Mapping แสดงทำเนียบผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์ภายในประเทศทั้งหมด แผ่นพับส่งเสริม Organic Thailand เมื่อไปจัดแสดงในเวทีนานาชาติ ใบปลิวแจกตามห้างสรรพสินค้าวิธีการดูสินค้าอินทรีย์ของแท้และรายละเอียดเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดงานเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงที่ลงในนิตยสารบางฉบับ

<p>3. มุลนิธิ ชีววิถี</p>		<p>สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผนงาน สนับสนุนความมั่นคงทาง อาหาร (2553-2556) และ คู่มือประชาชน เรื่อง ความ (ไม่)มั่นคงทางอาหารกับ ทางออกของประเทศไทย</p>
<p>4. สถาบัน ธรรมรัฐเพื่อ การพัฒนา สังคมและ สิ่งแวดล้อม</p>		<p>สื่อสิ่งพิมพ์ คือ จัปกระแด Rio+20 สู่งสังคมไทย โดย การสนับสนุนของ กระทรวงการต่างประเทศ และสำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย (สกว.) อันเป็นผลผลิตจากการ ติดตามความเคลื่อนไหว ของการประชุม สหประชาชาติว่าด้วย สิ่งแวดล้อมและการ พัฒนา สำหรับผู้ที่สนใจ</p>
<p>5. สถาบัน พัฒนา อุตสาหกรรม สิ่งทอ</p>		<p>สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น รายงาน การศึกษาเกี่ยวกับภาวะ โลกร้อนที่ส่งผลต่อ อุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม แผ่นพับ ส่งเสริมโครงการพัฒนา เสื้อผ้าลดโลกร้อน คู่มือ</p>

		<p>เทคโนโลยีสะอาดสำหรับประชาชน เป็นต้น และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ซีดี แผ่นแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พ.ศ. 2555-2559)</p>
<p>6. SCG Logistic Management</p>	<div data-bbox="632 788 919 1218" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="507 1379 1043 1733" data-label="Image"> </div>	<p>สื่อเฉพาะกิจ เช่น ธงที่ติดตามทางเดินเข้าบริษัท หรือการติดภาพขนาดใหญ่ที่ผ่านนั่งสถานีรถไฟใต้ดินบางซื่อ ซึ่งอยู่ตรงทางขึ้นบริษัท ที่บ่งบอกถึงการเป็นองค์กรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม</p>

7. สำนัก
นโยบายและ
แผนพลังงาน
กระทรวง
พลังงาน



สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร
'รักษ์พลังงาน' และสื่อ
สิ่งพิมพ์ที่ว่าด้วยพลังงาน
ทางเลือก/พลังงานทดแทน
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นซีดี
แสดงสื่อดภาพยนตร์ที่เคย
เผยแพร่ทางโทรทัศน์
เกี่ยวกับการประหยัด
พลังงานและการส่งเสริม
พลังงานทดแทน เป็นต้น

<p>8. BE Magazine</p>		<p>สื่อสิ่งพิมพ์ SE Catalog รวมกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกล.) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่รวบรวมผู้ประกอบการและลักษณะกิจการเพื่อสังคมไว้ทั้งหมดในประเทศไทย</p>
---------------------------	---	--

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวศิริลักษณ์ สุวรรณเกตู เกิดวันที่ 26 เมษายน 2528 ที่กรุงเทพมหานคร จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนศึกษานารี และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2551 เคยทำงานเป็นผู้ช่วยวิจัยที่คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่บริษัทดีเอสแอล โกลเบิล ฟอ์เวิร์ดติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด จากนั้นเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มการสื่อสารเชิงสังคมและวัฒนธรรม ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2554 พร้อมกับการเป็นผู้ช่วยอาจารย์ (TA) ฝ่ายวิชาการและวิชาชีพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2555