

สรุปผลการดำเนินงาน “แบ่งน้ำใช้ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง”

“แบ่งน้ำใช้ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง” เป็นโครงการที่ไทยพีบีเอสได้จัดทำขึ้นในเดือนมีนาคม ถึงพฤษภาคม ที่ผ่านมาถือเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนถึงการเผชิญกับวิกฤตภัยแล้งที่มีความรุนแรงมากในรอบ 20 ปี พร้อมสร้างความร่วมมือร่วมใจในการลดการใช้น้ำ และการแบ่งปันน้ำใช้ใน ทุกภาคส่วน ผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร รายการ และการณรงค์ทางสังคมในช่องทางที่หลากหลาย อีกทั้ง เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย “สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลง” ผอ. ส.ส.ท. ได้กำหนดประเด็นขับเคลื่อนของ ส.ส.ท. ประจำปี ปีละ 2 เรื่อง โดยเริ่มด้วยประเด็นภัยแล้งเป็นประเด็นแรก เนื่องจากเป็นประเด็นเร่งด่วน เพราะเป็น สถานการณ์ภัยแล้งที่มีความรุนแรงมากที่สุดในรอบ 23 ปี ในขณะที่สังคมยังไม่มีรับรู้ถึงปัญหาและตระหนักถึง ความสำคัญที่จะต้องเร่งแก้ไข จึงเป็นหน้าที่ของ ส.ส.ท. ที่ต้องสร้างความตระหนักร่วมกันของปัญหา เพื่อนำไปสู่ การบรรเทาสถานการณ์ ในลักษณะการประหยัดและแบ่งปันการใช้น้ำในภาวะวิกฤตและการเปลี่ยนแปลงเชิง โครงสร้าง ก่อนนำไปสู่แบบแผนการปฏิบัติในการจัดการน้ำในอนาคต เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาในลักษณะ ดังกล่าวอีก โดยพนักงานไทยพีบีเอสทุกคนร่วมมือกันในทุกส่วนงานไม่ว่าจะเป็นหน้าจอ หรือหลังจอ รวมถึงความ ร่วมมือภายในองค์กรที่จะต้องตระหนักถึงวิกฤตภัยแล้งที่กำลังจะมาถึง

ยุทธศาสตร์ “การสร้างความตระหนักและสร้างจิตสำนึกเรื่องการประหยัดน้ำให้กับประชาชนทั่วประเทศ” พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจที่ต่อกันระหว่างภาคเกษตรกับสังคมเมือง

กระบวนการ มีกรอบความคิดการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ระยะคือ



ระยะที่ 1 การสร้างความตระหนัก โดยดำเนินการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ด้วยการให้ข้อเท็จจริง เกี่ยวกับสถานการณ์การขาดแคลนน้ำที่เป็นอยู่ พร้อมทั้งสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากปัญหาภัยแล้งที่มีต่อ

ภาคส่วนต่าง ๆ ผ่านการนำเสนอข่าวและข่าวเจาะลึก โดยใช้ให้เห็นว่าสังคมไทยกำลังเผชิญวิกฤต ที่ผ่านมามคนชนบทต้องเสียสละน้ำให้คนเมืองเพื่อผลิตน้ำประปา ถึงเวลาแล้วที่คนชนบทและคนเมืองต้องช่วยกัน ร่วมมือกันเพื่อให้มีน้ำใช้อย่างพอเพียง โดยสื่อสารไปยังคนเมืองรวมถึงภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้ององค์กรธุรกิจเอกชน ภาคอุตสาหกรรม ได้ตระหนักและเกิดการตื่นตัวที่จะร่วมมือกันยับยั้งปัญหาที่จะเกิดขึ้น พร้อมกับการนำเสนอทางออกของปัญหาด้วยการร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ภายใต้แนวความคิด “แบ่งน้ำใช้ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง” กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในระยะที่ 1 ได้แก่

1. ประสานงานและแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน และได้รับความร่วมมือในการเข้าร่วมโครงการ พร้อมทั้งมีองค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกร่วมเป็นองค์กรต้นแบบในการประหยัดการใช้น้ำ 10 องค์กร

2. จัดแถลงข่าวเปิดโครงการ "แบ่งน้ำใช้ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง" เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 ณ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ถนนราชบพิธ เพื่อประกาศเจตนารมณ์ ในการผลักดันโครงการ "แบ่งน้ำใช้ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง" ร่วมกัน โดยมีหน่วยงานภาครัฐจำนวน 11 หน่วยงาน และภาคเอกชน จำนวน 10 หน่วยงาน ร่วมแถลงข่าว สำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ร่วมแถลงข่าวประกอบด้วย

หน่วยงานภาครัฐ: การประปานครหลวง, การประปาส่วนภูมิภาค, การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, กรมชลประทาน, กรมทรัพยากรน้ำบาดาล, สถาบันสารสนเทศน้ำและการเกษตร, กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, กรมฝนหลวงและการบินการเกษตร, กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมวิชาการเกษตร, มหาวิทยาลัยรังสิต

องค์กรภาคเอกชน: บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด, บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), Central Group, บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน), บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด, บริษัท กระดาษดับเบิลเอ (1991) จำกัด (มหาชน), สมาคมโรงแรมไทย

3. ปรับผังรายการในช่วงก่อนข่าวภาคค่ำ และนำเสนอรายการในลักษณะ Monitor ตัวเลขการใช้น้ำรายวัน เพื่อตอกย้ำสร้างการรับรู้ถึงสถานการณ์น้ำและความตระหนักเรื่องการประหยัด และวิธีการใช้น้ำให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น ด้วยรายการข่าว “รู้สู้ภัยแล้ง”

4. ขยายการนำเสนอข่าวสถานการณ์ปัญหาภัยแล้งในทุกช่วงข่าว โดยเนื้อหาสำคัญในระยะแรกจะเน้นสถานการณ์ปัญหา เช่น “เขื่อนแม่กวงอุดมธาราเหลือน้ำน้อยที่สุดในรอบ 23 ปี” “สถานการณ์ภัยแล้ง จ.เชียงใหม่” “เตรียมใช้น้ำกันเขื่อนอุบลรัตน์ จ. ขอนแก่น” ระยะถัดมาเป็นการนำเสนอข่าวที่แสดงถึงการรับรู้ของหน่วยงานต่าง ๆ และการหามาตรการแก้ไขปัญหา เช่น “การเตรียมพร้อมปฏิบัติการฝนหลวงช่วยภัยแล้ง”

“ประชุม ครม.พิจารณากฎหมายบ้านประชารัฐ-ประเมิณภัยแล้ง” “นายกรัฐมนตรี ติดตามสถานการณ์ภัยแล้งในภาคอีสาน” “เร่งทำฝนหลวงเติมน้ำในเขื่อนสุโขทัยภัยแล้ง” “ครม.พิจารณามาตรการประหยัดน้ำช่วงสงกรานต์” รวมถึงข่าวที่เป็นแนวทางแก้ไขปัญหา ได้แก่ ทางเลือกของเกษตรกรในการเพาะปลูกในช่วงหน้าแล้ง เช่น “ปลูกผักหวานป่าสร้างรายได้ช่วงหน้าแล้ง” “ปรับผิวนาปลูกพืชใช้น้ำน้อย จ.ราชบุรี” “ชาวกำแพงเพชรลดการปลูกข้าวเหลือ 2 แสนไร่” “ชุมชนรักษา ต้นน้ำตาปี” “โมเดลแก้ภัยแล้งทุ่งกุลารุ จ.ร้อยเอ็ด”

เมื่อมีการรายงานข่าวสถานการณ์ภัยแล้งกระจายในทุกช่วงข่าวแล้ว ได้มีการปรับย้ายเวลารายการ “รู้สู้ภัยแล้ง” ไปอยู่ในช่วงรายการสถานีประชาชน เพื่อเน้นกลุ่มเป้าหมายประชาชนในชนบทมากขึ้น

5. ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ให้เข้าร่วมโครงการให้กว้างขวางขึ้น เช่น การสร้างความร่วมมือกับ คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน (กรอ.) ซึ่งประกอบด้วย 3 หน่วยงานใหญ่คือ สภาหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรม และสมาคมธนาคารไทย ในการนำแนวความคิดโครงการไปขยายผลกับสมาชิก การประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อบจ.เชียงใหม่ อบจ.ขอนแก่น สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา เพื่อเตรียมจัดงาน สงกรานต์วิถีไทยระยะที่ 2

การลงมือแก้ไขปัญหาดำเนินการในช่วงมีนาคม - เมษายน 2559 เป็นการรณรงค์ให้ประชาชนและภาคส่วนต่าง ๆ ลงมือดำเนินการแก้ไขปัญหาในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

5.1 ลดการใช้น้ำภาคการเกษตร ด้วยการ Promote model “ทำนาเปียกสลับนาแห้ง”

5.2 จัดรายการ “ยุทธการลดสูญแล้ง” โดยมีกลุ่มบุคคล 3 กลุ่มได้แก่ องค์กร เกษตรกร และ ครอบครัวทั่วไป มาร่วมทำภารกิจนำเสนอรูปแบบการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ มีทั้งหมด 13 ตอน เริ่มออกอากาศแล้ว จะครบทุกตอนในวันที่ 6 สิงหาคม 2559

5.3 ผลักดันให้มีการจัดงาน สงกรานต์วิถีไทย เป็นสงกรานต์ที่เน้นการประหยัดน้ำ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจาก ททท. อบจ.เชียงใหม่ อบจ.ขอนแก่น และเครือข่าย ถนนข้าวสาร บางลำพู ร่วมจัดงาน สงกรานต์ประหยัดน้ำ โดยมีการทำแข่งขันการลดการใช้น้ำระหว่าง 3 พื้นที่ คือเชียงใหม่ ขอนแก่น และ ถนนข้าวสาร เพื่อกระตุ้นให้สังคมตระหนักถึงความจำเป็นในการช่วยกันประหยัดน้ำ มีการคิดคำขวัญ เช่น “ซิด แทนสาด” การคิดค้นหาอุปกรณ์เล่นสงกรานต์ประหยัดน้ำ เป็นต้น โดยไทยพีบีเอสได้ทำการถ่ายทอดสด สงกรานต์ประหยัดน้ำ 13 เมษายน 2559 จากทั้ง 3 พื้นที่พร้อมกัน

5.4 ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ร่วมกับ Creative Move จัดทำสื่อรณรงค์หลากหลายรูปแบบที่สามารถนำไปใช้กับสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม หน้าจอรายการและข่าว เพื่อส่งเสริมงานสงกรานต์วิถีไทย เช่น “สงกรานต์ วิถีไทย ร่วมใจ ประหยัดน้ำ” ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ไหว้ สาด สุข” ในช่วงวันสงกรานต์ 13, 14, 15

เม.ย. โดยมีความหมายว่า วันไหว้ คือการ ออกทำบุญ ไหว้พระ สรงน้ำพระ วันสาด คือวันเล่นน้ำสงกรานต์ และวันสุข คืออยู่กับครอบครัว

5.5 DTAC SMS ร่วมสนับสนุนโครงการ ด้วยการส่งข้อความ SMS รณรงค์การประหยัดน้ำผ่านระบบ prepaid ภาละ 200,000 หมายเลข รวม 1 ล้านเลขหมาย

5.6 มีการผลิตรายการ ในรูปแบบต่าง ๆ จำนวน 15 รายการ เช่น 1) สกู๊ปลดน้ำ 30 % จำนวน 20 ตอน โดยหน่วยงานธุรกิจ 10 องค์กรที่ประกาศเข้าร่วมโครงการในวันแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ (8 องค์กร) 2) เพลง “เพื่อวันพรุ่งนี้” (นักร้อง 4 คน ร่วมร้องเพลง) สำหรับเปิดในสถานี 3) อินโฟกราฟิก ประหยัดน้ำ 4 ตอน 4) VOX POP ผู้เกี่ยวข้องระบบบริหารจัดการน้ำและแนวทางรอดในสถานการณ์ภัยแล้ง

5.7 จัดกิจกรรม Caravan Thai PBS “นกอาสา สู้ภัยแล้ง” ลงพื้นที่ขาดแคลนน้ำ โดยมีแผนการจัดค่ายนกอาสาทั้งสิ้น 6 ครั้ง คือ

ครั้งที่ 1 วันที่ 15 - 17 มีนาคม จ.สุพรรณบุรี

ครั้งที่ 2 วันที่ 30 - 31 มีนาคม จ.อยุธยา

ครั้งที่ 3 วันที่ 19 - 21 เมษายน จ.ฉะเชิงเทรา

ครั้งที่ 4 วันที่ 26 - 28 เมษายน จ.อุตรดิตถ์

ครั้งที่ 5 วันที่ 17 - 19 พฤษภาคม จ.พิษณุโลก

ครั้งที่ 6 วันที่ 24 - 26 พฤษภาคม จ.นครสวรรค์

และทุกครั้งมีการจัดรายการสถานีประชาชนในพื้นที่ประสบภัยแล้งที่ไทยพีบีเอสไปจัดกิจกรรมค่ายนกอาสาด้วย

5.8 จัดกิจกรรมวิ่งการกุศล “แบ่งน้ำใช้ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง มินิมารathon” ระยะทาง 5 กิโลเมตร และ 10 กิโลเมตร มีองค์กรร่วมจัดประกอบด้วย สมาพันธ์ชมรมเดิน วิ่งเพื่อสุขภาพไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมูลนิธิไทยพีบีเอส มีบุคคลภายนอกที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 3,786 คน และพนักงาน Thai PBS เข้าร่วมจำนวน 62 คน ภายในงานมีการประมูลของรักดาราด โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายจากการจัดกิจกรรมมอบให้มูลนิธิไทยพีบีเอส เพื่อใช้ในกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ ช่วยเหลือภัยแล้ง เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 339,606.บาท

ปตท. ร่วมสนับสนุนกิจกรรมโครงการ ด้วยการส่งข้อความทาง PTT Line เผยแพร่เพลง “เพื่อวันพรุ่งนี้” และกิจกรรมวิ่งการกุศลไปยังสมาชิก PTT Line กว่า 37 ล้านคน

5.9 ประสานงาน ธกส.เพื่อเตรียมทำโครงการ ปลุกวันแม่ เกี่ยววันพ่อ เพื่อให้ข้อมูลเกษตรกร ในการบริหารความเสี่ยงจากการทำการเกษตร โดยเสนอทางเลือกอื่นในการปลูกพืชทดแทน

การดำเนินงานจนถึงสิ้นเดือน เมษายน 2559 เป็นการดำเนินการในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 คือการสร้างความตระหนัก และการรณรงค์ ลงมือแก้ไขปัญหา ยังคงเหลือระยะที่ 3 และระยะที่ 4 คือการหาทางออกของปัญหาและการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน

ผลที่ได้รับจากโครงการแบ่งน้ำใจ ปันน้ำใจ สู้ภัยแล้ง

1. สร้างความตื่นตัวให้สื่อต่าง ๆ แข่งขันกันรายงานข่าวปัญหาภัยแล้งมากขึ้นหลังจากที่ไทยพีบีเอสเริ่มรายงานข่าวอย่างจริงจังจนนายกรัฐมนตรีออกมาพูดถึงไทยพีบีเอส
2. หน่วยงานภาครัฐได้แสดงบทบาทและเร่งหามาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหามากขึ้น เช่น การประกาศพื้นที่ประสบปัญหาภัยแล้ง การขอความร่วมมือประหยัดน้ำช่วงสงกรานต์ การนำเสนอข่าวหน่วยงานรัฐลงมือแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม
3. หน่วยงานเอกชนและราชการ อปท.หลายแห่งนำแนวความคิดของโครงการไปขยายผล เช่น กรณีสงกรานต์วิถีไทยที่ ททท. อบจ.และเทศบาลนครเชียงใหม่ และขอนแก่น ร่วมรณรงค์อย่างจริงจัง
4. การเปิดตัวโครงการด้วยการแถลงข่าวร่วมกับ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและองค์กรธุรกิจ เป็นปรากฏการณ์ใหม่และการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของการเป็นสื่อของทุกภาคส่วนที่ชัดเจนมากขึ้น
5. เป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้นในภาคราชการ ธุรกิจเอกชน และประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะเครื่องหมายสัญลักษณ์โครงการ ได้มีการนำไปเผยแพร่ในสื่อรณรงค์ของหน่วยงานต่างๆ เช่น ปตท. ได้ทำสื่อรณรงค์ในปั้มน้ำมันทั่วประเทศ เป็นต้น
6. เป็นการสร้างความรู้สึก “การเข้าถึงไทยพีบีเอส” ที่เป็นรูปธรรมของประชาชนทุกภาคส่วนอีกวิธีหนึ่งจากการจัดงานวิ่งการกุศลที่มีบุคคลภายนอกเข้ามาใช้สถานที่ของไทยพีบีเอสจำนวนมากในบรรยากาศเป็นกันเองเสมือนบ้าน
7. มีการสร้างพันธมิตรเพิ่มขึ้นโดยมีองค์กรภาคีเข้าร่วมโครงการทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 30 องค์กร
8. สร้างการตื่นตัวและการเรียนรู้ของพนักงานในการทำงานร่วมกันระหว่างสำนักต่าง ๆ ที่ต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด ตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่แตกต่างกันภายใต้กลไกคณะทำงานโครงการ
9. สร้างความเข้าใจในหลักการและวิธีการทำงานรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่ต้องมีการกำหนดเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง และมีแผนดำเนินการในแต่ละขั้นตอนที่ชัดเจน โดยจะต้องมีความเข้าใจในโครงสร้าง องค์กรประกอบ และกระบวนการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเสียก่อน

นอกจากนี้เพื่อติดตามผลการดำเนินงาน สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ (สวส.) จึงได้จัดทำ “การสำรวจความคิดเห็นประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่อการรับรู้ข้อมูลและการทำหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในวิกฤตภัยแล้ง ปี 2559” โดยให้ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์) เป็นผู้ดำเนินการวิจัย

ผลการสำรวจดังกล่าวพบว่า สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสติดอยู่ใน 3 อันดับแรก ที่ผู้ชมนึกถึงในการเลือกชมหากต้องการทราบสถานการณ์ภัยแล้ง โดยมีการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับภัยแล้งจากช่องไทยพีบีเอสมากถึงร้อยละ 48.3 และในกลุ่มตัวอย่างนี้ ได้ประเมินผลการนำเสนอข่าวภัยแล้งของทางช่องไทยพีบีเอส เมื่อเปรียบเทียบกับช่องอื่น ๆ อยู่ในระดับ “มีคุณภาพมาก” (ค่าเฉลี่ย 3.90 คะแนน) มีคะแนนสูงสุดในการให้ประโยชน์ต่อผู้ชมและสังคม

นอกจากนี้ภาพรวมความพึงพอใจต่อการนำเสนอข่าววิกฤตภัยแล้งปี 2559 ของช่องไทยพีบีเอส พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมากถึงร้อยละ 53.7

ในด้านการสร้างความตระหนักรู้ถึงประเด็นความรุนแรงของภัยแล้งในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ามี ความรุนแรงในปัจจุบันอยู่ในระดับมากถึงร้อยละ 87.2 และมีพฤติกรรมการใช้น้ำในช่วงการรณรงค์ที่ลดลงถึงร้อยละ 32.2

สำหรับท่านที่สนใจศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม สามารถอ่านต่อได้ที่

- รายงานการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่อการรับรู้ข้อมูลและการทำหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในวิกฤตภัยแล้งปี 2559 : [\(.ใส่link ตาม PDF ที่แนบมาค่ะ\)](#)