

Thailand Campaign ภายใต้ชื่อ “มหกรรมอย่าให้ใครว่าไทย” โดย 6 ภาควิชาจับมือเครือข่ายกว่า 86 องค์กร สร้างพฤติกรรมไร้หนี้



ปัจจุบันวิกฤตปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ประกอบกับสื่อก็เป็นปัจจัยหนึ่งของปัญหาการสร้างค่านิยมที่ผิดหลายรูปแบบ รวมถึงกระแสวัตถุนิยม จริยธรรมและคุณธรรมของคนไทยเสื่อมลง ซึ่งการบรรเทาปัญหาที่เป็นอยู่คือเริ่มที่คนเป็นหลัก แต่แนวโน้มของปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะยาวจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและยั่งยืนของประเทศชาติ

โครงการ Thailand Campaign ภายใต้ชื่อ “มหกรรมอย่าให้ใครว่าไทย” โดย เครือข่ายอนาคตไทย ได้แก่ สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.) สภาหอการค้าไทย และมูลนิธิมั่นพัฒนา ร่วมกับภาควิชาเครือข่ายกว่า 86 องค์กร ได้เล็งเห็นปัญหาดังกล่าว จึงร่วมมือกันจัดงานดังกล่าวขึ้น มีจุดมุ่งหมายกระตุ้นให้คนในชาติปรับเปลี่ยนทัศนคติ ลดเลิกพฤติกรรมที่ไม่ดี ซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่จะทำให้ประเทศพัฒนาต่อไป โดยมุ่งส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวกใน 4 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมโดยใช้กลยุทธ์ “หนามยอกเอาหนามบ่ง” ภายใต้ 4 แกนหลัก คือ อย่าให้ใครว่าไทยฟุ้งเฟ้อ อย่าให้ใครว่าไทยขี้โกง อย่าให้ใครว่าไทยไร้สติ และอย่าให้ใครว่าไทยมั่งง่าย โดยมีการจัดงานเปิดตัว Thailand Campaign ภายใต้ชื่อ “มหกรรมอย่าให้ใครว่าไทย” เพื่อให้ประชาชนได้เกิดการเรียนรู้ ตระหนักและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

การจัดงาน Thailand Campaign ภายใต้ชื่อ “มหกรรมอย่าให้ใครว่าไทย” ในครั้งนี้เป็นช่วงสร้างพฤติกรรมไร้หนี้ มีสโลแกนว่า “มีวินัยกับความเพียร ไร้หนี้ มีปัญญา” เพื่อสร้างการรับรู้และเรียนรู้เรื่อง “ความไม่ฟุ้งเฟ้อ” ว่าการจะใช้จ่ายเงินต้องคิดก่อนใช้ เช่น กู้เงินเพื่อสิ่งจำเป็นได้แต่ไม่ควรเป็นหนี้เกินตัว หรือใครที่มีรายได้แล้วต้องรู้จักออม เหมือนเป็นการกระตุ้นการรับรู้ว่าการใช้เงินให้คุ้มค่าแต่พอดีนั้นสามารถทำได้

นอกจากนี้ ยังชี้ให้เห็นถึงปัญหาด้านการเงินที่เกิดจากการสร้างหนี้เกินตัว รวมถึงการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวกในมิติสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยภายในงานจะประกอบด้วยการเล่นและกิจกรรมต่างๆ มุ่งเน้นการเผยแพร่ค่านิยมไม่ฟุ้งเฟ้อและอื่นๆ ตลอดจนการนำเสนอแนวคิดในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม รวมถึงการประชาสัมพันธ์

CSR ของภาคีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของแคมเปญและการดำเนินงานของเครือข่ายอนาคตไทย

การรณรงค์จะประสบความสำเร็จสูงมากหากเราช่วยกันรวมพลัง ซึ่งจะจัดงานทั้งหมด 6 ครั้ง เริ่มที่กรุงเทพมหานคร เป็นที่แรก และครั้งนี้เป็นครั้งที่ 2 จัดขึ้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงานเป็นรูปแบบ “งานวัด Expo” ตลาดนัดแบบ ไทยๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากที่สุดเพราะจับต้องได้ กิจกรรมหลัก คือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษา ครู บุคคลทั่วไป และแหล่งชุมชน สำหรับการเสวนา เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความตระหนักต่อวิกฤตและกระตุ้นพลังบวกของผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ ยังมีการจัดนิทรรศการ และรถแห่ LED เพื่อประชาสัมพันธ์ด้วย

สำหรับกิจกรรมบนเวทีมีการเล่นเกมส์แจกของรางวัล โดยมีภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม องค์กรภาคเอกชน และองค์กรสื่อมวลชนเข้าร่วมรณรงค์กว่า 85 องค์กร อาทิ การประสานครหลวง สำนักป้องกัน และปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) สถานีวิทยุกระจายเพื่อสังคม FM 99.5 MHz ฯลฯ

สุดท้ายนี้ เรายังคงเดินหน้าสะท้อนปัญหาสังคมไทย จัดกิจกรรมเชิงรุกร่วมกับทุกภาคีเครือข่าย ซึ่งการระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเข้าถึงประชาชนมากที่สุดเพื่อให้เกิดการปฏิบัติได้จริง และสามารถขับเคลื่อนปรับเปลี่ยนสังคมไทยให้แข็งแรงยั่งยืนตลอดไป