



แดกก้อ-ต่อ ยอด
ศิลา โคมฉาย

ปัญหา และ ภาพพจน์

อาจะเป็นความบังเอิญ และดูจะมีผลในทางดี เกือบ สดชื่นกัน ขณะชาวเสม็ด รวมพลังกับเหล่าศิลปิน คนรักทะเล จัด คอนเสิร์ต 'รักเสม็ด รักปะการัง คืนชายฝั่งให้ประมงพื้นบ้าน'

แบบประกาศยกพลขึ้นเกาะ อึกทึกครึกโครม

หมายปลุก กระตุ้น เกาะติดการฟื้นฟูเกาะเสม็ดในทุกด้าน จาก ผลกระทบที่เกิดจากน้ำมันดิบรั่วไหล

ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม ชีวิตความเป็นอยู่ผู้คน ธุรกิจการท่องเที่ยว...

ปตท. เจ้าของปัญหาก็ปล่อยหนังโฆษณา Better Samed เราไป เทียวเสม็ดกันเถอะ! ในจังหวะเวลาใกล้เคียงกัน

หนังที่เริ่มต้นด้วยปัญหาคาใจ...คุณอาจสงสัยว่า เสม็ดวันนี้เป็น อย่างไร?

ก่อนจะถึงคำตอบ เสม็ดเริ่มดีขึ้นแล้ว

เหลือแค่ความรู้สึกของคนไทย ที่ยังไม่เหมือนเดิม

ทางดีที่ว่า คือพลังโฆษณาจากสองภาคส่วน น่าจะชักชวนใครต่อ ใคร คนทั้งในและนอกพื้นที่ เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตล้านหลาม

คอนเสิร์ตที่ว่า จะจัดกันยาวเหยียดข้ามวันข้ามคืน เริ่มแต่เที่ยงวันที่ 21 กันยายน 2556 ณ หาดปะการัง ระตุมคิดบินมากมาย ตั้งแต่ สุรชัย จันทิมาธร มงคล อุทก พงษ์เทพ กระโดนชำนาญ ชูชู เสก คักดีลีที้ ไปจนถึงพระเอกคนดัง เป้ เสลอ สุกัญญา มิเกล

คอนเสิร์ตเชิงสร้างสรรค์ จะได้ไม่มีเหงา

แล้วคนจำนวนล้านหลามที่ว่า ไปดูกับตาสัมผัสกับตัว ส่องสภาพยับเยินของอ่าวพร้าว ได้รับการแก้ไขไปถึงไหนแล้ว และตั้งคำถามถึงลำดับต่อไป พร้อมจะติดตามแบบกัดไม่ปล่อย

ทั้งจับเข้าคุยกับคนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ถึงเรื่องการเยียวยา และฟื้นฟู

พิสูจน์คำประกาศของ ปตท. วันนี้เรายังคงดูแลธรรมชาติ และผู้คน อย่างต่อเนื่อง

โดยเฉพาะคนที่อาจมองในมุมร้าย เห็นว่า เมื่อยังไม่ผ่านการพิสูจน์ และรับรองจากส่วนที่เชื่อถือได้ ก็ไม่ควรไปสร้างภาพความเป็นปกติให้ เกาะ

หวังว่า คราบหนักลึกลับของปัญหาจะพลอยจางลง

หันงโหมเฒา เราไปเที่ยวเสม็ดกันเถอะ! ของ ปตท. เหมือนจะนำ เสนออย่างระมัดระวัง เอาจริงๆเข้าไปเกี่ยวข้องไม่มากนัก เลี่ยง จากการถูกจับตามอง และตีความอันไม่พึงประสงค์

ให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวต่างชาติ อธิบายความคำว่า เสม็ดดีขึ้น แล้ว ในแง่สภาพธรรมชาติและการท่องเที่ยว พร้อมภาพน้ำทะเลใสราว กระจก หาดทรายขาวนวลกระจ่าง

คนพื้นบ้านยืนยันถึงความปลอดภัยของอาหารการกิน ของสดจาก ทะเล

ปตท. แคประกาศความรับผิดชอบ มีวางมือ

แต่สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการพิสูจน์ เพราะองค์กรยักษ์ใหญ่ทาง ธุรกิจทั้งหลาย ล้วนเข้าชองและให้ความสำคัญ พร้อมจะทุ่มทุนก้อนโต กับการสร้างภาพพจน์ที่ดี

ซึ่งเป็นคนละเรื่องกับการแก้สิ่งที่เบ็นปัญหา

ผมเคยพบข่าวเก่า 2-3 ปีก่อน รายงานเสนอผลสำรวจความคิดเห็น ผู้บริหารระดับประธานกรรมการทั่วโลก ครั้งที่ 13 ที่เรียกว่า ซีอี โอ เซอร์เวย์ โดยไฟรชวอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์

ถามถึงความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

มติชน สุดสัปดาห์

Matchon Weekend
Circulation: 350,000
Ad Rate: 450

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 27 กันยายน - พุธสัปดาห์ 3 ตุลาคม 2556

ปีที่: 33

ฉบับที่: 1728

หน้า: 67(บน)

Col.Inch: 48

Ad Value: 21,600

PRValue (x3): 64,800

ศิลปิน: สีสี่

คอลัมน์: แดกก้อ-ตอยอด: ปัญหา และ ภาพพจน์

ในประเด็นสิ่งแวดล้อมและพลังงาน ประดาท่านผู้นำสูงสุดองค์กร
ธุรกิจโนเอเชีย เกินกว่าครึ่งเห็นว่า การริเริ่มมาตรการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
ทำให้องค์กรของตนได้รับประโยชน์

ร้อยละ 64 บอกว่า จะส่งผลประโยชน์ต่อภาพลักษณ์องค์กร อีก
ร้อยละ 31 เห็นว่า มาตรการนี้จะนำมาซึ่งรายได้

องค์กรจะเพิกเฉยไม่ได้ เพราะผลจากการกระทำขององค์กร ส่ง
ผลเชิงลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ในที่สุดจะส่งผลกระทบต่อทุกคน
ไม่เร็วก็ช้า จึงมีข้อเสนอไปทางภาครัฐ ให้ลองกำหนดมาตรการจูงใจ
เพื่อกระตุ้นให้ภาคธุรกิจ หันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เช่น การ
ยกเว้นด้านภาษี

1 ใน 4 ของซีอีโอจากทั่วโลกเชื่อว่า ภาพพจน์ของกลุ่มอุตสาหกรรม
ต้องหม่นหมองไป เนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจ ร้อยละ 64 ระบุว่า กลุ่ม
อุตสาหกรรม ธนาคาร และตลาดทุน ได้รับผลกระทบทางด้านความ
เชื่อมั่นมากที่สุด

พวกเขาบอกว่าต้องใช้กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ เข้ามาช่วยกอบกู้
เชิดชูชื่อเสียง และปรับภาพลักษณ์องค์กรตน เน้นให้มีภาพตึงตังเกี่ยว
กับสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

พูดให้ชัดคือต้องมุ่งแก้ปัญหาให้ภาพลักษณ์

ร

ัฐบาล พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ มีบางถ้อยคำที่น่าจดจำและรำลึก
ท่านว่า เราต้องมุ่งแก้ปัญหาให้คน ไม่ใช่แก้กฎหมาย

ในยามสารพัดม็อบ ปิดล้อมรายรอบทำเนียบ นานาปัญหาคาราคา
ซัง ยืดเยื้อ แทบทุกกลุ่มไม่เคยได้รับการแก้ไข เพราะมีปัญหาดิดข้อ
กฎหมาย นั่น...อาจต้องไปแก้กฎหมาย เพื่อทำให้ถูกต้อง

จนแล้วจนรอดไม่มีใครกล้าลงมือสะสาง ปัญหาประชาชนจึงเคยจบ
ปดท. คงรู้ซึ้งและเข้าใจดี ยิ่งเป็นยุคปัจจุบัน การแก้ปัญหาด้าน
ภาพพจน์ ให้กับภาพที่กระพือไหว ไม่มีใครยอมรับได้

มีแต่ต้องแก้ปัญหาให้กับสิ่งที่ปัญหาจริง อย่างจริงจัง
เท่านั้นเป็นคำตอบ ●