



พลังแห่งการสื่อสารเครือข่าย สู่การเปลี่ยนแปลงนโยบาย: การปลดล็อกตลาดคราฟท์เบียร์ไทย

รัตน์สุดา ทองแดง¹, กรกช จันทรบุญ², วิทยาธร ท่อแก้ว³ และสมาน งามสนิก³

Received: December 3, 2025

Revised: December 30, 2025

Accepted: January 14, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พลวัตการสื่อสารเครือข่ายของกลุ่ม "ประชาชนเบียร์" ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงนโยบายเพื่อปลดล็อกตลาดคราฟท์เบียร์ในประเทศไทย โดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นเครื่องมือหลักในการแสวงหาข้อเท็จจริง ผ่านการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิที่ครอบคลุมบทสัมภาษณ์ของแกนนำที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ การวิเคราะห์เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ และบันทึกเหตุการณ์ทางนิติบัญญัติ โดยนำมาสังเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และทฤษฎีเครือข่าย

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็นสองมิติหลัก มิติแรก กระบวนการและกลยุทธ์การสื่อสารเครือข่าย พบว่ามีการใช้กระบวนการสร้างฐานความรู้เพื่อสร้างการรับรู้ปัญหา การปรับเปลี่ยนทัศนคติของสังคม และการสร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ ผ่านการบูรณาการกลยุทธ์การสื่อสารทั้งภายในเครือข่าย การสื่อสารข้ามเครือข่าย และการสื่อสารสาธารณะเพื่อกระตุ้นผู้กำหนดนโยบาย มิติที่สอง ปัจจัยกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารเครือข่าย พบว่าขึ้นอยู่กับทุนทางสังคม (Social Capital) โดยเฉพาะความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งระหว่างสมาชิก ความน่าเชื่อถือของผู้นำเครือข่าย และความสามารถในการจัดการความขัดแย้งเพื่อแสวงหาจุดร่วมของผลประโยชน์

บทสรุปจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า แม้ร่างพระราชบัญญัติสุราก้าวหน้าจะไม่ผ่านการพิจารณาของรัฐสภาในวาระแรก แต่กระบวนการสื่อสารเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพได้ก่อให้เกิดพลังกดดันทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ จนนำไปสู่การแก้ไขกฎหมายระดับรองในที่สุด การศึกษานี้จึงไม่เพียงสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารเครือข่ายในบริบทสังคมไทย แต่ยังนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาคประชาสังคม ภาครัฐ และนักวิชาการ ในการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ

คำสำคัญ: การสื่อสารเครือข่าย / การเปลี่ยนแปลงนโยบาย / พลังประชาสังคม / คราฟท์เบียร์ / ทุนทางสังคม

¹ผู้รับผิดชอบบทความ: รัตน์สุดา ทองแดง สาขานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชาเทคนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช E-mail: rutsuda.th@gmail.com

²นักศึกษา หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชาเทคนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชาเทคนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³รองศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชาเทคนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

The Power of Network Communication for Policy Change: Deregulation of Thailand's Craft Beer Market

Rutsuda Thongdaeng¹, Korrakoch Kantaboon²,
Wittayatorn Tokaew³ and Sman Ngamsanit³

Abstract

This study aims to analyze the network communication dynamics of the "Beer People" group in driving policy change for the deregulation of Thailand's craft beer market. Employing a qualitative documentary research approach, data were collected from secondary sources, including public interviews with key leaders, social media content analysis, and legislative records. The study utilizes strategic communication theory and network theory as the analytical frameworks.

The findings are categorized into two main dimensions. First, regarding network communication processes and strategies, the study found that the movement employed knowledge creation to raise problem awareness, reframe social attitudes, and build strategic alliances. This was achieved through integrated communication strategies across internal, cross-network, and public levels to pressure policymakers. Second, regarding success factors, the effectiveness of network communication relied heavily on social capital – specifically trust and strong relationships among members—as well as the credibility of network leaders and the ability to manage conflict to create shared interests.

The study concludes that although the Progressive Liquor Bill did not pass its initial legislative review, the effective network communication process generated significant social pressure that ultimately led to subordinate legal amendments. This research contributes to the body of knowledge on network communication innovation in the Thai context and offers policy recommendations for civil society, government, and scholars to enhance communication capacities for public policy advocacy.

Keywords: Network communication / Policy change / Civil society power / Craft beer / Social capital

¹ **Corresponding Author:** Rutsuda Thongdaeng, Communication Innovation for Local Politics and Administration, School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, E-mail: rutsuda.th@gmail.com

¹ Student of Education program in Communication Innovation for Political and Local Administration, School of Communication Art, Sukhothai Thammathirat Open University

² Assistant Professor Dr. of Education Program in Communication Innovation for Political and Local Administration, School of Communication Art, Sukhothai Thammathirat Open University

³ Associate Professor Dr. of Education Program in Communication Innovation for Political and Local Administration, School of Communication Art, Sukhothai Thammathirat Open University

1. บทนำ

ในยุคที่การสื่อสารได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การศึกษาถึงรูปแบบและกลไกการสื่อสารที่สามารถระดมพลังประชาชนให้เกิดเป็นพลังขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง งานวิจัยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของพลเมืองและการผลักดันนโยบายสาธารณะในหลายประเทศ (Wilkins et al., 2014) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมอย่างต่อเนื่อง การเคลื่อนไหวของภาคประชาสังคมเพื่อเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพต่าง ๆ ได้พัฒนารูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายและซับซ้อนขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงนวัตกรรมทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสังคมไทยร่วมสมัย การศึกษาเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมได้ชี้ให้เห็นว่าการใช้เครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างแรงกดดันต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยการสื่อสารไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการแพร่กระจายข้อมูล แต่ยังเป็นกระบวนการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สำคัญ (Hallahan et al., 2007)

กรณีศึกษาของการเคลื่อนไหวเพื่อปลดล็อกตลาดคราฟท์เบียร์ในประเทศไทยเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจของการใช้นวัตกรรมสื่อสารเครือข่ายเพื่อท้าทายโครงสร้างอำนาจและกฎหมายที่ล้าสมัยตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศไทยถูกควบคุมอย่างเข้มงวดด้วยพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 และที่แก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งกำหนดให้ผู้ผลิตต้องมีการกักตุนและทุนจดทะเบียนขั้นต่ำสูงมาก ข้อกำหนดดังกล่าวทำให้เกิดการผูกขาดโดยผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย ส่งผลให้ตลาดเบียร์ไทยขาดความหลากหลายและการแข่งขันที่เป็นธรรม (Talek et al., 2024) สถานการณ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง regulatory capture ที่ Hoontrakul และ Songsumphan (2009) ได้ชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีลักษณะเป็นตลาดกึ่งผูกขาด (oligopoly) โดยธรรมชาติ ซึ่งจำเป็นต้องมีการแทรกแซงของรัฐเพื่อแก้ไขปัญหาภายนอกเชิงลบที่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม การนำเข้าคราฟท์เบียร์จากต่างประเทศตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2010 และการเติบโตของวัฒนธรรมการบริโภคเบียร์คุณภาพได้กระตุ้นให้เกิดความต้องการผลิตเบียร์ท้องถิ่น ซึ่งถูกจำกัดด้วยกฎหมายที่เข้มงวด ปรากฏการณ์นี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความรู้และเรียกร้องทางเลือกที่หลากหลาย ในขณะเดียวกัน การศึกษาของ Kaewpramkusol et al. (2018) ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีช่องว่างในการควบคุมความพร้อมใช้และการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะการควบคุมจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คงที่ในระดับสูง

การตอบสนองต่อข้อจำกัดดังกล่าว กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงรวมตัวกันเป็นเครือข่าย "ประชาชนเบียร์" ซึ่งประกอบด้วย "คนดื่ม" (ผู้ผลิตและผู้ที่ต้องการเป็นผู้ผลิต) "คนขาย" (ผู้ประกอบการร้านค้าและร้านอาหาร) และ "คนดื่ม" (ผู้บริโภคที่มีความรู้และความสนใจในเบียร์คุณภาพ) เพื่อใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือหลักในการเรียกร้องให้มีการปฏิรูปกฎหมาย การรวมตัวของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Bennett & Segerberg (2012) เกี่ยวกับ logic of connective action ที่เน้นว่า

การเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคดิจิทัลมักเกิดจากการเชื่อมโยงของผู้คนที่มีความสนใจร่วมกันมากกว่าการจัดตั้งองค์กรอย่างเป็นทางการ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารแบบเฉพาะบุคคล (personalized communication) และสื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการจัดระเบียบการกระทำร่วมกันในยุคปัจจุบัน โดยการสื่อสารทำหน้าที่เป็นกระบวนการจัดองค์การที่อาจทดแทนหรือเสริมรูปแบบการกระทำร่วมกันแบบดั้งเดิมที่อาศัยการระดมทรัพยากร ผู้นำ และการสร้างกรอบการกระทำร่วมกัน

เครือข่ายประชาชนเปียร์ได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลายและซับซ้อน ทั้งการจัดกิจกรรมสาธารณะ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการมีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายสาธารณะ ซึ่งสะท้อนถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดเครือข่ายในสังคมร่วมสมัย Castells (2012) ได้อธิบายว่าเครือข่ายเป็นรูปแบบทางสังคมใหม่ของสังคมในยุคข้อมูลข่าวสาร โดยเครือข่ายทางสังคมในยุคอินเทอร์เน็ตมีความสามารถในการเชื่อมโยงผู้คนข้ามพรมแดนทางภูมิศาสตร์และสังคม สร้างพื้นที่สาธารณะใหม่สำหรับการแสดงออกทางการเมืองและการระดมพลัง การศึกษาของ Marcinek et al. (2022) ยังชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารและเครือข่ายมีบทบาทสำคัญต่อการแพร่กระจายและพลวัตของการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยเทคโนโลยีการสื่อสารที่เพิ่มการปฏิสัมพันธ์แบบเกิดขึ้นเอง (spontaneous interaction) ช่วยจุดประกายการเคลื่อนไหวทางสังคม ในขณะที่การปรับปรุงเทคโนโลยีเครือข่ายมีประสิทธิผลในการเร่งการเติบโตของการเคลื่อนไหวในระยะกลาง

การเคลื่อนไหวนี้ได้นำไปสู่การเสนอร่างพระราชบัญญัติสุราก้าวหน้าในปี พ.ศ. 2563 โดยพรรคก้าวไกล (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นพรรคประชาชน) ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดและส่งเสริมการผลิตเบียร์ขนาดเล็ก แม้ว่าร่างกฎหมายดังกล่าวจะไม่ผ่านการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติในครั้งแรก แต่กระบวนการที่เกิดขึ้นได้สร้างพลังประชาสังคมที่สำคัญ และในที่สุดได้นำไปสู่การแก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 153 ของพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิตในปี พ.ศ. 2568 ซึ่งผ่อนคลायข้อจำกัดการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถขอใบอนุญาตผลิตและครอบครองอุปกรณ์กลั่นได้ ความสำเร็จนี้สะท้อนถึงพลังของการสื่อสารเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการเปลี่ยนแปลงนโยบาย แม้จะเผชิญกับอุปสรรคจากผู้มีอำนาจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเดิม

เพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือในเชิงประจักษ์ บทความนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นหลักในการแสวงหาข้อเท็จจริง โดยมุ่งเน้นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ครอบคลุมช่วงเวลาของการเคลื่อนไหว ประกอบด้วย 1) การรวบรวมบทสัมภาษณ์ของแกนนำเครือข่ายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ เพื่อสะท้อนถึงเจตจำนงและยุทธศาสตร์การสื่อสาร 2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) บนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเพจ Facebook "ประชาชนเปียร์" เพื่อถอดรหัสรูปแบบข้อความ ภาพ และวาทกรรมที่ใช้ในการรณรงค์ และ 3) การสังเกตการณ์ปรากฏการณ์ทางสังคมผ่านบันทึกเหตุการณ์ ข่าวสาร และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางนิติบัญญัติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สังเคราะห์ร่วมกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎี

บทความนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์พลวัตการสื่อสารเครือข่ายของกลุ่มประชาชนเปราะบางในสองมิติหลัก ประการแรก การศึกษากระบวนการและกลยุทธ์การสื่อสารเครือข่ายที่ใช้ในการสร้างพลังประชาสังคม โดยมุ่งเน้นทั้งกระบวนการสร้างฐานความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการสร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ ตลอดจนกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในแต่ละระดับของเครือข่าย ทั้งการสื่อสารภายในเครือข่าย การสื่อสารข้ามเครือข่าย และการสื่อสารสู่สาธารณะและผู้กำหนดนโยบาย ประการที่สอง การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารเครือข่าย โดยเน้นบทบาทของทุนทางสังคมและความน่าเชื่อถือของผู้นำ กลไกการจัดการความขัดแย้งและการสร้างจุดร่วมของผลประโยชน์ รวมถึงนัยยะต่อนโยบายสาธารณะ และทิศทางการวิจัยในอนาคต

การศึกษานี้ใช้กรอบแนวคิดทางทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (strategic communication) และทฤษฎีเครือข่าย (network theory) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยบูรณาการแนวคิดของ Bennett & Segerberg (2012) เกี่ยวกับ logic of connective action กับแนวคิดของ Castells (2012) เกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคมในยุคข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการระดมพลังทางสังคม (social mobilization) และการสร้างกรอบความหมาย (framing processes) ในการเคลื่อนไหวทางสังคม ผลการศึกษาจะช่วยสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่มีการผูกขาดและอุปสรรคทางกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sornpaisarn et al. (2020) ที่ได้ศึกษากระบวนการสนับสนุนนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฉบับแรกของประเทศไทย โดยพบว่าการใช้กลยุทธ์พันธมิตรสามฝ่าย (triangle that moves the mountain) ที่ประสานงานระหว่างพลังนโยบาย ความรู้ และประชาสังคม ประกอบกับกิจกรรมการสนับสนุนผ่านสื่อ สามารถเพิ่มการยอมรับของสาธารณะและรัฐบาลต่อกฎหมายที่เสนอได้

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำความเข้าใจว่าการสื่อสารและการเคลื่อนไหวทางสังคมสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายได้อย่างไร แม้ในบริบทที่มีโครงสร้างอำนาจและผลประโยชน์ทับซ้อนอย่างซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wilkins et al. (2014) ที่เสนอให้มองการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในหลายมิติ ทั้งการใช้การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และการเมือง การใช้การสื่อสารโดยนักกิจกรรมเพื่อระดมพลังทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และการใช้สื่อทางเลือกและสื่อชุมชนเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงหรือเป็นเครื่องมือต่อต้านและยืนยันอัตลักษณ์ที่แตกต่าง บทความนี้จึงมีส่วนสนับสนุนต่อองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับพลวัตการสื่อสารเครือข่ายในบริบทสังคมไทย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะในประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. พลวัตการสื่อสารเครือข่าย – กระบวนการและกลยุทธ์

2.1 กระบวนการสร้างพลังประชาสังคมผ่านการสื่อสาร

การสื่อสารเครือข่ายของกลุ่มประชาชนเปียร์แสดงให้เห็นถึงกระบวนการที่มีระบบในการแปลงประเด็นปัญหาทางกฎหมายให้กลายเป็นพลังทางสังคมเพื่อการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กระบวนการดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็นสองระยะสำคัญที่เชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Klandermans (1984) เกี่ยวกับกระบวนการระดมพลังทางสังคมที่เน้นความสำคัญของการสร้างฐานความรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นพื้นฐานของการมีส่วนร่วม

2.1.1 การสร้างฐานความรู้และการรับรู้ปัญหา ระยะแรกของกระบวนการสื่อสารเครือข่ายเริ่มต้นจากการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากโครงสร้างกฎหมายที่จำกัดการผลิตและจำหน่ายเปียร์ แกนนำผู้ก่อตัวนโยบายซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในวงการคราฟท์เปียร์ตั้งแต่แรกเริ่มได้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (change agents) โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ทั้งการจัดสัมมนาทางวิชาการ การจัดงานแสดงสินค้า และการสร้างเพจบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน (ปฏิภาณ ชัยช่วย และกุลทิพย์ ศาสตรารุจิ, 2559)

การสื่อสารในระยะนี้มุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงประจักษ์หลายมิติ ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดทางกฎหมายที่สร้างอุปสรรคต่อผู้ประกอบการรายย่อย ผลกระทบต่อทางเลือกของผู้บริโภค และโอกาสทางเศรษฐกิจที่สูญเสียไป รวมถึงแนวทางการแก้ไขที่เป็นไปได้ ซึ่งมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ของประเทศอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมคราฟท์เปียร์ กระบวนการสร้างความรู้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในกลุ่มผู้ผลิตเปียร์เท่านั้น แต่ขยายไปยังผู้บริโภคและสาธารณะทั่วไป โดยมุ่งเน้นการนำเสนอคราฟท์เปียร์ในมิติใหม่ที่เกินกว่าการเป็นเพียงเครื่องดื่มมินิเมา แต่เป็นงานฝีมือที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นได้ (นุชนาท จิรวิภาส, 2564)

การใช้กิจกรรมเชิงประสบการณ์เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดทัวร์ชมโรงงานผลิตเปียร์ขนาดเล็ก การสอนการทำเปียร์ในระดับครัวเรือน และการจัดงานเทศกาลเปียร์ ล้วนเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ทำให้ผู้คนเห็นถึงมิติที่หลากหลายของคราฟท์เปียร์ ทั้งด้านศิลปะ วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรม (อรรถพล ทิพย์ดารา และศิวัช ศรีโกตางกุล, 2564) ความสำเร็จในระยะนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง มีหลักฐานรองรับ และเข้าถึงได้ง่าย การใช้ภาษาที่เหมาะสมกับระดับความรู้และบริบทของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอสั้น และเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง ล้วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลที่นำเสนอและสร้างความชอบธรรมทางวิชาการให้กับการเคลื่อนไหว

2.1.2 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการสร้างพันธมิตร เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาในระดับหนึ่งแล้ว กระบวนการสื่อสารจะเข้าสู่ระยะที่สองซึ่งมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการสร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการขยายฐานผู้สนับสนุนและสร้างพลังประชาสังคมที่แข็งแกร่งการสื่อสารในระยะนี้มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนกรอบความคิด (reframing) จากการมองเปียร์เป็นเพียงเครื่องมือที่อาจขัดต่อศีลธรรมมาเป็นการมองเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมของอุตสาหกรรมเปียร์ฝีมือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Snow & Benford (1988) เกี่ยวกับกระบวนการสร้างกรอบความหมาย (framing processes) ในการเคลื่อนไหวทางสังคม

กลยุทธ์สำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือการใช้เรื่องเล่าและประสบการณ์ของผู้คนจริงเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ การนำเสนอเรื่องราวของผู้ผลิตเปียร์รายย่อยที่มีความมุ่งมั่นและความคิดสร้างสรรค์ การแสดงให้เห็นถึงกระบวนการผลิตที่ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัย และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ล้วนช่วยสร้างความรู้สึกเชิงบวกต่อกราฟที่เปียร์และลดอคติที่มีอยู่เดิม นอกจากนี้การเปรียบเทียบกับประเทศที่มีอุตสาหกรรมกราฟที่เปียร์เจริญรุ่งเรืองยังช่วยสร้างแรงบันดาลใจและทำให้เห็นถึงศักยภาพที่สูญเสียไปเนื่องจากกฎหมายที่เข้มงวดเกินความจำเป็น

การสร้างพันธมิตรเป็นส่วนสำคัญของระยะนี้ โดยการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่น ๆ ที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกัน เช่น เครือข่ายสุราชุมชน สมาคมไวน์ไทย และผู้ประกอบการร้านอาหาร ช่วยให้การเคลื่อนไหวมีความหลากหลายและน่าเชื่อถือมากขึ้น (อรรถพล ทิพย์ดารา และศิวัช ศรีโกดางกุล, 2564) การสร้างพันธมิตรต้องอาศัยการนำเสนอประเด็นในมุมมองที่กว้างขึ้น เช่น การเน้นเรื่องของเสรีภาพทางเศรษฐกิจ สิทธิในการประกอบอาชีพ และการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจ ซึ่งช่วยให้เครือข่ายต่าง ๆ สามารถเห็นถึงผลประโยชน์ร่วมกันและเต็มใจที่จะสนับสนุนการเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการสร้างพันธมิตรไม่ได้เกิดขึ้นในชั่วข้ามคืน แต่ต้องอาศัยการสื่อสารที่ต่อเนื่อง มีความสอดคล้องและสร้างประสบการณ์ตรงให้กับกลุ่มเป้าหมาย การใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ที่ให้ผู้รับสารมีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการเคลื่อนไหว ช่วยเสริมสร้างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้เข้มแข็งและยั่งยืนมากขึ้น (พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์, 2556) ตลอดจนนำไปสู่การระดมพลังการมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้น

2.2 กลยุทธ์การสื่อสารข้ามระดับเครือข่าย

การสื่อสารของกลุ่มประชาชนเปียร์มีความซับซ้อนและครอบคลุมหลายระดับของเครือข่าย แต่ละระดับมีวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน แต่ทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการเพื่อบรรลุเป้าหมายเดียวกัน การทำความเข้าใจกลยุทธ์การสื่อสารในแต่ละระดับช่วยให้เห็นถึงความซับซ้อนและความชาญฉลาดของการจัดการสื่อสารในการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gamson & Wolfsfeld (1993) เกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ของช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการเคลื่อนไหวทางสังคม

2.2.1 การสื่อสารภายในและข้ามเครือข่าย การสื่อสารภายในเครือข่ายมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความสามัคคีของกลุ่ม ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในระดับนี้มักเป็นช่องทางที่ไม่เป็นทางการและสร้างความใกล้ชิด เช่น กลุ่มสนทนาบนแอปพลิเคชันไลน์ การประชุมแบบเผชิญหน้า และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ (ณัฐวุฒิ จินารัตน์, 2554) เนื้อหาการสื่อสารในระดับนี้มักเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงปฏิบัติ การประสานงาน การแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ความสำคัญของการสื่อสารภายในเครือข่ายอยู่ที่การสร้างทุนทางสังคม (social capital) ผ่านความไว้วางใจและความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Klandermans (1984) เกี่ยวกับกระบวนการระดมพลังและการมีส่วนร่วมในการเคลื่อนไหวทางสังคม การสื่อสารที่เปิดกว้าง โปร่งใส และให้อีกาสทุกเสียงได้รับการรับฟังช่วยสร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของร่วมกัน (พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์, 2556)

กลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารภายในเครือข่ายคือการสร้างพื้นที่ปลอดภัย (safe space) สำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การฟังอย่างตั้งใจ (active listening) การยอมรับความแตกต่าง และการหาจุดร่วมของผลประโยชน์ การใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ให้อีกาสทุกเสียงได้รับการพิจารณาช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย นอกจากนี้ การสร้างกติกา และกลไกในการจัดการความขัดแย้งที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกทุกคนยังช่วยให้เครือข่ายสามารถรับมือกับความท้าทายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารข้ามเครือข่ายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขยายพลังและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย การเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่น ๆ ที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกัน ช่วยให้การเคลื่อนไหวมีความหลากหลายและน่าเชื่อถือมากขึ้น (อรรถพล ทิพย์ดาราร และศิวัช ศรีโกดางกุล, 2564) การสื่อสารในระดับนี้มุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับประเด็นปัญหา การหาจุดร่วมของผลประโยชน์ และการประสานการทำงานร่วมกัน ความสำเร็จของการสื่อสารข้ามเครือข่ายขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างวาทกรรมที่ครอบคลุม (inclusive discourse) และตอบสนองความต้องการของเครือข่ายที่หลากหลาย การใช้ผู้นำที่มีความน่าเชื่อถือและมีเครือข่ายกว้างขวางเป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้ามเครือข่ายยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการเชื่อมโยง

2.2.2 การสื่อสารสู่สาธารณะและผู้กำหนดนโยบาย การสื่อสารสู่สาธารณะมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ในวงกว้างและระดมการสนับสนุนจากประชาชนทั่วไป ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในระดับนี้ครอบคลุมทั้งสื่อมวลชนแบบดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และแพลตฟอร์มวิดีโอ เนื้อหาการสื่อสารในระดับนี้มุ่งเน้นการนำเสนอประเด็นในลักษณะที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสามารถกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกของผู้รับสารได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Entman (1993) เกี่ยวกับการสร้างกรอบข่าว (news framing) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของสาธารณะ

กลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารสู่สาธารณะคือการสร้างเรื่องเล่าที่น่าสนใจและสามารถสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้รับสาร การใช้กรณีศึกษาของผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากกฎหมาย การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และการใช้สื่อภาพและวิดีโอที่สื่อความหมายได้ชัดเจน

ล้วนช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ปฏิภาณ ชัยช่วย และกุลทิพย์ ศาสตรระจุ, 2559) การสร้างข่าวและเหตุการณ์ที่มีมูลค่าข่าว (news value) เช่น การจัดงานเทศกาลเบียร์ การได้รับรางวัลระดับนานาชาติ หรือการเผชิญหน้ากับอุปสรรคทางกฎหมาย ก็ช่วยดึงดูดความสนใจจากสื่อมวลชนและสาธารณะ การสื่อสารสู่ผู้กำหนดนโยบายต้องการกลยุทธ์ที่แตกต่างจากการสื่อสารสู่สาธารณะ โดยต้องเน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม และการเสนอทางเลือกนโยบายที่เป็นรูปธรรม ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างการเคลื่อนไหวทางสังคมและสื่อมวลชนมีลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกันแบบไม่สมดุล โดยการเคลื่อนไหวต้องการสื่อในการระดมพลัง สร้างความชอบธรรม และขยายขอบเขตของความขัดแย้ง ในขณะที่สื่อมีทางเลือกในการนำเสนอเรื่องราวจากหลายแหล่ง (Gamson & Wolfsfeld, 1993) การสร้างความสัมพันธ์กับนักการเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมในกระบวนการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ และการใช้ช่องทางที่เป็นทางการในการนำเสนอข้อเรียกร้อง ล้วนเป็นส่วนสำคัญของการสื่อสารในระดับนี้ (อรรถพล ทิพย์ดารา และศิวัช ศรีโกตางกุล, 2564) การผสมผสานระหว่างแรงกดดันจากสาธารณะและการนำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการช่วยเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย

2.3 การปะทะสังสรรค์ทางวาทกรรม: กลยุทธ์การสื่อสารโต้ตอบจากภาครัฐและกลุ่มทุน

แม้เครือข่ายประชาชนเบียร์จะประสบความสำเร็จในการสร้างกระแสสังคม แต่การขับเคลื่อนนโยบายต้องเผชิญกับแรงเสียดทานจากการสื่อสารโต้ตอบ (Counter-communication) ของภาครัฐและกลุ่มทุนขนาดใหญ่ ซึ่งใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันในการรักษาโครงสร้างอำนาจเดิม

ในส่วนของภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานที่กำกับดูแลและหน่วยงานด้านสาธารณสุข มักใช้วาทกรรม "การควบคุมเพื่อความปลอดภัยและศีลธรรม" (Discourse of Control for Safety and Morality) เป็นเกราะป้องกัน โดยตีกรอบ (Frame) ว่าการผลิตเบียร์รายย่อยอาจขาดมาตรฐานสุขอนามัย (Hygiene) และยากต่อการจัดเก็บภาษี รวมถึงการใช้วาทกรรมเรื่อง "ผลกระทบทางสุขภาพ" เพื่อสร้างความชอบธรรมในการจำกัดการเข้าถึง (Kaewpramkusol et al., 2018) กลยุทธ์นี้เป็นการผลักภาระในการพิสูจน์ตนเองกลับมาที่ผู้ผลิตรายย่อย และสร้างความหวาดกลัว (Fear Appeal) ให้กับสาธารณะว่าการเปิดเสรีอาจนำไปสู่การบริโภคที่ไร้การควบคุม

ในขณะที่กลุ่มทุนขนาดใหญ่ มักเลือกใช้กลยุทธ์ "ความเงียบเชิงกลยุทธ์" (Strategic Silence) โดยหลีกเลี่ยงการปะทะคารมโดยตรงกับผู้ผลิตรายย่อยเพื่อรักษาภาพลักษณ์องค์กร แต่ใช้การสื่อสารผ่านกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) และแคมเปญรณรงค์เรื่อง "การดื่มอย่างรับผิดชอบ" เพื่อตอกย้ำสถานะผู้ผลิตที่มีมาตรฐานและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social License to Operate) ซึ่งเป็นการสื่อสารทางอ้อมว่าระบบผูกขาด (Oligopoly) ที่มีอยู่เดิมนั้นมีความเสถียรภาพและบริหารจัดการได้ดีกว่า (Hoontrakul & Songsumphan, 2009)

สถานการณ์ดังกล่าวทำให้เกิด "สมรภูมิข่าวสาร" (Information Warfare) ที่เครือข่ายประชาชนเบียร์ต้องปรับกลยุทธ์จากการ "เรียกร้องสิทธิ" เพียงอย่างเดียว มาเป็นการ "รื้อถอนมายาคติ" (Deconstruction) ของภาครัฐ โดยการนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของผู้ผลิตรายย่อย และการ

ชี้ให้เห็นว่าการผูกขาดต่างหากที่เป็นต้นตอของปัญหาโครงสร้างเศรษฐกิจ ไม่ใช่เรื่องศีลธรรม ส่งผลให้การต่อสู้ทางนโยบายนี้มีความแหลมคมและกินความหมายที่กว้างกว่าเรื่องของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์เพียงอย่างเดียว

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จและบทเรียนเชิงนโยบาย

3.1 ปัจจัยกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารเครือข่าย

การวิเคราะห์กรณีศึกษาของกลุ่มประชาชนเปียร์ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญหลายประการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อสร้างพลังประชาสังคม การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้อย่างเป็นระบบช่วยให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะในประเด็นอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.1.1 ทูตทางสังคมและความน่าเชื่อถือ ทูตทางสังคม (social capital) ที่สร้างขึ้นผ่านเครือข่ายความสัมพันธ์และความไว้วางใจระหว่างสมาชิกเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการสร้างความสำเร็จของการสื่อสารเครือข่าย ผู้นำเครือข่ายที่มีความน่าเชื่อถือมีบทบาทสำคัญในการสร้างและรักษาทุนทางสังคมนี้ ผู้นำที่มาจากภาคประชาชนและมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง เช่น ผู้ผลิตเปียร์ มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของสมาชิกเครือข่ายเดียวกันเพราะมีประสบการณ์ตรงและเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง (ณัฐวุฒิ จินารัตน์, 2554) อย่างไรก็ตามการสร้างความน่าเชื่อถือในวงกว้างต้องอาศัยการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการและผู้ที่มีบทบาททางการเมือง เพื่อให้ข้อเรียกร้องมีน้ำหนักและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างมากขึ้น

ความน่าเชื่อถือของผู้นำเครือข่ายสร้างขึ้นจากหลายองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ความสม่ำเสมอและความมั่นคงในจุดยืน ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ และความสามารถในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้นำที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกเครือข่ายและสาธารณะจะช่วยให้การเคลื่อนไหวมีพลังและความเข้มแข็งมากขึ้น การพัฒนาผู้นำให้มีคุณสมบัติเหล่านี้จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความสำเร็จของการสื่อสารเครือข่าย นอกจากนี้การมีผู้นำหลายคนที่มีจุดเด่นแตกต่างกันยังช่วยให้การสื่อสารเครือข่ายมีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้ ผู้นำที่มีทักษะการสื่อสารสาธารณะที่ดี ผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญทางวิชาการ และผู้นำที่มีเครือข่ายทางการเมืองที่กว้างขวาง ล้วนมีบทบาทสำคัญในระดับที่แตกต่างกันของการสื่อสารเครือข่าย

3.1.2 การจัดการความขัดแย้งและสร้างจุดร่วม ความขัดแย้งเป็นปรากฏการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการทำงานเครือข่ายที่มีสมาชิกหลากหลายทั้งในด้านพื้นฐานทางความคิด ผลประโยชน์ และวิธีการทำงาน ความแตกต่างเหล่านี้อาจนำไปสู่ความขัดแย้งที่ถ้าไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมอาจทำให้เครือข่ายอ่อนแอหรือแตกแยก (ณัฐวุฒิ จินารัตน์, 2554) การจัดการความขัดแย้งผ่านกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการสื่อสารเครือข่าย กลยุทธ์สำคัญในการจัดการความขัดแย้งคือการสร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการแสดงความคิดเห็นและการ

แลกเปลี่ยน การฟังอย่างตั้งใจและพยายามเข้าใจมุมมองของผู้อื่น การยอมรับความแตกต่างและหาจุดร่วมที่สามารถทำงานร่วมกันได้ และการใช้กระบวนการตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม

ความสำเร็จในการจัดการความขัดแย้งไม่ได้หมายความว่าความขัดแย้งจะเกิดขึ้น แต่หมายถึงความสามารถในการแปลงความขัดแย้งให้เป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา ความขัดแย้งที่ได้รับการจัดการอย่างสร้างสรรค์อาจนำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น การหาทางออกที่นวัตกรรมและความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งขึ้น การมองความขัดแย้งในเชิงบวกและใช้มันเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเครือข่ายจึงเป็นทัศนคติที่สำคัญ

การสร้างจุดร่วมของผลประโยชน์เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการรวมพลังและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย ถึงแม้สมาชิกเครือข่ายจะมีความสนใจและผลประโยชน์ที่แตกต่างกันในรายละเอียด แต่การหาจุดร่วมที่ทุกคนได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงช่วยให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิไลลักษณ์ ตรีเมฆ และคณะ, 2562) ในกรณีของกลุ่มประชาชนเปียร์ จุดร่วมของผลประโยชน์คือการปลดล็อกข้อจำกัดทางกฎหมายที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างถูกกฎหมาย ผู้บริโภคได้มีทางเลือกที่หลากหลายและมีคุณภาพ และสังคมโดยรวมได้รับประโยชน์จากการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น การสร้างจุดร่วมของผลประโยชน์ต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการทำความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของสมาชิกแต่ละกลุ่ม การนำเสนอวิสัยทัศน์ร่วมที่ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของทุกฝ่าย และการสร้างกลไกในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

3.2 นัยยะต่อนโยบายและข้อเสนอแนะ

3.2.1 บทเรียนสำหรับการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ การศึกษานวัตกรรมการสื่อสารเครือข่ายของกลุ่มประชาชนเปียร์ให้ข้อค้นพบที่สำคัญหลายประการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะในประเด็นอื่น ๆ

ประการแรก การสื่อสารเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพต้องมีความหลากหลายในระดับและรูปแบบ การสื่อสารภายในเครือข่าย การสื่อสารข้ามเครือข่าย และการสื่อสารสู่สาธารณะ ล้วนมีบทบาทสำคัญและต้องทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องและบูรณาการ การมุ่งเน้นเพียงระดับใดระดับหนึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการสร้างพลังประชาสังคมที่แข็งแกร่งและยั่งยืน

ประการที่สอง ทุนทางสังคมและความน่าเชื่อถือของผู้นำเครือข่ายมีผลกระทบอย่างมากต่อความสำเร็จของการสื่อสาร ผู้นำที่มาจากภาคประชาชนและมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงมีความน่าเชื่อถือในกลุ่มเฉพาะ แต่การสร้างความน่าเชื่อถือและความชอบธรรมในวงกว้างต้องอาศัยความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการและผู้มีบทบาททางการเมือง การพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสารของผู้นำและการสร้างทีมผู้นำที่หลากหลายจึงเป็นการลงทุนที่สำคัญ

ประการที่สาม การจัดการความขัดแย้งภายในเครือข่ายผ่านกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเครือข่าย การสร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการแสดงความคิดเห็น การฟังอย่างตั้งใจ และการหาจุดสมมูลร่วมกันเป็นทักษะการสื่อสารที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างจริงจัง

สำหรับภาคประชาสังคมและองค์กรพัฒนาเอกชน ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารของแกนนำและสมาชิกเครือข่ายอย่างเป็นระบบ การสร้างกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในและข้ามเครือข่าย และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารให้เกิดประโยชน์สูงสุด การลงทุนในการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การสร้างเครื่องมือและแพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสม และการสร้างกลไกการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเครือข่ายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานเครือข่ายอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับภาครัฐและผู้กำหนดนโยบาย ควรเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายผ่านการสื่อสารที่เปิดกว้างและโปร่งใส การรับฟังและให้ความสำคัญกับเสียงจากภาคประชาชนอย่างจริงจัง การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม และการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของภาคประชาสังคมจะช่วยเสริมสร้างประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมที่แท้จริง

3.2.2 ทิศทางการวิจัยและพัฒนาในอนาคต สำหรับนักวิชาการและนักวิจัย ควร

ทำการศึกษา

เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารเครือข่ายในบริบทที่หลากหลายเพื่อสร้างความเข้าใจที่ครอบคลุมมากขึ้น การพัฒนาทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์การสื่อสารเครือข่ายในบริบทสังคมไทยได้อย่างเหมาะสม และการสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยเชิงเปรียบเทียบข้ามกรณีศึกษาจะช่วยให้เห็นรูปแบบและปัจจัยสำคัญที่เป็นสากลและเฉพาะบริบท การศึกษาระยะยาวเพื่อติดตามผลกระทบของการสื่อสารเครือข่ายต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายและสังคมในระยะยาว และการพัฒนาเครื่องมือวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารเครือข่ายที่มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นจะช่วยขยายองค์ความรู้ในสาขานี้อย่างมีนัยสำคัญ

การศึกษาในอนาคตควรให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการเปลี่ยนแปลงลักษณะของการสื่อสารเครือข่าย การศึกษาผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์และเครื่องมือการสื่อสารรูปแบบใหม่ต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม และการวิเคราะห์ความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเครือข่าย เช่น ปัญหาข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล นอกจากนี้การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพลวัตของอำนาจและการเจรจาต่อรองภายในเครือข่าย การวิเคราะห์บทบาทของเพศสภาพและความหลากหลายในการสื่อสารเครือข่าย และการทำความเข้าใจกลไกการสร้างและรักษาทุนทางสังคมผ่านการสื่อสารยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจและมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขานี้

4. บทสรุป

การสื่อสารเครือข่ายของกลุ่มประชาชนเปียร์แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือสำคัญในการสร้างพลังประชาสังคมและขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ แม้ว่าร่างพระราชบัญญัติสุราก้าวหน้าจะไม่ผ่านการพิจารณาในครั้งแรก แต่กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นได้สร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งในระดับนโยบาย ในระดับจิตสำนึกของสังคม และในระดับการสร้างทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง การศึกษานี้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารเครือข่ายที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะในประเด็นอื่น ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมไทยที่กำลังเปลี่ยนแปลงและต้องการรูปแบบใหม่ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม

การสื่อสารเครือข่ายไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทางเทคนิค แต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่สร้างความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และพลังร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญ ความสำเร็จของการสื่อสารเครือข่ายขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างสมดุลระหว่างความหลากหลายและความสามัคคี ระหว่างผลประโยชน์เฉพาะและผลประโยชน์ร่วม และระหว่างการต่อสู้และการประนีประนอมอย่างสร้างสรรค์ บทเรียนจากการเคลื่อนไหวเพื่อปลดล็อกคราฟท์เปียร์ไทยเป็นตัวอย่างที่สำคัญของการใช้การสื่อสารเพื่อสร้างประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีเสียงในการกำหนดนโยบายสาธารณะที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของสังคมประชาธิปไตยที่แท้จริง

5. เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวุฒิ จินารัตน์. (2554). กระบวนการผลักดันนโยบายสาธารณะ: ศึกษากรณีร่างพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2550. *วารสารการจัดการป่าไม้*, 5(9), 9–25.
- นุชนาท จิรวินาส. (2564). การเมืองของการต่อสู้นโยบายกัญชาเสรีในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560–2563. *วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ*, 4(4), 203–218.
- ปฎิภาณ ชัยช่วย และกุลทิพย์ ศาสตระรุจิ. (2559). การสื่อสารประเด็นสาธารณะของสังคมไทยผ่านนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ เว็บไซต์ Change.org. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 1526–1536. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/68012>
- พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560. (2560, 20 มีนาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 32 ก.
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 30(2), 23–42. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HUSO/article/view/32227>

- วิไลลักษณ์ ตริเมฆ, จักรกฤษณ์ อยู่คุ้ม, สุภรณ์ จำปา, สรสิทธิ์ ฤทธิ์รอด, จรินทร์ สารทอง และอุไรวรรณ สิงห์ทอง. (2562). การศึกษาความรู้ พฤติกรรม และทัศนคติ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเพชรบูรณ์. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*, 3(1), 91–100. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JIT/article/view/242011>
- อรรถพล ทิพย์ดารา และศิวัช ศรีโกคางกุล. (2564). ข้อเรียกร้องและแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคม ของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์”. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(7), 365–375. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/248866>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Polity Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gamson, W. A., & Wolfsfeld, G. (1993). Movements and media as interacting systems. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528(1), 114–125. <https://doi.org/10.1177/0002716293528001009>
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Hoontrakul, P., & Songsumphan, B. (2009, October 12). *Alcohol, No Ordinary Commodity: Tax Policy Implications for Thailand*. SSRN, <https://doi.org/10.2139/ssrn.1485238>.
- Kaewpramkusol, R., Senior, K., Chenhall, R., Nanthamongkolchai, S., & Chaiyasong, S. (2018). A qualitative exploration of Thai alcohol policy in regulating availability and access. *International Journal of Drug Policy*, 58, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2018.04.012>
- Klandermans, B. (1984). Mobilization and participation: Social-psychological expansions of resource mobilization theory. *American Sociological Review*, 49(5), 583–600. <https://doi.org/10.2307/2095417>
- Marcinek, K., Zutshi, R., Khan, O., Grana, J., Posard, M. N., Helmus, T. C., & Frank, A. B. (2022, June 10). *The role of communication and network technologies in the dynamics of social movements*. RAND, https://www.rand.org/pubs/working_papers/WRA1646-2.html.
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197–217.

- Sornpaisarn, B., Shield, K., Manthey, J., Limmade, Y., Low, W. Y., Van Thang, V., & Rehm, J. (2020). Alcohol consumption and attributable harm in middle-income South-East Asian countries: Epidemiology and policy options. *International Journal of Drug Policy*, 83, 102856. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102856>
- Talek, M., Vichitkunakorn, P., Assanangkornchai, S., & Wichaidit, W. (2024). Global alcohol policy implementation in Thailand: A narrative review. *International Journal of Alcohol and Drug Research*, 12(S1), S19–S38. <https://doi.org/10.7895/ijadr.443>
- Wilkins, K. G., Tufte, T., & Obregon, R. (Eds.). (2014). *The handbook of development communication and social change*. Wiley–Blackwell.

