

การจับจองพื้นที่ กับเส้นทางพรั่มวของแบรนต์ไทย

ร้อยแปด วิถีทัศน์

■ ทศนีย์ บุณนาค
tassbana@hotmail.com

ที่ว่าง ถ้าประชาธิปไตยทางการค้าคือ ความเสมอภาคในการเข้าถึงได้ของความต่าง หรือเจาะสู่ข้อมูลเป็นความจริงที่มีได้มีอยู่เฉพาะความเทียมของความเท่ากันละก็ ดินและน้ำคงไม่ได้เป็นเครื่องจับกันที่กทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่และเรื่องเล่าทางโบราณคดีเป็นแน่

เพราะได้ความจริงคือ การจับจองพื้นที่ของความเชื่อที่ถูกเขียนด้วยความคิด ความจริงของคนเราก่อนขึ้นอยู่กับการข้อมูลหรือไม่ก็เพียงพึ่งกับสารที่มารุกร้า กระตุ้น ปลุกปั่น ให้ที่ว่างทางความคิด จิตใจนั้นตื่นตลอดเวลาลงจากสอของสัมผัสทั้งรูป เนื้อหาและการปรุงแต่งทางความคิด

แต่โลกของธุรกิจนั้นมีการเร่งรุกพื้นที่ว่างทางการบริโภคด้วยการเข้าอารมณ์ สร้างกิจกรรมนานาเพื่อฉีกออกจากความจำเ ความตาช ความธรรมดาเพื่อแทรกตัวบรรจุนแงหน้าบัคของจิตได้สำนึกของผู้บริโภค

การแย่งชิงพื้นที่ว่างเพื่อจับจองอาจไม่ได้เกิดจริงจากคุณลักษณะอันเป็นเนื้อแท้ของคน วัตถุ สินค้า สถานการณ์ รัฐบาล ประเทศ หรืออะไรก็ได้ แต่เกิดจากการสถาปนาจากความว่างเปล่าด้วยกลวิธีของการสร้างความหมาย

และปรากฏการณ์กระตุ้นเตือนความเป็นตัวตนที่เ้ายวนให้ปรารถนาหรือหลีกเลี่ยงด้วยภษาภาพได้ ด้วยการสร้างให้ชอบ ไม่ชอบ นิยมหรือต่อต้านในคน วัตถุ เหตุการณ์นี้ด้วยการสร้างกิจกรรมทางอารมณ์เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้

การรับรู้ที่ถูกบรรจุความหมายจากการตีความแล้วจัดส่งทิศทางของความคิดที่สัมผัสได้แม้ในจินตนาการ เพื่อนำไปสู่ความสนใจของผู้บริโภคผ่านสัมผัสของอารมณ์ นีคือ กรรมมาวิธีหรือกระบวนการที่ผู้ส่งสารจัดการ เลือกสรร ให้เกิดรูปทรง เนื้อหา และภาพลักษณ์อันเป็นที่ใฝ่ฝัน ตรงกับปรารถนา แล้วนำมาอธิบายที่ว่างนั้นด้วยการล้อมตัวตนของค่านิยมที่สร้างจากความ

คาดหวังของบุคคลหรือสังคม ที่อาจกลายเป็นพื้นที่ทางสัญลักษณ์ของความนิยม และให้ความหมายแทนสิ่งนั้นๆ ขึ้นด้วยการประหับลงตราในความทรงจำตกลงการแต่งเติมที่ว่างนั้นเป็นการกำหนดรูปของรสนิยมสัมผัสของตัวกระตุ้นทางอารมณ์ให้ชอบหรือหลีกเลี่ยง หรือแการสนองตอบต่อรสนิยมสัมผัสเป็นที่ปรารถนาหรือกลัวลนลานที่ตั้งการอยู่ก่อนแล้วกันแล้ว

อะไรคือ รูปแบบการทำงานว่ามีผลต่อการตัดสินใจหรือการเปลี่ยนที่ว่างด้วยการจับจองพื้นที่ของแบรนต์กันแน่ ?

การสถาปนาพื้นที่และการวางเป้าหมายของแบรนต์

ธรรมชาติและพิธีกรรมการบริโภคเหนือความจำเป็นและพอเพียงนั้นแหละคือผงชูรสทางวัฒนธรรมที่ใช้อารมณ์เป็นตัวแยกแยะความสัมพันธ์ระหว่างตัวตนของผู้บริโภค และเครื่องประดับที่สร้างให้เกิดความโดดเด่นของความต่างที่มีอิทธิพลต่อความไม่มอเอียงทางอารมณ์อันเป็นตัวนำเข้าสู่ความเป็นตัวตนของแบรนต์

แบรนต์ที่สร้างจากการแยกแยะปรุงแต่งอัตลักษณ์ที่จะยืนพื้นจากการยึดโยงของชุดข้อมูลค่านิยม แล้วโหมกระพือด้วยการสื่อสาร การโฆษณา หรือโฆษณาชวนเชื่อ

แบรนต์จะเติบโตหรือปรับแปรไปกับพื้นที่แนวทางการตลาด การรับรู้ ความนิยมชมชอบของลูกค้าอุดมภูมิการบริโภคจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คนที่จงรักภักดี

แบรนต์นั้นก้าวร้าวเสมอที่จะช่วงชิงพื้นที่ทางการตลาด ครอบครอง กำชัยชนะในจิตใจและความประพฤติของผู้คนด้วยการกวาดต้อนให้มาเป็นสาวกด้วยวิถีของการวางแผนทางการตลาดอันมีเป้าหมายเพื่อเอาชนะคู่แข่งในตลาดการค้าทางสังคม

แต่รัฐบาลวางแบรนต์ทั้งของตนเองและเป้าหมายสูงสุดของประเทศโดยเฉพาะในภาวะวิกฤติทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจได้อย่างไร ?

รัฐบาลกำหนดเป้าหมายไว้ที่ใดบ้างในการบริหารจัดการแบรนต์ไทย และจะอย่างไร ? วางคุณค่าของแบรนต์ไทยเพื่อไปสู่ความเป็นธรรม อยู่ดีกินดีและมีสุขถ้วนหน้าของคนไทย ด้วยการอาศัยปัจจัยทางยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างไร ปรับแผนทิศทาง

การผลิต การตลาดและเป้าหมายเจริญเติบโตแต่ละภาคส่วนไว้แบบไหน

เอกชน สังคม หรือปัจเจกบุคคลในแต่ละภูมิภาค แต่ละอาชีพต้องเตรียมตัวอย่างไร ควรมีการแจกแจงสถานการณ์ในปัจจุบันให้ชัดเจนในแผนของแรงงานอันเป็นกลไกสำคัญทางเศรษฐกิจ มิใช่ให้ละลายในหมอกควันของข่าวสารโดยมีมีใครรู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ระดับอันตรายและอัตราเสี่ยงจะกว้างขวางและครอบคลุมปริมาณตลาดใดบ้าง

จากทางสังคม ทมหกทางนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศจะประกอบสร้างแบบไหน ใครจะเดินอย่างไร ไปทิศทางใด ไม่มีใครออกมาพูดถึงเครื่องเตือนภัยทางสังคม เศรษฐกิจ ไม่มีใครชี้แจงด้วยภาษาชาวบ้านว่าชีวิตเขาจะเป็นอย่างไร ต้องปรับตัวแบบไทยไว้รับเวลาการสื่อสารสาธารณะที่ชัดเจนมิใช่ให้ผู้คนคาดเดาวิตกกังวลกับเนื้อวิทย์ของข่าวสารอาทิเช่น

หอการค้าไทยพันธงส่งออกปี 2552 ฐบทตลาดหลักทรัพย์ สถาบันทางการเงินสหรัฐ ทั้งหุ้นบ้านปูมูลค่าราคาหุ้นต่ำสุดรอบ 22 เดือน พืชเศรษฐกิจโลกามธุรกิจไทยปี 52 จอดโรงงาน 2 ล้านคน ภาวะตลาดทองคำในเม็กซิโกตกแนวโน้มเศรษฐกิจถดถอยมูลค่าทองคำร่วง โตโยต้าประกาศลดการผลิตรถยนต์ในอเมริกาเหนืออีก หลังยอดขายร่วงเป็นครั้งแรกในรอบ 13 ปี หรือมือบอดสนิทกับการปกปิดสภาพคล่องของธนาคารที่ต้องกู้เงินกับเฟด

ถ้ารัฐบาลไม่ชัดเจนแล้วการเดินทางของแบรนต์ไทยไม่ว้ารายใหญ่หรือรายเล็ก โดยเฉพาะ เอสเอ็มอี หรือประชาชนทั่วไปจะทำอย่างไรกับวิกฤติตาพรั่มวนี้