

การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน



นางสาวปิยนุช พุทธรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาโทศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-2101-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION AND DEVELOPMENT OF CIVIC GROUP OF TALINGCHAN FLOATING MARKET

Miss Piyanuch Putaratana

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-2101-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

โดย

นางสาวปิยนุช พุทธิรัตน์

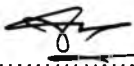
สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

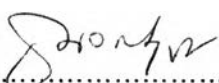
อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

ปิยบุษ พุทธิรัตน์ : การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน (COMMUNICATION AND DEVELOPMENT OF CIVIC GROUP OF TALINGCHAN FLOATING MARKET)
 อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 179 หน้า. ISBN 974-17-2101-3.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และกระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันใน 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร ประเด็นการสื่อสารภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน และนโยบายของรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วม

2. กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันใน 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก พบว่า

2.1 สถานการณ์ทั่วไป ได้แก่ การแจ้งประกาศของประชาคม การชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกประชาคม การเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคม และการประชุมระดมสมอง โดยมีแกนนำประชาคมเป็นผู้สื่อสารกับสมาชิกประชาคมในประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทั่วไปของประชาคม โดยใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปาก การประชุมกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ การใช้สื่อบุคคล และการใช้สื่อเฉพาะกิจ

2.2 สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง ได้แก่ ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะวิวาทกันเอง ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะกับนักท่องเที่ยว คำร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว และผู้ค้าไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคม โดยแกนนำประชาคมทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยและแก้ไขปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกประชาคมและนักท่องเที่ยว โดยใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตัวต่อตัว การประกาศตักเตือนผ่านเครื่องกระจายเสียง และการตีตราชื่อประจานที่บอร์ดประชาสัมพันธ์

2.3 สถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน การจัดทำตลิ่งชันทัวร์ และการจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชัน โดยแกนนำประชาคมประสานงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตตลิ่งชัน ในการกำหนดประเด็นข่าวสารที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับสาธารณชน โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต.....ปิยบุษ พุทธิรัตน์.....
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
 ปีการศึกษา.....2545..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4485088828 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : COMMUNICATION / DEVELOPMENT / CIVIC GROUP / COMMUNITY

PIYANUCH PUTARATANA : COMMUNICATION AND DEVELOPMENT OF CIVIC GROUP OF TALINGCHAN FLOATING MARKET. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PARICHART SATHAPITANONDA, Ph.D. 179 pp. ISBN 974-17-2101-3.

The objective of this research is to study the factors which affect the development of civic group of Talingchan floating market and communication process of civic group of Talingchan floating market by means of qualitative research. Non – participation observation and in-depth interview with 20 key informants were used in this study.

The results of the research are as follows :

1. There are 6 communication factors that support the development of civic group of Talingchan floating market. Those factors can be categorized as follows : (1) The specific characteristics of the leaders; (2) The idea of members to their community; (3) Motivation of outsiders; (4) The nature of communication channels; (5) communication issues in Talingchan floating market; (6) Government policy that give a chance for people participation.

2. The communication process of civic group of Talingchan floating market is based on 3 kinds of situations, which are "general situation" "conflict situation" and "promotion situation".

2.1 General situation is about informing notices of civic group; making understanding with civic group's members; electing of civic group's committee; and brainstorming. Leaders communicate with members about general situation of civic group by using interpersonal communication, group meetings, individual media, and specific media.

2.2 Conflict situation is about quarrel among merchants; quarrel between merchants and tourists; tourists' complaints; and merchants' regulation deviation. Leaders take a role of a reconciliator and a problem – solver by using interpersonal communication, warning notification through community broadcasting tower, and posting on board names of the merchants who do not obey regulations.

2.3 Promotion situation is about public relations on Talingchan floating market, management of Talingchan tour, and management of Talingchan district's festival and annual tradition. Leaders coordinate with district public relations authorities in order to set news agenda to be publicized. They use various communication channels which are mass media, individual media, specific media, and the internet.

Department.....Public..Relations..... Student's signature.....*ปิยนุช พุดารัตนา*.....
Field of study....Development Communication... Advisor's signature.....*Parichart*.....
Academic year2002..... Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถของอาจารย์หลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ. ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และเสียสละเวลาในการตรวจหาข้อบกพร่อง ตลอดจนกระตุ้นเตือนให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นในการทำงาน

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ รศ. ดร.ธนวดี บุญลือ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และกราบขอบพระคุณ รศ. ดร.กาญจนา แก้วเทพ ที่กรุณาสละเวลามาตรวจสอบแก้ไข ให้คำแนะนำที่ดีกับผู้วิจัย และเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ให้กับผู้วิจัย

การทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นการทำงานที่ยากลำบากมากขึ้นหนึ่งในชีวิตของผู้วิจัย มีหลายครั้งที่รู้สึกท้อแท้ หหมดกำลังใจ แต่ผู้วิจัยก็สามารถผ่านอุปสรรคเหล่านั้นมาได้เพราะได้รับกำลังใจที่ดีจากคุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเอาใจใส่ดูแล รับฟังปัญหา และช่วยเหลืออำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านทั้งสองที่คอยสั่งสอนอบรมและเลี้ยงดูลูก ๆ มาเป็นอย่างดี รวมทั้งให้โอกาสในการดำเนินชีวิตตามที่ลูกหวังไว้ และขอใจ"น้องมิ"น้องสาวที่น่ารักที่คอยรับฟังคำบ่นและเป็นที่ปรึกษาของพี่เสมอ

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ คุณนพดล มาเสริมสิน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญแก่ผู้วิจัย รวมทั้งเป็นผู้เชื่อมโยงผู้วิจัยไปสู่ผู้ให้ข้อมูลท่านอื่น ๆ ด้วย ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ คุณสมบุญ บุญประกอบ อาจารย์ทวีศักดิ์ เรือนทอง คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช และผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทุกท่านซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวถึงได้หมดในที่นี้ ที่สละเวลาค้าขายมาพูดคุยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้การต้อนรับผู้วิจัยอย่างเป็นกันเอง ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกว่าได้ทำวิทยานิพนธ์และพักผ่อนไปพร้อมกัน

ท้ายที่สุดขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่น่ารักทุกคนที่คอยห่วงใยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ โย พี่ต่าย เพื่อนร่วมชะตากรรมในการทำวิทยานิพนธ์ที่มีกพูดคุยแลกเปลี่ยนปัญหากันเสมอ ขอขอบคุณ นก ส้ม มน พี่ใจ เติ้ล จ๋า และน้อง

ปิยนุช พุทธิรัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	6
1.3 ปัญหำนำการวิจัย.....	6
1.4 นิยามศัพท์.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและประชาคม.....	18
2.3 แนวคิด และทฤษฎีการสื่อสาร.....	32
2.4 แนวคิดเรื่องการจัดการเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	55
2.5 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร.....	60
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	65
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	69
3.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	69
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	71
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	72
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
3.6 การนำเสนอข้อมูล.....	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	74
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	74
4.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	85
4.3 ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	105
4.4 กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในสถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก.....	119
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	130
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	130
5.2 อภิปรายผล.....	137
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	156
รายการอ้างอิง.....	141
ภาคผนวก.....	166
ภาคผนวก ก.....	167
ภาคผนวก ข.....	172
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	179

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
บทที่ 2	
แผนภาพที่ 1 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างจิตสำนึกต่อการพัฒนา.....	10
แผนภาพที่ 2 ระยะเวลาการของกลุ่ม.....	23
แผนภาพที่ 3 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง.....	35
แผนภาพที่ 4 แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ McCombs และ Shaw.....	62
แผนภาพที่ 5 แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ Rogers และ Dearing.....	64
บทที่ 4	
แบบจำลองที่ 1 พัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	92
แผนภูมิที่ 2 ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	107