

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน" มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันใน 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จำนวน 20 คน สามารถสรุปผลการศึกษาตามปัญหานำการวิจัยได้ดังนี้

#### ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลจากการศึกษาสรุปได้ว่ามีหลายปัจจัยด้วยกันที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันทั้ง 3 ระยะ โดยสามารถแบ่งปัจจัยในแต่ละระยะได้ดังนี้

##### ● ระยะริเริ่มรวมตัว

#### 1. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

บุคคลภายนอกในที่นี้ได้แก่ ข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชัน และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้ชาวบ้านนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนมีบทบาทในการเผยแพร่ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปและบำรุงรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันให้อยู่ในสภาพที่ดีด้วย ซึ่งจากการสนับสนุนของสำนักงานเขตตลิ่งชันให้ชาวบ้านนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดน้ำนี้เองที่ส่งผลให้ชาวบ้านเริ่มรู้จักคุ้นเคยและสนิทสนมกันมากขึ้น เนื่องจากได้พบปะพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ รวมทั้งยังทำให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมอีกทางหนึ่งด้วย

## 2. มุมมองของคนในท้องถิ่น

ชาวบ้านแต่ละคนมีมุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวที่สอดคล้องกันจึงทำให้นิตินดีที่จะเข้ามาร่วมกันทำกิจกรรม นั่นคือการมีรายได้เป็นผลประโยชน์ตอบแทนร่วมกัน ต่อมาเมื่อตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มมีสภาพขบเซาและทรุดโทรมเพราะไม่ได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน จึงทำให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันประสบกับปัญหารายได้ตกต่ำเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ด้วยสภาพปัญหานี้เองที่ทำให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจำนวนหนึ่งเพื่อร่วมกันปรับปรุงซ่อมแซมโป๊ะแพ

## 3. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการพบปะพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการ ทำให้ผู้ค้าหลายรายเริ่มรู้จักคุ้นเคยและสนิทสนมกัน ต่อมาเมื่อตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มทรุดโทรม โป๊ะแพชำรุด ได้มีผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจำนวนหนึ่งที่ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จึงมีการร่วมกันพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันและคิดหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหา ตลอดจนได้ร่วมกันดำเนินการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นด้วย โดยเลือกใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการเป็นช่องทางการสื่อสารสำคัญ ซึ่งถือว่าการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันคุ้นเคยเป็นอย่างดี

## 4. ประเด็นการสื่อสาร

ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันกลุ่มหนึ่งที่ตระหนักถึงปัญหาความทรุดโทรมของตลาดน้ำตลิ่งชันได้หยิบยกประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันและแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมาเป็นหัวข้อในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน หลังจากนั้นจึงมีการร่วมกันดำเนินการตามแนวทางที่ได้ร่วมกันคิดไว้ ถึงแม้ว่าจะเป็น การช่วยกันลงมือปฏิบัติของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเพียงกลุ่มเล็ก ๆ ก็ตาม แต่ก็นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในระยะต่อมา

- **ระยะรวมกลุ่มเข้มแข็ง**

1. **นโยบายของรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วม**

นโยบายของรัฐที่เปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วมนั้นจัดว่าเป็นอีกปัจจัยการสื่อสารหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวกันเป็นประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากเป็นกระแสการตื่นตัวภายในสังคมที่มีส่วนผลักดันให้สำนักงานเขตตลิ่งชันให้การส่งเสริมและสนับสนุนประชาชนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและร่วมมือกันพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง

2. **การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก**

บุคคลภายนอกในที่นี้ได้แก่ ข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชัน และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นบุคคลมีบทบาทสำคัญในการจุดประกายให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเกิดความตื่นตัวในการรวมตัวกัน การร่วมกันแสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกันเป็นกลุ่ม นอกจากนี้บุคคลภายนอกเหล่านี้ยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย โดยการเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

3. **ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม**

แกนนำริเริ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีลักษณะเฉพาะที่มีผลต่อการเข้ามารวมกลุ่มกันของบุคคล คือ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีการติดต่อกับสังคมภายนอกสูง เพราะเป็นตัวแทนของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันในการติดต่อกับหน่วยงานภายนอก อีกทั้งยังเป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก เพราะได้ค้าขายมานานนับตั้งแต่ที่มีการเริ่มก่อตั้งตลาดน้ำตลิ่งชัน และนอกจากนี้ยังเป็นบุคคลที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้ค้าตลาดน้ำอีกด้วย เนื่องจากเป็นข้าราชการ จึงมีศักยภาพในการติดต่อของความช่วยเหลือกับหน่วยงานภายนอก มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความตั้งใจจริงในการทำงานเพื่อส่วนรวมมาโดยตลอด

4. **ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร**

กลุ่มแกนนำริเริ่มรู้จักเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การสื่อสาร เริ่มจากการใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากในการชักชวน

ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้เข้ามารวมกลุ่มกัน หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการประชุมทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อทำความเข้าใจกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเกี่ยวกับแนวทางและเป้าหมายในการประสานความร่วมมือกันในแบบของประชาคม

## 5. ประเด็นการสื่อสารภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประเด็นการสื่อสารที่กลุ่มแกนนำริเริ่มหยิบยกมาใช้ในการสื่อสารเพื่อชักชวนผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้เข้ามารวมตัวกันเป็นประชาคม คือ ประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของร่วมกัน” โดยที่ประเด็นดังกล่าวกลุ่มแกนนำริเริ่มได้รับการจุดประกายมาจากบุคคลภายนอกอีกทีหนึ่ง ซึ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น และเป็นประเด็นที่หลายฝ่ายสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ รวมทั้งเป็นประเด็นที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกันอีกด้วย

## 6. มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

สมาชิกของประชาคมเป็นบุคคลที่มาจากหลากหลายสาขาอาชีพ ซึ่งได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และประชาชนทั่วไป โดยบุคคลเหล่านี้มีมุมมองในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ มุมมองเกี่ยวกับสาธารณะ อยากให้มีการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง นอกจากนี้ยังมีมุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของสมาชิกทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

### ● ระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ

#### 1. ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม

แกนนำริเริ่มเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรม แม้ว่าจะไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานในรูปแบบของประชาคมมาก่อน แต่ก็มีความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้และหาแนวทางเพื่อพัฒนาการทำงานของประชาคมอย่างสม่ำเสมอ โดยได้จัดให้มีการเลือกกรรมการขึ้นเพิ่มขึ้น เพื่อให้การบริหารงานของประชาคมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## 2. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

สำนักงานเขตตลิ่งชันได้ลดบทบาทในการจุดประกายความคิดและบทบาทในการช่วยเหลือสนับสนุนการทำงานของประชาคมในทุก ๆ ด้านลง เหลือเพียงการสนับสนุนการทำงานของประชาคมในด้านการประชาสัมพันธ์เท่านั้น เพราะเป็นกิจกรรมการสื่อสารที่ประชาคมไม่สามารถดำเนินการเองได้เพียงลำพัง ดังนั้นจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาคมได้ร่วมกันบริหารจัดการกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันกันเอง แต่ก็ยังต้องอยู่ในภายในกรอบของกฎระเบียบและข้อบัญญัติของสำนักงานเขตตลิ่งชันและกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้ประชาคมได้มีการร่วมกันรับรู้ปัญหาและร่วมกันแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงตามประเด็นปัญหา

## 3. มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีเชื่อต่อพัฒนาการของประชาคม โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ มุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว และมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะ ในระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพนั้นสมาชิกส่วนใหญ่ยังคงมีมุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวเป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดันประการสำคัญที่ทำให้มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมและพร้อมที่จะสนับสนุนการทำงานของประชาคมหากมั่นใจว่าตนเองยังได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเหล่านั้นอยู่ ส่วนมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะนั้นมีในระดับผิวเผิน คือรับทราบถึงประโยชน์ต่อสาธารณะแต่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญเท่ากับในกลุ่มแกนนำ

## 4. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

แกนนำริเริ่มมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ โดยช่องทางการสื่อสารหลักยังคงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการ และใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเป็นทางการเข้ามาเป็นช่องทางเสริม โดยที่การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเป็นทางการจะใช้ในสถานการณ์ที่ต้องการสื่อสารกับคนหมู่มากเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจ รับฟังความคิดเห็นของกลุ่ม ตลอดจนลงมติร่วมกันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติของประชาคม ส่วนการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการก็ยังคงใช้ในสถานการณ์ที่เป็นการพบปะพูดคุยกันในกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อพูดคุยรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของสมาชิกในขณะที่ยังไม่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการ

## 5. ประเด็นการสื่อสาร

กลุ่มแกนนำสามารถเลือกประเด็นที่จะนำมาสื่อสารกับสมาชิกประชาคมได้อย่างเหมาะสม โดยได้หยิบยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการช่วยกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันและปฏิบัติตามกฎกติกาของประชาคมตลอดจนข้อบัญญัติของสำนักเทศกิจมาเป็นประเด็นหลักในการพูดคุยสื่อสารกับสมาชิกประชาคม เนื่องจากในขณะนี้ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ลดบทบาทในการดูแลและสนับสนุนประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันลงไปมาก เหลือเพียงการสนับสนุนในด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันเท่านั้น ส่วนประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกันก็ยังคงเป็นประเด็นที่มีการสื่อสารกันอยู่บ้าง เพื่อให้สมาชิกประชาคมมีจิตสำนึกในการร่วมกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครต่อไปเหมือนดังที่ผ่านมา

**ปัญหำนำการวิจัยข้อที่ 2 : กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในสถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก**

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันใช้การสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 สถานการณ์ คือ

### 1. สถานการณ์ทั่วไป

การสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไปของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การแจ้งประกาศของประชาคม การเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคม การชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกประชาคม และการประชุมระดมสมอง ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการสื่อสารภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งสิ้น เนื่องจากประเด็นการสื่อสารจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสถานการณ์ภายในของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารในสถานการณ์นี้ก็คือสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน นอกจากนี้วิธีการสื่อสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันก็มีทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปาก การประชุมกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ การใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ เช่น การประกาศเสียงตามสาย การพูดคุยโทรศัพท์ เป็นต้น สำหรับการสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไปของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันก็เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันและทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

## 2. สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง

สถานการณ์ความขัดแย้งของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากความขัดแย้งในการจำหน่ายสินค้าภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะวิวาทกันเอง ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะกับนักท่องเที่ยว คำร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว และผู้ค้าไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคม ซึ่งกรรมการของประชาคมจะทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยในสถานการณ์ที่เกิดเหตุกรณีความขัดแย้งเหล่านี้ โดยวิธีการสื่อสารที่ใช้ในสถานการณ์เช่นนี้ก็มีทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตัวต่อตัวกับคู่กรณีทั้งสองฝ่าย การประกาศตักเตือนผ่านเครื่องกระจายเสียงภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนการนำรายชื่อติดบอร์ดเพื่อประจานความผิด ทั้งนี้การสื่อสารในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันก็เพื่อให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

## 3. สถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

การสื่อสารในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุกนั้น ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้ประสานความร่วมมือกับสำนักงานเขตตลิ่งชันในการดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งประกอบไปด้วยการขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้ช่วยลงข่าวประชาสัมพันธ์ การติดต่อขอความร่วมมือจากรายการวิทยุให้ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การเชิญสื่อมวลชนมาถ่ายทำสารคดีและบทความ การจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ และการทำเว็บไซต์ การจัดทำตลิ่งชันทัวร์ และการจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชัน สำหรับสื่อที่ใช้ในสถานการณ์การสื่อสารที่เป็นกิจกรรมเชิงรุกนี้จะมีทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยได้มุ่งเน้นไปที่สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก เนื่องจากผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารในสถานการณ์นี้คือประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สำหรับการสื่อสารในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุกนี้ก็เพื่อต้องการที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันและเชิญชวนให้ประชาชนเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

## อภิปรายผล

### ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิจัยที่พบว่ามีปัจจัยการสื่อสารต่าง ๆ ที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยแบ่งปัจจัยในแต่ละระยะได้ดังนี้

#### ● ระยะริเริ่มรวมตัว

##### 1. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

จากผลการวิจัยที่พบว่าการกระตุ้นจากบุคคลภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการริเริ่มรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยที่บุคคลภายนอกมีบทบาทในการสนับสนุนให้ชาวบ้านมารวมกลุ่มกันค้าขายสินค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนมีบทบาทในการเผยแพร่ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปและบำรุงรักษาตลาดน้ำให้อยู่ในสภาพที่ดีด้วย โดยที่การรวมกลุ่มของชาวบ้านสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มในงานพัฒนาชุมชนที่ พัฒน์ บุญรัตพันธุ์ (2517) ได้อธิบายไว้ว่าหมายถึง มวลชนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มาวมกันเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อรวมกันแล้วในที่สุดก็สามารถเกิดพลัง ถ้ามีการจัดตั้งและวิธีการดำเนินงานที่แน่นแฟ้น เคลื่อนไหวไปในทิศทางที่วางไว้ ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธาที่จะเข้าร่วมมือให้ความสนับสนุนมากยิ่งขึ้น เมื่อประชาชนสนับสนุนมากขึ้น กลุ่มก็เคลื่อนไหวมากขึ้น ทำให้กลุ่มนั้นขยายผลได้กว้างขวาง นอกจากนั้นการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านในระยะนี้เป็นไปตามนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชันที่ต้องการพัฒนาให้มีแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่เขต โดยที่ชาวบ้านไม่ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการสร้างตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นมาเลย แต่มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมตามที่ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้กำหนดไว้ให้ ซึ่ง Deshler และ Sock ได้เรียกการมีส่วนร่วมแบบนี้ว่าเป็น การมีส่วนร่วมจอมปลอม (Pseudo - Participation) ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในลักษณะที่ประชาชนต้องปฏิบัติตามแนวทางที่นักวางแผน นักบริหาร และผู้มีอิทธิพล หรือผู้มีอำนาจในชุมชนได้ควบคุม กำหนดโครงการ ตลอดจนทำการตัดสินใจแทนประชาชนไปแล้ว

##### 2. มุมมองของคนในท้องถิ่น

มุมมองของคนในท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการริเริ่มรวมตัวของประชาคม เนื่องจากชาวบ้านแต่ละคนมีมุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวที่สอดคล้องกันคือ การได้รับรายได้



เป็นผลประโยชน์ตอบแทน จึงสมัครใจที่จะเข้ามาด้วยกันทำกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ World Health Organization (อ้างถึงใน เฟื่องฟ้า คณานุรักษ์, 2530) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มของประชาชนประการหนึ่งคือ ปัจจัยของสิ่งจูงใจ ซึ่งมีอยู่ 2 ประการ คือ การมองเห็นว่าตนจะได้รับประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนทำไป และการได้รับการบอกกล่าวหรือชักชวนจากเพื่อนให้เข้าร่วมโดยมีสิ่งจูงใจเป็นตัวนำ

หลังจากนั้นตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มชบเซาและทรุดโทรม เพราะสำนักงานเขตตลิ่งชันไม่ได้ให้การสนับสนุนดังเช่นที่ผ่านมา จากเหตุการณ์นี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดการก่อตัวของกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยที่ได้มีผู้ค้าตลาดน้ำกลุ่มหนึ่งได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชัน จนกระทั่งกลายเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกกลุ่มถึงสิ่งที่กลุ่มกำลังเผชิญอยู่ ต่อมาผู้ค้าตลาดน้ำกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มนี้จึงได้มีการร่วมมือกันแก้ไขปัญหามarketน้ำ โดยมีคุณนพดล มาเสริมสิน เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงคนสำคัญและได้กลายเป็นผู้นำกลุ่มในเวลาต่อมา ซึ่งเป็นผู้นำที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์ สอดคล้องกับที่ Gay Lumsden และ Donald Lumsden (1998) กล่าวไว้ว่า ผู้นำที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์ มักจะเกิดขึ้นเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินงานเกิดความวุ่นวาย สับสน โดยผู้นำรูปแบบนี้จะโน้มน้าวให้สมาชิกในกลุ่มเข้าใจตรงกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ต่อไป

### 3. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

ผลจากการวิจัยพบว่าผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันกลุ่มหนึ่งที่ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำ และร่วมกันเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการเป็นช่องทางในการสื่อสาร สอดคล้องกับ Sven Windahl และคณะ (1992) กล่าวไว้ว่าปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารที่ตื่นตัวจะทำให้เกิดสภาพการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และมีปฏิกริยาซึ่งกันและกัน โดยที่ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางในการสื่อสารทำให้ผู้ค้าตลาดน้ำสามารถมีส่วนร่วมในการเสนอแนะความคิดเห็นได้ สอดคล้องกับ Larzarsfeld และ Menzel (1986) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นได้ง่ายขึ้น การพูดคุยอย่างเห็นหน้าค่าตาในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าคุณได้รับการรับฟังอย่างเต็มที่ อย่างน้อยที่สุดคือ ในด้านการแสดงความคิดเห็นของตนเองต่อผู้พูด นอกจากนั้นช่องทางการ

สื่อสารระหว่างบุคคลยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ค้าตลาดน้ำได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันได้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารแบบทางเลือกตามที่ ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ สโรบล (2542) กล่าวไว้ว่า กระบวนการสื่อสารแบบทางเลือกจะเน้นการสื่อสารแบบสองทางอย่างต่อเนื่อง (Two - way Interactive Communication) ในแนวระนาบ (Horizontal Communication) ในหมู่สมาชิกของสังคม โดยอาจใช้วิธีการสื่อสารหลากหลายกันไป เช่น การสื่อสารแบบตัวต่อตัว การสื่อสารของกลุ่มบุคคล ตลอดจนการใช้สื่อมวลชนหรือสื่อสมัยใหม่รูปแบบต่าง ๆ โดยที่การแลกเปลี่ยนข่าวสารกันเองนี้ย่อมก่อให้เกิดความร่วมมืออันดีระหว่างกัน และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ตลอดจนยังช่วยในการยึดสมาชิกในกลุ่มให้รวมตัวกันได้อย่างมั่นคง

#### 4. ประเด็นการสื่อสาร

ผลการศึกษาที่พบว่าแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้หยิบยกประเด็นการสื่อสารที่ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนาและเสนอแนะความคิดเห็นได้ ซึ่งประเด็นการสื่อสารนั้นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยได้นำมาเป็นประเด็นหลักในการติดต่อพูดคุยกัน ทำให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาและร่วมกันเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น ซึ่งบทบาทของแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันในการกำหนดประเด็นการสื่อสารในท้องถิ่นนั้นคล้ายคลึงกับบทบาทของสื่อมวลชนในการกำหนดประเด็นการสื่อสารในสังคมตามที่ พีระ จิรโสภณ (2529) กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่าง ๆ ในสังคมให้ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไปได้ทราบและเห็นความสำคัญจากการเสนอหรือไม่เสนอข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อมวลชน มีผลให้สาธารณชนมีความเห็นคล้ายคลึงตามว่าเรื่องนั้นเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญหรือไม่มีความสำคัญที่จะนำมาคิดพิจารณาหรืออภิปรายคุยกัน นอกจากนั้นการให้ความสำคัญกับประเด็นการสื่อสารเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ค้าตลาดน้ำได้มีส่วนร่วมในการพูดคุยเสนอแนะความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับ ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ สโรบล (2543) ที่กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ไว้ว่า เป็นกระบวนการสนทนาโต้ตอบกันของสมาชิกในสังคมบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (Equal basis) เพื่อค้นหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงสังคมและดำเนินการร่วมกัน โดยเชื่อว่าการสนทนาโต้ตอบกันของสมาชิกในสังคม คือ การระดมสมองของสมาชิกในสังคม (Brain Storming) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้หันหน้าเข้าหากัน พูดคุย เจรรจากัน เพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น หลักการและแนวทางที่หลากหลายสำหรับการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับ

สังคมตน ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดสำนึกเชิงสาธารณะร่วมกัน (Public Conscientization) กระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมที่เหมาะสม และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม

- **ระยะรวมกลุ่มเข้มแข็ง**

1. **นโยบายของรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วม**

นโยบายของรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วมจัดว่าเป็นปัจจัยในเชิงโครงสร้างระบบที่เชื่อมต่อบริบทของสังคม ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารจำเป็นต้องเกิดภายใต้บริบท ผลการศึกษาที่พบว่านโยบายของรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เชื่อมต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากนโยบายดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของคนในสังคม อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการทุกระดับ จึงทำให้การพูดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองได้รับความสนใจจากสมาชิกในชุมชน ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับที่ บุญศรี ปราบณศักดิ์ และศิริพร จิรวัดมนกุล (2534) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารทุกครั้งเกิดภายใต้บริบท (Context) หรือสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง บริบทการสื่อสารจึงมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารจะราบรื่นและเกิดผลดี ถ้าผู้สื่อสารทำการสื่อสารได้เหมาะสมกับกาลเทศะ และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้นนโยบายดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนาชุมชนที่นักพัฒนาชุมชนหลายท่านได้มีความเห็นร่วมกันว่า การพัฒนาที่ได้ผลดีที่สุดและถาวรที่สุดนั้นควรเกิดจากพลังและขีดความสามารถของชุมชนที่ได้ผนึกกำลังกัน ผสมผสานกับการสนับสนุนจากการปกครองแห่งรัฐ การที่จะทำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการฝ่ายเดียวนั้น นอกจากจะยากที่จะประสบความสำเร็จและผลไม่มั่นคงถาวรแล้ว ยังอาจนำไปสู่การขยายช่องว่างและความขัดแย้งระหว่างพลังทั้งสองฝ่ายได้ ความร่วมมือระหว่างชุมชนและรัฐซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการพัฒนาชุมชนนี้จึงประกอบด้วยสาระสำคัญ 2 ประการ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Local Participation) และการสนับสนุนของรัฐ (Government Contribution) (กรุงเทพมหานคร, 2539)

## 2. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

การกระตุ้นจากบุคคลภายนอกจัดว่าเป็นปัจจัยในด้านกระบวนการรวมตัวของชาวบ้าน เนื่องจากเป็นการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการสื่อสารภายในท้องถิ่นทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันของชาวบ้าน ดังนั้นบุคคลภายนอกจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 บทบาท คือ บทบาทในการจุดประกายความคิด และบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงาน

บุคคลภายนอกมีบทบาทสำคัญในการจุดประกายความคิด กระตุ้นให้มีการรวมตัวกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างชุมชนกับบุคคลภายนอก สอดคล้องกับ ปัญญา สวัสดิ์เสรี (2539) ที่พบว่า หากประชาชนมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารด้านการพัฒนาชุมชนกับบุคคลต่าง ๆ มาก ก็จะทำให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนมากขึ้นด้วย ซึ่งผู้วิจัยสันนิษฐานว่าบุคคลภายนอกเลือกที่จะติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มแกนนำประชาคม เนื่องจากมีลักษณะพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Everett M. Roger (1983) ที่กล่าวว่า การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะเหมือน ๆ กัน (Homophily) เช่น พื้นฐานความรู้ ความเชื่อ ทักษะคติ แนวคิด ซึ่งจะทำให้การสื่อสารระหว่างกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงาน คือ บุคคลภายนอกสนับสนุนให้มีการร่วมกันแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกันภายในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรวมตัวของประชาชนที่ยั่งยืน ของ อนุชาติ พวงลำสี และวีรบูรณ์ วิสารทสกุล (2540) ที่ได้กล่าวว่า ต้องมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนตลอดจนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกันกับบุคคลภายนอก เพราะการเชื่อมโยงกับบุคคลภายนอกจะเกิดประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เช่นเดียวกับที่มันทนา สามารถ (2543) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความเป็นประชาคมตำบล พบว่า การสนับสนุนจากภายนอก เช่น แหล่งทุน แหล่งความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดประชาคม และเป็นสื่อกระตุ้นให้เกิดการรวมตัวกันของชุมชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ United Nations (1981) ที่ได้กล่าวถึงเงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า รัฐจะต้องเป็นฝ่ายให้การสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนา และที่สำคัญที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ของรัฐควรเป็นผู้ประสานงานที่ดี สามารถติดต่อประสานงานระหว่างรัฐกับประชาชนได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับ Badshah (1997) ที่กล่าวถึงทฤษฎีชุมชนเมือง (City Community Theory) ไว้ว่า เป้าหมายสูงสุดของทฤษฎี

ชุมชนเมือง คือ การปรับเปลี่ยนบทบาทของรัฐจากผู้หยิบยื่นให้ในทุกเรื่องและทุกประเภทบริการมา เป็นผู้สนับสนุน หรือผู้เสริมสร้างพลังกับประชาชนในการบริหารจัดการเมือง

### 3. ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม

แกนนำริเริ่มเป็นบุคคลที่ริเริ่มให้เกิดการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องการรวมกลุ่มภายในท้องถิ่น ซึ่งผลการศึกษาที่พบว่าลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่มที่เอื้อต่อการรวมตัวกันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมี 3 ประการ คือ เป็นบุคคลที่มีการติดต่อกับสังคมภายนอกสูง เป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก และเป็นบุคคลที่มีภาพลักษณ์ที่ดี

แกนนำริเริ่มมีการติดต่อกับสังคมภายนอกสูง โดยเริ่มจากการที่แกนนำริเริ่มได้พูดคุยและได้รับการจุดประกายความคิดจากหน่วยงานภายนอก สามารถทำการติดต่อ ตลอดจนขอความร่วมมือในด้านต่าง ๆ กับหน่วยงานภายนอก ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นร่วมกันระหว่างสมาชิกในท้องถิ่นกับหน่วยงานภายนอก โดยลักษณะนี้สอดคล้องกับแนวคิด “ความสัมพันธภาพแบบแน่นบนความสัมพันธภาพแบบหลวม” (The Strength of Weak Ties) ของ Thomas E. Harris (1993) ที่กล่าวว่า การพบปะพูดคุยกันเป็นครั้งคราวระหว่างบุคคลภายในและบุคคลภายนอกชุมชนจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับประโยชน์ในด้านการให้คำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวคล้ายคลึงกับงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู” ของ เวทีนี้ สตะเวทิน (2542) และ เรื่อง “การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง” ของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544) ที่พบว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการรวมตัวของคน คือ การสัมผัสกับสังคมภายนอก (Cosmopolite) ที่เริ่มจากการติดต่อสื่อสารและการจุดประกายกับหน่วยงานภายนอกทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างชุมชนกับสังคมภายนอก

แกนนำริเริ่มเป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากแกนนำริเริ่มเป็นบุคคลที่รู้จักและคุ้นเคยกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นส่วนใหญ่ เพราะค้าขายมานานนับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งตลาดน้ำตลิ่งชัน จึงใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในการชักชวนผู้ค้ารายอื่น ๆ ให้เข้ามารวมกลุ่มกัน โดยอาศัยวิธีการหลัก คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการ ดังนั้นยิ่งแกนนำริเริ่มรู้จักและคุ้นเคยกับคนมากเท่าใด ก็จะทำให้การกระจายข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยการรวมกลุ่มของ Marwin E. Shaw (อ้างใน หลุยส์ จำปาเทศ, 2522) ที่กล่าวว่า ลักษณะความสัมพันธ์ส่วนตัว (Interpersonal

Attraction) การติดต่อกันบ่อย ๆ และความใกล้ชิดสนิทสนมกันจะมีส่วนทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันได้ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Larzarsfeld และ Menzel (1968) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลที่รู้จักกันจะมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้รับสารส่วนใหญ่มักเชื่อถือในข้อตัดสินใจหรือความคิดเห็นของผู้ที่รู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนที่มาสื่อสารกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวคล้ายคลึงกับงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง” ของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544) ที่กล่าวว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวของคน คือ การเป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก เนื่องจากบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมากจะเป็นช่องทางที่เหมาะสมในการกระจายข่าวสารเพื่อการแสวงหาการมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี

นอกจากนั้นแกนนำริเริ่มยังเป็นบุคคลที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้คัดค้านน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากเป็นข้าราชการ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความเสียสละในการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมมาโดยตลอด และที่สำคัญคือเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ จึงได้รับความไว้วางใจและการยอมรับนับถือจากผู้คัดค้านน้ำตลิ่งชัน สอดคล้องกับแบบจำลองการสื่อสารของ Lasswell (1948) ที่กล่าวถึงตัวแปรที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล โดยตัวแปรประการแรกคือลักษณะของผู้ส่งสารที่จะสามารถมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น คือ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ดังนั้นผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะสามารถชักจูงใจได้ดีกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ เช่นเดียวกับที่ อนุภาพ ทิรลภา (2528) กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือในตัวผู้นำเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมของประชาชน นอกจากนั้นงานวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารซึ่งพัฒนาโดย Berdo และคณะ (1966) ได้สรุปปัจจัยที่ผู้รับสารใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งปัจจัยประการหนึ่งก็คือปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสารเอง (Qualification Factor) ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง (Experienced) มีความชำนาญ (Skilled) มีอำนาจในหน้าที่ (Authoritative) มีความสามารถ (Able) และมีไหวพริบ (Intelligent)

ดังนั้นลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่มจึงเป็นปัจจัยการสื่อสารสำคัญประการหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลิ่งชัน เนื่องจากแกนนำริเริ่มจะเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่กระจายข่าวสารเพื่อชักชวนให้บุคคลมาเข้าร่วมกิจกรรม

#### 4. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารจัดว่าเป็นปัจจัยด้านสื่อ เนื่องจากในการสื่อสารทุกครั้งจำเป็นต้องมีสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร ผลการศึกษาที่พบว่าแก่นนำริเริ่มรู้จักเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน กล่าวคือ ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มแก่นนำ กลุ่มสมาชิก และกลุ่มพันธมิตรของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จะมีทั้งการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารแบบเป็นทางการควบคู่กันไป โดยที่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการจะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากในการชักชวนบุคคลให้เข้าร่วมกิจกรรม โดยเริ่มจากคนที่รู้จักกันเป็นส่วนตัวมาก่อน มีการติดต่อกันเป็นประจำ เช่น บุคคลในครอบครัว ญาติ เพื่อน เพื่อนบ้าน เป็นต้น บุคคลที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจะได้รับความไว้วางใจ และสามารถจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยแบบกันเอง ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger (1978) และ Katz and Lazarsfeld (1955) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่ตนรู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่ไม่รู้จักมาก่อน หลังจากใช้วิธีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันแล้ว ก็ใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการในการประชุมร่วมกันระหว่างชาวบ้านกับบุคคลภายนอกเพื่อจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรชวัล หอมไกรลาส (2540) ที่กล่าวว่า ในการปฏิบัติงานควรมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ก่อน แล้วตามด้วยการสื่อสารแบบเป็นทางการในภายหลัง ดังเช่นในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันที่ใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการในการชักชวนและทำความเข้าใจเป้าหมายร่วมกันก่อน แล้วจึงใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการในการระดมความคิดเพื่อทำกิจกรรมตอบสนองต่อเป้าหมายนั้นในภายหลัง

การสื่อสารแบบเป็นทางการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การประชุมกลุ่มใหญ่ ซึ่งเป็นการประชุมร่วมกันระหว่างผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมดและเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน เนื่องจากเจ้าหน้าที่เขตตลิ่งชันต้องการชี้แจงทำความเข้าใจและชักชวนผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้มีการรวมกลุ่มกันทำงานในรูปของประชาคมจึงได้จัดให้มีการประชุมร่วมกันขึ้น นอกจากนั้นยังทำให้ผู้ค้าตลาดน้ำทราบถึงนโยบายของเขตตลิ่งชันที่ให้การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในท้องถิ่นด้วย สอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) ที่กล่าวถึงการจัดเหตุการณ์พิเศษขององค์การสถาบันรูปแบบหนึ่ง คือ การพบปะหรือการประชุม (Meetings and Conferences) ซึ่งเป็นการจัดให้มีการพบปะหรือการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยน

ทัศนคติความคิดเห็นของซึ่งกันและกัน นับว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารได้มีโอกาสพบปะกับบุคคลสำคัญภายนอกต่าง ๆ (key external publics) ที่ได้รับเชิญมาร่วมด้วย เช่น ผู้นำในท้องถิ่นหรือชุมชนต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ฝ่ายจัดการได้มีโอกาสฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของบุคคลเหล่านี้ รวมทั้งการปรึกษาหารือกันถึงนโยบายและแผนการดำเนินงานขององค์การด้วย สำหรับการนัดประชุมร่วมกันของสำนักงานเขตตลิ่งชันนั้น นอกจากจะใช้เพื่อเป็นกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และเผยแพร่ กระจายข่าวกิจกรรมความเคลื่อนไหวของสำนักงานเขตแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้ทุกคนร่วมกันคิด ร่วมกันนำเสนอแนวทางปฏิบัติที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมกัน และยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับที่ชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล ได้กล่าวถึงลักษณะของการประชุมอย่างสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนบทบาทของผู้เข้าร่วมประชุมให้เป็น “ผู้พูด” และ “ผู้ฟัง” ในเวลาเดียวกัน (Two – way communication) อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อข้อเสนอในที่ประชุมร่วมกันในกรณีที่มีการคิดค้นหรือมีกิจกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นจากที่ประชุม

## 5. ประเด็นการสื่อสาร

ประเด็นการสื่อสารภายในตลาดน้ำตลิ่งชันจัดได้ว่าเป็นปัจจัยในด้านเนื้อหาหรือสาร เพราะการเลือกเนื้อหาหรือสารที่มีความเหมาะสม ตรงกับความสนใจของผู้รับสารก็จะมีส่วนทำให้การสื่อสารในครั้งนั้นประสบผลสำเร็จ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าแกนนำริเริ่มเลือกที่จะหยิบยกประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของร่วมกัน” มาใช้เป็นประเด็นหลักในการสื่อสารกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากในขณะนั้นสังคมกำลังตื่นตัวเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา รวมทั้งสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ก็ให้ความสนใจและหยิบยกเอาประเด็นนี้มานำเสนอเป็นข่าวสารเผยแพร่สู่ประชาชน ทำให้คนในสังคม โดยเฉพาะผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันที่เริ่มเห็นความสำคัญในประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอยิ่งขึ้น และทำให้กลายเป็นประเด็นที่มีการสื่อสารร่วมกันภายในท้องถิ่น สอดคล้องกับแบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ McCombs และ Shaw (อ้างถึงใน สอนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2528) ที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของสื่อมวลชนว่า ในขอบเขตของประเด็นปัญหาหรือหัวข้อพิจารณา หากปรากฏว่าเรื่องใดที่ได้รับการเอาใจใส่จากสื่อมวลชนมากจะสร้างความคุ้นเคยต่อเรื่องนั้น ๆ ให้กับประชาชนยิ่งขึ้น และเป็นที่รับรู้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างที่สุด นอกจากนั้นการที่ประเด็นดังกล่าวได้รับความสนใจเป็นพิเศษจากผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจนกระทั่งกลายเป็นประเด็นหลักในการสื่อสารร่วมกันนั้น ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของร่วมกัน” สอดคล้อง



กับความต้องการของผู้ค้าตลาดน้ำ เพราะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกันในการดำเนินงานภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน และยังมีอำนาจต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของตนเองด้วย เนื่องจากที่ผ่านมามาการดูแลบริหารกิจการตลาดน้ำเป็นหน้าที่หลักของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ส่วนชาวบ้านเป็นเพียงผู้ที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย ไม่มีส่วนร่วมในการเสนอแนะความคิดเห็นหรือกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำให้ชาวบ้านประสบกับปัญหาความไม่มั่นใจว่าตลาดน้ำตลิ่งชันจะถูกปิดเมื่อไหร่ซึ่งจะทำให้ชาวบ้านขาดรายได้ สอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสธนเสถียร (2533) ที่กล่าวว่า หากชาวนั้นมีพื้นฐานที่สอดคล้องกับความรู้และความสนใจของประชาชนผู้รับสารแล้วผู้รับสารก็จะแสวงหาข่าวสารนั้นต่อไป ทั้งนี้ผู้รับสารอาจแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลรอบข้าง โดยการสนทนารับฟังหรือวิพากษ์วิจารณ์ซึ่งอาจทำให้ข่าวจากการจัดวารสารนั้นขยายตัวออกไปยิ่งขึ้น

ดังนั้นการหยิบยกประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของร่วมกัน” มาเป็นประเด็นหลักในการสื่อสารกับสมาชิกจึงเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ร่วมกันคิดและแสวงหาทางออกของปัญหา สอดคล้องกับ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2542) ที่กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Process) ของสมาชิกในสังคมว่า การสนทนาได้ต่อระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นการฝึกสมาชิกในสังคมเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมรับฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนกระบวนการร่วมกันค้นหาแนวทาง และการตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังมีข้อสันนิษฐานอีกว่าการที่ชาวบ้านไม่ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดแนวทางการดำเนินงานของตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำให้ชาวบ้านขาดความกระตือรือร้นและสำนึกรับผิดชอบที่จะปฏิบัติตามแนวทางที่ได้มีการวางแผนไว้ ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับที่ ลือชัย ศรีเงินยวง และผาสุก เอนกวนิช (2526) ได้อธิบายไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงนั้นไม่ได้มีความหมายถึงเพียงการดึงประชาชนเข้าไปร่วมโครงการที่รัฐเป็นผู้กำหนดรูปแบบเป้าหมายของงาน และกำหนดให้มีการเข้าร่วมงาน แต่จะต้องเป็นการมีส่วนร่วมอย่างมีสำนึกรับผิดชอบ และมีบทบาทอย่างเต็มที่ ทั้งในเรื่องของการค้นหาปัญหา การวางแผน การปฏิบัติ การควบคุมดูแล ตลอดจนการประเมินผลติดตามงาน การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงจะต้องหมายถึงการมอบอำนาจอธิปไตยขั้นพื้นฐานคืนสู่ประชาชน การพยายามจัดตั้ง และพัฒนาองค์กรประชาชนให้เข้มแข็งบนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง

## 6. มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

ผลการศึกษาที่พบว่ามุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เชื่อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากสมาชิกประชาคมได้เปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้รับฟังในการสื่อสารกับแกนนำริเริ่ม มาเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่สมาชิกคนอื่น ๆ จนทำให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างสมาชิกในท้องถิ่น ซึ่งมุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ มุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว และมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะ

มุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว คือ การคาดหวังถึงผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับในการเข้าร่วมกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกลุ่มในสังคมไทย ของ วิไลรัจส์ กฤษณะภุมิต (2532) ที่พบว่าปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ ความต้องการเข้าสังคม ต้องการเพื่อน ต้องการพึ่งพาอาศัย และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มีกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสอดคล้องคล้ายคลึงกัน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Marwin E. Shaw (อ้างใน หลุย จำปาเทศ, 2522) ที่กล่าวว่า คนเข้าร่วมกลุ่มกันได้เพราะมีเป้าหมายและความสนใจเหมือนกัน เช่นเดียวกับ WHO (อ้างใน เฟื่องฟ้า คณานุรักษ์, 2530) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเข้ามามีส่วนร่วม ได้แก่ การมองเห็นประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนได้ทำลงไป ซึ่งถือเป็นเรื่องการกระตุ้นให้เกิดมีสิ่งจูงใจ เช่นเดียวกับ William Reeder (1963) ที่สรุปถึงปัจจัยที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมว่า บุคคลจะเข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับความเชื่อพื้นฐาน ทศนคติและค่านิยมของตน กิจกรรมนั้นมีคุณค่า และสอดคล้องกับผลประโยชน์ของตน

แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรวมกลุ่มของ Marwin E. Shaw (อ้างใน หลุย จำปาเทศ, 2522) ที่กล่าวว่า เป้าหมายของกลุ่ม (Group Goal) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนรวมกันหรือเข้ากลุ่มกัน เพราะต่างก็มีความรับผิดชอบในเป้าหมายของกลุ่มที่วางไว้เหมือนกัน ซึ่งผู้วิจัยสันนิษฐานว่าการที่บุคคลต่าง ๆ ได้เข้ามาร่วมกันดำเนินกิจกรรมเป็นเพราะพวกเขามีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน คือ การได้ทำกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญเกิด มาอ่อน (2537) ที่ศึกษาลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ฟังวิทยุ จส.100 พบว่า การรวมกลุ่มเกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาจราจรและทำกิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ ร่วมกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีณี สตะเวทิน (2542) ที่กล่าวถึงเหตุผลของการเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมของประชาคมบางลำพูว่าเกิดจากการที่คนในชุมชนต้องการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน ในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะส่วนใหญ่จะปรากฏอยู่ในกลุ่มแกนนำริเริ่ม ซึ่งผู้วิจัย

สันนิษฐานว่าอาจมีสาเหตุมาจากการที่กลุ่มแกนนำริเริ่มเป็นกลุ่มคนที่สนใจปัญหาและติดตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมากกว่าคนอื่น ๆ ในท้องถิ่น ดังนั้นจึงมีความคิดที่จะรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น

- **ระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ**

1. **ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม**

จากผลการศึกษาที่พบว่าแกนนำริเริ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรม โดยได้ปรับโครงสร้างการบริหารงานประชาคมให้มีตำแหน่งกรรมการเพิ่มขึ้น ทำให้สมาชิกมีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นกว่าเดิม และเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้กับสมาชิกประชาคม ทำให้การพูดคุยถ่ายทอดความคิดเห็นในประชาคมเป็นได้ด้วยความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในการดูแลรักษาท้องถิ่นต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Robert Putnam (อ้างถึงใน เวทีนี้ สตะเวทิน, 2542) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนเกิดความเข้มแข็งคือ การมีช่องทางการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พูดคุยถึงปัญหาร่วมกันทั้งในรูปแบบของการพูดคุยที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

2. **การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก**

ในระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพนั้น บุคคลภายนอกได้ลดบทบาทจากการช่วยเหลือสนับสนุนการทำงานของประชาคมในทุก ๆ ด้านลงเหลือเพียงการสนับสนุนการทำงานของประชาคมในด้านการประชาสัมพันธ์เท่านั้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาคมได้มีส่วนร่วมในการบริหารกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันกันเอง สอดคล้องกับ ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่ควรพิจารณาถึงในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน คือปัจจัยเกี่ยวกับกลไกของภาครัฐ ทั้งในระดับนโยบาย มาตรการ และระดับการปฏิบัติที่เอื้ออำนวย หรือสร้างช่องทางการมีส่วนร่วมของประชาชน จำเป็นที่จะต้องทำให้การพัฒนาเป็นระบบเปิดที่มีความเป็นประชาธิปไตย รับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย และมีการตรวจสอบได้ ซึ่งการบริหารตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาคมนั้นแม้สำนักงานเขตจะเปิดโอกาสให้บริหารกิจการกันเองได้ แต่ก็ยังต้องอยู่ภายในกรอบกฎเกณฑ์ของทางราชการเพื่อให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

### 3. มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

Marvin E. Shaw (อ้างถึงใน หลุย จำปาเทศ, 2535) ได้กล่าวถึงสาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้คนเข้าร่วมกลุ่มกันก็คือ ความเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Group Membership) เพราะการเป็นสมาชิกของกลุ่มใดก็ตาม สมาชิกย่อมได้รับรางวัลอยู่ด้วยเสมอ อย่างน้อยก็คือความใกล้ชิดสนิทสนมกัน ความสบายใจ มีการยอมรับการในกลุ่ม สิทธิในกลุ่มนั้นล้วนเป็นผลอันเกิดจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มทั้งนั้น ซึ่งสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่มีมุมมองเกี่ยวกับการได้รับประโยชน์ตอบแทนต่อตนเองเป็นอันดับแรกจึงได้มีการเข้าร่วมกลุ่มกัน นอกจากนั้นยังทำให้ได้สิทธิในการจำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย ดังนั้นสมาชิกประชาคมจึงยินยอมพร้อมใจที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคมเนื่องจากกลัวการถูกตัดสิทธิของสมาชิกออก สอดคล้องกับ Gewirtz และ Bear ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสิทธิบางประการของสมาชิกเมื่อทำผิดกติกาจะเป็นการส่งเสริมให้คนระวังและกระตือรือร้นในการอยู่รวมกลุ่มได้อย่างดี

สำหรับมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้เกิดการรวมกลุ่มกัน ซึ่งแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรวมกลุ่มของ Marvin E. Shaw (อ้างใน หลุย จำปาเทศ, 2522) ที่กล่าวว่า เป้าหมายของกลุ่ม (Group Goal) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนรวมกันหรือเข้ากลุ่มกัน เพราะต่างก็มีความรับผิดชอบในเป้าหมายของกลุ่มที่วางไว้เหมือนกัน ซึ่งผู้วิจัยสังเกตว่าการที่ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้เข้ามาร่วมกันดำเนินกิจกรรมเป็นเพราะพวกเขามีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน คือ การได้ทำกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ นั่นคือการได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญ สอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีน สตะเวทีน (2542) ที่กล่าวถึงเหตุผลของการเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมของประชาคมบางลำพูว่าเกิดจากการที่คนในชุมชนต้องการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าในระยะนี้สมาชิกส่วนใหญ่ของประชาคมยังคงมีมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะในระดับผิวเผิน คือรับทราบถึงการร่วมกันทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะแต่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญเหล่านี้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามเมื่อได้รับการกระตุ้นและโน้มน้าวใจจากกลุ่มแกนนำประชาคม สมาชิกก็เต็มใจที่จะร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อท้องถิ่นตนเอง เนื่องจากเห็นว่าเป็นผลประโยชน์ต่อส่วนรวมที่ทุกคนจะได้รับร่วมกัน

#### 4. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

ผลการศึกษาที่พบว่าแกนนำริเริ่มมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ โดยช่องทางการสื่อสารหลักยังคงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการ และใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเป็นทางการเข้ามาเป็นช่องทางเสริม ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้แก่ประชาคม ทำให้สมาชิกมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robert Putnam (อ้างถึงใน เวทีนี้ สตะเวทิน, 2542) ที่พบว่าองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คือ การมีช่องทางการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พูดคุยถึงปัญหาร่วมกันทั้งในรูปแบบของการพูดคุยแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับลักษณะของกระบวนการสื่อสารแบบทางเลือกที่ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2542) กล่าวไว้ว่ากระบวนการสื่อสารแบบทางเลือกจะเน้นการสื่อสารแบบสองทางอย่างต่อเนื่อง (Two – way Interactive Communication) ในแนวระนาบ (Horizontal Communication) ในหมู่สมาชิกของสังคม โดยอาจใช้วิธีการสื่อสารที่หลากหลายกันไป ซึ่งการเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากขึ้นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งทำให้เกิดความร่วมมืออันดีระหว่างกัน และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ตลอดจนยังช่วยในการยึดสมาชิกในกลุ่มให้รวมตัวกันได้อย่างมั่นคง

ช่องทางการสื่อสารของประชาคมนอกจากจะมีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการแล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดเทศกาลของดีเขตตลิ่งชัน การจัดกิจกรรมเนื่องในวันสำคัญประจำปี อย่างวันลอยกระทง และวันสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชันแก่ทั้งผู้ค้าตลาดน้ำและประชาชนทั่วไปด้วย จัดว่าเป็นช่องทางการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งของประชาคม เพราะในการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ทำให้สมาชิกมีการรวมกลุ่มเพื่อพูดคุยสื่อสารกันและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ก่อให้เกิดความร่วมมือและเข้าใจอันดี ตลอดจนทำให้การรวมกลุ่มสมาชิกมีความเหนียวแน่นด้วย สอดคล้องกับ วิรัช ลภวิทนกุล (2544) ที่กล่าวว่า การจัดเหตุการณ์พิเศษขององค์การสถาบันนับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งที่หน่วยงานหรือองค์การสถาบันใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ โดยจัดเหตุการณ์พิเศษขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือชุมชน อีกทั้งยังได้ผลดีทั้งด้านการเผยแพร่ การกระจายข่าว กิจการความเคลื่อนไหว ตลอดจนผลงานและความก้าวหน้าของหน่วยงานหรือสถาบันด้วย สิ่งเหล่านี้ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ พร้อมกับสร้างความประทับใจและภาพลักษณ์ (image) ที่ดีแก่ประชาชนได้โดยง่าย เพราะเหตุการณ์พิเศษเป็นกิจ

กรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้หลายประการ รวมทั้งเป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจพร้อม ๆ กับความบันเทิงไปในตัว เนื้อสิ่งใดก็คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมเข้า ร่วมในงานหรือกิจกรรมนั้น

## 5. ประเด็นการสื่อสาร

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มแกนนำสามารถเลือกประเด็นที่จะนำมาสื่อสารกับสมาชิก ประชาคมได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการพูดคุยแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น โดยที่การกำหนดประเด็นที่จะสื่อสารภายในประชาคมของกลุ่มแกนนำนั้น มีผลให้ สมาชิกประชาคมเห็นว่าประเด็นเหล่านั้นมีความสำคัญ ทำให้สมาชิกสนใจที่จะนำประเด็นเหล่านั้น มาเป็นหัวข้อในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งบทบาทของกลุ่มแกนนำใน การกำหนดประเด็นการสื่อสารภายในตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นคล้ายคลึงกับบทบาทของสื่อมวลชนใน การกำหนดประเด็นที่จะนำเสนอข่าวสารสู่สังคม สอดคล้องกับ พีระ จิรโสภณ (2529) ที่กล่าวถึง หน้าที่ของสื่อมวลชนในการกำหนดหัวข้อข่าวหรือวาระข่าวสาร (The agenda setting function) ว่าหมายถึง ความสามารถของสื่อมวลชนในการเป็นผู้กำหนดประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่าง ๆ ใน สังคม ให้ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไปได้ทราบและเห็นความสำคัญจากการเสนอหรือไม่เสนอข่าว สารเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อมวลชน มีผลให้สาธารณชนมีความเห็นคล้อยตามว่าเรื่องนั้นเป็นหัวข้อ หรือประเด็นที่มีความสำคัญหรือไม่มีความสำคัญที่จะนำมาคิดพิจารณาหรืออภิปรายพูดคุยกัน นอกจากนี้การกำหนดประเด็นการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถร่วมพูดคุยกันได้นั้น ก่อให้เกิด การมีส่วนร่วมของสมาชิกทำให้มีการร่วมกันพูดคุยกันถึงประเด็นปัญหาและเสนอแนะแนวทางใน การแก้ไขปัญหาที่ได้ค้นพบร่วมกัน สอดคล้องกับ ปาวิชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2543) ที่กล่าว ว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในอนาคต จำเป็นต้องกระทำในรูปของการร่วมคิด ร่วมทำ ของฝ่ายต่าง ๆ โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนของ “การค้นพบ ปัญหา” ถึง “การแสวงหาทางออก” เพื่อให้ประชาชนได้ร่วมพิจารณาปัญหา ร่วมศึกษาข้อมูลเพื่อ ใช้เทคนิคแก้ปัญหา ร่วมวางแผนการทำโครงการ ตลอดจนร่วมติดตามผลกระทบจากโครงการที่ อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งการเลือกประเด็นการสื่อสารที่เปิดกว้างสำหรับสมาชิกประชาคม ทำให้ สมาชิกทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนาได้ และนอกจากนั้นยังทำให้สมาชิกรู้สึกว่ตนเองเป็น ส่วนหนึ่งในแนวทางของแผนการนั้นด้วย

แม้ว่าในอดีตตลาดน้ำตลิ่งชันเกือบจะถูกยุบไปแล้ว เพราะคณะผู้บริหารของสำนักงานเขต ตลิ่งชันไม่ให้การสนับสนุนและดูแลรักษาตลาดน้ำ แต่เพราะมีผู้ค้าตลาดน้ำกลุ่มหนึ่งที่ตระหนักถึง

ความสำคัญของตลาดน้ำตลิ่งชันจึงได้ร่วมแรงร่วมใจกันปรับปรุงซ่อมแซมโป๊ะแพและดูแลรักษาตลาดน้ำตามกำลังความสามารถที่มี จนกระทั่งเมื่อเปลี่ยนคณะผู้บริหารสำนักงานเขตตลิ่งชัน จึงทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับความสนใจและสนับสนุนเป็นอย่างดีจากสำนักงานเขตอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถยืนหยัดขึ้นมาได้อีกครั้งหนึ่ง และได้มีการรวมกันเป็นประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งผู้วิจัยสันนิษฐานว่าแม้ต่อไปในอนาคตประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเขตตลิ่งชันอีก แต่ประชาคมก็ยังสามารถอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน เพราะมีลักษณะที่สอดคล้องกับกลุ่มประชาคมที่ยั่งยืนตามทัศนะของ อนุชาติ พวงสำลี และวีรบูรณ์ วิสารทสกุล (2540) ที่กล่าวว่ากลุ่มประชาคมที่จะมีความยั่งยืนย่อมต้องมีระบบการจัดการที่ดี มีระบบการสื่อสารแลกเปลี่ยน และมีการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกัน (Communication and Network) ซึ่งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีปัจจัยเหล่านั้นครบถ้วน

**ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในสถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก**

ผลการศึกษาที่พบว่า ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันใช้การสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 สถานการณ์ คือ

### 1. สถานการณ์ทั่วไป

การสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไปของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จัดได้ว่าเป็นการสื่อสารภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากมีสมาชิกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันและทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ส่วนวิธีการสื่อสารที่ใช้ในสถานการณ์การสื่อสารทั่วไปนี้มีทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปาก การประชุมกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ การใช้สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งจะมีการเลือกใช้ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของเนื้อหาสารและผู้รับสาร สอดคล้องกับที่ Scott M. Cutlip และ Allen H. Center (1971) ได้เสนอความเห็นไว้ว่า ช่องทางข่าวสาร (Channels) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เพราะข่าวสารจะเผยแพร่ได้ดีต้องส่งให้ถูกช่องทางของการสื่อสารนั้น ๆ

การสื่อสารเพื่อแจ้งประกาศของประชาคมและการชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกประชาคม กลุ่มแกนนำประชาคมจะเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากควบคู่กับการใช้สื่อบุคคล เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีการแพร่กระจายไปอย่าง

รวดเร็วและมีประสิทธิภาพต่อการยอมรับของผู้รับสาร สอดคล้องกับที่ Rogers และ Shoemaker (1971) กล่าวไว้ว่า กรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับสารที่เสนอออกไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้เกิดการยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนี้ในกลุ่มแกนนำประชาคมยังใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การประกาศเสียงตามสาย เป็นสื่อสนับสนุนการสื่อสารในกรณีนี้ด้วย เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจมีคุณลักษณะที่ดี คือ ผู้ใช้สื่อเฉพาะกิจสามารถนำข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งต้องการที่จะทำการรณรงค์เผยแพร่เฉพาะเรื่องนั้นกับผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย และการใช้สื่อเฉพาะกิจย่อมสามารถทำให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้ทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้องรวมทั้งช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือกระทำ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540) เช่นเดียวกับที่ Adams (1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน

ในการเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคมและการประชุมระดมสมอง กลุ่มแกนนำประชาคมจะใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากในการชักชวนสมาชิกให้มารวมกลุ่มกัน โดยกำหนดให้กรรมการในกระจายข่าวในกลุ่มผู้ค้าของตนเอง เพราะรู้จักคุ้นเคยและใกล้ชิดกัน สอดคล้องกับที่ Lazarsfeld และ Menzel ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญเพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคยซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดได้ง่ายขึ้น จากนั้นจึงใช้วิธีการประชุมเพื่อให้สมาชิกร่วมกันแสดงความคิดเห็นและหาข้อสรุปร่วมกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับที่ ชัยวัฒน์ ธิระพัฒน์ และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล ได้กล่าวถึงลักษณะของการประชุมอย่างสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนบทบาทของผู้เข้าร่วมประชุมให้เป็น “ผู้พูด” และ “ผู้ฟัง” ในเวลาเดียวกัน (Two – way communication) อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อข้อเสนอในที่ประชุมร่วมกันในกรณีที่มีการคิดค้นหรือมีกิจกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นจากที่ประชุม บุคคลที่มาเข้าร่วมประชุมจะมีความรู้สึก “ร่วม” ถึงความเป็นเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การร่วมกันรับผิดชอบในการผลักดันโครงการ



## 2. สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง

การสื่อสารในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน กลุ่มแกนนำประชาคมจะใช้วิธีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านทางสื่อบุคคล เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งอย่างรุนแรงขึ้นภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นการโต้เถียงหรือการทะเลาะเบาะแว้งกันเล็กน้อย ได้แก่ ความขัดแย้งระหว่างผู้ค้าตลาดน้ำด้วยกันในเรื่องเกี่ยวกับการค้าขาย และความขัดแย้งระหว่างผู้ค้าตลาดน้ำกับนักท่องเที่ยวในเรื่องเกี่ยวกับความไม่พอใจกิจกรรมการขายของผู้ค้าหรือคุณภาพสินค้า ดังนั้นจึงมีคุณนพดล มาเสริมสิน ประธานประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยประนีประนอม เพื่อระงับปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยและได้รับความเคารพนับถือจากผู้ค้าทุกคนในตลาดน้ำตลิ่งชัน อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือในสายตาของบุคคลทั่วไปด้วย ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารซึ่งพัฒนาโดย Berlo และคณะ (1966) ได้สรุปปัจจัยที่ผู้รับสารใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งปัจจัยประการหนึ่งก็คือ ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสารเอง ได้แก่ มีความชำนาญ (Skilled) มีอำนาจในหน้าที่ (Authoritative) มีความสามารถ (Able) และมีไหวพริบปัญญา (Intelligent) เช่นเดียวกับที่ อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2542) ได้อธิบายว่า ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือจะมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ และเชื่อกันว่าเรื่องที่ผู้ส่งสารพูดมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวผู้ส่งสารเอง เพราะจะเป็นพลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารได้มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่งถ้าผู้ฟังเห็นว่าผู้พูดไม่น่าเชื่อถือแล้ว ไม่ว่าเรื่องที่พูดเป็นอะไรก็ย่อมจะไม่น่าเชื่อถือไปด้วย

## 3. สถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

การสื่อสารในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน การจัดทำตลิ่งชันทัวร์ การจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชัน ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปในสังคม และเชิญชวนให้ประชาชนเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย ดังนั้นทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้เน้นหนักไปที่การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร สอดคล้องกับที่ Rogers และ Shoemaker (1971) กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งข่าวที่สามารถนำข่าวสารไปยังผู้รับสารได้จำนวนมากอย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้ เช่นเดียวกับ Walter

Lippman (1922) ที่กล่าวว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญช่วยให้คนเราได้รับรู้และเรียนรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งตามปกติแล้วเราไม่มีโอกาสสัมผัสด้วยตนเอง

นอกจากนี้ในกรณีที่ทางประชาคมได้ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันไปตามสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ รวมทั้งเชิญสื่อมวลชนให้มาถ่ายทำสารคดีที่ตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น ทางคณะกรรมการประชาคมและสำนักงานเขตตลิ่งชันก็ได้ร่วมกันกำหนดเนื้อหาหรือประเด็นเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันที่ต้องการจะนำเสนอผ่านสื่อมวลชนไว้แล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่จะนำเสนอผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทมีความสอดคล้องกัน เพื่อที่จะทำให้เกิดกระแสความสนใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ Rogers และ Dearing (อ้างถึงใน McQuail and Windahl, 1993) ที่ระบุว่า กระบวนการกำหนดวาระข่าวสารประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม คือ สื่อมวลชน สาธารณชน และหน่วยงานหรือองค์กรรัฐ ซึ่งมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน โดยมีปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญ คือ ประสบการณ์ส่วนบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคล และสถานการณ์แวดล้อม ซึ่ง Rogers และ Dearing พบว่า วาระข่าวสารของสื่อมวลชนได้รับอิทธิพลบางส่วนจากรัฐ และได้รับอิทธิพลโดยตรงจากแหล่งอื่น ๆ อีกหลายแหล่ง เช่นเดียวกับแบบจำลองการกำหนดข่าวสารของ McCombs และ Shaw (1976) ที่แสดงให้เห็นว่า เรื่องที่ได้รับการเอาใจใส่จากสื่อมวลชนมากจะสร้างความคุ้นเคยต่อเรื่องนั้น ๆ ให้กับประชาชนยิ่งขึ้น และเป็นที่รับรู้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างที่สุด

ผู้วิจัยมีข้อสันนิษฐานว่าเหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้สื่อมวลชนสนใจและให้ความร่วมมือในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์และสารคดีเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากว่าแนวคิดเรื่องการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการซื้อสินค้าของชุมชนกำลังได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากภาครัฐในฐานะที่เป็นนโยบายประการสำคัญของรัฐบาล และคนในสังคมกำลังตื่นตัวกับกระแสแนวคิดนี้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ สุรพงษ์ โสภนะเสถียร (2533) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดวารสารจะต้องพิจารณาความพร้อมของผู้รับสารด้วย โดยเฉพาะภูมิหลังของผู้รับสาร ในด้านความรู้ ความสนใจต่อข่าวประเภทนั้น หากข่าวมีพื้นฐานที่สอดคล้องกับความรู้และความสนใจของประชาชนผู้รับสารแล้ว ผู้รับสารก็จะแสวงหาข่าวสารนั้นต่อไป โดยการติดตามข่าวสารหรืออาจแสวงหาข้อมูลของข่าวนั้นเพิ่มเติมจากบุคคลรอบข้าง โดยการสนทนา รับประทานอาหาร หรือวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งอาจทำให้ข่าวจากการจัดวารสารนั้นขยายตัวออกไปยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ บุญเลิศ ศุภดิถก (อ้างถึงใน การดา ร่วมพุ่ม, 2541) ที่พบว่าสื่อมวลชนสามารถทำให้คนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา โดยหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนเสนอมีความสัมพันธ์เชิงสอดคล้องกับหัวข้อหรือประเด็นปัญหาที่ประชาชนกล่าวถึง

การสื่อสารในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน นอกจากจะเน้นหนักไปที่การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของตลาดน้ำตลิ่งชันแล้ว ทางคณะกรรมการประชาคมและสำนักงานเขตตลิ่งชันยังได้มีการใช้สื่อเฉพาะกิจควบคู่ไปด้วย ในฐานะที่เป็นสื่อสนับสนุน ซึ่งได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายผ้า บอร์ดประชาสัมพันธ์ โดยที่สื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันหรืออยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง สอดคล้องกับที่ เกศินี จุฑาวิจิตร (2540) ได้อธิบายไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจจะใช้ในช่วงการดำเนินกิจกรรมของประชาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมเชิงรุกและกิจกรรมสนับสนุน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะจะเป็นการแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อจำกัดตามธรรมชาติของแต่ละสื่อ

นอกจากนี้ทางประชาคมยังได้จัดกิจกรรมพิเศษขึ้นภายในตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย ได้แก่ การจัดทำตลิ่งชันทัวร์ การจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชัน ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจและเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) ได้กล่าวถึงเหตุการณ์พิเศษ (Special events) ไว้ว่า เป็นกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีผลดีในด้านการเผยแพร่ กระจายข่าว กิจกรรม ความเคลื่อนไหว ตลอดจนผลงานและความก้าวหน้าของหน่วยงานหรือองค์กรสถาบัน ได้แก่ การจัดงานและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks) คือ การที่หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันจัดงานเหตุการณ์พิเศษขึ้นโดยเลือกกำหนดเอาวันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญโดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเอง แล้วถือเอาวันหรือสัปดาห์ช่วงนั้นเป็นระยะเวลาจัดเหตุการณ์พิเศษของตน

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานภายนอกหรือแกนนำประชาคมควรจะมีการจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่สมาชิกประชาคมเกี่ยวกับเรื่องกระบวนการทำงานร่วมกันในรูปแบบของประชาคม และกระบวนการสื่อสารภายในประชาคม โดยเน้นหนักไปที่ประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของร่วมกัน” เพื่อสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบของสมาชิกต่อท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดความตระหนักในสิทธิการแสดงความคิดเห็นของตนเอง เนื่องจากการศึกษาพบว่า แนวคิดการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มแกนนำประชาคม ในขณะที่สมาชิกประชาคมส่วนใหญ่จะสนใจเฉพาะเรื่องผลประโยชน์ของตนเอง และไม่ค่อยจะมีการติดต่อสื่อสารกันในเรื่องเกี่ยวกับการ

ทำงานของประชาคม เพราะคิดว่ากำหนัดแนวทางพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการประชาคม ส่วนตนเองมีหน้าที่เฉพาะค้าขายเท่านั้น

2. หน่วยงานภายนอกโดยเฉพาะหน่วยงานราชการควรจะมีการปรับนโยบายในด้านการพัฒนาท้องถิ่นและการส่งเสริมประชาชนให้มีส่วนร่วมภายในชุมชน เป็นงานในเชิงนโยบายสาธารณะ เนื่องจากนโยบายมักจะเปลี่ยนเมื่อมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหาร ทำให้เกิดการขาดความต่อเนื่องและยั่งยืนของโครงการ แนวคิดดังกล่าวมาจากข้อค้นพบที่ว่า เมื่อมีการปรับเปลี่ยนคณะผู้บริหารสำนักงานเขตตลิ่งชัน ก็ทำให้นโยบายการส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชันหยุดชะงักลง

3. แกนนำประชาคมน่าจะมีการเสริมสร้างเครือข่ายการทำงานและความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ โดยตรง นอกเหนือจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน เพื่อให้การทำงานของประชาคมได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เนื่องจากการศึกษาพบว่า ตลอดระยะเวลาการทำงานที่ผ่านมาของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้ประสานความร่วมมือกับสำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นหลักเพียงหน่วยงานเดียว และยังให้สำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นสื่อกลางในการติดต่อขอความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ทำให้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันไม่ค่อยมีงบประมาณและการสนับสนุนการทำงานที่เพียงพอ ตลอดจนขาดกลุ่มพันธมิตรที่หลากหลายอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งการรวมตัวของประชาชนเกิดจากการจุดประกายของบุคคลภายนอก ดังนั้นจึงน่าจะมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการสื่อสารที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมอื่น ๆ ที่มีลักษณะแตกต่างกันไป เช่น ประชาคมที่มีการรวมตัวกันระหว่างหน่วยงานธุรกิจ ประชาคมที่มีการรวมตัวกันโดยคนในท้องถิ่นเป็นผู้ริเริ่ม

นอกจากนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น น่าจะมีการศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อแต่ละปัจจัยการสื่อสารที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ทั้งนี้เพื่อให้มีการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง

2. การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดทางนิเทศศาสตร์เป็นกรอบในการวิจัย จึงศึกษาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเท่านั้น ในขณะที่กิจกรรมหลักของประชาคมคือการบริหารกิจการตลาดน้ำตลิ่งชัน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงน่าจะศึกษาถึงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของประชาคมและปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ เนื่องจากบุคคลที่เข้าร่วมกลุ่มมาจากหลากหลายสาขาอาชีพและไม่ได้มีความเชี่ยวชาญทางด้านการบริหารธุรกิจ