

สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่ง  
ทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ศักดิ์ชัย หาญอาสา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-339-6

**Public Relations Media for the Acceptance of the Shuttle Train**

**Project linking the Suwannabhum Airport**

**Sakchai Harnarsa**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master Arts (Communication )**

**Department of Business Communication**

**Graduate School, Dhurakij Pundit University**

**2006**

**ISBN 974-671-339-6**

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาจาก อาจารย์ อรุณ งามดี อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ที่ให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหา อันเป็นประโยชน์อย่างมากกับการ ทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเลิศ ศุภคติก ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ ด้วยคำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ยิ่ง

ขอกราบด้วยความเคารพและสำนึกในบุญคุณอย่างสูงยิ่งต่อ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และ คณะกรรมการพิจารณาทุนของมหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่กรุณาให้โอกาสทางการศึกษาโดยมอบ ทุนการศึกษาในระดับมหาบัณฑิตให้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ รวมถึงเจ้าหน้าที่บัณฑิต วิทยาลัยส่วนงานวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ช่วยแนะนำ และประสานงานต่างๆ ในการจัดทำวิทยานิพนธ์จน สำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณ ยุทธนา ทัพเจริญ รองผู้อำนวยการด้านพัฒนาและวางแผน คุณ อวิรุทธ์ ทอง เนตร หัวหน้าสำนักนโยบายและแผน คุณ สุรณ เจตน์เกษกรรณ์ หัวหน้าสำนักงานบริหารโครงการ ระบบรถไฟฟ้า คุณ มนต์ พันธุ์ศรีรัตน์ ผู้ตรวจการรถไฟ 1 คุณ สิริมา หิรัญเจริญเวช รองผู้อำนวยการฝ่าย การพาณิชย์ ที่ให้ข้อมูล ตรวจสอบ แก้ไขและให้คำแนะนำ รวมทั้งให้สัมภาษณ์ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดขอขอบคุณ เพื่อนๆ ทุกท่าน ที่คอย กระตุ้นเตือน การจัดทำวิทยานิพนธ์ ให้ความ ช่วยเหลือในด้านต่างๆ ด้วยดี จนประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ศักดิ์ชัย หาญอาษา

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย	ก
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
	กิตติกรรมประกาศ	จ
	สารบัญตาราง	ฉ
	สารบัญภาพ	ญ
		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	8
	ปัญหาคำถามการวิจัย	9
	วัตถุประสงค์การวิจัย	9
	สมมุติฐานการวิจัย	9
	ขอบเขตการวิจัย	10
	นิยามศัพท์	11
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
	แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	27
	แนวคิดการสื่อสารและการติดต่อสื่อสาร	30
	ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ	36
	แนวคิดกระบวนการสังคมประกิต	39
	ทฤษฎีการยอมรับ	43
	แนวคิดกระบวนการของการยอมรับ	67
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	67



## สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
	รูปแบบการวิจัย	71
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	66
	กรอบแนวคิดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	71
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย	75
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	76
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	77
	บทที่ 4	ผลการวิจัย
การทดสอบสมมติฐาน		93
การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและประชาชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ		173
สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์		179
การสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนใกล้เส้นทางรถไฟ		181
สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประชาชน		186
การสัมภาษณ์ผู้บริหารที่รับผิดชอบโครงการฯ		187
สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร		190
สรุปผลการสัมภาษณ์ทั้งหมด		191
บทที่ 5	อภิปรายผลการวิจัย	194
	สรุปผลการวิจัย	196
	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	205
	การอภิปรายผลการวิจัย	206
	ข้อเสนอแนะการวิจัย	219

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	224
ภาคผนวก	
แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย	230
ภาพถ่ายชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟฯ	238
ภาพถ่ายตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	244
เส้นทางโครงข่ายคมนาคมในอนาคต	251
เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์	254
ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์	258

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไป	80
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ข่าวสาร โครงการ	83
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบอกชื่อนุคคล เจ้าหน้าที่	83
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ได้รับข่าวสาร ข้อมูล	84
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการติดตามข่าวสาร ข้อมูล	84
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อที่ติดตาม แสวงหาข่าวสาร	85
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับและแหล่งข่าวสาร	86
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตามลักษณะการยอมรับด้านต่างๆ	89
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเขตที่ตั้งที่อยู่อาศัย	94
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	97
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ	100
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	109
13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการอยู่อาศัย	120
14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	124
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	134
16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	140
17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทราบการสร้างคร่อมเส้นทางเดิม	148
18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประชาชนเข้าร่วมประชุมได้	152
19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโครงการจะมีผลกระทบ	155
20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทราบเจ้าหน้าที่ประกาศข่าว	158
21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทราบมีมาตรการชดเชย	161
22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทราบข่าวก่อนดำเนินการก่อสร้าง	164
23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประชาชนแสดงความคิดเห็นได้	168
24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประชาชนร่วมดูแลการก่อสร้าง	170

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพถ่ายชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ	237
2 ภาพถ่ายตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	243
3 ภาพถ่ายเส้นทางรถไฟโครงการข่ายคมนาคมในอนาคต	250
4 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์	253
5 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์	257

DPU

ชื่อวิทยานิพนธ์	สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ชื่อนักศึกษา	ศักดิ์ชัย หาญอาษา
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ อรุณ งามดิ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์(ธุรกิจ)
ปีการศึกษา	2549

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สื่อประเภทใด ที่มีประสิทธิผลสูงสุดกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ในการได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร มีทัศนคติที่ดี ให้ความร่วมมือ ยอมรับในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยทั้ง เชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว(One-Shot Case study) กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ที่พักอาศัยในชุมชนริมทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบันหรือในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯในอนาคตจำนวน 150 คน และกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม ที่พักอาศัยในชุมชนใกล้เส้นทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบันหรือผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบันในช่วงระยะทางของเส้นทางรถไฟโครงการฯในอนาคต จำนวน 150 คน รวมจำนวน 300 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสัมภาษณ์ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง ตามความคิดเห็นแท้จริง หรือกลุ่มตัวอย่างที่เขียนหนังสือไม่ได้ อ่านหนังสือไม่ออก ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์พร้อมกรอกแบบสัมภาษณ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างแทน หากกลุ่มตัวอย่างยังไม่เข้าใจ ผู้วิจัยได้อธิบายชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติม จนกระทั่งกลุ่มตัวอย่างเข้าใจก่อนกรอกแบบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ เพื่อให้การสัมภาษณ์ประกอบแบบสัมภาษณ์สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความสมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์หลังการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้คำตอบครบถ้วนทั้งหมด และการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)ใช้วิธีการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In – depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เช่นเดียวกันกับการวิจัยเชิงปริมาณคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจำนวน 10 คนและกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม จำนวน 6 คน ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In – depth Interview)กับผู้บริหารที่

รับผิดชอบนโยบาย แผนงานและบริหารจัดการในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 2 คน รวมจำนวน 18 คน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ประชาชน ที่ได้รับผลกระทบเกิดการยอมรับในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ของสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับของประชาชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า

1. การยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า มีลำดับการยอมรับเกี่ยวกับโครงการฯ ได้ใน 5 ลำดับแรก คือ ควรให้มีการประชุมชี้แจง เกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากกว่านี้, การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น, โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, การก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ท่านอยู่อาศัย, โครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว

2. ปัจจัยสื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ มีการยอมรับในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า สื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภท สื่อบุคคล โดยเฉพาะ ผู้นำชุมชน ที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ ซึ่งมีอิทธิพลเหนือประชาชนทั่วไป สามารถชักจูงประชาชนในชุมชนได้ ในที่นี้คือ การร่วมมือ ยอมรับ ในการดำเนินงานโครงการฯ รวมทั้งเป็นแหล่งหรือช่องทาง ติดตาม แสวงหา ข้อมูล ข่าวสาร รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน อันดับสามคือ สื่อมวลชน โทรทัศน์ วิทยุ

3. ปัญหา อุปสรรค ของการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า มีลำดับการไม่ยอมรับการดำเนินงานโครงการฯ ใน 5 ลำดับแรก คือ การก่อสร้างทางรถไฟผ่านทับที่อยู่อาศัยของตน, การมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ, โครงการฯ จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ น้อยมาก, การชดเชยเป็นเงินให้แทนการรื้อย้ายไปอยู่ที่ใหม่, กรณีที่การก่อสร้างฯ ผ่านทับที่พักอาศัย โดยให้ย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เริ่มต้นขึ้นในสมัยของ “จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์” เมื่อปี พ.ศ.2503 ได้มีข้อสรุปว่า กรุงเทพมหานคร ควรจะต้องมีสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่อีกแห่งหนึ่งแยกออกจากสนามบินทหารและเพื่อให้สอดคล้องกับความเจริญเติบโตของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2504 กระทรวงคมนาคมก็เริ่มแสวงหาพื้นที่ก่อสร้างที่เหมาะสมที่สุดคือ บริเวณหนองงูเห่า ตำบลบางโคลง ตำบลราชาเทวะ และตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีพื้นที่ประมาณ 19,543 ไร่ แต่ได้ชะลอโครงการไปในรัฐบาลในยุคต่อๆ มา เพราะเห็นว่าท่าอากาศยานกรุงเทพ(ดอนเมือง) ยังสามารถรองรับกิจการขนส่งทางอากาศได้ ต่อมารัฐบาลนายอินต์ ปันยารชุน โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2534 อนุมัติให้มีการก่อสร้างโครงการท่าอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งที่ 2 หรือท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อสนับสนุนการค้าเดินนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภูมิภาคได้ในอนาคต

เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2545 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เสด็จฯ ทรงวางศิลาฤกษ์อาคารโดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงเป็นนิมิตหมายที่ดีของโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่จะเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศและเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งเป็นปัจจัยจะช่วยส่งเสริมและกระตุ้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคม การท่องเที่ยวและด้านอื่นๆ ของประเทศให้เป็นไปได้อย่างรวดเร็วอันจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ อย่างไรก็ตามเนื่องจากโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นโครงการขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้มีนโยบายที่จะส่งเสริมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศในภูมิภาค (Regional Aviation Hub) ที่โดดเด่นแห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนและยกระดับขีดความสามารถในการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้มีความสมบูรณ์ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเชิงขนส่งในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบด้านคมนาคมขนส่งที่จะเชื่อมต่อระหว่างเมืองกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีความสมบูรณ์แบบในระดับนานาชาติ จึงเห็นควรที่จะให้การพัฒนารูปแบบการเดินทาง ในระบบรางควบคู่กันไปด้วย ในเวลา

อันรวดเร็วที่ตรงต่อเวลาและน่าเชื่อถือ ประกอบกับอนุสนธิจากการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (กทท.) ครั้งที่ กทท.3/2546 เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2546 โดยมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี นายทักษิณ ชินวัตร เป็นประธานได้มี(ร่าง) มติที่ประชุมอนุมัติให้ การรถไฟแห่งประเทศไทย(ร.ฟ.ท.) ดำเนินโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ(ช่วงพญาไท-มักกะสัน/อโศก-สุวรรณภูมิ)ตามกรอบพระราชบัญญัติว่าด้วย(พ.ร.บ.)การให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ.2535

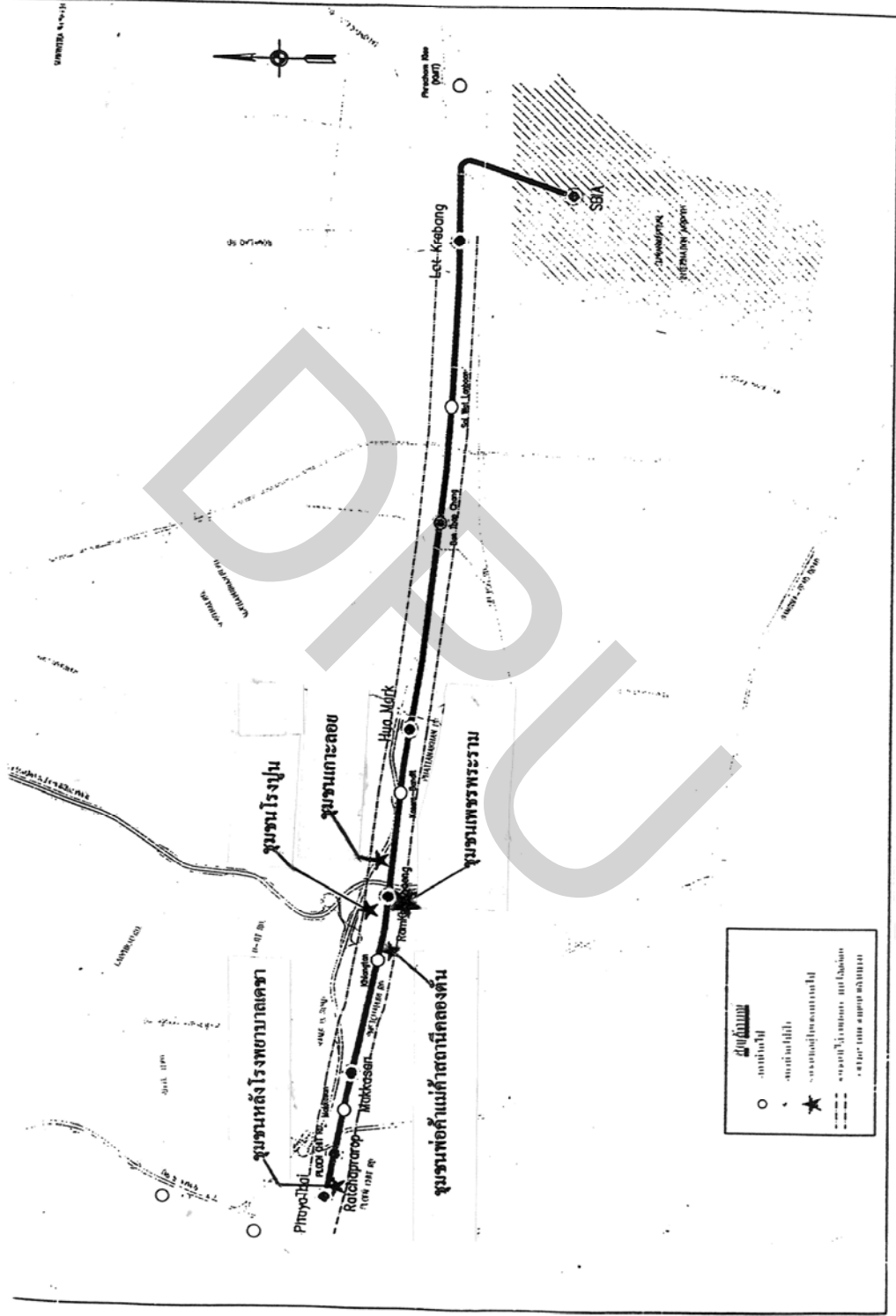
โครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นโครงการที่ยิ่งใหญระดับนานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ที่รองรับความเจริญของประเทศไทยและการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจการท่องเที่ยว พร้อมกับสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม แสดงถึงการพัฒนายิ่งใหญ่ของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยรัฐบาลคาดหวังไว้ว่าจะเป็นตัวกระตุ้นให้สถานะเศรษฐกิจของประเทศชาติ พัฒนาการอย่างยิ่งใหญ่ต่อไป ที่จะต้องพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเชิงขนส่งในด้านต่างๆ เพื่อรองรับโครงการฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งที่จะเชื่อมต่อระหว่าง ย่านใจกลางเมืองหลวงกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่รวดเร็ว ตรงเวลา มีประสิทธิภาพสูง คือ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แต่ในทางกลับกัน ก็เป็นโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ คุณค่า คุณภาพชีวิต ด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นผลกระทบโดยตรงกับประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟโครงการฯ ทั้งที่ใช้เป็นแหล่งที่พักอาศัย พร้อมทั้งเป็นแหล่งที่ประกอบอาชีพ เพื่อการค้าของครัวเรือนมาเป็นเวลานาน และคาดว่า จะเป็นผลกระทบโดยอ้อมกับประชาชนที่พักอาศัยอยู่ใกล้เคียงเส้นทางรถไฟโครงการฯ หรือประชาชนผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในช่วงระยะทางของเส้นทางรถไฟโครงการฯ ซึ่งปัจจุบันเป็นเส้นทางรถไฟสายตะวันออก

## **สำหรับผลกระทบต่อคุณค่าคุณภาพชีวิตของประชาชน มีดังนี้**

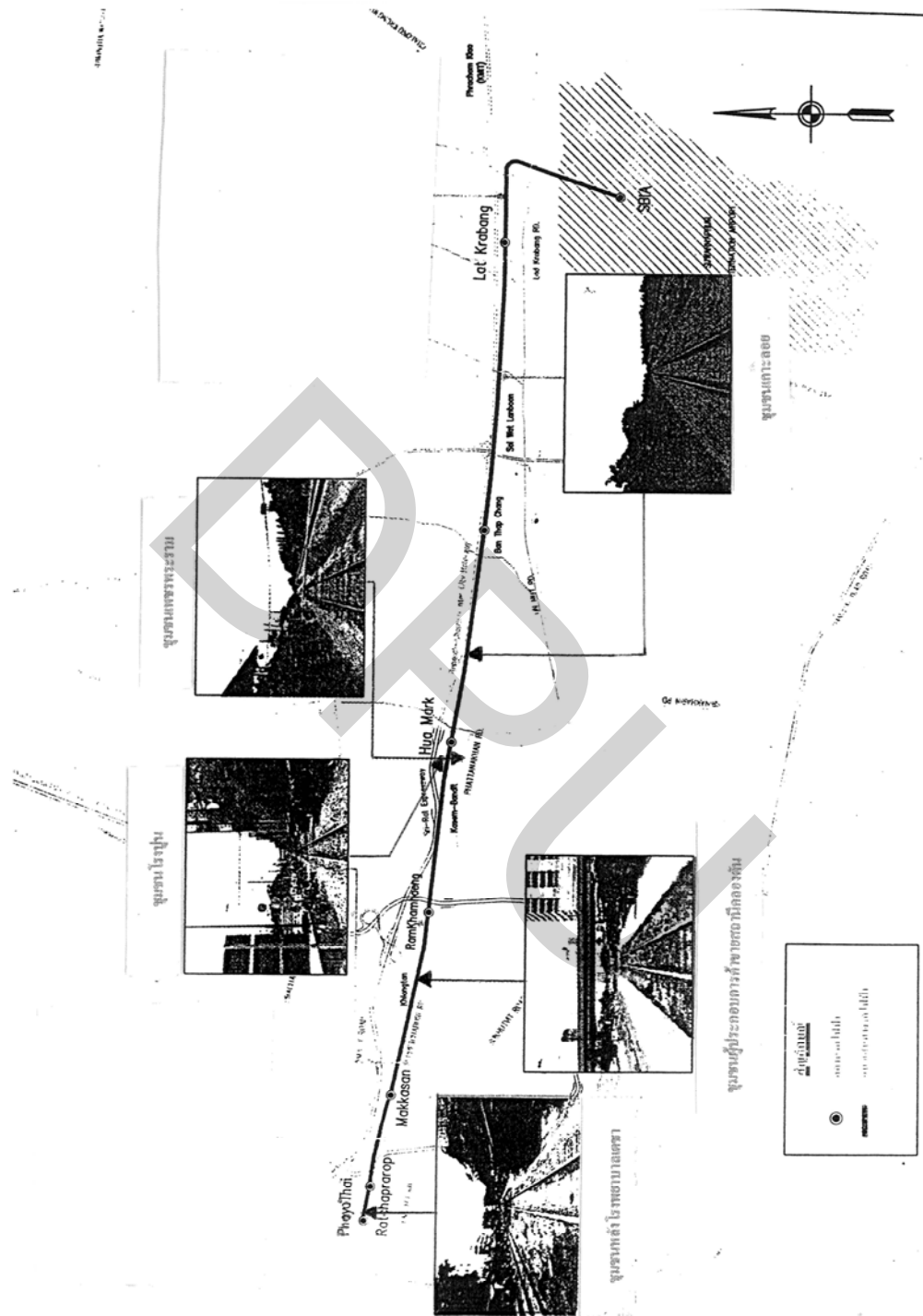
### **1.1.1 ด้านเศรษฐกิจและสังคม**

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม ที่ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยมุ่งเน้นผลกระทบโดยตรงกับประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ โดยปลูกสร้างที่พักอาศัยริมเส้นทางรถไฟโครงการฯหรือเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน มีระยะห่างไม่เกิน 20 เมตร เป็นการศึกษาหลัก และผลกระทบโดยอ้อมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับประชาชนที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯหรือประชาชนผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในช่วงระยะทางของเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน เป็นการศึกษารอง ดังภาพแสดงสถานที่ตั้งชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ และแผนที่แสดงชุมชนที่บุกรุกเข้ามาในพื้นที่การรถไฟ





ภาพที่ 1.1 สถานที่ตั้งชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ



ภาพที่ 1.2 แผนที่แสดงชุมชนที่ถูกรุกเข้ามาในพื้นที่การรถไฟ

ทั้งนี้ ระยะเวลาที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ เป็นระยะการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ โดยมีผลกระทบ ดังนี้

### 1.1.2 ระยะการก่อสร้าง

**ผลกระทบกับประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟโครงการฯ**

#### 1) ผลกระทบด้านอพยพ/รื้อย้าย

การก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน แต่พื้นที่ 2 ข้างทางรถไฟดังกล่าว ได้มีประชาชนเข้ามาปลูกสร้างที่พักอาศัยในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ หรือปัจจุบันเป็นแนวเขตเส้นทางรถไฟสายตะวันออก ซึ่งจะได้รับผลกระทบโดยตรง คือการอพยพหรือรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไปจากแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ หรือพื้นที่ที่จะก่อสร้างโครงการฯ

นอกจากกลุ่มราษฎรดังกล่าวข้างต้น จะได้รับผลกระทบจากการรื้อย้ายแล้ว ยังจะมีผลกระทบอื่นๆ ตามมาอีกจากการดำเนินงานโครงการฯ คือ

ก. ผลกระทบด้านการจัดหาที่อยู่อาศัย เพราะผู้ที่ต้องอพยพโยกย้ายส่วนใหญ่ มีที่พักอาศัยเพียงแห่งเดียว ซึ่งปลูกบ้านพักอยู่ในพื้นที่ของรถไฟฯ โดยไม่ได้เสียค่าเช่าและส่วนใหญ่ไม่มีที่ดินที่อื่น และเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย ดังนั้นการไปหาที่ว่างเปล่าที่อื่น เพื่อปลูกที่พักอาศัยแบบไม่ต้องเสียค่าเช่า หรือเสียค่าเช่าในราคาถูกลงจะหายาก เพราะที่ดินซึ่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงที่เดิมเป็นที่ดินที่มีราคาสูง ค่าเช่าจะแพง ซึ่งคาดว่าจะมีปัญหาให้กับผู้ที่ต้องถูกอพยพในการหาที่อยู่ใหม่

ข. ผลกระทบด้านจิตใจ เนื่องจากผู้ที่ต้องอพยพหรือย้ายบ้านเรือน เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย ยากจน มีโอกาสและวิถีทางในการดำรงชีพน้อย เมื่อต้องถูกอพยพหรือย้ายย่อมมีผลกระทบทางด้านจิตใจมาก เพราะจะมีปัญหาทั้งในเรื่องของรายจ่ายที่เสียเพิ่มขึ้นในการอพยพ โยกย้าย การย้ายที่เรียนของบุตรหลาน

ค. ผลกระทบด้านการประกอบอาชีพ ประชาชนที่ต้องถูกอพยพหรือ รื้อย้าย คาดว่า จะได้รับผลกระทบจากการประกอบอาชีพมาก ถ้าต้องย้ายไปอยู่ที่ไกลๆ เพราะว่าจะได้รับผลกระทบจากการประกอบอาชีพของประชาชนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง จะมีอาชีพรับจ้างอยู่ในบริเวณที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน หรือค้าขายอยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน การย้ายไปอยู่ที่ไกลๆ ย่อมทำให้ไม่สะดวกในการประกอบอาชีพและเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มมากขึ้นจากการเดินทางมาประกอบอาชีพประจำอยู่ในปัจจุบัน

2) ผลกระทบในด้านการเดินทางภายในชุมชนและระหว่างชุมชน การดำเนินงานก่อสร้างของโครงการ อาจมีผลกระทบต่อความสะดวกสบายในการเดินทางได้ ในกรณีที่มีการเปิดหน้าดินและการขนส่งวัสดุอุปกรณ์ การใช้พื้นที่เพื่อตั้งเครื่องมือ เครื่องจักรกลขนาดใหญ่ในบริเวณ

พื้นที่ที่ตัดกับเส้นทางที่ชาวบ้านใช้เดินทาง จากการตรวจสอบพบว่ามีถนนสายหลักที่ตัดกับเส้นทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิหลายเส้น ซึ่งเป็นเส้นทางที่ประชาชนใช้สัญจร ผู้ที่ต้องใช้เส้นทางดังกล่าว ในการเดินทางอาจจะไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ในช่วงที่มีการก่อสร้างซึ่งจำเป็นต้องมีมาตรการที่เหมาะสม เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

3) ปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างประชาชนในชุมชนกับเจ้าหน้าที่และคนงานของโครงการฯ ทั้งช่วงเตรียมการก่อสร้าง การก่อสร้าง ซึ่งรวมถึงการศึกษาความเหมาะสมและออกแบบของโครงการฯ นั้น จะต้องมีกิจกรรมหลายอย่างเกี่ยวข้องกับราษฎรทั้งที่อยู่ในขอบเขตของทางรถไฟ และราษฎรที่อยู่บริเวณใกล้เคียง เช่น การสำรวจสภาพภูมิประเทศ การสำรวจด้านธรณีวิทยาและด้านปฐพีวิทยา การสำรวจเพื่อการอพยพ รื้อย้าย และการสำรวจแปลงกรรมสิทธิ์ในที่ดินและทรัพย์สิน ที่อยู่ในขอบเขตทางรถไฟ เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมดังกล่าว อาจก่อให้เกิดความหวาดระแวงแก่ประชาชนดังกล่าวได้ หากไม่มีการชี้แจง ทำความเข้าใจ และการแจ้งหรือขออนุญาตก่อนล่วงหน้า และในช่วงของการดำเนินการก่อสร้าง อาจจะมีการกระทบกระทั่งกันบ้างระหว่างประชาชนในพื้นที่กับเจ้าหน้าที่โครงการฯ และ/หรือคนงานของโครงการฯ ซึ่งส่วนใหญ่มักเกิดจากความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และการขาดระเบียบวินัยของคนงานหรือเจ้าหน้าที่โครงการฯ ที่มีมาจากต่างถิ่น

4) ผลกระทบในด้านการประกอบธุรกิจการค้า ในบริเวณใกล้เคียงกับพื้นที่ในระหว่างการก่อสร้างของโครงการอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการประกอบธุรกิจ ประกอบอาชีพค้าขาย ได้หากกิจกรรมหรือผลของกิจกรรมก่อสร้างของโครงการฯ ไปปิด/บังทิศทางการเข้า - ออกของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือเข้ามาใช้บริการ และอาจส่งผลในทางบวกกับผู้ที่ประกอบธุรกิจค้าขาย โดยเฉพาะสินค้าอุปโภค บริโภค จะขายสินค้าได้มากขึ้น

### 1.1.3 ระยะการดำเนินการ

ซึ่งเป็นช่วงการเปิดดำเนินการโครงการฯ แล้ว โดยคาดว่า จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน และประชาชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงเส้นทางรถไฟโครงการฯ ที่จะเกิดขึ้นในระยะการดำเนินการ จะมีการเจริญเติบโตทางด้านธุรกิจการค้า การลงทุน ซึ่งบริเวณพื้นที่ที่คาดว่า จะได้รับผลกระทบอย่างชัดเจน น่าจะเป็นบริเวณพื้นที่ย่านสถานีรถไฟและพื้นที่ใกล้เคียง ส่วนธุรกิจการค้า ที่น่าจะมีแนวโน้มที่ดี ได้แก่ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การพัฒนาที่ดินเชิงธุรกิจในรูปแบบของศูนย์การค้า อาคารพาณิชย์ อาคารสำนักงาน อาคารสูงหรือคอนโดมิเนียม เพื่อการอยู่อาศัย ซึ่งเมื่อมีการเจริญเติบโตของธุรกิจก็จะทำให้มีการจ้างงานมากขึ้น โดยเฉพาะหากเปิดให้บริการรถไฟในโครงการฯ แล้วจะก่อให้เกิดการจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ เพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ เนื่องจากในระยะเวลาที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ เป็นระยะของการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ จากผลกระทบดังกล่าวข้างต้น อาจจะเป็น ปัญหาและอุปสรรค ต่อการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้องล่าช้ากว่าแผนงานออกไป จนทำให้ค่าก่อสร้างหรือค่าลงทุนสูงขึ้น และจะทำให้ผลตอบแทนไม่เข้าตามกำหนดเวลาที่ประมาณการไว้ ดังนั้น การดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้ประสบความสำเร็จได้ตามแผนงานที่กำหนดไว้ คือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่มีการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มให้มากที่สุด ดังนั้น หากมีการศึกษาวิจัยการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง เหมาะสม มีการดำเนินงานตามหลักการแพร่กระจายได้อย่างทั่วถึง ต่อเนื่อง หรือตรงกับความต้องการและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนแล้ว ก็จะทำให้ประชาชนมีความสนใจ ติดตามแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี ให้ความร่วมมือ ยอมรับการดำเนินงานโครงการฯ แต่หากไม่ได้ดำเนินการตามหลักการดังกล่าว ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย อาจขาดความรู้ ไม่เข้าใจ มีความไม่มั่นคงในที่พักอาศัย มีข่าวลือที่ไม่ดี เกิดปัญหา อุปสรรค มีความล่าช้าในการดำเนินงานโครงการฯ เกิดผลเสียต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยจะเป็น โครงการทางด้านคมนาคมขนส่งหลักที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา มีความน่าเชื่อถือ ที่เป็นการเชื่อมต่อระหว่างย่านธุรกิจใจกลางเมืองหลวงกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่สำคัญทางหนึ่ง อย่งไรก็ตาม โดยเฉพาะประชาชนในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ที่มีการรुक้าเข้ามาสร้างที่พักอาศัยในที่ดินของการรถไฟฯ ซึ่งการรถไฟฯมีสิทธิอันชอบธรรมทางด้านกฎหมายคือ สามารถไล่รื้อที่พักอาศัยออกไปได้ โดยไม่ต้องมีค่าชดเชยแต่อย่างใด แต่การแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวกับชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนที่ยากจน มิได้ใช้หลักนิติศาสตร์มาแก้ไขปัญหาได้เพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยหลักรัฐศาสตร์เข้ามาช่วยด้วย เพราะรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย มีหน้าที่บำบัดทุกข์และบำรุงสุขให้แก่ประชาชน ถึงแม้คุณประโยชน์จากโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและกระตุ้นการพัฒนา การลงทุนสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศชาติ แต่จะต้องไม่ลืมว่าสิ่งเหล่านี้ได้มาจากการเสียดสที่ที่พักอาศัยของประชาชนกลุ่มหนึ่ง โดยความยินยอม รื้อย้ายที่พักอาศัยออกไปจากพื้นที่ที่จะก่อสร้างเส้นทางรถไฟโครงการฯ จึงเป็นหน้าที่ของรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่จะต้องให้ความช่วยเหลือประชาชนผู้เสียดสเหล่านี้ ให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข หรืออย่างน้อยเท่าเทียมการดำรงชีวิตในปัจจุบันได้ต่อไป อย่งไรก็ตามจากสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ยากจน จะหาที่อยู่ใหม่และแหล่งประกอบอาชีพใหม่ คงยากลำบาก ซึ่งอาจจะไม่ยินยอมรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไปจากพื้นที่โดยง่าย ดังนั้น กว่าจะได้พื้นที่ที่คืน เพื่อก่อสร้างโครงการฯ ต้องล่าช้ากว่าแผนงานออกไป จนทำให้ ค่าก่อสร้างหรือค่าลงทุนสูงขึ้น

ตามเวลาที่ล่าช้าออกไปและจะทำให้ผลตอบแทนของโครงการฯ ไม่เป็นไปตามแผนกำหนดการก่อสร้าง โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการก่อสร้างทั้งโครงการฯ ไม่เกิน 990 วัน คือ วันเริ่มต้นสัญญา 19 กุมภาพันธ์ 2548 วันครบกำหนดแล้วเสร็จ วันที่ 5 พฤศจิกายน 2550

ดังนั้น สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยการวางแผนที่จะเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการฯ ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างทั่วถึง เหมาะสม เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี ต่อโครงการฯ ซึ่งให้เห็นความสำคัญในการพัฒนาความเจริญของประเทศ และความจำเป็นที่จะต้องดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ บนพื้นที่ดังกล่าวของการรถไฟแห่งประเทศไทย พร้อมชี้ให้เห็นถึงความก้าวหน้าของประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังจะกลายเป็นคู่แข่งทางการค้าของไทย และกระตุ้นจิตสำนึกของการเสียสละ เพื่อประเทศชาติ โดยการยอมรับ ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี เกิดการยอมรับโครงการฯ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีการศึกษาวิจัย เพื่อให้ทราบถึงสื่อช่องทาง แหล่งข้อมูล ข่าวสาร วิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการฯ ดังกล่าว ที่

อ ก ค ี อ ง

เหมาะสมมากที่สุด เพื่อป้องกันหรือ แก้ไข ปัญหา อุปสรรค ที่อาจจะเกิดขึ้น ให้ลดน้อยลงหรือหมดไป ให้สามารถดำเนินงานได้เสร็จสิ้นตามแผนการ เพื่อเป็นโครงการหลักทางด้านคมนาคมขนส่งทางบกทางหนึ่ง ที่เชื่อมต่อกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้อย่างสมบูรณ์แบบอย่างครบวงจรในระดับนานาชาติ ที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้การขนส่งทางอากาศเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจและสังคม อย่างมีศักยภาพสูงสุดทางหนึ่งต่อไป

## 1.2 ปัญหาการวิจัย

1. ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ มีการยอมรับในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มากน้อยเพียงใด
2. สื่อการประชาสัมพันธ์อะไรบ้าง ที่ทำให้เกิดการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ จากการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. ปัญหาและอุปสรรค ในการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ จากโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีอะไรบ้าง

### 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษา การยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษา สื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบเกิดการยอมรับ ในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อศึกษา ปัญหา อุปสรรค ของสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับ ของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ จากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา สื่อการประชาสัมพันธ์ กับแหล่ง ช่องทางการได้รับข้อมูล ข่าวสาร ที่ทำให้ทราบข้อมูล ข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากที่สุด ทั้งของประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม ทั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะระยะการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เท่านั้น มีระยะเวลาการศึกษา 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2548 ถึงวันที่ 9 พฤศจิกายน 2548

### 1.5 นิยามศัพท์

โครงการฯ หมายถึง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีระยะทางของเส้นทางรถไฟประมาณ 28.4 กิโลเมตร ระหว่าง สถานีรถไฟพญาไท – สถานีรถไฟมักกะสัน – สถานีรถไฟลาดกระบัง – สถานีรถไฟท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน เนื่องจากการศึกษาวิจัย เป็นระยะการก่อสร้างโครงการฯ ไม่เสร็จสิ้น จึงมุ่งเน้นศึกษาประชาชนริมเส้นทางรถไฟสายตะวันออกและประชาชนผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่วงระยะทางของเส้นทางรถไฟในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในอนาคต

ผู้นำชุมชน หมายถึง บุคคล ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทเป็น ผู้นำทางความคิด เป็นผู้ที่มีอิทธิพลที่ผู้ตามหรือประชาชน ให้ความเชื่อถือ นิยมชมชอบ เป็น แหล่ง ช่องทาง ของ ข้อมูล ข่าวสารของประชาชน และ เป็นผู้นำในงานด้านการพัฒนาชุมชน ด้านการสื่อสาร แสดงถึงเครือข่ายทางการสื่อสารของชุมชน

สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับ หมายถึง สื่อการประชาสัมพันธ์ ที่สามารถส่งผลต่อการยอมรับ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิด จิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย มีทัศนคติที่ดี ให้ความร่วมมือ มีการยอมรับ ต่อการดำเนินงานก่อสร้าง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้มากที่สุด

ประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง หมายถึง ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนริมทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบัน ซึ่งอยู่ในแนวเขตพื้นที่ที่จะดำเนินงานก่อสร้างเส้นทางรถไฟในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไป ซึ่งมีระยะทางเส้นทางรถไฟโครงการฯ

ประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยอ้อม หมายถึง ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ใกล้เส้นทางรถไฟโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบัน

ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ มีการยอมรับ หมายถึง การที่ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนริมทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบัน ซึ่งอยู่ในแนวเขตพื้นที่ที่จะดำเนินงานก่อสร้างเส้นทางรถไฟในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้ความร่วมมือ ยินยอม รื้อย้ายที่พักอาศัยออกไป และประชาชนที่พักอาศัยอยู่ใกล้เส้นทางรถไฟโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบัน ให้ความร่วมมือ ส่งเสริม สนับสนุน มีทัศนคติที่ดีต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การรถไฟแห่งประเทศไทย(รฟท.) หมายถึง หน่วยงานรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปการของรัฐ สังกัดกระทรวงคมนาคมที่ให้บริการขนส่ง ในด้านการโดยสารและการขนส่งสินค้าทางรถไฟ ทั้งในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์(ระบบราง) มีเส้นทางรถไฟยาว 4, 179 กม. ครอบคลุมพื้นที่ถึง 46 จังหวัด

สำนักบริหารโครงการระบบรถไฟฟ้า หมายถึง หน่วยงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่มีภารกิจ ในการบริหารจัดการและรับผิดชอบ ในด้านการวางแผนการ เสนอนโยบาย ควบคุมการก่อสร้างและการให้บริการรถไฟฟ้าเชื่อมต่อไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มี 2 ลักษณะ คือ รถไฟฟ้ามอเตอร์ (SA EXPRESS) ที่วิ่งระหว่าง สถานีมักกะสัน กับสถานีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีระยะทาง 25.4 กม. โดยไม่จอดรับส่งระหว่างทาง และรถไฟฟ้านั่งมวลชน(SA City Line) ที่วิ่งระหว่าง สถานีพญาไท กับสถานีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีระยะทาง 28.4 กม. โดยจอดระหว่างทาง ที่สถานีหลัก ได้แก่ สถานีมักกะสัน สถานีรามคำแหง สถานีหัวหมาก สถานีบ้านทับช้าง และสถานีลาดกระบัง



กองประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย(กปส.) หมายถึง หน่วยงานที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในด้านการวางแผน เสนอนโยบายและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การพัฒนาประสิทธิภาพ การบริการ มีความปลอดภัย ให้อับการรถไฟแห่งประเทศไทย

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบถึง หลักการดำเนินงานและปัจจัยทางการประชาสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพล ต่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้มากที่สุด โดยสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับ โครงการพัฒนาอื่นๆ ขององค์กรของรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย ในอนาคตต่อไป

2. ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย สามารถนำไปเป็นข้อมูล ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี ลดการขัดแย้ง ต่อต้านจากประชาชนให้ลดน้อยลงไปหรือหมดไปมากที่สุด

3. ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ ช่องทาง แหล่งและพฤติกรรมที่ได้รับ รวมทั้งการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของประชาชน

4. เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับ นโยบาย การวางแผน การดำเนินการทางการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ ในพื้นที่เขตเมืองหรือในพื้นที่เขตเศรษฐกิจอื่นๆ ให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชนอื่นๆ ได้ต่อไป

5. ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยนี้ สามารถนำผลสรุปไปเป็นข้อมูล หรือแนวทางในการเลือกใช้ สื่อประชาสัมพันธ์ หรือแหล่งข่าว ช่องทางเพื่อการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในโครงการพัฒนาอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชนที่รูกล้ำพื้นที่ในแนวเขตเส้นทางรถไฟสายอื่น ของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งกับประชาชนในพื้นที่ดำเนินงานก่อสร้างโครงการพัฒนาอื่นต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและประสิทธิผลของสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการติดต่อสื่อสาร
4. ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ
5. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสังคมประภิต
6. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมาก นักวิชาการ นักวิชาชีพ และผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งไทยและต่างประเทศ ได้ให้คำนิยามของการประชาสัมพันธ์ ในแง่มุมที่แตกต่างกัน ดังนี้

ด้วยการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับทุกหน่วยงาน ทุกองค์การ เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการใช้กลยุทธ์ และกลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบันเพื่อให้เกิดความศรัทธา ความร่วมมือและความเข้าใจอันดีต่อกัน

คำว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งถ้าเราแยกศัพท์ออกพิจารณาจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีความกลมกลืนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มชนหรือระหว่างหน่วยงาน องค์การกับประชาชน โดยพิจารณาดังนี้

Public หมายถึง กลุ่มคน หมู่คน ประชาชน

Relations หมายถึง ความสัมพันธ์ ผูกพัน เกี่ยวข้อง

ผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า การประชาสัมพันธ์ มีมากมาย คือ

อรุณ งามดี ได้สรุปความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ไว้ว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชน และระหว่างกลุ่มประชาชนด้วยกัน
2. วิธีการหรือการใช้เครื่องมือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน
3. สภาพและคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน
4. ตรวจสอบและแก้ความเข้าใจผิด ที่มีต่อสถาบัน
5. การอธิบาย ชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เกี่ยวกับสถาบัน
6. การปรับปรุง ส่งเสริม ความเข้าใจ อันดีระหว่างกัน
7. การติดต่อ สื่อสารสองทาง เพื่อทราบ ความต้องการ ทัศนะท่าทีของกันและกัน
8. การเอาชนะจิตใจหรือประหมัด เกี่ยวกับเรื่องใด เรื่องหนึ่ง

อย่างไรก็ดี โดยที่การประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องใช้ วิธีการหลายรูปแบบ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการแก้ปัญหาและการรณรงค์ ส่งเสริมในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง

วิจิตร อวาทกุล ให้ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์ หมายถึงกระบวนการสื่อสารของสถาบันกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนา สร้างเสริม พัฒนา รักษา ภาพลักษณ์ สร้างสัมพันธ์ภาพอันดี ให้ได้รับการสนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยม ยกย่อง เลื่อมใสศรัทธา เช่นเดียวกับมนุษยสัมพันธ์ของบุคคล หรือการปฏิบัติการทางจิตวิทยา”

วิรัช ลภรัตนกุล ให้นิยามความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การติดต่อสื่อสาร (Communication) หรือ การสื่อความหมายทาง ด้านความคิดเห็น และข่าวสารจากหน่วยงานหรือองค์การสถาบัน ไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือประหมัด (Public Opinion) ที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานหรือองค์การสถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายคือองค์การสถาบันและกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืน (Harmonious Adjust) กับสังคมได้ ฉะนั้นวัตถุประสงค์สำคัญของการประชาสัมพันธ์ก็คือ การสร้างสรรค์ ความเข้าใจอันดีกับประชาชน ตลอดจนการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานเพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน และให้ความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์การสถาบัน

สมาคมประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หรืออีกชื่อหนึ่งคือ The International Public Relations association (IPRA) เป็นสมาคมของนักประชาสัมพันธ์นานาชาติให้แนวคิดของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดี มีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาความเข้าใจอันดีจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยองค์การ จะต้องใช้วิธีการวัดประเมิน ประหมัด แล้วนำมาใช้เป็นแนวทาง

พิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย

เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” เป็นความพยายามที่มี การวางแผนที่จะมีอิทธิพลเหนือกว่าความคิดจิตใจ ของสาธารณชนที่เกี่ยวข้องโดยกระทำต่อสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้น มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุน และความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ

บุญเลิศ สุขคิดล ได้ให้คำอธิบาย ตลอดจนอธิบายถึงขอบเขตหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีแผนโดยอาศัยการสื่อสาร 2 ทาง เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นให้เข้าใจและยอมรับนโยบาย การปฏิบัติงานของสถาบันที่เกี่ยวข้อง

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์ อธิบายความหมายของ “การประชาสัมพันธ์” (Public Relations) ว่า คือ เป็นการดำเนินงานอย่างมีระเบียบ แบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนกับหน่วยงานขององค์กร ด้วยวิธีที่ประชาชนยอมรับ และมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์จะเป็นการกระทำ คำพูด หรือสถานการณ์ใด ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วย ช่วยเหลือสนับสนุน ยิ่งไปกว่านั้น การประชาสัมพันธ์ ยังเป็นการสำรวจ ประชามติว่าประชาชนมีทัศนคติต่อสถาบันองค์กรอย่างไร ถ้าเห็นด้วยก็จะทำให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วยก็ต้องแก้ไขปรับปรุงต่อไป

กล่าวโดยสรุป “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การกระทำที่ต่อเนื่องและมีแผนของฝ่ายบริหาร หรือความพยายามของสถาบันที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งเป็นการแสวงหา ความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนรักษาทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบัน เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุนและให้ความร่วมมือแก่สถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่การ ประเมิน วิเคราะห์และชักจูงประชามติของกลุ่มประชาชน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันต่าง ๆ มีดังนี้

1. เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น ไม่ทำอะไรคลุมเครือให้เกิดการเคลือบแคลง ระแวงสงสัย พยายามหาสาเหตุแห่ง ความเข้าใจผิด แล้วดำเนินการแก้ไข ความเข้าใจผิดทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ทางตรง เช่น ต้องมีพยานหลักฐานที่เชื่อถือได้ มีการ

ชี้แจงต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย มีการพิจารณา สื่อ ที่ใช้กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายและต้องแก้ไข โดยฉับพลัน เพื่อมิให้ความเข้าใจผิด ลุกถาม ขยายวงกว้างออกไป ส่วนทางอ้อมเช่น การให้ สัมภาษณ์ การเขียนบทความ เผยแพร่ การจัดนิทรรศการ และการจัดอภิปราย เป็นต้น

2. เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอันดี จึงต้องมีการบอกกล่าว เผยแพร่ อธิบาย ความรู้ ความจริงให้ประชาชนเป้าหมายทราบด้วย วิธีการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดี

3. เพื่อรักษาชื่อเสียง ของหน่วยงาน / องค์กร และพึงระมัดระวังการยุเหยหรือใส่ร้าย ป้ายสี ของฝ่ายตรงข้าม/คู่แข่ง ซึ่งอาจควบคุมสื่อมวลชน ที่ฝ่ายตรงข้ามใช้โจมตีก็ได้

4. เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นตลอดไป จึงต้องยึดหลักการแห่งความจริง

5. เพื่อให้ประชาชนทราบความประสงค์ของหน่วยงานและองค์กร จึงควรที่จะต้อง ทราบ

6. ความคิดเห็น หรือความต้องการประชาชนก่อน ดังนั้น จึงต้องมีการติดต่อสื่อสาร แบบบุคคลวิธี (Two-way process)

7. เพื่อให้ข่าวหรือเรื่องราวแก่สื่อมวลชนอย่างตรงไปตรงมาและชัดเจน และให้สื่อ มวลชนตัดสินใจเอาเรื่องราวของหน่วยงาน / องค์กร ไปเผยแพร่ต่อไป

8. เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงานเข้าใจ การประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง ที่ทำการ ประชาสัมพันธ์

อย่างไรก็ดี การตั้งวัตถุประสงค์ ก็ควรจะพิจารณาร่วมกันระหว่าง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หลาย ๆ ฝ่าย อย่าให้มีลักษณะสูงหรือต่ำเกินไป กว้างหรือแคบเกินไป จนปฏิบัติไม่ได้ อย่าให้มี ลักษณะเพื่อฝันเกินไป แต่ควรมีลักษณะที่เป็นจริงได้ (Realistics) ในทางปฏิบัติ นอกจากนี้ควร พิจารณาถึงภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะการณ์ที่ เปลี่ยนแปลงไปอย่างกะทันหัน บรรยากาศทางการเมือง ประชาชน รัฐบาลจะต้องอยู่ใน ความคิดคำนึงของผู้วางแผนเสมอ

วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ ๆ ที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การบอกกล่าว ชี้แจง หรือเผยแพร่ให้ทราบ

คือ การบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ การ ดำเนินงาน ข่าวความเคลื่อนไหวผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรให้ประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบเรื่องต่าง ๆ ซึ่งนับได้ว่า เป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวเองค์การหรือสถาบัน ทำ ให้สถาบันเข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีด้าน การแจ้งให้ทราบ (to inform) และการให้ข่าวสารความรู้ (to educate) แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องการสนับสนุน

ร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงไม่ใช่การโฆษณา (advertising) หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) การบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในตัวองค์กร สถาบัน เป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยต่อสถาบัน ด้านการได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจโดยถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

## 2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Public Relations) มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดต่อสถาบัน การป้องกันการเข้าใจผิดเป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อตัวสถาบัน เพื่อเป็นแนวทางป้องกันไว้ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น

## 3. การสำรวจประชามติ

ต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์กรหรือสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ซึ่งทราบได้จาก การสำรวจ วิจัยประชามติ เพื่อองค์กร สถาบันจะได้ตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

ลักษณะ สตะเวทิน กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ มีความมุ่งหมาย ดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมและให้ สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสาธารณชนนั้นจะต้องประกอบด้วยประชาชนที่เป็นสมาชิกขององค์กรและประชาชนภายนอกองค์กร

2. เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดี ให้ องค์กรเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม เป็นการกระทำดี และสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม

3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน เช่น การเสนอร่างกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่าง ๆ ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจก็ย่อมได้รับความร่วมมือและสนับสนุน ฉะนั้น การตรวจสอบและประเมินผลความคิดเห็นหรือประชามติของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ของ องค์กรในที่สุด

ประจวบ อินออด ได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอก มี 4 ประการ คือ

1. สร้างความรู้ (to create awareness) โดย การให้ข่าวสาร (to inform) และความเข้าใจ (the educate)

2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี (to create favorable image)

3. แก้ไขความเข้าใจผิด (to correct misunderstanding)

4. ส่งเสริมการตลาด (sales promotion)

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ เสนอว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอยู่ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาทางสังคมพื้นฐานของการบริหาร คือ อาศัยหลักการที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์เบื้องต้น ที่ไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของหน่วยงานแต่เพียงอย่างเดียว แต่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค

2. การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาทางสังคมที่แสดงออกทางการตัดสินใจที่จะเลือกนโยบาย เพราะทุกสถาบันได้มีการกำหนดนโยบายซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติ โดยผู้บริหารจัดการเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานขององค์กร นโยบายนั้นได้ครอบคลุมหน้าที่อย่างกว้าง ๆ เป็นการสร้างความรับผิดชอบเบื้องต้นของผู้บริหารชั้นสูง การตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายจึงจะสะท้อนให้เห็นปรัชญาทางสังคมของการบริหารโดยการประชาสัมพันธ์ที่ดี

3. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ได้จากนโยบายที่เหมาะสม ซึ่งสะท้อนถึงปรัชญาทางสังคมของการบริหารหน่วยงานต่าง ๆ บนจุดยืนของการทบทวนพิจารณาว่า พวกคนทำอะไรที่ผลประโยชน์ของประชาชนหรือไม่อย่างไร ไม่ใช่พิจารณาว่าพวกคนพูดอะไรไว้ในถ้อยแถลงนโยบาย

การปฏิบัติตามนโยบาย จึงเป็นความรับผิดชอบของสมาชิกทุก ๆ คนในองค์กร ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนซึ่งต้องมีการติดต่อกับประชาชน จึงมีความจำเป็นที่บุคคลเหล่านี้จะต้องเข้าใจในนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อสามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ ดังนั้น จึงเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารที่จะต้องจัดการเกี่ยวกับนโยบายให้เป็นที่เข้าใจ ยอมรับและนำไปใช้ได้อย่างมีเหตุผลโดยสมาชิกทั้งหมดขององค์กร

4. การประชาสัมพันธ์คือ การติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เป็นวิธีสร้างความเข้าใจร่วมกันด้วยการสื่อสารไปยังประชาชน เป็นการแสดงให้เห็น อธิบายรักษาหรือสนับสนุนนโยบายเพื่อที่จะรักษาความเข้าใจและการยอมรับจากประชาชน

ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องการความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการขององค์กร ธุรกิจสังคม หรือองค์กรทางการเมือง ที่จะให้ผลประโยชน์เป็นที่พอใจของพวกเขา และโดยที่หากองค์กรต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ได้อธิบายถึงการดำเนินการนั้น ๆ ประชาชนก็จะเสนอคำอธิบายด้วย

ตัวของพวกเขาเอง โดยอาจเป็นการบอกเล่า การชูชบ หรือข่าวลือ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และมีบุคคลหลายกลุ่มที่ประสงค์จะทราบข้อมูลต่าง ๆ ขององค์การที่มีผลกระทบต่อตน เช่น ลูกจ้าง ก็ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายใหม่ ๆ ความก้าวหน้าของบริษัท หรือการดำเนินงานที่มีผลต่อ งานของพวกเขา ผู้ถือหุ้นสนใจเรื่องการเงินและความก้าวหน้าของบริษัท ประชาชนต้องการข้อมูล เกี่ยวกับโครงการที่มีผลกระทบต่อคน ฯลฯ เป็นต้น

เร็กซ์ เอฟ ฮาร์โลว์ (Dr. Rex F. Harlow) แห่งสถาบันการวิจัยและการศึกษาทางด้านการ ประชาสัมพันธ์ ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของ ฝ่ายบริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ และรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้เกิด ความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้น การ ประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทางการบริหาร ช่วยให้ฝ่ายบริหารคำนึงถึง ประชามติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของ ประชาชน รวมทั้งการช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการติดต่อสื่อสาร ที่มี จริยธรรมเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ

สก๊อตต์ เอ็ม คัทลิป, อัลเลน เอช เซ็นเตอร์ และเกล็น เอ็ม บรูม (Scott M. Cutlip, Allen H. Center and Glen M. Broom) ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า การ ประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และธำรงรักษา ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันและประชาชนที่อาจก่อให้เกิดความสำเร็จหรือความล้มเหลวแก่ สถาบันนั้น

เจมส์ อี กรูนิค และทออดด์ ฮันท์ (James E. Grunig and Todd Hunt) ให้คำนิยามของการ ประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การจัดการการสื่อสารระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้อง

สะอาด ตันสุภผล ให้คำอธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมี แผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม ประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้การสนับสนุน ซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมี ประชามติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญ

วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และ ความเข้าใจอันดีระหว่าง องค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชน



จากความหมายหรือคำจำกัดความดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า

1. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำของสถาบัน (คำว่าสถาบัน หมายถึงหน่วยงานระดับต่าง ๆ อาจเป็นหน่วยงานรัฐบาลหรือเอกชนก็ได้)
2. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่มี การวางแผนและปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายซึ่งเป็นการกระทำอย่างเป็นธรรมชาติ
3. การประชาสัมพันธ์มุ่งกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยที่ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทำที่ทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของงานและสถาบัน
4. การประชาสัมพันธ์เป็น การส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและความกลมเกลียวกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
5. การประชาสัมพันธ์มุ่งให้เกิดประชาคมติที่เป็นผลดีต่อหน่วยงานและความสำเร็จของงาน
6. การประชาสัมพันธ์ เป็นงานปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ด้วยความพยายามฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายซึ่งต้องใช้เวลาตามสมควร
7. การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ทั้งสร้างและรักษาความเข้าใจอันดีต่อกัน ระหว่างหน่วยงานและกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง
8. การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication Process) คือ สถาบันจะต้องเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร
9. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่อาศัยความจริงเป็นพื้นฐาน
10. การประชาสัมพันธ์เป็นงานส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารและการจัดการ
11. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่สร้างความสมดุล ระหว่าง ประโยชน์ของสถาบันและสาธารณชน
12. จุดหมายปลายทางประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพพจน์ที่ดีให้หน่วยงาน
13. การประชาสัมพันธ์เป็นการแสดงถึงความสำคัญของประชาคมติในสังคมปัจจุบัน

### 2.1.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ 3 ประการดังต่อไปนี้ คือ

#### 1) เพื่อสร้างความนิยมในหมู่ประชาชน

ความนิยมจากประชาชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงาน และความอยู่รอดของสถาบัน จึงต้องมีการปลูกกระตุนเพื่อเสริมสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยมจาก

ประชาชนต่อหน่วยงาน ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยความสะดวกราบรื่น และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย

## 2) เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย

ชื่อเสียงของสถาบันนับว่า เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะมีส่วนเกี่ยวกันเชื่อมโยงไปถึงภาพลักษณ์ (Image) ของสถาบัน หน่วยงานทุกแห่ง จึงต้องพยายามปกป้องและรักษาชื่อเสียงโดยการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา รวมทั้งแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และหลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติที่จะนำความเสื่อมเสียมาสู่องค์กร

## 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์

ความสัมพันธ์ภายใน หมายถึง ความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงานหรือบุคลากรของสถาบัน ซึ่งโดยทั่วไป การประชาสัมพันธ์อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1) การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มภายในสถาบัน (Internal Publics) ให้มีความรักใคร่ กลมเกลียวสามัคคีกันในกลุ่มผู้ร่วมงาน รวมทั้งการเสริมสร้างขวัญกำลังใจ และความจงรักภักดี ต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดีย่อมส่งผลสะท้อนไปยังการประชาสัมพันธ์ภายนอก ซึ่งจะช่วยให้ผู้อำนวยการและการดำเนินงานขององค์กร เป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ

2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก (External Publics) กลุ่มต่าง ๆ ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน โดยตรง เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค สื่อมวลชน กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นที่อยู่ละแวกเดียวกับสถานที่ตั้งของสถาบันและกลุ่มประชาชนทั่วไป เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจและให้ความร่วมมือกับสถาบัน

### 2.1.2 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สก็อตต์ เอ็ม คัทลิว อัลเลน เอช เซ็นเตอร์ (Scott M. Cutlip and Allen H. Center) ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัย – การรับฟัง (Research-Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนของการวางแผนและการตัดสินใจว่า จะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้าง ในการ

ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหาก็สถาบันกำลังเผชิญอยู่ โดยการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ 10 อย่าง ได้แก่ หลักการและขอบเขตของแผน ระยะเวลาของแผน วัตถุประสงค์ของแผน สารการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมาย วิธีการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การกำหนดกิจกรรมและระยะเวลาการใช้ ทรัพยากรด้านการประชาสัมพันธ์ ผลที่คาดว่าจะได้รับ รวมทั้งการติดตามและประเมินผล

3. การสื่อสาร (Communication Action) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้เครื่องมือ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่า งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้น ได้ผลดีมากน้อยเพียงไร

### 2.1.3 การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการเป็นขั้นตอนเป็น “กระบวนการ” (Process) คือ มีการจัดลำดับ ขั้นตอนการดำเนินงานและกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ องค์การต้องการ Joseph R. Dominick จึงได้กำหนดกระบวนการทำงานประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การรวบรวมข้อมูล (Information Gathering) สามารถค้นหาได้จากการทำวิจัยและการมีส่วนร่วมรับฟังความเห็นจากบุคลากรและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่ต้องการศึกษา ซึ่งการรวบรวมข้อมูลในแบบต่าง ๆ นั้น อาจศึกษาจากเอกสารภายในองค์การเป็นส่วนประกอบด้วย ซึ่งข้อเท็จจริงที่ได้จะสามารถนำไปดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

2. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง เป็นการกำหนดกรอบแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ ชื่อเสียง ความเลื่อมใสศรัทธา ซึ่งการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จะต้องเชื่อมโยงกับ นโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การด้วย

3. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการนำแผนการประชาสัมพันธ์เข้าสู่การปฏิบัติ โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ ต้องเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ด้วย เช่น ระยะเวลา สถานที่ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการต่อยอดในช่วงความถี่ที่เหมาะสม นอกจากนี้บางครั้งนักประชาสัมพันธ์ อาจต้องเป็นฝ่ายรับความคิดเห็นและปฏิกิริยาของประชาชนกลับมาเป็นข้อมูลในการทำงานครั้งต่อไป

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นสิ่งที่จะทำให้เราทราบได้ว่า สิ่งที่เราได้ทำไปแล้วเป็นอย่างไร เราเรียนรู้อะไรบ้าง และนำข้อมูล ที่เราได้มาพัฒนาการทำงานประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป ซึ่งโดยทั่วไป จะแบ่งการประเมินผลใน 3 ด้านคือ

4.1 ด้านการเตรียมการประชาสัมพันธ์ โดยจะเน้นที่การวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ เช่น ทบทวนการเตรียมงาน การวางแผนมีความเหมาะสมเพียงใด การนำเสนอแผนงาน เพื่อทำความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้องและขอความเห็นจากบุคคลเหล่านี้ เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปปฏิบัติงานจริง

4.2 ด้านการดำเนินงาน จะประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เช่น ประเมินด้านการผลิตข่าวสาร ด้านการส่งข่าวสาร และมูลค่าของข่าว ในเชิงการโฆษณา เป็นต้น

4.3 ด้านผลกระทบ จะทำหลังจากได้ทำกิจกรรมนั้น ๆ เสร็จสิ้นแล้วว่า กิจกรรมที่ทำบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ เกิดผลกระทบกับใครบ้าง

การรวบรวมข้อมูลนี้มักมาจากการสัมภาษณ์ หรือการเก็บจากแบบสอบถามก่อนและหลังโครงการเพื่อเปรียบเทียบความรู้ ความคิดเห็น ทศนคติ ว่าเกิดความแตกต่างกันหรือไม่

นอกจากการดำเนินการตามกระบวนการประชาสัมพันธ์แล้ว สิ่งที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ ยังขึ้นอยู่กับผู้บริหารครึ่งหนึ่งและผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ครึ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนของผู้บริหารคือ

1. นโยบายและระเบียบ การประชาสัมพันธ์ จะประสบผลสำเร็จมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับนโยบายหรือระเบียบ ซึ่งหน่วยราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ขาดความคล่องตัวมาก เพราะมีระเบียบรัดกุม

2. ความรู้เรื่องประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะได้ผล ต่อเมื่อผู้บริหารทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ มีความรู้ และความเข้าใจ ในการประชาสัมพันธ์ดีพอและให้ความสำคัญ ต้องจัดหน่วยงานให้เป็นที่แน่นอนมีงบประมาณเพียงพอ

3. ความร่วมมือของฝ่ายงานต่าง ๆ โดยปกติฝ่ายประชาสัมพันธ์ มักไม่ค่อยมีข่าวของตัวเองไปเผยแพร่ จึงต้องอาศัยผลงานของฝ่ายต่าง ๆ ฝ่ายบริหารจะต้องสั่งงานและทำความเข้าใจให้ความร่วมมือกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อผลสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์

4. ผู้บริหารเปิดตัวหรือปิดตัว ผู้บริหารต้องเป็นนักประชาสัมพันธ์ด้วย มีการวางตัวน่าศรัทธา หาโอกาสจังหวะเหมาะสม พบปะสื่อมวลชน หรือจัดแถลงข่าวตามหัวข้อ ที่เห็นสมควร จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสารแก่ประชาชน ที่ได้รับผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ให้มากขึ้น จะทำให้ประชาชนมีความรู้ เข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการฯ สามารถแก้ไข ผลิตปัญหา หรือการต่อต้านของประชาชน อันจะนำมาซึ่งความร่วมมือ โดยการยอมรับต่อโครงการฯ โดยการยินยอมหรือย้ายที่พักอาศัย ที่เกิดขบวนการก่อสร้างโครงการ

ระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิออกไป อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์นั้น มีขั้นตอน การดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีแบบแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อการสร้าง และธำรงรักษาไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน โดยตั้งอยู่บนรากฐานของความจริงใจ และความซื่อสัตย์ ให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ ให้การส่งเสริมสนับสนุนต่อการดำเนินงานก่อสร้าง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้เสร็จสิ้นได้ตามแผนงาน

#### แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ เสริมสร้างทัศนคติ ความ น่าเชื่อถือ และมีความนิยม ร่วมมือ ยอมรับต่อโครงการฯ นั้น ย่อมต้องอาศัยสื่อ(Media) ซึ่งเป็น เครื่องมือ ในการประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2537 : 30) สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. สื่อประเภทคำพูด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เครื่องขยายเสียง แถบเสียง แผ่นเสียง
2. สื่อประเภทลายลักษณ์อักษร ได้แก่ เอกสารสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ราชวัน นิตยสาร วารสาร จุลสาร เอกสารแผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก โปสเตอร์ ใบปลิว รายงาน ประจำปี วารสารประชาสัมพันธ์ วิดีโอเทป โทรเลข โทรสาร รวมทั้งคอมพิวเตอร์
3. สื่อประเภทภาพและสัญลักษณ์ ได้แก่ การแสดงภาพแผ่นป้ายโฆษณาริมทางหลวง ป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางหรือป้ายรถประจำทาง ป้ายตามที่พัก ผู้โดยสารรถประจำทาง สถานีรถไฟ ป้ายตามสี่แยกและริมทางด่วน
4. สื่อประเภทภาพและเสียงหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมทั้งวิทยุและโทรทัศน์ ปัจจุบัน สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่มีบทบาทมากที่สุด โดยเข้ามาแทนที่ภาพยนตร์ และ สื่อที่แตกแขนงต่อเนื่องจากโทรทัศน์ ก็คือ เทปภาพยนตร์หรือวิดีโอ ซึ่งนอกจากจะเป็นสื่อในการ ให้ความบันเทิงแล้ว ยังเป็นสื่อสำหรับให้ข่าวสารแก่ผู้ชมอีกด้วย
5. สื่อเบ็ดเตล็ด ได้แก่ จดหมายส่งตรงไปยังผู้รับ แผ่นผ้า เครื่องใช้ของชำร่วยต่าง ๆ เช่น ร่ม ไม้ขีดไฟ กระเป๋าทรงใส่ของ เสื้อยืด ปฏิทิน สื่อประเภทนี้ มักจะใช้ผสมกับสื่ออื่น ๆ เพื่อเป็น การเตือนให้ระลึกหรือให้จำข่าวสารข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์โดยสื่ออื่น ๆ แล้ว

#### กิจกรรมและสื่อการประชาสัมพันธ์

กิจกรรมที่เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. กิจกรรมเผชิญหน้า เป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ที่มีการพบปะกันต่อหน้า มีการพูดคุยโต้ตอบ โดยที่ทั้งสองฝ่ายสามารถสัมผัสและรับรู้ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ กิริยาท่าทางได้ กิจกรรมเหล่านี้ได้แก่ การประชุม การสัมมนา การตอบข้อซักถาม การแถลงข่าว

การให้สัมภาษณ์ การบรรยายสรุป ตลอดจนการออกไปเยี่ยมชม ไปพบปะผู้คนที่เกี่ยวข้องด้วยตนเอง ไปพบปะผู้คนที่เกี่ยวข้องด้วยตนเอง

2. กิจกรรมสัมพันธ์ ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายมีโอกาส มีส่วนร่วมกิจกรรมด้วยกัน กิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การแข่งขันเชื่อมสัมพันธ์ไมตรี การจัดงานรื่นเริง หรืองานเลี้ยงรับรองแสดงความยินดี การจัดงานการกุศล การนำชมกิจการขององค์กร การให้คำแนะนำปรึกษา การสำรวจทัศนคติ

3. กิจกรรมนิทรรศการและงานแสดง ได้แก่ การแสดงการละเล่นต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ บทบาทและกิจการขององค์กร การจัดงานสาธิตกิจกรรมหรือสินค้าขององค์กร การแสดงสินค้า การออกร้านในงานสังคม เช่น งานกาชาด งานประจำจังหวัด

4. กิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การร่วมกับองค์กรอื่น ๆ จัดงานสาธารณกุศล เพื่อหารายได้ช่วยเหลือสังคม หรือบำบัดทุกข์หรือภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น การจัดรายการโทรทัศน์ เพื่อหารายได้ช่วยเหลือสังคม การจัดงานขายสินค้าราคาถูก เพื่อหารายได้บำรุงการกุศล

5. กิจกรรมโฆษณาสถาบัน ได้แก่ การเผยแพร่ ชื่อเสียงเกียรติคุณขององค์กร ให้ประชาชนได้รู้จักและเข้าใจบทบาทขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี เช่น โฆษณาชักจูงใจให้ประชาชนประหยัดพลังงาน ชักจูงใจให้ประชาชนช่วยกันดูแลรักษาป่าไม้และห้วยน้ำลำคลอง เพื่อแสดงว่า องค์กรมีความผูกพันห่วงใยสังคม

กิจกรรมเหล่านี้ ล้วนเป็นกิจกรรมที่หน่วยงานต่าง ๆ นิยมใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย โดยหน่วยงานแต่ละแห่งจะเลือกและปรับแต่งกิจกรรมให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและในขณะเดียวกันก็จะใช้สื่อ เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ด้วย

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร กล่าวว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มี 2 ประเภท คือ

สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้

1.1 สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิต (เนื้อหา สารระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิค ฯลฯ) และการเผยแพร่ (ถึงใคร เมื่อไหร่ ความถี่ หรือจำนวนเท่าใด)

1.2 สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ได้ซื้อเนื้อที่และเวลา เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ต้องการหรืออาจเป็นข้อตกลงกับสื่อมวลชน (Barter) ที่ให้เนื้อที่และเวลา เพื่อเผยแพร่เหมือนกับการจ่ายเงินซื้อ

1.3 สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ ซึ่งปกติจะมีความเป็นอิสระ มีดุลยพินิจเป็นของตนเองที่จะพิจารณาตัดสินใจว่าอะไรน่าเป็นข่าวได้ หรือไม่น่าเป็นข่าวที่น่าสนใจ แก่สาธารณชน สมควรที่จะเผยแพร่ต่อไปได้

1.4 สื่อบุคคล ปกติบุคคลมีสิทธิส่วนตัว และมีอิสระไม่สามารถจะไปควบคุมได้ บุคคลที่เผยแพร่ข่าวสารออกไป และสาธารณชนให้ความเชื่อถือสูงนั้น นอกจากจะเป็นผู้นำทางความคิดแล้ว มักเป็นพนักงาน หรือผู้ร่วมกิจกรรม

ด้วยความแตกต่างของสื่อทั้ง 2 ประเภทนี้เอง ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จึงต้องพยายามใช้สื่อดังกล่าวประสมกัน เพราะหากสื่อทั้งสองประเภทต่างก็เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกันแล้วจะเป็นการเพิ่มความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือให้บังเกิดแก่ผู้รับสารได้มากขึ้นนั่นเอง

สำหรับตัวแปรที่นักประชาสัมพันธ์ในประเทศ จะต้องนำมาพิจารณาประกอบการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท (พรทิพย์ วรจิโกภาทร , 2530 : 104 – 110) ได้แก่

1. สิ่งพิมพ์ที่ต้องอาศัยสื่อมวลชน ตัวแปรจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของข่าวสาร เวลาเป้าหมาย งบประมาณ

2. สิ่งพิมพ์ที่สามารถผลิตเองได้ จะพิจารณากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ รวมถึงงบประมาณและเนื้อหาของข่าวสาร

3. สื่อบุคคล จะพิจารณากลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาของข่าวสาร บุคลากรและเวลา

4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะต้องพิจารณางบประมาณ เนื้อหาข่าวสาร คุณสมบัติของบุคลากร และความพร้อมของเครื่องมือจากตัวแปรต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ทำให้สามารถ สรุปได้ว่าในการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทใด ๆ นั้น จะต้องคำนึงถึงตัวแปรสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ งบประมาณ ประเภทของข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย ความพร้อมของบุคลากร และวัสดุอุปกรณ์

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า แนวคิดการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ สามารถนำมาสนับสนุนการศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในการดำเนินงานโครงการพัฒนาฯ หรือประกอบกิจการใดๆ มีอาจจะประสบผลสำเร็จได้ ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี โดยหลักการของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร เกิดความรู้ ความเข้าใจ ให้ความร่วมมือ ยอมรับส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานโครงการฯ โดยเล็งเห็นประโยชน์ต่อโครงการพัฒนาของประเทศชาติโดยรวม ซึ่งต้องอาศัย สื่อที่จะนำ ข้อมูล ข่าวสาร สถานการณ์ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ โดยการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ให้ถูกต้อง เหมาะสม กับแต่ละกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เพื่อส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบ

ข่าวสาร ตรงตามวัตถุประสงค์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

## 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและประสิทธิผลของสื่อ

สื่อ (Media) เป็นหนทาง หรือวิธีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน , 2520) เสถียร เขยประดับ (2528 : 17) จำแนกประเภทของสื่อออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งข่าวสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียว หรือกลุ่มบุคคลสามารถที่จะส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับจำนวนมากและอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร

2. สื่อมวลชน (Mass Media) ในกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass communication) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารมีลักษณะโดยทั่วไป ที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น 2 ประการ คือ

2.1) กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคม หรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จัก หรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2.2) สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

3. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสาร จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ครูอาจารย์ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

สำหรับประสิทธิผลของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่า สื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลมากกว่า ในการจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติในเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

แคทซ์ (Katz) และลาซาสเฟลด์ (Lazarsfeld 1955 : 27) เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับ ที่จะเปลี่ยนทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคล จึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่บุคคล ยังไม่เคยรับรู้มาก่อน



โรเจอร์ (Rogers 1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิผลมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเบตติงเฮาส์ (Betting house, 1968:180-185) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

ปรมะ สตะเวทิน (2527 : 59) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผลของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลด ประสิทธิผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารจะมีมาก

นอกจากสื่อสองประเภทที่กล่าวมา วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm , 1973 : 125) กล่าวว่า ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (Printed Media) ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา วิดิทัศน์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

อาดัมส์ (Adams : 1971) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจ ไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจ จัดว่า มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจ เป็นการใช้ความรู้ และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน

จากทฤษฎีว่า ด้วยสื่อและประสิทธิผลของสื่อ เห็นได้ชัดเจนว่า สื่อเป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อเป็นตัวกลาง ก็จะไม่เกิดการสื่อสาร นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลในการชักจูงใจ และสื่อเฉพาะกิจ มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสนับสนุนกิจกรรม

อย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และทั้งหมดนี้สามารถนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ

### 2.3 แนวความคิดเรื่องการสื่อสารและการติดต่อสื่อสาร

ตามความหมายของการสื่อสารได้มีผู้นิยามไว้ดังนี้

บุญเลิศ สุภคติก(2534) ได้ให้นิยามของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร เป็นความพยายามของมนุษย์ที่ต้องการ แลกเปลี่ยน(SHARE) ข่าวสาร (INFORMATION) หรือความคิด (IDEAS) ระหว่างกันเอง” ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการนั้นหมายความว่า การสื่อสารนั้นมีลักษณะเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องตลอดเวลา กล่าวคือ ไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดในตัวมันเอง (ชลัท มนต์ไทรเวศย์, 2540:8)

สมควร กวียะ ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า “ การสื่อสาร คือ การแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อความเข้าใจร่วมกัน ” คำว่า COMMUNIQUE ซึ่งแปลตามตัวอักษรได้ว่า MAKECOMMON หรือ ภาษาฝรั่งเศส COMMUNIQUE ซึ่งแปลตามตัวอักษรได้ว่า MAKECOMMON หรือทำให้มีสภาพร่วมกัน หรือ ทำให้ร่วมกันเป็นหนึ่ง (COM แปลว่า รวมกัน UN แปลว่า หนึ่ง) รวมเป็นความหมายที่ตรงกับพฤติกรรมธรรมชาติของมนุษย์ ที่จะต้องพยายามสื่อสารให้เข้าใจตรงกันตลอดเวลา (สมควร กวียะ, ม.ป.ป. : 2)

คำว่า “การสื่อสาร” หรือ “COMMUNICATION” นั้นอาจหมายถึง การแลกเปลี่ยนสัญญาณข่าวสารระหว่างบุคคลบนพื้นฐานของความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Wilber Schramm,1974:3)

ปรมะ สตะเวทิน ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดสาร (MESSAGE) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า “ผู้ส่งสาร” (SOURCE) ไปยังบุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ผู้รับสาร” (RECEIVER) โดยผ่านสื่อ (CHANNEL) ต่างๆ (ปรมะ สตะเวทินม, 2529 : 14-17)

Astrid Kersten ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่า มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. เป็นการให้ความรู้ กล่าวคือ มนุษย์สร้างสรรค์ ความหมายความรู้ในกระบวนการติดต่อสื่อสาร แล้วยังเป็นคนถ่ายทอดแพร่กระจายและรับข่าวสาร ตีความหมายสภาพแวดล้อมภายในและสังคม ในลักษณะที่เป็น รูปธรรมและนามธรรม มีลักษณะเป็นกระบวนการ (PROCESS) อย่างต่อเนื่องไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด

2. มีเป้าหมายในการสื่อสารของปัจเจกบุคคล เป็นไป เพื่อลดความไม่แน่นอนและรักสมาชิกภาพ ที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ส่วนในด้านการสื่อสารในองค์การเองมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายโดยใช้ระบบการสื่อสารแพร่กระจายความคิด ทักษะคิด คำนิยามต่างๆ

ไปสู่สมาชิกขององค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน (Astrid Kersten, 1986 : 1 อ้างใน ชลัท มนต์ไตรเวศย์, 2540 : 11)

**การติดต่อสื่อสาร** คือ กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล สังคมมนุษย์ เป็นสังคมที่สมาชิกสามารถใช้ความหมายของตนเองสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ และประสบการณ์ ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปอีกบุคคลหนึ่ง การสื่อสารจึงมีความสำคัญยิ่ง ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางแห่งสถานการณ์และพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่มนุษย์ มนุษย์สามารถส่งข่าวสารไปยังมนุษย์อีกผู้หนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับ (RECEIVER) โดยมนุษย์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่ง (SOURCE) เจตนาที่จะให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับ (อ้างถึง วิรัช ลภีรัตนกุล, 2535 : 159)

### ประเภทของสื่อในการสื่อสาร

ในการศึกษาเรื่องของสื่อ ได้มีการแบ่งประเภทของสื่อ ออกเป็นลักษณะต่างๆ หลายรูปแบบและไม่มีลักษณะตายตัว ขึ้นอยู่กับเหตุผลของนักวิชาการหรือผู้ศึกษาแต่ละท่าน

นภาพรณ์ อัจฉริยะกุลและ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2533) ได้เสนอการจัดแบ่งประเภทของสื่อออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การแบ่งประเภทของสื่อโดยใช้ธรรมชาติของสื่อเป็นเกณฑ์ เนื่องจากสื่อโดยทั่วไปมีธรรมชาติในการนำสารเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 สื่อวัจนะ หมายถึง สื่อประเภทที่ใช้คำพูด หรือภาษาในการสื่อความหมาย หมายถึง ภาษาพูด และภาษาเขียน สื่อดังกล่าวประกอบด้วย

- สื่อคำพูด หรือ สื่อวาจา ได้แก่ การพูดในลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูดโดยตรง หรือ พูดต่อสาธารณะ รวมทั้งสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์

- สื่ออักษร หรือ ภาษาเขียน ได้แก่ การเขียนติดต่อระหว่างบุคคล เขียนเพื่อมวลชน รวมทั้งสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์

1.2 สื่ออวัจนะ หมายถึง สื่อที่ไม่ใช้ถ้อยคำ หรือคำพูด แต่สื่อสารในลักษณะอื่นๆ ได้แก่ การสื่อสารด้วย อากัปกริยา บุคลิกภาพ ภาษาท่าทางของสื่อบุคคล สื่อที่เป็นสัญลักษณ์ สื่อวัฒนธรรม สื่อพื้นบ้าน และสื่อทัศนศิลป์ของงานศิลปะต่างๆ

2. การแบ่งประเภทของสื่อจำแนกตามพัฒนาการของสื่อเป็นเกณฑ์ มี 3 ลักษณะ คือ

2.1 สื่อดั้งเดิม คือ สื่อที่ใช้กันในสมัยโบราณ ได้แก่ ภาพวาดตามผนังถ้ำ สัญญาณควันไฟ สัญญาณกลอง เป็นต้น

2.2 สื่อสมัยใหม่ คือ สื่อที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ โทรศัพท์ โทรเลข โทรสาร ดาวเทียม วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เป็นต้น

2.3 สื่ออนาคต คือ สื่อที่ยังคาดว่าจะมีความนิยมในการใช้ในอนาคตอันใกล้ เช่น วีดีโอคอนเฟอเรนซ์ เทเลเท็กซ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำพวกไมโครชิป เป็นต้น

3. การแบ่งประเภทของสื่อจำแนกตามรูปแบบ และสถานการณ์ของการสื่อสาร เนื่องจากสถานการณ์ในการสื่อสารหนึ่งๆ สื่อที่นำมาใช้ย่อมมีลักษณะแตกต่างกันไป โดยใช้สถานการณ์ในการสื่อสารเป็นเกณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

3.1 สื่อภายในบุคคล หรือ การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) การคิดหรือการพูดได้ตอบกับตัวเองอยู่ภายในใจ การเกิดปฏิกิริยาอาการ เช่น การเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชน (Mass communication) คือ รูปแบบของการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักหรืออยู่ในสังคมเดียวกัน หรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อน โดยการแบ่งประเภทของสื่อตามลักษณะนี้อาศัย การรับรู้ผ่านทางประสาทสัมผัสเป็นหลัก กล่าวคือ

- สื่อที่รับได้ด้วยการมองเห็น (Visual Media หรือ Visual Transmitter) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สัญลักษณ์ หนังสือ ภาพถ่ายและภาพวาด เป็นต้น

- สื่อที่รับได้ด้วยการฟัง (Audio Media หรือ Audio Transmitter) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

- สื่อที่รับได้ด้วยการฟังและการมองเห็น (Audio Visual Media หรือ Audio Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

ประมะ สตะเวทิน (2534) กล่าวว่า โดยปกติสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะการเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดี คือ

- สามารถนำข่าวสาร ที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสาร ได้โดยตรง และสามารถชักจูงใจ ผู้รับสาร ได้โดยวิธีการพูดคุยแบบกันเอง

- สามารถทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ไปได้ และยังทำให้ได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที

2. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์ ซึ่งสื่อมวลชนที่มีคุณสมบัติที่ดี กล่าวคือ สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว สามารถให้ความรู้ และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมี เนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพ สไลด์ นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะที่ดีของ สื่อเฉพาะกิจ คือ

- ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวเฉพาะเรื่อง ให้กับผู้รับสารเป้าหมาย ได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น
- สื่อเฉพาะกิจ สามารถทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความรู้ โดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อ การตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติ ไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องเป็นไปในรูปของการติดต่อสื่อสารกันได้ทั้งสองทาง (Two-way Communication) โดยสามารถใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล ในการนำเสนอสิ่งต่าง ๆ จากองค์การของรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย ไปสู่ประชาชน ขณะเดียวกันก็เปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มประชาชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐหรือผู้รับผิดชอบโครงการฯ นั้น ๆ มีความคิด ความต้องการ หรือไม่ อย่างไร ต้องการสิ่งใด และชี้แจงให้องค์การของรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย ทราบเพื่อปรับปรุง แก้ไขให้ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์นั้น มีขั้นตอนที่ ดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีแบบแผนกระทำต่อเนื่อง การสร้างและธำรงรักษาไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่าง องค์การของรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทยกับประชาชน ให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจ โดยตั้งอยู่บนรากฐานของ ความจริงใจ และความซื่อสัตย์ ให้การยอมรับ ร่วมมือ สนับสนุน ในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

#### 2.4 ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step Flow Theory)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษา สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่สร้างความพึงพอใจ การให้ความร่วมมือและมีการยอมรับ จากประชาชนในชุมชนในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟของโครงการฯ ได้มากที่สุด ซึ่งมีผู้นำชุมชนที่เป็นสื่อบุคคล ซึ่งเป็นตัวแทนของชุมชนฯ ดังนั้น เพื่อแสดงความสัมพันธ์ทางการสื่อสาร

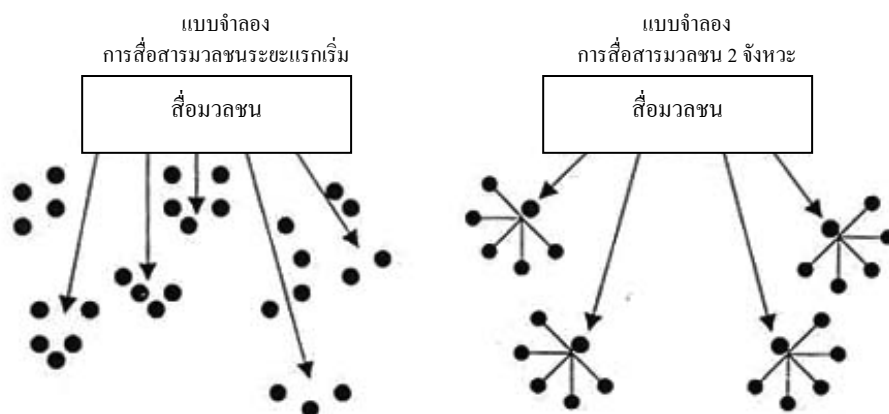
ระหว่างกลุ่มต่างๆ ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ จึงมีความเกี่ยวข้องและเพื่อเป็นกรอบอธิบาย ลักษณะ การไหลของข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟ เชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระหว่างสื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกกับผู้นำชุมชน และระหว่าง ผู้นำชุมชนกับประชาชนในชุมชน โดยเฉพาะชุมชนในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟของโครงการฯ รวมไปถึงการอธิบายบทบาทของ ผู้นำชุมชนในฐานะ Opinion Leader ด้วย

ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะนี้ มาจากการศึกษาผลกระทบของ การสื่อสารในการ รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1940 โดย Pual Lazarsfeld, Bernard Berelson และ Hazel Gaudet โดยได้สัมภาษณ์ประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งพบว่า ผู้มีสิทธิ เลือกตั้งรับทราบข้อมูลส่วนใหญ่เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจากบุคคลอื่นๆ ที่ไม่ใช่สื่อมวลชน

Lazarsfeld และคณะ พบว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารน้อยมาก ในขณะที่การ ติดต่อสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลกลับมีความถี่และมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือก ประธานาธิบดีมากกว่า สื่อมวลชน นักวิจัยกลุ่มดังกล่าว ได้เสนอความคิดเห็นว่า ในขั้นแรก ข้อมูล ข่าวสาร จากสื่อมวลชนจะถูกส่งไปยัง กลุ่มผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ซึ่งเป็นผู้รับสารที่มี อิทธิพลเหนือผู้รับสารทั่วไป จากนั้นผู้นำทางความคิด จะถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ที่เขาได้อ่านหรือ ได้รับฟังมาไปสู่บุคคลอื่นๆ เช่น เพื่อนร่วมงานหรือผู้รับสารทั่วไป ที่มีความใกล้ชิดในตัวผู้นำทาง ความคิดนั้น กระบวนการสื่อสารนี้ถูกเรียกว่า การสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow of communication)

ผลการศึกษาดังกล่าวแตกต่างจากแนวคิดของ ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus – response Theory) หรือที่นักการสื่อสารเรียกว่า ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Theory) ที่เชื่อว่า สื่อมีอิทธิพลในฐานะเป็นสิ่งเร้าหรือแรงกระตุ้นจากภายนอกและเชื่อว่า สื่อมวลชนมีผลโดยตรงต่อผู้รับสาร

ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะสามารถจะอธิบายได้โดยแบบจำลองดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารมวลชน 2 จังหวะ เปรียบเทียบกับแบบจำลองการสื่อสารดั้งเดิม  
ที่มา : Katz and Lazarsfeld, 1995

แบบจำลองข้างต้นเป็น แบบจำลองการสื่อสารสองจังหวะเปรียบเทียบกับแบบจำลองการสื่อสารมวลชนดั้งเดิมที่เชื่อว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร โดยตรง เนื่องจากผลของการใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุและหนังสือพิมพ์ เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองของประเทศผู้สงครามในช่วงทศวรรษที่ 1920-1940 อันเป็นช่วงที่เกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 และ 2 ในขณะที่แบบจำลองการสื่อสารสองจังหวะแสดงผลที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะถูกส่งไปยังบุคคลที่เรียกว่า ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) จากนั้นสารจะถูกถ่ายทอดจาก ผู้นำทางความคิดไปยังผู้ตาม ซึ่งถือว่า มีอิทธิพลจากผู้นำทางความคิดแฝงเข้าไปด้วย แบบจำลองนี้แทนที่จะมองผู้รับสารว่า ไม่มีปฏิกิริยาริเริ่มสิ่งใด ก็มองผู้รับสารว่าเป็น ปัจเจกบุคคล (Individual Audience) ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะของ Lazarsfeld และคณะ อาศัยข้อสมมติฐานที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ปัจเจกชนหาใช่ว่า ต่างคนต่างอยู่ในสังคมไม่ แต่ต่างเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม ที่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น
2. ปฏิกริยาและการตอบสนองของปัจเจกชนต่อ สื่อมวลชนจะไม่ใช่ไปโดยตรงและทันทีทันควัน แต่จะมีสัมพันธ์ภาพเชิงสังคมแทรกขึ้นมา และปัจเจกชนจะได้รับอิทธิพลจากสัมพันธ์ภาพเชิงสังคมเหล่านั้นด้วย
3. มีกระบวนการสองอย่างที่เกี่ยวเนื่องกันอยู่ กระบวนการอันหนึ่งก็คือ การรับและการเอาใจใส่ กระบวนการอีกอันหนึ่งก็คือ การตอบสนองในรูปของการยอมรับหรือการปฏิเสธอิทธิพลหรือความพยายามที่จะให้ข่าวสารการรับไม่เท่ากัน การตอบสนองและการไม่รับก็ไม่ใช่การตอบสนอง (ทั้งนี้ เพราะอาจจะมีการยอมรับ ในระดับต่อมาจากการติดต่อส่วนบุคคล)
4. ปัจเจกชนแต่ละคนมีความสามารถในการรับสารได้ไม่เท่ากัน ในแง่ของการรณรงค์ด้วยสื่อมวลชน และมีบทบาทต่างกันในกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจแบ่งออกได้เป็นกลุ่มซึ่งส่วนใหญ่แล้ว จะไปฝากความเชื่อไว้กับการได้ยิน ได้ฟังจากบุคคลอื่น โดยปล่อยให้บุคคลอื่นเป็นผู้ชี้แนะ
5. ผู้นำความคิดเห็น บอกลักษณะได้จากการที่ใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้อื่น มีระดับการเกาะกลุ่มกันสูงกว่าผู้อื่น ถือได้ว่า เป็นผู้ที่มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น และถือว่า มีบทบาทอันมีคุณสมบัติเสมอเป็นแหล่งข่าวสารและเป็นผู้ชี้แนะด้วย

ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะนี้ จึงสรุปพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ได้ว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีผลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่สื่อมวลชนเป็นส่วนที่ให้ข้อมูลไปยังเครือข่ายของสังคมที่ซับซ้อน สื่อจึงต้องแข่งขันกับแหล่งข่าวสารอื่นๆ ด้วย เช่น แหล่งข่าวสารจากกลุ่มผู้นำความคิด ซึ่งมีอิทธิพลเหนือผู้รับสารทั่วไปในกลุ่มสังคมหรือชุมชน จึงเห็นได้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้แสดงถึงความสัมพันธ์ทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ในการไหลของข้อมูลข่าวสารได้เพียงใด

การศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาแบบการยอมรับให้ความร่วมมือของประชาชนนั้น องค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมการยอมรับและเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารในฐานะเป็น สื่อบุคคล ตามแนวความคิด ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ ได้แก่ ผู้นำทางความคิด นักสื่อสาร พัฒนาการยอมรับว่า การใช้ยุทธวิธีส่งเสริมบทบาทของผู้นำท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งต่อความสำเร็จของ ความร่วมมือ ให้การยอมรับและมีส่วนร่วมของชุมชน

ทั้งนี้ อธิบายเพิ่มเติมได้ว่า ผู้นำทางความคิด เป็นผู้ที่มีอิทธิพลที่ ผู้ตามนิยมชมชอบ และปรารถนาที่จะเอาเป็นแบบอย่าง ทั้งยังเป็นสถานภาพทางสังคมที่ได้รับการยอมรับทั้งจากภายในกลุ่มของผู้นำความคิดเองและจากกลุ่มอื่นในประเด็นหรือเรื่องที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับกลุ่มนั้นๆ

ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้นำทางความคิดและผู้ตามเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งนอกจากจะแสดงถึงเครือข่ายทางการสื่อสารแล้ว ยังเป็นแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดบรรทัดฐานของกลุ่มสังคมและเกิดการสนับสนุนทางสังคมต่อ ค่านิยมและความคิดเห็นต่างๆ ของแต่ละบุคคลอยู่ในสังคมนั้น

ได้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับ ความหมายและลักษณะของผู้นำทางความคิด ในงานวิจัยสาขาต่างๆ มากมาย ในที่นี้จะกล่าวถึงผู้นำในงานด้านการพัฒนาชุมชน ด้านการสื่อสาร เพื่อการพัฒนา และด้านสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ ผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น (Community Leader) ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ด้วย

ซูรางค์ จันทรเอ็ม กล่าวว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่สามารถประสานงานของกลุ่ม ให้ความต้องการของกลุ่มสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกแต่ละคน สามารถจัดข้อขัดแย้งภายในกลุ่มลงได้ด้วยดี และนำกลุ่มไปสู่จุดหมายปลายทางที่ตั้งไว้ให้ได้ เพื่อความเจริญก้าวหน้าของกลุ่มคน

จิตจำนงค์ กิติกริตี ให้ความหมายของ ผู้นำท้องถิ่น ว่าหมายถึง บุคคลที่ช่วยให้ผู้อื่นหรือชุมชนได้มีการตกลงกัน และพยายามหาทางให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ พฤติกรรมของผู้นำท้องถิ่นจะมีอิทธิพลเหนือประชาชนในท้องถิ่นนั้น อันจะก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงาน



โดยมุ่งความสำเร็จของชุมชนเป็นสำคัญ หรืออาจกล่าวง่ายๆ โดยสรุปว่าผู้นำท้องถิ่นก็คือ ผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลสามารถชักจูงคนในชุมชนได้

จากการวิจัยพบว่า ในทางปฏิบัติ บุคคลที่ชาวบ้านจะมองและยึดถือเป็นผู้นำของตนได้ จะต้องเป็นผู้ที่ได้พิสูจน์ตัวเองว่า เขาเป็นผู้ที่ชาวบ้านให้ความไว้วางใจ เป็นผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมของชาวบ้าน และเป็นผู้มีความเต็มใจ รวมทั้งมีขีดความสามารถที่จะอุทิศประโยชน์ได้มาก เพื่อเกิดผลดีต่อส่วนรวม

เสถียร เขยประทับ ได้สรุปลักษณะของผู้นำทางความคิดที่แตกต่างจากผู้ตามความคิดคือ

1. ในแง่ของการสื่อสาร ผู้นำทางความคิดสามารถเข้าถึงสื่อมวลชนได้มากกว่าผู้ตามความคิด

2. ผู้นำทางความคิด มีลักษณะสากลมากกว่า ผู้ตามความคิด

3. ผู้นำทางความคิด มีการติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่า ผู้ตามความคิด

4. ผู้นำทางความคิด เข้ามีส่วนร่วมในสังคมมากกว่า ผู้ตามความคิด

5. ผู้นำทางความคิด มีสถานะทางสังคมสูงกว่า ผู้ตามความคิด

6. ผู้นำทางความคิด จะยอมรับ นวัตกรรมเร็วกว่า ผู้ตามความคิด

**คุณลักษณะของผู้นำท้องถิ่น** คุณลักษณะของ ผู้นำท้องถิ่น ที่จะเอื้ออำนวยต่องานพัฒนาชุมชน ควรประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. มีจิตใจมุ่งมั่น ที่จะพัฒนา

2. มีความซื่อตรง ต่อหน้าที่

3. มีจิตใจเป็นกุศล

4. การยอมรับวิทยาการแผนใหม่

5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง

6. มีทัศนคติแบบประชาธิปไตย

7. มีความจงรักภักดีต่อสถาบัน

8. มีความเป็นผู้นำ

**ความสำคัญของผู้นำท้องถิ่น** ในงานพัฒนาชุมชน ใช้หลักการของผู้นำความคิด ซึ่งได้แก่ ผู้นำท้องถิ่น เป็นสื่อในการพัฒนาชุมชน หลักการนี้เรียกว่า หลักการใช้ประโยชน์จากผู้นำท้องถิ่นเป็นบุคคลในท้องถิ่นที่มีผู้เคารพนับถือ ไว้วางใจ หรือมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และการตัดสินใจของมหาชนในชุมชน เขาจึงจะเป็นผู้ช่วยเหลืองานเผยแพร่ให้เกิดความนิยม จูงใจ

ประชาชนให้มาร่วมงานด้วยอย่างมีประสิทธิภาพ และบางครั้ง ยังช่วยเป็นวิทยากรในบางสาขาให้อีกด้วย

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ ได้กล่าวถึง ความสำคัญของผู้นำท้องถิ่นประกอบด้วย

- ผู้นำท้องถิ่น เป็นตัวสื่อความคิดสองทาง (Two-way Communication)
- ผู้นำท้องถิ่น เป็นผู้ชักนำประชาชนให้การยอมรับเข้ามาร่วมมือ โครงการพัฒนา

ชุมชน หมู่บ้าน

- ผู้นำท้องถิ่น มีความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันในการแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าด้านต่างๆ

ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ และคณะ ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้นำท้องถิ่นว่า ความสำเร็จในงานพัฒนาชุมชน ผู้นำท้องถิ่นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะผู้นำท้องถิ่น

1. เป็นแกนนำในการพัฒนา
2. เป็นผู้เชื่อมประสานระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับประชาชนในชุมชน
3. เป็นผู้ชักนำความช่วยเหลือมาสู่ชุมชน และสร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนาชุมชน
4. เป็นผู้มีความพร้อมในการรับรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ อันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่มีประสิทธิภาพ

มีประสิทธิภาพ

5. เป็นผู้กล้าเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ สูง อันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่มีประสิทธิภาพ

6. เป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

7. เป็นผู้มีความตั้งใจที่จะพัฒนามุ่งมั่นใน การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชน

**ประเภทของผู้นำท้องถิ่น** ผู้นำท้องถิ่นมี 2 ประเภท คือ

1. ผู้นำท้องถิ่นที่เป็นทางการ คือ ผู้นำที่ได้รับการแต่งตั้งจากทางราชการ ให้ปฏิบัติหน้าที่เป็นตัวแทนของทางราชการในการพัฒนาตามบทบาทหน้าที่ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครูใหญ่ และเจ้าอาวาส เป็นต้น

2. ผู้นำท้องถิ่นที่ไม่เป็นทางการ คือ บุคคลที่ชาวบ้านให้การยอมรับ เคารพนับถือ แต่มิได้มีตำแหน่งหน้าที่ในทางราชการ เป็นบุคคลที่คนในชุมชนยอมรับ ส่วนมากจะเป็นผู้มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว เช่น หมอคู่ หมอผี หมอยา ช่างประจำหมู่บ้าน หรือผู้อาวุโสในหมู่บ้าน หรือผู้กว้างขวางเป็นที่รู้จักกันในชุมชนนั้น เป็นต้น

ผู้นำเหล่านี้จะเป็นแกนนำสำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆ ของหมู่บ้านหรือชุมชน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมการพัฒนา ตลอดจนกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ

ในปัจจุบันรูปแบบของผู้นำท้องถิ่นที่เป็นทางการอีกแบบหนึ่ง ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน คณะกรรมการพัฒนาตำบล และคณะกรรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น โดยชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ที่ถูกล้ำเข้ามาในที่ดินรถไฟ ได้แบ่งเป็นชุมชนริมทางรถไฟหลายชุมชนมีชื่อตามสถานที่สำคัญหรือถนนทางหลวง ในแต่ละชุมชนมีคณะกรรมการพัฒนาชุมชนที่มาจากกรเลือกตั้งโดยมีกำหนดเวลาการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปีในบางชุมชน ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำทางความคิดที่กล่าวมาจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ประกอบการพิจารณาศึกษาถึงบทบาทของ ผู้นำชุมชน โดยเฉพาะชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ในฐานะสื่อบุคคล ที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ทั้งจากการรถไฟแห่งประเทศไทย สื่อมวลชนและแหล่งอื่นๆ ภายนอกชุมชนไปสู่คนในชุมชน รวมทั้งบทบาทในการกระตุ้นหรือชักจูงคนในชุมชนให้มีการร่วมมือ ขอมรับได้มากน้อยเพียงใด

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสังคมประกิต (Socialization)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือ ประชาชนที่อาศัยในชุมชนริมทางรถไฟสายตะวันออกเดิม ซึ่งอยู่ในแนวเขตพื้นที่ก่อสร้างเส้นทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิใหม่ ที่มีความสัมพันธ์เชิงสังคมระหว่างกัน มีการปะทะสังสรรค์ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน ระหว่างชาวบ้านกับ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน ซึ่งเป็นผู้นำทางความคิด หรือระหว่างชาวบ้านกับสื่อต่างๆ ทั้งที่เป็นสื่อมวลชนทั่วไปและเป็นสื่อของการรถไฟแห่งประเทศไทย สื่อต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน แนวคิดที่สนับสนุนเรื่องดังกล่าวคือ แนวคิดทางสังคมวิทยาเกี่ยวกับกระบวนการสังคมประกิต (Socialization) เพื่อนำมาใช้อธิบายการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ

สังคมประกิต เป็นคำที่นักวิชาการด้านสังคมวิทยา ใช้อธิบายกระบวนการที่บุคคลแต่ละคนรับเอาความรู้ ทักษะตลอดจนการปฏิบัติซึ่งจะทำให้พวกเขามี การยอมรับสามารถเข้ามีส่วนร่วมหรือเป็นสมาชิกที่แท้จริงของกลุ่มหรือสังคมนั้นๆ การที่แต่ละชุมชนสร้างวัฒนธรรมขึ้นมา และให้ดำรงอยู่ต่อไป ย่อมขึ้นอยู่กับ ความเข้าใจให้ความร่วมมือ มีการยอมรับ ซึ่งดำเนินอยู่ระหว่างบุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมแห่งนั้น

ในกระบวนการสังคมประกิต มีการแยกย่อยขั้นตอนต่างๆ มากมาย แต่ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ คือ กระบวนการของการปะทะสังสรรค์หรือการกระทำต่อกันทางสังคม (Social

Action) ประกอบด้วยกระบวนการเกี่ยวกับการถ่ายทอดแนวความคิด การสอน การเรียนรู้ การเขียนแบบ การมีอำนาจเหนือ การคุ้มครอง การเชื่อฟัง การต่อต้าน การแข่งขัน การปรับตัว การยอมรับ การมีส่วนร่วมและการร่วมมือกัน เป็นต้น

การปะทะสังสรรค์หรือการกระทำต่อกันทางสังคม ประกอบขึ้นด้วยกระบวนการต่างๆ เหล่านี้ คือ

1. การติดต่อกันหรือการเข้ามาอยู่ใกล้ชิดกันทางสังคม (Social Contact) ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นจะต้องมีขึ้นก่อน จึงจะมีการปะทะสังสรรค์ทางสังคมได้

2. การถ่ายทอดแนวความคิดผ่านการสื่อสาร (Communication) ด้วยการมีสัญลักษณ์ใช้เป็นสื่อในการปะทะสังสรรค์ให้เข้าใจกันได้

3. การเร้าและการตอบสนองนั้น เป็นไปในลักษณะ (Mode) ต่างๆกัน ซึ่งทำให้พลังงานต่างๆได้มาประสานกัน เกิดมีการปะทะสังสรรค์ทางสังคมแบบต่างๆขึ้นมาได้

ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการ ปะทะสังสรรค์ คือการสื่อสาร เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ใช้ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากเกิดการติดต่อเกี่ยวข้องกับระหว่างบุคคลต่อบุคคล ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น โดยมีการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงนี้ แบ่งออกเป็นหลายลักษณะ ดังนี้

1. ความสามารถในการเชื่อมโยงกับสังคม (Sociability) การสื่อสารเป็นส่วนสำคัญ ที่ได้กลายเป็นพฤติกรรมที่ มนุษย์มีอาจจะขาดได้ เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้ เพื่อเป็นตัวเชื่อมโยงกับบุคคลอื่น และสื่อก็ถูกใช้ เพื่อเป็นตัวนำไปสู่การเชื่อมโยงกับบุคคลอื่นด้วย

2. การใช้ประโยชน์ทางสังคม (Social Uses) แบ่งเป็น

เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Relation Uses) การสื่อสารเป็นการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น และสื่อถูกใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการสร้างความสัมพันธ์ โดยการสื่อสารนั้นจะต้องมีหัวข้อเรื่องราวที่ใช้เพื่อโยงข้อมูลจากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จะสามารถนำมาใช้ในหัวข้อและเนื้อหาของสนทนาได้เป็นอย่างดี การสื่อสารจึงเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์อันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ขึ้นระหว่างคนในชุมชน

2.1 เพื่อเป็นโครงสร้าง (Structural Uses) คือ การที่มนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นภูมิหลัง เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น การสื่อสารช่วยให้มนุษย์สามารถแสดงความคิด ความอ่าน ความเป็นตัวของตัวเอง และสร้างความเชื่อมั่นในตัวผู้ส่งสาร

2.2 เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Affiliation) การสื่อสาร เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงว่า ตนเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของสังคม เป็นที่ยอมรับว่า มีส่วนร่วมอยู่ในสังคมนั้นๆ

2.3 เพื่อเป็นการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) คือการใช้การสื่อสารเป็นการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ทางสังคมไม่ว่าจะเป็นในแง่เนื้อหา (Content) ในแง่ของรูปแบบ (Form) การเรียนรู้ทางสังคมช่วยให้มนุษย์มั่นใจว่า สามารถอยู่รอดในสังคมได้ดียิ่งขึ้น

2.4 เพื่อควบคุมสังคม (Competence/Dominance) มนุษย์สื่อสาร เพื่อช่วยให้เขาสามารถมั่นใจได้ว่า เขาสามารถจัดการให้ทุกสิ่งเป็นไปตามที่ต้องการ เขาสามารถนำตนเองไปสู่สิ่งที่ต้องการในขณะเดียวกันก็ได้จัดให้ผู้อื่นมีบทบาทตามที่ตัวเองต้องการให้เป็น

มองในแง่ของสังคมวิทยาที่ศึกษาปฏิบัติการโต้ตอบหรือปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปของกระบวนการ (Process) ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์ต่อการจัดระเบียบทางสังคม และความไม่เป็นระเบียบทางสังคม เพราะเป็นการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในขณะใดขณะหนึ่ง กระบวนการทางสังคมแบ่งออกเป็น

### 2.5.1 กระบวนการทางสังคม

1. การติดต่อสื่อสาร (Communication) การติดต่อสื่อสารเป็นหลักสำคัญต่อการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในสังคม เพราะเป็นกระบวนการถ่ายทอดทัศนคติ ได้รับความคิดเพื่อทำความเข้าใจต่อกัน โดยมีภาษาเป็นสื่อ และการติดต่อสื่อสาร ความแตกต่างกันไปตามสภาพของสังคมหรือชนชั้นต่างๆ โดยมีภาษาเป็นสื่อ และการติดต่อสื่อความหมายแตกต่างกันไปตามสภาพของสังคมหรือชนชั้นต่างๆ โดยมีบุคคลอย่างน้อย 2 คน คือ ผู้ส่งกับผู้รับ สัญลักษณ์ในการติดต่อ ซึ่งอุปสรรคของการติดต่อสื่อความหมายเกิดขึ้นได้เสมอ ถ้าหากทั้งสองฝ่าย ไม่สามารถเข้าใจความหมายของสิ่งที่ถ่ายทอดแก่กันหรือสิ่งที่ต้องการสื่อสาร เกิดการเข้าใจผิด บิดเบือน กำกวม ฯลฯ ความไม่เป็นระเบียบอาจเกิดขึ้นได้ เพราะโอกาสที่คนจะไม่เข้าใจกัน แม้จะใช้ภาษาเดียวกัน ย่อมมีได้เสมอ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสาร เป็นสิ่งจำเป็นในการถ่ายทอดความคิดหรือทัศนคติของบุคคลและกลุ่มในการมีความสัมพันธ์ต่อกัน

2. การขัดแย้ง (Conflict) การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในการจัดระเบียบทางสังคม บางครั้งอาจจะเป็นผลสำคัญในการทำให้สังคมไม่เป็นระเบียบ และหากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มเกิดขัดแย้งอย่างรุนแรง ความไม่เป็นระเบียบก็จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะในที่ที่มีคนเป็นจำนวนมาก การขัดแย้งย่อมเกิดขึ้นเสมอไม่มากก็น้อย เช่น ระหว่างนายจ้างกับกรรมกร นิสิตนักศึกษา กับผู้บริหารประเทศ พ่อค้าคนกลางกับชาวนา ประชาชนกับองค์กรของรัฐในโครงการพัฒนา ฯลฯ ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายจะพยายามรักษาผลประโยชน์ของตน ถ้าหากว่าผลประโยชน์ของทั้ง 2 ฝ่ายไม่อยู่ในทิศทางเดียวกัน ความขัดแย้งจะฟัดตัวเพิ่มขึ้น ตามวันและเวลาที่ผ่านไป

3. การแข่งขัน (Competition) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นได้ทั้งแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว เช่น อูฐยาปลุกข้าวเจ้า พม่าปลุกข้าวเจ้า ทั้ง 2 แห่งอาจจะไม่รู้สึกรู้ว่า กำลังมีการแข่งขันกัน

ตลาดโลก แต่ในบางขณะการแข่งขันเป็นการจ้องใจหรือต่อต้าน ชัดขวางคู่ต่อสู้ เช่น การหาเสียงเลือกตั้ง หาเสียงของพรรคการเมือง ที่ผู้สมัครพยายามโฆษณาบรรยายสรรพคุณว่า ตนคืออย่างไร พร้อมกับทับถมฝ่ายตรงกันข้ามว่า เลวร้ายแค่ไหน เป็นต้น

อนึ่ง การแข่งขันนั้นมีมากในสังคมที่เปิดให้ทุกคนเลื่อนขั้นฐานะและแข่งขันหาความสำเร็จตามความสามารถได้อย่างเต็มที่ เช่น สังคมไทย อเมริกัน อังกฤษ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฯลฯ

1. การประนีประนอมผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน (Accommodation) เป็นวิธีการลดความตึงเครียด (Tension) หรือให้เกิดความแตกร้าวน้อยที่สุด เช่น ข้อพิพาทระหว่าง นายจ้างกับลูกจ้าง อาจจะออกมาในรูปนายจ้างเพิ่มสวัสดิการให้ลูกจ้างมากขึ้น และลูกจ้าง ก็ลดข้อเรียกร้องลงไปบ้าง เพื่อจะได้ประนีประนอมช่วยให้สังคมมีเสถียรภาพ แต่ก็มีข้อน่าสังเกตว่า การประนีประนอมผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน อาจจะเป็นเพียงการชั่วคราว เพื่อจะได้ขัดแย้งกันต่อไปอีกในอนาคต

2. การผสมผสานกลมกลืนเข้าหากัน (Assimilation) เป็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อและความประพฤติที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งวิธีการเช่นนี้อาจจะทำได้ไม่สมบูรณ์ เพราะเป็นการยากที่แต่ละคนจะรับวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่ตนไม่คุ้นเคย แต่เวลาจะเป็นเครื่องช่วยผสมผสานกลมกลืนกันได้ง่ายขึ้น เช่น ปัจจุบันพิธีต่างๆ แนวความคิด และการแต่งกายของไทย ฯลฯ หลายอย่างมีการใช้วัฒนธรรมของชาติอื่นเข้ามาผสมผสานด้วย หรือแม้แต่ประเทศที่เจริญอย่างยิ่ง เช่น สหรัฐอเมริกาก็เป็นที่รวมของวัฒนธรรมต่างๆ เนื่องจากเป็นที่รวมกันของคนเป็นล้านๆ ที่อพยพมาจากที่ต่างๆ จึงมีวัฒนธรรมผิดแผกแตกต่างกันออกไปแตกต่างกันออกไป ซึ่งในที่สุดก็นำมาผสมผสานเป็นวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกาไป ด้วยเหตุนี้ การผสมผสานเป็นการช่วยส่งเสริมให้สังคมมีระเบียบ

3. การร่วมมือสนับสนุนซึ่งกันและกัน (Cooperation) บางทีกระบวนการนี้อาจจะเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญที่สุด การร่วมมือกันเป็นปฏิภิกิริยาโต้ตอบระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปหรือมากกว่านั้น เป็นรูปของการร่วมกัน เพื่อจุดหมายปลายทางร่วมกัน แม้การแข่งขันจะจำเป็นในสังคมสมัยใหม่ (เช่น การแข่งขันสร้างความเจริญ เพิ่มพูนความรู้ ฯลฯ) การร่วมมือ ก็ยังเป็นสิ่งสำคัญ เพราะมนุษย์อยู่ลำพังไม่ได้ ต้องพึ่งพาผู้อื่นในการอยู่ร่วมกันหลายด้าน ตั้งแต่เรื่องอาหารการกิน จนถึงความรักใคร่ไมตรี หรือสิ่งประดิษฐ์ ที่มนุษย์บางกลุ่มสร้างขึ้น เป็นต้น ซึ่งจะหาได้ก็ตามที่ความร่วมมือสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกันได้และมีสัมพันธภาพอันยาวนานต่อกัน ในกรณีเช่นนี้ ความร่วมมือสนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นหลักฐานสำคัญในการจัดระเบียบ ถ้าหากความร่วมมือนี้สิ้นสุดลง การจัดระเบียบของกลุ่มก็จะสลายไปด้วย

กระบวนการดังข้างต้น เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในทุกสังคม กล่าวเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร เป็นกระบวนการถ่ายทอดทัศนคติ ความรู้ ความคิด และรับความคิด เพื่อทำความเข้าใจต่อกัน ถ้าหากทั้งสองฝ่ายไม่สามารถเข้าใจกัน เกิดการเข้าใจผิด

บิดเบือน กำกวม ฯลฯ ความขัดแย้ง อาจเกิดขึ้นได้ในเรื่องนี้คือ ความขัดแย้ง ที่ก่อตัวจากปัญหาผลกระทบจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ ขององค์กรของรัฐหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยเฉพาะกับประชาชนในชุมชนที่อยู่ในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ที่ต้องมีการรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไป ซึ่งคาดว่า ทำายที่สุดได้พัฒนาและปรับเปลี่ยน รูปแบบความสัมพันธ์ เป็นการประนีประนอมผลประโยชน์ที่ขัดแย้ง ด้วยการเห็นแก่ผลประโยชน์ของส่วนรวมและประเทศชาติเป็นหลัก จนถึงการร่วมมือ ส่งเสริมสนับสนุนกัน ให้การยอมรับโครงการฯ โดยเฉพาะประชาชนในชุมชนแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ยินยอมรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไปจากแนวเขตพื้นที่การก่อสร้างเส้นทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ

การเริ่มต้นศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ มีผู้เสนอแนวความคิดคือ Beal และ Bohlen's, 1957 (อ้างในจิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2529 : 12) ได้รวบรวมความคิดเกี่ยวกับความหมายของกระบวนการแพร่ขยายจากผลงานวิจัย 35 เรื่อง แล้วจึงนำมาสรุปได้ดังนี้

1) กระบวนการแพร่ขยาย (Diffusion) มีขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอนคือ รับรู้ สนใจ ประเมินค่า ทดลองทำ และยอมรับ พฤติกรรมในแต่ละขั้นตอนแตกต่างกัน และสามารถจะวัดได้

2) มีความแตกต่างเกี่ยวกับวิทยาการแผนใหม่ในด้านความซับซ้อน (Complexity) แบ่งความซับซ้อนนี้ออกเป็น 4 ระดับ

(1) ระดับที่ง่ายที่สุด คือ การเปลี่ยนวัสดุและเครื่องมือเครื่องใช้

(2) ระดับที่สอง คือ ปรับปรุงวิธีการให้ดีขึ้น

(3) ระดับที่สาม คือการเปลี่ยนจากวิธีเดิมไปใช้วิทยาการแผนใหม่ ที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

(4) ระดับที่สี่ เป็นระดับที่ยอมรับยากที่สุด ได้แก่ การเปลี่ยนกิจการความซับซ้อนนี้ นอกจากจะมีผลต่อความไวในการยอมรับของเกษตรกรแต่ละคนแล้ว ยังมีผลต่ออัตราเร็วในการยอมรับ (Rate of Adoption) ของชุมชนนั้นๆ

3) มีความแตกต่างเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล ที่บุคคลจะรับในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการแพร่ขยาย เป็นต้นว่า ขั้นตอนการรับรู้ซึ่งเป็นระดับต่ำสุด ข้อมูลมักจะมาจาก สื่อสารมวลชน แต่ในระดับที่สูงขึ้นมาข้อมูลมักจะได้จากการถ่ายทอดโดยตรงจากบุคคล

4) มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลในขบวนการแพร่ขยาย เช่น ผู้ชอบของใหม่ ผู้นำการยอมรับ ผู้ที่อยู่ในกลุ่มใหญ่ที่รับก่อน ผู้อยู่ในกลุ่มใหญ่ที่รับทีหลัง หรือผู้อยู่ในกลุ่มล้าหลัง และ

ต่อมา Rogers พบว่า การกระจัดกระจายของกลุ่มการยอมรับมีรูปแบบการกระจายของกลุ่มการยอมรับมีรูปแบบการกระจายปกติ

Rogers (1962: 306) ได้เขียนแผนผังโครงสร้างของกระบวนการยอมรับ เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่าไม่แตกต่างกับแนวคิดของ Beal และ Bohlen's มากนัก Rogers ได้แบ่งโครงสร้างของการยอมรับออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ สิ่งที่มีอยู่เดิม (Antecedents) กระบวนการ (Process) และ ผล (Results) ดังแผนภูมิที่ 2.1

#### 1. สิ่งที่มีอยู่เดิม (Antecedents)

ในส่วนนี้คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรซึ่งมีอยู่เดิมก่อนการเผยแพร่นวัตกรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2) ลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล ได้แก่ ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อมั่น ความสามารถทางสมอง ทักษะความคิดรวบยอด สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ ตลอดจนการติดต่อกับโลกภายนอก และการเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่ง Rogers เชื่อว่ามีผลทำให้เกิดความแตกต่างในการยอมรับ

3) การรับรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ได้แก่ ปทัสถานของระบบสังคมในด้านความไวในการยอมรับ การได้มีโอกาสติดต่อกับบุคคลในวงสังคมอื่นๆ ความรู้สึกว่าการนวัตกรรม บรรทัดฐานของสังคม นับเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญในขณะเดียวกันก็อาจเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับได้ ซึ่ง Beal และ Bohlen's, 1957 (อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2529 : 14) ได้กล่าวรวมไว้กว้างๆ ในข้อที่ 4

#### 4) กระบวนการ (Process)

ส่วนที่สองนี้ตรงกับข้อ 1 ของ Beal และ Bohlen's ซึ่งกล่าวถึงการพัฒนาด้านความคิดตั้งแต่การรับรู้ ความสนใจ ประเมินค่าและทดลอง จนถึงการยอมรับ ซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการ สิ่งสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้กระบวนการนี้ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพหรือยับยั้งให้ช้าลง และมีผลในทางตรงข้ามนั้นมีหลายอย่าง เช่น

- ส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวของบุคคลนั่นเอง
- แหล่งให้ความรู้ ซึ่งแหล่งให้ความรู้นี้มีส่วนคล้ายข้อ 3 ของ Beal และ

Bohlen's

- การรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของวิทยาการแผนใหม่ ได้แก่ ประโยชน์ ความซับซ้อน ความสอดคล้องกับวิธีการที่ทำอยู่เดิม ผลผลิตสูงกว่าเดิม และสามารถทดลองดูได้

- Rogers and Shoemaker (1971 : 102) ได้กล่าวถึงกระบวนการของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมมี 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้ คือ



(1) **ขั้นรับรู้** เริ่มจากการที่บุคคลทราบถึงนวัตกรรมและพอเข้าใจถึงหน้าที่ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว นับเป็นความรู้ที่ช่วยส่งเสริม ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมได้ ถ้าหากได้มีความรู้ถึงสิ่งจำเป็นในการใช้นวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม โดยละเอียดมากยิ่งขึ้นตามความยุ่งยากสลับซับซ้อนของนวัตกรรมนั้นๆ อีกทั้งการมีความรู้เกี่ยวกับหลักการ เช่น การมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสืบพันธุ์ของมนุษย์ ช่วยทำให้เข้าใจวิธีการคุมกำเนิดดียิ่งขึ้น นอกจากนี้การที่บุคคลมีทัศนคติและความเชื่อ เกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมได้ กล่าวคือ ถ้าหากเห็นว่า นวัตกรรมนั้นไม่เกี่ยวข้อง หรือมีประโยชน์ต่อตนเองแล้วกับความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมส่วนหนึ่ง ทั้งนี้การที่บุคคลได้รับการศึกษาสูง อยู่ในสถานะของสังคมสูง การได้มีโอกาสรับการติดต่อกับคนภายนอกสังคมมากกว่า ช่วยทำให้มีโอกาสได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม การยอมรับนวัตกรรมเกิดได้ง่าย และรวดเร็วกว่าบุคคลอื่นๆ

(2) **ขั้นสนใจ** บุคคลมีความรู้สึกผูกพันกับนวัตกรรมมากขึ้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมด้วยวิธีการต่างๆ กัน เพื่อนำมาสนับสนุนทัศนคติ และความเชื่อของคนที่มีความเชื่อต่อ นวัตกรรม เช่น การได้พบปะเพื่อนที่มีคุณลักษณะเหมือนๆ กันช่วยทำให้ได้ข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ประกอบกับการพิจารณาถึงผลดีผลเสียของการใช้นวัตกรรม เช่น เรื่องความเข้ากันได้ ความยุ่งยากสลับซับซ้อน และการสามารถสังเกตเห็นผลของนวัตกรรมได้ เป็นต้น

(3) **ขั้นตัดสินใจ** เป็นการตัดสินใจเลือกได้เพียงทางเดียวเท่านั้น คือการยอมรับ นวัตกรรมหรือการปฏิเสธนวัตกรรม โอกาสที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกยอมรับนวัตกรรมใดๆ เพิ่มมากขึ้น ถ้าหากได้มีการทดลองใช้นวัตกรรม ถึงแม้จะเป็นการทดลองเพียงส่วนย่อยๆ ก็ตาม หรือจากการเห็นผลที่ผู้อื่นทดลองนวัตกรรม

(4) **ขั้นยืนยัน** หลังจากที่ยอมรับนวัตกรรมแล้วเพื่อให้เกิดการยืนยัน หรือสนับสนุนในการตัดสินใจของตนเอง จึงเกิดการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นเพิ่มเติม การได้รับข่าวสารที่ดี เกี่ยวกับนวัตกรรมในภายหลังเป็นสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ ความเชื่อ และทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ทำให้การยอมรับนวัตกรรมเป็นไปด้วยดี ในทำนองเดียวกันถ้าหากข่าวสารที่ผู้ใช้นวัตกรรมได้รับภายหลัง ซึ่งให้เห็นถึงความไม่เหมาะสม ไม่เกิดผลดีไปกว่าสิ่งที่เคยใช้แต่เดิม ใช้แล้วเกิดผลเสีย เป็นสาเหตุที่ทำให้เลิกการยอมรับนวัตกรรมได้ รวมไปถึงการเปลี่ยนไปใช้นวัตกรรมใหม่ที่เห็นว่าดีกว่าเดิม

## 5) ผล (Results)

ผลของนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงสังคมที่เกิดขึ้น หลังจากมีสิ่งประดิษฐ์ คือ นวัตกรรม มีการเผยแพร่ นวัตกรรม และผ่านกระบวนการยอมรับ นวัตกรรมไปจนถึงขั้นการยืนยัน ได้แก่การยอมรับ (Adoption) หรือเลิกใช้นวัตกรรม

(Discontinue) ส่วนผลที่เกิดขึ้นเป็นไปในทางด้านบวก หรือทางด้านลบ ย่อมขึ้นอยู่กับ การที่  
นวัตกรรมสามารถสนองต่อความต้องการได้ดีเพียงใด ผลที่เกิดจากนวัตกรรมอาจก่อให้เกิด  
การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดกว่า  
ชัดเจน หรือเป็นไปโดยทางอ้อมแฝงอยู่ โดยที่สมาชิกในสังคมไม่อาจทราบถึงผลได้ชัดเจน  
ระยะเวลาที่เกิดผลของนวัตกรรมจะเห็นได้ช้า หรือเร็วขึ้นอยู่กับประเภทของสมาชิกสังคมและ  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง

DRPU



ภาพที่ 2.2 แสดงแผนผังของขั้นต่างๆ ในกระบวนการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ของแต่ละบุคคล  
 ที่มา : แผนผังกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของ Rogers, 1692 : 306 (อ้างใน จิระวัฒน์  
 วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2529 : 13)

Rogers (1983: 185) ให้ความหมายของกระบวนการยอมรับว่า เป็นกระบวนการใช้ความคิดของบุคคล เป็นรูปแบบหนึ่งของการตัดสินใจแบบเป็นขั้นตอนเริ่มตั้งแต่ได้รับรู้ว่ามีวิทยาการแผนใหม่ ผ่านขั้นต่างๆ จนถึงการยอมรับ และกระบวนการยอมรับเป็นเรื่องของ

แต่ละบุคคล ถ้าจะยึดตามแนวความคิดนี้ในข้อที่ 1 ของ Beal และ Bohlen's เป็นกระบวนการยอมรับมากกว่าเป็นกระบวนการแพร่ขยาย

กระบวนการยอมรับนี้มีกลุ่มนักวิจัยได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับขั้นต่าง ๆ ซึ่งในกลุ่มของนักวิจัย ซึ่งได้แก่ Beal และ Bohlen's (1957), Copp และเพื่อน (1958), Rogers (1962) (อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2529 : 17-19) ได้แบ่งกระบวนการยอมรับ ออกเป็น 5 ขั้นได้แก่

- 1) ขั้นรับรู้ (Awareness)
- 2) ขั้นสนใจ (Interest)
- 3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation)
- 4) ขั้นทดลอง (Trial)
- 5) ขั้นยอมรับ (Adoption)

กระบวนการยอมรับ 5 ขั้น มีรายละเอียดของขั้นต่างๆ ดังนี้

1) ขั้นรับรู้ (Awareness Stage) คือ การที่บุคคลได้รับรู้ว่ามีแนวคิด หรือวิทยาการใหม่ๆ แต่ยังไม่มีความรู้ที่ลึกซึ้ง ในเนื้อหาและรายละเอียดต่างๆ การรับรู้ที่สำคัญของกระบวนการยอมรับ ได้แก่ การรับรู้ที่สามารถกระตุ้น ให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาหาความรู้ในนวัตกรรมเพิ่มเติม หรือการรับรู้ที่จะนำไปสู่ขั้นต่อไปของกระบวนการยอมรับ เพราะการรับรู้แต่ละครั้งไม่จำเป็นจะต้องมีกระบวนการยอมรับขั้นอื่นๆ ตามมาเสมอไป ดังนั้น การรับรู้เรื่องที่ตรงกับปัญหา ความต้องการ หรือสามารถที่จะมองเห็นประโยชน์ที่จะเกิดตามมาได้อย่างเด่นชัด (Perceived Advantage) เหล่านี้ย่อมจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ง่ายกว่า การรับรู้ในเรื่องทั่วไป

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) คือ การที่บุคคลเกิดความสนใจที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวิทยาการแผนใหม่ ขั้นนี้ยังไม่มีการประเมินวิทยาการแผนใหม่เข้ากับสถานการณ์ที่แท้จริงของแต่ละบุคคล เพียงแต่ต้องการความรู้เพิ่ม สิ่งสำคัญในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้ (Cognitive or Knowing) ความสนใจศึกษาหาความรู้ของบุคคลนอกจากจะขึ้นอยู่กับความสามารถทางสมองในการรับความรู้ ยังขึ้นอยู่กับจิตลักษณะบางประการของบุคคลนั้นด้วย เป็นต้นว่า ความทันสมัย การชอบเปลี่ยนแปลง ทักษะคติ และปทัสฐานของระบบสังคม (Social System Norms) ที่ทันสมัย มีระบบการสื่อสารที่ดี สิ่งเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นการแสวงหาความรู้ในขั้นนี้ได้เป็นอย่างดี

3) ขั้นประเมิน (Evaluation Stage) บุคคลใช้ความสามารถทางสมองเพื่อจะประเมินวิทยาการแผนใหม่เข้ากับสถานการณ์ของตน ขั้นนี้เป็นการทดลองในระดับความคิด (Mental Trial) ถ้าบุคคลมีความรู้สึกว่ วิทยาการแผนใหม่ เช่น เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มีคุณค่าและมีประโยชน์ ก็จะลงมือทดลองทำดูในขั้นที่ 4 ซึ่งเป็นการทดลองในภาคปฏิบัติ ความสำคัญของขั้นนี้คือ การสร้างความรู้สึกที่ดี (Affective) ต่อวิทยาการแผนใหม่ หรือเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เพราะ

ความรู้ และข้อมูลต่างๆ ในขั้นที่ 2 จะเป็นรากฐานที่ทำให้ขั้นนี้ คือการประเมินประสพผลสำเร็จ และต่อเนื่องไปยังกระบวนการในขั้นที่ 4

4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) คือ การได้ลงมือทดลองทำดูเพียงบางส่วนในสถานการณ์จริงของบุคคล เป็นการย้ำความแน่ใจว่าผลจะดีจริงอย่างที่คิดในขั้นประเมินหรือไม่ ในขั้นนี้ความรู้เกี่ยวกับวิธีทำ (How-to-knowledge) จะมีความสำคัญมาก เพราะจะเป็นผลต่อเนื่องของการตัดสินใจที่จะยอมรับ หรือไม่ยอมรับ หรือการเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ตามมา

5) ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage) คือ ขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจยอมรับ ในขั้นนี้เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม (Behavior) ที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายกว่าในขั้นอื่นๆ

### 2.6.1 คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม

Rogers (1983 : 247) ได้อธิบายคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรมในระดับต่างๆ โดยพิจารณาจาก ค่านิยม คุณลักษณะส่วนตัว พฤติกรรมการสื่อความรู้ และความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสามารถแบ่งประเภทบุคคลออกได้เป็น 5 ประเภท (ตารางที่ 2.1) ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงคุณลักษณะ และพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม

ประเภทของผู้ยอมรับ	คำนิยาม	คุณลักษณะส่วนตัว	พฤติกรรมการสื่อความรู้	ความสัมพันธ์ทางสังคม
ผู้นำการยอมรับ (Innovators) 2.5 %	นิยมการกล้าได้กล้าเสีย	อายุน้อยที่สุด สถานภาพทางสังคม และ เศรษฐกิจสูงที่สุด มี ความสามารถเฉพาะทางสูงมาก	มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับแหล่งความรู้ทางวิทยุที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้นำการยอมรับคนอื่นๆ	เป็นผู้นำความคิดเห็นในบางครั้ง บางคราว มีการติดต่อกว้างขวาง
ผู้ยอมรับเร็ว (Early Adopters) 13.5 %	มักได้รับการยกย่องนับถือจากคนอื่น และเป็นแบบอย่างแก่คนทั่วไป	สถานภาพทางสังคมสูง และมี ความสามารถเฉพาะทางสูง	สามารถใช้แหล่งความรู้ที่มีใช้บุคคลมากกว่าคนอื่น	เป็นผู้นำทางความคิดเฉพาะในหน่วยของตน
ผู้ยอมรับปานกลาง (Early Majority) 34 %	รอบคอบ สุขุม จะยอมรับก็เมื่อคนกลุ่มเดียวกับตนยอมรับไปแล้ว	สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจธรรมดา	มีการติดต่อระหว่างผู้นำสูง	เป็นผู้นำทางความคิดบ้าง บางโอกาส
ผู้ยอมรับค่อนข้างช้า (Late Majority) 34 %	มักจะระแวงสงสัย ก่อนยอมรับ ยึดมั่นในประเพณีดั้งเดิม ติดฝังอยู่แต่ในอดีต	สถานภาพทางสังคมค่อนข้างต่ำ	มีการติดต่อระหว่างผู้นำบ้างพอสมควร	ไม่มีใครแสดงความคิดเห็น
ผู้ยอมรับช้า (Laggards) 16 %		มีความถนัดเฉพาะเด็กน้อย สถานภาพทางสังคมต่ำ	มักจะได้รับความคิดจากคนอื่นใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารน้อย การติดต่อสื่อสารส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มเพื่อนและญาติ	แสดงความเป็นผู้นำน้อยมาก มักจะเก็บตัว

ที่มา : Everett M.Rogers, 1983 : 247.

การอธิบายถึงคุณลักษณะของประชากรต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งจากการศึกษาการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ในไอโอวาโดย Rogers, 1971 (อ้างใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2529 : 9) พบว่า สามารถแบ่งกลุ่มประชากร โดยอาศัยการยอมรับนวัตกรรมเป็นหลัก โดยแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. ผู้นำการยอมรับ (Innovators : Venturesome) คุณสมบัติของบุคคลกลุ่มนี้ คือ ความกล้าเสี่ยง และกระหายที่จะทดลอง อันเป็นสาเหตุให้ต้องขวนขวายหาความรู้ และพบปะกับบุคคล อยู่เสมอ มีสถานะทางเศรษฐกิจดี มีรายได้สุทธิสูง และมีทรัพย์สินพอที่จะเสี่ยงกับการได้เสีย อันเนื่องจากการทดลองทำ และกล้าที่จะยอมรับความล้มเหลว อันอาจเกิดขึ้นได้ มีความสามารถ และความรู้ดีพอที่จะเข้าใจ และตามทันแนวคตินวัตกรรม มีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ชอบ สังคมกับพวกเดียวกันแม้จะอยู่คนละแห่งและห่างไกลกันก็ตาม กลุ่มนี้มักจะถูกหาว่าเป็นพวก หัวก้าวหน้า และไม่ยอมตามสังคม

2. ผู้ยอมรับเร็ว (Early Adopters : Respectable) กลุ่มนี้จะช่วยพัฒนาสังคมได้ดีกว่า กลุ่มแรก เป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกในกลุ่ม เป็นตัวอย่างที่ดีในด้านการยอมรับนวัตกรรม เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่ก้าวหน้าเกินไปในด้านความคิดจนคนในกลุ่มเดียวกันตามไม่ทันเหมือนกลุ่มแรก ผลงานของกลุ่มนี้ มักจะประสบผลสำเร็จเสมอ เพราะได้กระทำด้วยความระมัดระวัง และ ไตร่ตรองอย่างรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อรักษาไว้ซึ่งการยอมรับนับถือของบุคคลในชุมชน กลุ่มคนใน กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี ฉลาด ชอบแสดงความคิดเห็น และชอบมีส่วนร่วมในกิจกรรมของ สังคม

3. ผู้ยอมรับปานกลาง (Early Majority : Deliberate) กลุ่มนี้มักจะพิจารณาอย่าง รอบคอบก่อนที่จะยอมรับวิทยาการแผนใหม่ หรือนวัตกรรมใดๆ การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ของคนกลุ่มนี้ใช้เวลานานกว่า 2 กลุ่มแรก แต่ก็ยังเป็นกลุ่มที่ยอมรับวิทยาการแผนใหม่เร็วกว่า บุคคลที่จัดอยู่ในกลุ่มยอมรับระดับค่อนข้างช้า ลักษณะของคนกลุ่มนี้เป็นผู้มีความสัมพันธ์สูงกับ สมาชิกในกลุ่ม แต่ไม่ได้เป็นผู้นำกลุ่ม

4. ผู้ยอมรับค่อนข้างช้า (Late Majority : Skeptical) กลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมก็ต่อเมื่อ จำนวนคนมากกว่าครึ่งได้ยอมรับไปแล้ว นั่นคือ วิทยาการแผนใหม่ หรือนวัตกรรมได้รับการ ทดลองและประเมินผลจากคนในสังคมเดียวกันแล้วว่าดีจริง การยอมรับของคนกลุ่มนี้ส่วนหนึ่ง เนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจ อีกส่วนหนึ่งมาจากแรงผลักดันทางสังคม ไม่ชอบแสดงความคิดเห็น

5. ผู้ยอมรับช้า (Laggards : Traditional) เป็นกลุ่มสุดท้ายที่ยอมรับ กลุ่มนี้มีลักษณะชอบยึดถือของเก่า ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบทำตามรุ่นเก่า พบปะสังสรรค์เฉพาะกับคนที่มีความนิยมเหมือนกัน ไม่สนใจโลกภายนอก สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ชะลอการยอมรับ

สาเหตุที่ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น เรียบเรียงจากคำบรรยายประกอบการสอนวิชา หลักและวิธีการส่งเสริมการเกษตรของ ดิเรก ฤกษ์หรรษา มี 3 ประเด็น คือ

1. การละเลยไม่เอาใจใส่ (Ignorance) คือ ไม่รู้ว่าอะไรที่จะสามารถทำได้ในเรื่องใหม่ๆ
2. ขาดความสามารถที่จะประกอบการ (Inability) คือรู้ว่าทำอะไร แต่ขาดปัจจัยในการดำเนินการ
3. ขาดความตั้งใจจริง (Unwillingness) คือรู้ว่าทำอะไร อย่างไร และมีความพร้อมก็สามารถทำได้ แต่ไม่ต้องการทำ

## 2.6.2 ความหมายการยอมรับสิ่งใหม่

การยอมรับของแต่ละบุคคลนั้น ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย เช่น

“การยอมรับ” หมายถึง การที่ประชาชนได้เรียนรู้โดยผ่านการศึกษา สามารถอธิบายได้โดยผ่านขั้นการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติ แล้วเกิดความแน่ใจว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์ (Foster, 1973 : 141 – 147 เพลินพร ฝูวงาม, 2533 : 14)

“การยอมรับ” เป็นพฤติกรรมของบุคคลในการจะรับเอาสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่า ทั้งรูปแบบและนามธรรมไปปฏิบัติด้วยความพอใจ และการยอมรับจะเกิดขึ้นได้โดยผ่านขั้นตอนการเรียนรู้และได้ทดลองมาขั้นหนึ่งแล้ว โดยระยะเวลาการตัดสินใจรับเอานั้นอาจกินเวลาเป็นปีๆ (เพลินพร ฝูวงาม, 2533 : 14)

“การยอมรับ” เป็นกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในสมอง โดยผ่านขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ขั้นแรกที่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่นั้น ไปจนถึงขั้นการยืนยันการตัดสินใจที่จะกระทำไปแล้ว ซึ่งนับเป็นการตัดสินใจแบบพิเศษ (เสถียร เขยประดับ, 2530 : 24)

“การยอมรับ” เป็นกระบวนการทางจิตใจภายในบุคคล โดยเริ่มจากได้ยินเรื่องวิทยากรนั้น จนยอมรับไปใช้ในที่สุด และกระบวนการที่มีลักษณะคล้ายกับการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Rogers, 1965 : 76)

อุทุมพร ธีระธรรม (2537 : 7) การยอมรับ หมายถึง พฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการรับเอาสิ่งใหม่มายึดถือปฏิบัติด้วยความเต็มใจ โดยที่พฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นกระบวนการและมีระยะเวลา



จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเป็นการตัดสินใจในการที่จะรับเอานวัตกรรมหรือแนวความคิดใหม่ๆ มายึดถือปฏิบัติ โดยผ่านขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยตนเอง และต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การยอมรับเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการรับเอาสิ่งใหม่มายึดถือปฏิบัติด้วยความเต็มใจ โดยพฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นกระบวนการ และมีระยะเวลา

### 2.6.3 ลักษณะนวัตกรรม

ลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม ดังนี้ (Everett M. Rogers, 1983 : 15 and W.R. Spence, 1994) ที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ คือ ลักษณะของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นลักษณะของนวัตกรรม ที่มีผลต่อการยอมรับ เช่นเดียวกัน

ประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ (Comparative Advantage) หมายถึงระดับของประโยชน์ของนวัตกรรมที่บุคคลรับรู้เมื่อ บุคคลเปรียบเทียบนวัตกรรมนั้นกับแนวคิดการปฏิบัติ หรือ ผลิตรกรรมที่มีอยู่เดิมหากบุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมนั้นมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม หรือสามารถใช้แทนสิ่งที่มีอยู่เดิมหากบุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมนั้นมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม หรือสามารถใช้แทนสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ก็มีแนวโน้มที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้น ดังนั้นบุคคลยิ่งรับรู้ถึงประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ของนวัตกรรมมากขึ้นเท่าใด อัตราการยอมรับนวัตกรรมนั้นก็ยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น

ความเข้ากันได้หรือความไม่ขัดแย้งกัน (Compatibility) หมายถึงระดับของการเข้ากันได้ที่บุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมนั้นไม่ขัดแย้งกับค่านิยมที่มีอยู่เดิม ประสบการณ์ในอดีตและความต้องการของผู้มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรม ตลอดจนความต้องการของสังคมโดยรวม หากนวัตกรรมใดสอดคล้องกับค่านิยมและความต้องการของบุคคลและสังคม นวัตกรรมนั้นก็แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว

ความซับซ้อน (Complexity) หมายถึงระดับของความซับซ้อนที่บุคคลรับรู้เกี่ยวกับความเข้าใจในนวัตกรรมและการนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ หากนวัตกรรมนั้นซับซ้อนมากทั้งในด้านแนวความคิด และในด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ยาก และประยุกต์ใช้ได้ยาก จึงมีแนวโน้มที่บุคคลจะรับนวัตกรรมนั้นได้ช้า หรือไม่รับนวัตกรรมนั้นโดยสิ้นเชิง กล่าวคือบุคคลมีแนวโน้มที่จะรับนวัตกรรม ที่ไม่ซับซ้อนและเข้าใจได้ง่าย ได้เร็วกว่านวัตกรรมที่ซับซ้อนและเข้าใจยาก ดังนั้นในการแพร่กระจายนวัตกรรมใดๆ ผู้แพร่กระจายจะต้องทำให้ผู้มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรม เข้าใจนวัตกรรมนั้นๆ ได้ง่าย

ความสามารถทดลองได้ (Testability) หมายถึงระดับของความสามารถที่จะทดลองนวัตกรรมนั้น คุณสมบัตินี้แสดงในเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับนวัตกรรม

ดังกล่าว นวัตกรรมใดที่เปิดโอกาสให้บุคคลสามารถทดลอง และประเมินผลได้นวัตกรรมนั้นก็ น่าจะมีแนวโน้มที่จะแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว

ความสามารถสังเกตและสื่อสารได้ (Observability) หมายถึงระดับของความสามารถ สังเกต และสื่อสารผลของนวัตกรรมนั้นได้ หากนวัตกรรมใดเป็นนวัตกรรมที่บุคคลสามารถสังเกต ผลของนวัตกรรมได้ หรือสามารถสื่อสารผ่านนวัตกรรมได้ นวัตกรรมนั้นก็น่าจะมีแนวโน้มที่ แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์หนึ่งที่ยอมรับใช้ในการแพร่กระจายนวัตกรรมคือ การให้บุคคลที่ เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับ สามารถสังเกตผลของนวัตกรรมได้ หรือสามารถสื่อสารผ่าน นวัตกรรมได้ นวัตกรรมนั้นก็น่าจะมีแนวโน้มที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ดังนั้นกลยุทธ์ที่ยอมรับ ใช้ในการแพร่กระจายนวัตกรรม คือ การให้บุคคลที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับในสังคมรับนวัตกรรม นี้

เสียก่อน เพื่อจูงใจให้สมาชิกในสังคมรับนวัตกรรมนั้นด้วย

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนวัตกรรม (Cost) ลักษณะของนวัตกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะ ค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ก็จะมีผลทำให้การยอมรับมากกว่านวัตกรรมที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ

ความสามารถที่จะแบ่งแยกได้ (Divisibility) ลักษณะนวัตกรรมที่สามารถแบ่งออกเป็น ส่วนย่อยๆ ได้ ย่อมทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายกว่านวัตกรรมที่ไม่แบ่งเป็นส่วนย่อย

#### 2.6.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ ดังนี้

##### 1. ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไข หรือสถานการณ์โดยทั่วไป ประกอบด้วย

1.1 สภาพทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน บุคคลที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตมีแนวโน้มว่า จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงง่ายกว่า และเร็วกว่าผู้มีปัจจัยการผลิตน้อยกว่า

1.2 สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตราการยอมรับเร็วหรือช้า เช่น บุคคลที่อยู่ในชุมชนที่รักษานมธรรมนิยมประเพณีต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด มีค่านิยมและความ เชื่อเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า มีผลให้เกิดการยอมรับการ เปลี่ยนแปลงที่ช้าลง และน้อยลง Rogers (1983 : 24) ได้กล่าวถึงกระบวนการทางสังคมว่ามีความสัมพันธ์กับการแพร่กระจายของนวัตกรรม ซึ่งระบบสังคม คือ หน่วยเหนือกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันเกี่ยวข้องกันและรวมกันเพื่อแก้ไขปัญหา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน นวัตกรรม จะถูกยอมรับหรือปฏิเสธในองค์การนั้นหรือสังคม โดยมีบุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้รับผลของการยอมรับนวัตกรรมด้วย

Rogers (1983 : 27-30) แบ่งประเภทการตัดสินใจรับนวัตกรรมเป็น 3 ประเภท คือ

(1) การตัดสินใจระดับบุคคล (Optional innovation) เป็นการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธของบุคคลแต่ละคนโดยตัดสินใจด้วยตนเอง และการตัดสินใจที่แต่ละบุคคลออกความเห็นพ้องต้องกันร่วมกับผู้อื่นในสังคมตามบรรทัดฐานของสังคมก็ถือว่าเป็นการตัดสินใจส่วนบุคคลด้วย

(2) การตัดสินใจโดยกลุ่มหรือโดยส่วนร่วม (Collective Decision) เป็นการตัดสินใจที่มีหลายขั้นตอน คือการที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ขึ้นอยู่กับมติของกลุ่มก่อน

(3) การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (Authority Decision) คือ การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจมีความรู้สูงกว่าในระบบสังคม ตัดสินใจเลือกมีผลให้เกิดการบังคับให้บุคคลอื่น ๆ ได้บังคับบัญชายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมไปด้วย การตัดสินใจนี้ที่ไม่เกี่ยวกับทัศนคติส่วนตัวของผู้ตัดสินใจแต่เป็นไปตามหน้าที่ Rogers พบว่าอัตราการรับนวัตกรรมที่เร็วที่สุด เกิดจากการตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ แม้ว่าในภายหลังนวัตกรรมอาจไม่ได้นำไปใช้

1.3 สภาพทางภูมิศาสตร์ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลง คือ ท้องที่ใดมีสภาพภูมิศาสตร์ที่สามารถติดต่อกับท้องถิ่นอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะท้องถิ่นที่เจริญทางด้านเทคโนโลยีมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมที่สะดวก หรือมีทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตมากกว่าจะมีผลทำให้เกิดแนวโน้มของการยอมรับมากกว่าและเร็วกว่า

## 2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง

บุคคลเป้าหมาย คือ ผู้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานของบุคคลเป้าหมายเป็นส่วนสำคัญเกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคนิค หรือวิทยาการใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลง สิ่งที่ควรพิจารณาได้แก่ พื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ บุคลิกภาพ และพื้นฐานด้านการติดต่อสื่อสาร

ผู้รับสารหรือผู้รับนวัตกรรมจะมีความแตกต่างกันจากการวิจัยของ โรเจอร์ส และ ชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ทำให้สามารถแบ่งลักษณะของผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทคือ ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า ซึ่งสามารถสรุปลักษณะความแตกต่างของผู้ยอมรับนวัตกรรมทั้งสองประเภทได้ดังนี้

(1) ความแตกต่างด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ โรเจอร์สและชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้ทำการศึกษาถึงความแตกต่างของผู้ยอมรับนวัตกรรมตามลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับผู้ยอมรับนวัตกรรม ไว้ดังนี้

- อายุ : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว ไม่มีความแตกต่างจาก ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า
- สถานภาพทางสังคม ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่า มีรายได้และทรัพย์สินมากกว่า มีอาชีพดีกว่าและมีระดับการดำรงชีวิตที่ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

- ความเป็นเจ้าของทรัพย์สิน : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว เป็นเจ้าของสิ่งที่เป็นหน่วยใหญ่กว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

- ระดับการยอมรับนวัตกรรม : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว เป็นผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือ คล้าย ๆ นวัตกรรมนั้นไปใช้ มากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

- ความเชี่ยวชาญ : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีการกระทำที่ใช้ความเชี่ยวชาญมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

(2) ความแตกต่างด้านบุคลิกภาพ โดยเหตุที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมมีลักษณะเฉพาะที่เป็นปัจเจกบุคคล และผ่านกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการจัดเวลาทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านบุคลิกภาพ ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมดังนี้

ระบบความเชื่อ : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว ยึดถือระบบความเชื่อแบบฝังหัวน้อยกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความสามารถในการคิดในลักษณะนามธรรม ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีความสามารถในการคิดเรื่องที่เป็นนามธรรมได้ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า สามารถยอมรับนวัตกรรมบนพื้นฐานของสิ่งเร้าที่ไม่มีตัวตนได้ดีกว่า

การใช้เหตุผล : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีการใช้เหตุผลดีกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า มีความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อการบรรลุเป้าหมาย

ความฉลาด : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีความฉลาดมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลง : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง และมีทัศนคติที่ชอบการเสี่ยงภัยมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ระดับความตั้งใจและความปรารถนา : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีระดับความตั้งใจที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า อีกทั้งยังมีความปรารถนาหรือความต้องการ ศึกษา อาชีพ เกียรติยศ และอื่น ๆ สูงกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

(3) ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการสื่อสาร ผู้ยอมรับนวัตกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม จะมีพฤติกรรมสื่อสารระหว่าง ตนเองกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมที่ต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ตัวแปรทางด้านพฤติกรรมการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่

การมีส่วนร่วมในสังคม : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีส่วนร่วมในสังคมมากกว่า และสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีบรรทัดฐานตามแบบทันสมัยและเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มี นูรณการอย่างดีมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความเป็นสากล : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีความเป็นสากลไม่ผูกพันกับท้องถิ่นมากนัก และมักมีกลุ่มอ้างอิงเป็นบุคคลภายนอกสังคม มีการเดินทางไปมาหาสู่คนภายนอกสังคมมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

การติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีการติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

การเข้าถึงสื่อมวลชน : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีโอกาสในการเข้าถึงสื่อมวลชนได้มากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

การแสวงหาข่าวสาร : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ระดับการเป็นผู้นำความคิด : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีระดับการเป็นผู้นำทางความคิด มากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

#### 2.6.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

โรเจอร์และชูเมกเกอร์ ได้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 4 กลุ่มตัวแปรคือ

- ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ยอมรับนวัตกรรม
- ปัจจัยทางด้านระบบสังคม
- ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรม
- ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารบุคคล

การตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมโดยเฉพาะตัวแปรที่บอกถึงลักษณะความไม่เท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจ (Economics Inequalities) ซึ่งเชื่อว่าความแตกต่างทางฐานะเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันด้วย และได้แสดงความสัมพันธ์ด้วย แบบจำลอง 4 แบบจำลองคือ (ศศิธร นิธิปรีชา, 2535)

### แบบจำลองที่ 1

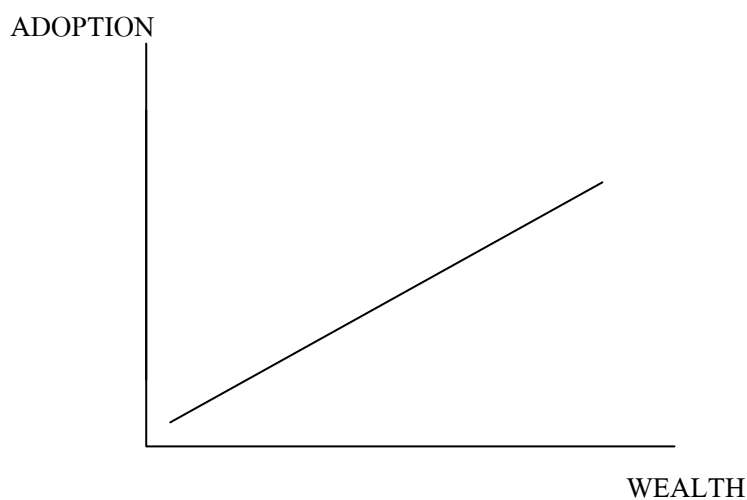
Homogeneity Model เป็นแบบจำลองซึ่งเชื่อว่าในสังคมเศรษฐกิจมีลักษณะเหมือนกัน (เท่าเทียมกัน) ฐานะความเป็นอยู่คล้ายกันจะไม่มี ความแตกต่างในการยอมรับนวัตกรรม ดังนั้น ภาพรวมของแบบจำลองความสัมพันธ์จึงมีสถานะที่แสดงด้วยจุดเพียงจุดเดียว



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองที่ 1

### แบบจำลองที่ 2

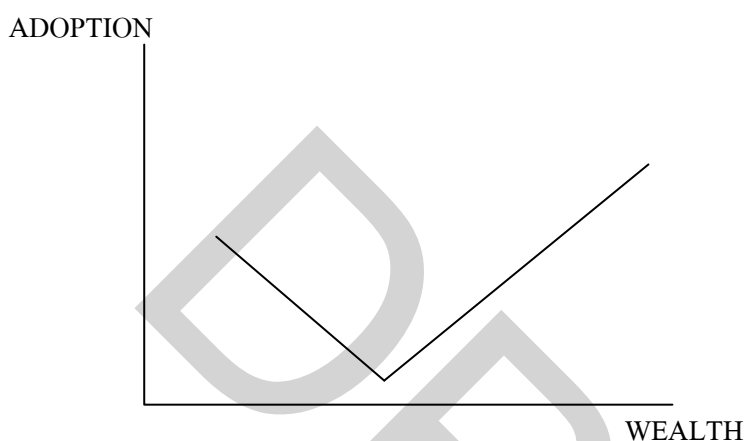
The Linear Model เป็นแบบจำลองที่เชื่อว่าการยอมรับนวัตกรรมจะแปรผันตามฐานะทางเศรษฐกิจ กล่าวคือผู้มีฐานะดีกว่ายอมรับนวัตกรรมมากกว่าผู้มีฐานะต่ำกว่าเส้นแสดงความสัมพันธ์จะเป็นเส้นตรง



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองที่ 2

### แบบจำลองที่ 3

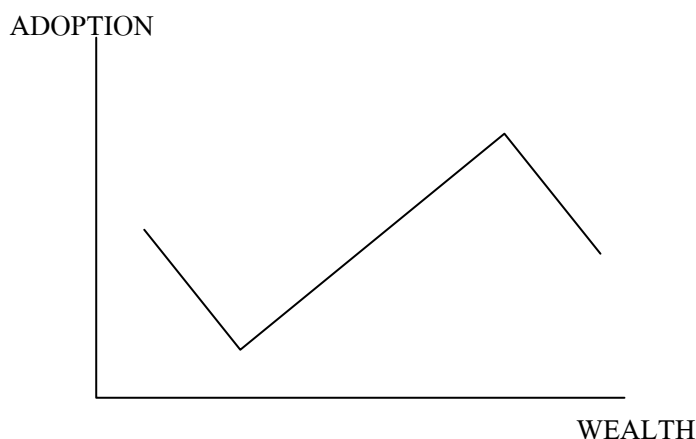
The middle-class Conservation Model เป็นแบบจำลองที่ได้จากการศึกษาทดลองจิตวิทยาสังคม พบว่ากลุ่มที่มีสถานะทางสังคมต่ำที่สุด และสูงที่สุดจะเป็นผู้ตอบรับนวัตกรรมมากที่สุด ส่วนชนชั้นกลางเป็นกลุ่มที่มีความระมัดระวังและอนุรักษ์ตามประเพณีดั้งเดิมมาก จึงยอมรับนวัตกรรมน้อยกว่ากลุ่มอื่น



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองที่ 3

### แบบจำลองที่ 4

The Modified middle-class Conservation Model จะเห็นว่า การเสนอแบบจำลองทั้ง 4 แบบจำลองเป็นการแสดงแนวคิดที่สอดคล้องกัน เป็นการดัดแปลงมาจากผลการวิเคราะห์ของแบบจำลองที่ 3 ข้างต้น และเห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมมีความสัมพันธ์กับการตอบรับนวัตกรรม กลุ่มที่มีการอนุรักษ์นิยมมากที่สุดในการรับนวัตกรรมนั้น พบว่ามีอยู่เฉพาะตอนแรกๆ หลังจากแนะนำนวัตกรรมเข้าไปในกลุ่มเมื่อเวลาที่ผ่านมาพอสมควร กลุ่มนั้นจะมีการอนุรักษ์นิยมน้อยลง และรับนวัตกรรมมากขึ้น นอกจากนี้แล้วการยอมรับนวัตกรรมยังเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่เผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในระบบเศรษฐกิจอีกด้วย

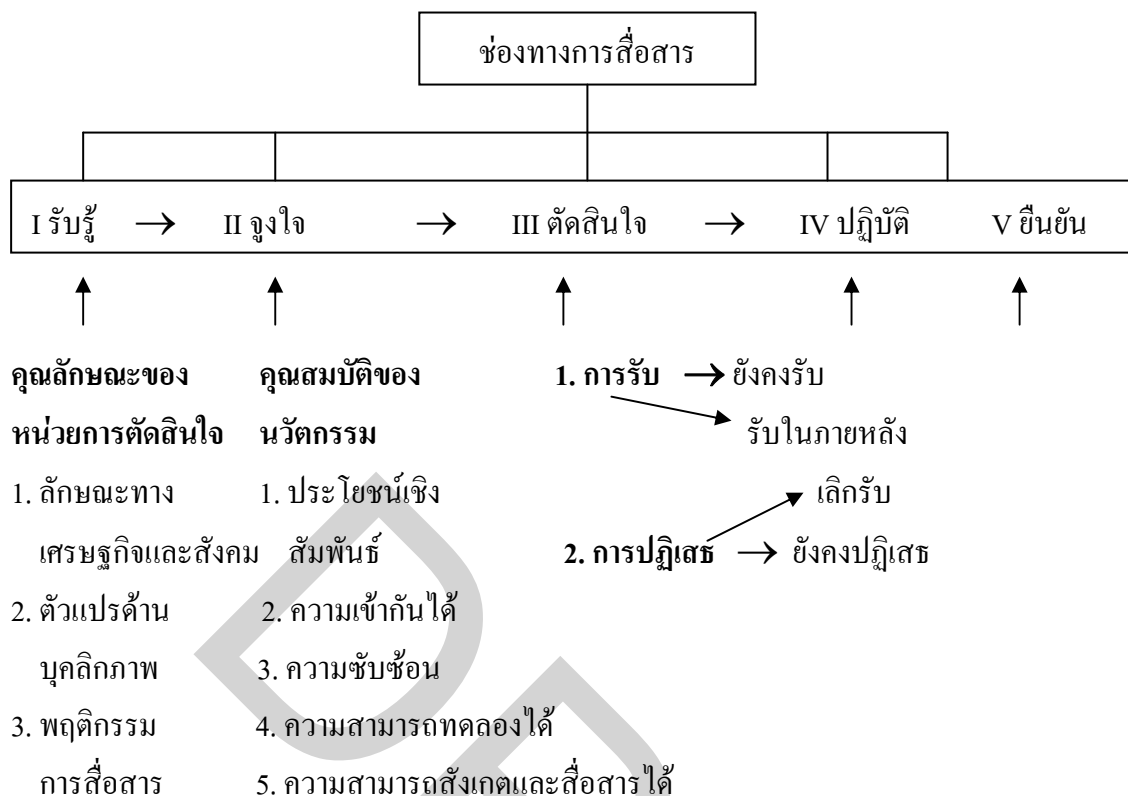


ภาพที่ 2.6 แบบจำลองที่ 4

3. ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในสายตาของผู้ที่จะใช้นวัตกรรม (Perceived Characteristics of Innovations) คือคุณลักษณะต่างๆ ของนวัตกรรมที่บุคคลใช้นวัตกรรมรับรู้ในเชิงอัตวิสัย อันได้แก่ประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ (Comparative Advantage) ความเข้ากันได้หรือความไม่ขัดแย้งกัน (Compatibility) ความซับซ้อน (Complexity) ความสามารถทดลองได้ (Testability) ความสามารถสังเกตและสื่อสารได้ (Observability) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนวัตกรรม (Cost) ค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) ความสามารถที่จะแบ่งแยกได้ (Divisibility) ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

4. ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของบุคคล ช่องว่างการสื่อสารช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ตัวกลางที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารหรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่าสื่อช่องทางการสื่อสารอาจเป็นสื่อมวลชน (เช่น วิทยุกระจายเสียงวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือภาพยนตร์) หรือสื่อบุคคล (เช่น ผู้นำความคิดเห็น หรือตัวแทนการเปลี่ยนแปลง) หรือสื่อเฉพาะกิจ (เช่น โปสเตอร์ หรือแผ่นพับ) สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะ เช่น ความเร็ว ความคงทนถาวร ความแพร่หลาย ความเจ้าอารมณ์ หรือความเป็นเหตุเป็นผล เป็นต้น และลักษณะเฉพาะเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดว่าสื่อประเภทนั้นๆ จะเหมาะแก่การให้ข่าวสารเพื่อจูงใจ หรือการให้ข่าวสารเพื่อการตัดสินใจของผู้มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรมหรือไม่อย่างไร





ภาพที่ 2.7 ตัวแบบกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

ที่มา : Rogers, 1983 : 165.

ตัวแบบในภาพที่ 2.7 แสดงให้เห็นว่า ผู้มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรมรายแรกๆ หรือเป็นผู้รับนวัตกรรม รายหลังๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น ทักษะทัศนคติทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร เป็นต้น รวมทั้งเงื่อนไขที่มาก่อนเช่น การปฏิบัติที่อยู่ก่อนหรือวัฒนธรรมทางสังคม ที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการรับนวัตกรรม ก็เป็นตัวกำหนดที่สำคัญเช่นกัน

#### 2.6.6 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2528 : 24-35) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับที่บุคคลเป็นเป้าหมาย (Target Person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (Client) โดยได้อธิบายว่า พื้นฐานของบุคคลเป็นส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งได้แก่

1) พื้นฐานทางสังคม พบว่า เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่าเพศชาย ผู้มีระดับการศึกษาและประสบการณ์ที่สูงกว่า มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มากกว่า จะยอมรับเร็วกว่า ผู้ที่มีสิ่งเหล่านี้น้อยกว่า และบุคคลที่อยู่ในวัยรุ่นจะยอมรับเร็วที่สุด และช้าลงไปตามลำดับเมื่ออายุมากขึ้น

2) พื้นฐานทางเศรษฐกิจ พบว่า บุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่า จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เร็วกว่า และมากกว่า

3) พื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการอ่าน ฟัง พูด และเขียนเป็น สิ่งที่ช่วยทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น

4) พื้นฐานในเรื่องอื่นๆ เช่น แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) มีความพร้อมทางด้านจิตใจ มีความต้องการชีวิตที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ หรือคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อ นวัตกรรมจะมีแนวโน้มที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงมากกว่าและเร็วกว่า

พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์ (2527 : 62 – 67) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ นวัตกรรม ในส่วนอื่นไว้ดังนี้

1) คุณลักษณะของนวัตกรรม (Innovation) ที่ต้องการนำไปเผยแพร่ ควรมียุทธศาสตร์ ต่อไปนี้ จึงจะมีอัตราการยอมรับสูงและรวดเร็ว คือ

(1) การมองเห็นว่าเกิดประโยชน์หรือการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ นวัตกรรมนั้น ต้องมีแนวโน้มให้เห็นว่า ดีกว่าของเดิม การวัดว่าอะไรมีประโยชน์ มากกว่าหรือดีกว่านั้น อาจวัดได้หลายทาง เช่น การทำกำไรให้ได้มากกว่า ความเชื่อถือ มีเกียรติใน สังคม ความสะดวกสบาย และความพึงพอใจ การเห็นว่ามีประโยชน์นี้ ประโยชน์ในด้านของ รูปธรรมไม่ใช่สิ่งสำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญก็คือ การที่บุคคลที่รับนวัตกรรมนั้นเห็นว่า นวัตกรรมมีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อเขา ยังมีผู้เห็นคุณค่าและประโยชน์ของนวัตกรรมมากเพียงใด อัตราการยอมรับ นวัตกรรมก็เพิ่มขึ้นเร็วด้วยเท่านั้น

(2) การเข้ากันได้ (Compatibility) หมายถึง นวัตกรรมนั้นควรคล้ายคลึงกับของเดิม หรือมีความแตกต่าง เปลี่ยนแปลงไม่มากนัก หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยม ประเพณีที่ผ่านมาใน อดีต และความต้องการของผู้รับนวัตกรรมนั้นๆ นวัตกรรมใดที่ไม่สามารถเข้ากันได้กับค่านิยมของ สังคมย่อมได้รับการยอมรับที่ช้ากว่านวัตกรรมที่เข้ากันได้กับค่านิยมของสังคมนั้น

(3) ความไม่สลับซับซ้อน (Non - Complexity) หมายถึง นวัตกรรมที่มีลักษณะไม่ ซับซ้อนยุ่งยาก สมาชิกในสังคมสามารถเข้าใจง่าย นวัตกรรมนั้นก็จะได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว

(4) ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ (Trailability) คือ ด้านนวัตกรรมนั้นถูกแบ่ง ออกเป็นส่วนๆ (Divisibility) เพื่อนำไปทดลองใช้ได้บางส่วน นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับรวดเร็ว กว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถถูกแบ่งออกเป็นส่วนย่อยๆ ได้ ทั้งนี้เพราะผู้ทดลองใช้เมื่อนำไปทดลอง ใช้จะรู้สึกเสี่ยงน้อยลง

(5) ความสามารถในการสังเกตเห็นผลได้ (Observability) คือการที่นวัตกรรมนั้นมีผลออกมาในลักษณะที่มองเห็นได้เป็นรูปธรรม ซึ่งถ้ามองเห็นผลได้ง่ายเท่าใด นวัตกรรมนั้นก็就会被ยอมรับได้ง่ายขึ้นเท่านั้น

2) สื่อในการถ่ายทอด (Media a Communication Channel) ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับขั้นตอนการยอมรับและประเภทบุคคล

3) ลักษณะทางสังคม (Society) เป็นการเร่งการยอมรับหรือตัวช่วยได้ หากเป็นสังคมที่ทันสมัย มีอัตราความก้าวหน้าสูงก็จะเกิดการยอมรับได้เร็วขึ้น

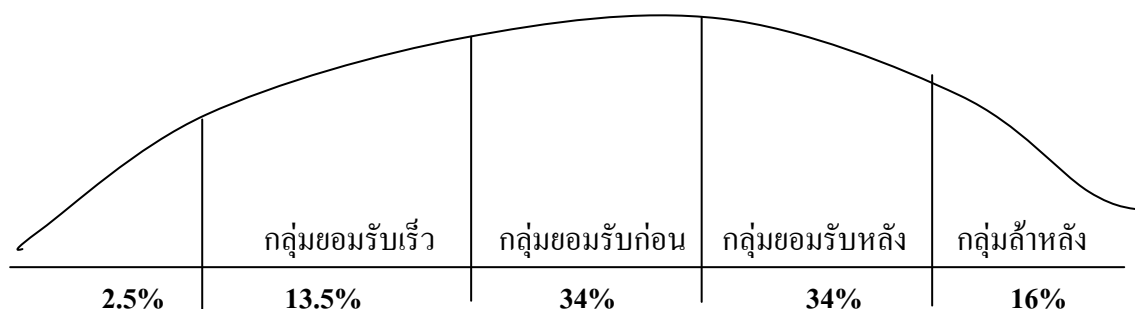
4) การทุ่มเทของเจ้าหน้าที่ (Change Agent) ถ้าเจ้าหน้าที่ (ข้าราชการส่งเสริมนวัตกรรมของรัฐ) ตั้งใจทำงานอย่างจริงจังความสำเร็จก็จะมีมากขึ้น

#### 2.6.6 ความไวในการยอมรับนวัตกรรม

ฮอฟแลนด์ และเจนิส (Hovland and Janis, 1959 : 4) กล่าวถึงการยอมรับว่าเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่ความเชื่อในสิ่งที่ได้รับซึ่งจัดเป็นกระบวนการภายในจิตใจที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับสาร (Information) ซึ่งไปกระตุ้นให้เกิดความสนใจ แล้วผู้รับสารจะตีความหมายของสารนั้น ทำให้เกิดความเข้าใจขึ้น จนกระทั่งเกิดมีทัศนคติที่ดีในสิ่งที่ได้รับ ซึ่งกล่าวได้ว่าเริ่มมีการยอมรับในขั้นต้นแล้ว และผลที่ตามมาคือ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ได้แก่ เปลี่ยนทัศนคติ และเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลของการสื่อสารจะแสดงออกและสามารถสังเกตเห็นได้

ความไวในการยอมรับของบุคคลจะมีลักษณะเป็นปริมาณมากน้อย และใช้เวลาเร็วหรือช้าแตกต่างกันในด้านการเผยแพร่วัตกรรม โรเจอร์และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 182 – 185) ได้เสนอว่า โดยปกติในสถานการณ์ทั่วไปแล้วสามารถแบ่งกลุ่มคนตามช่วงเวลาในการยอมรับนวัตกรรมที่เผยแพร่ออกไปได้เป็น 5 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มหัวก้าวหน้า (Innovators)
- 2) กลุ่มยอมรับเร็ว (Early Adopters)
- 3) กลุ่มยอมรับก่อน (Early Majority)
- 4) กลุ่มยอมรับทีหลัง (Late Majority)
- 5) กลุ่มล่าช้า (Laggards)



ภาพที่ 2.8 ประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรมแบ่งตามอัตราการเปลี่ยนแปลง

1) กลุ่มหัวก้าวหน้า (Innovation) เป็นกลุ่มแรกที่ยอมรับนวัตกรรม กลุ่มนี้จะมีอยู่ประมาณร้อยละ 2.5 ของสมาชิกทั้งหมด ลักษณะเด่นของกลุ่มนี้คือ ชอบทดลองของใหม่ ความกล้าเสี่ยง (Venturesome) กล้าได้กล้าเสีย มีโลกทัศน์กว้างขวางก้าวไกล ไปถึงสังคมต่างถิ่น มีความสามารถที่จะเข้าใจและนำความรู้ใหม่ที่ซับซ้อนมาประยุกต์ใช้ได้

2) กลุ่มยอมรับเร็ว (Early Adoptors) กลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 13.5 ของสมาชิกทั้งหมด เป็นกลุ่มที่ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่นเป็นจำนวนมากในท้องถิ่น ในลักษณะของบุคคลตัวอย่าง เป็นกลุ่มที่มีความสุขุมรอบคอบ ประสบผลสำเร็จในการใช้นวัตกรรม และไม่ก้าวหน้าเกินไปจากบุคคลทั่วไป ดังนั้นคนส่วนใหญ่มักจะขอคำแนะนำ และข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมจากคนกลุ่มนี้ก่อนที่จะยอมรับความคิดใหม่

3) กลุ่มยอมรับก่อน (Early Majority) คนกลุ่มนี้จะยอมรับความคิดใหม่ๆ ก่อนสมาชิกทั่วไปของสังคม เป็นกลุ่มที่ชอบติดต่อกับเพื่อนฝูงแต่ไม่ค่อยได้เป็นผู้นำ จะคิดอย่างรอบคอบและใช้เวลาในการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมนานกว่า 2 กลุ่มแรก และจะยอมรับก็ต่อเมื่อคนกลุ่มเดียวกัน ได้ยอมรับไปแล้ว กลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 34.0

4) กลุ่มยอมรับทีหลัง (Late Majority) เป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมทีละหลังผู้อื่น โดยเฉลี่ยมีอยู่ประมาณร้อยละ 34.0 การยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มนี้มักเกิดจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจและเป็นความกดดันทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงกดดันจากเพื่อนฝูง ลักษณะสำคัญของคนกลุ่มนี้คือ เป็นคนชอบสงสัยหวาดระแวง ต้องรอให้นวัตกรรมนั้นเป็นที่ยอมรับเป็นบรรทัดฐานของสังคมก่อนจึงจะยอมรับตาม

5) กลุ่มล่าช้า (Laggards) กลุ่มนี้มีอยู่ประมาณร้อยละ 16.0 และเป็นกลุ่มสุดท้ายที่จะยอมรับนวัตกรรม มีลักษณะเป็นพวกอนุรักษ์นิยมรุนแรง หัวเก่า เปลี่ยนแปลงยาก มีความเชื่อถือ ผูกพันอยู่กับของเก่าๆ วิธีการเก่าๆ และจะแสดงออกอย่างเด่นชัดว่าไม่ไว้วางใจต่อนวัตกรรม

หรือต่อผู้นำการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นกว่าบุคคลกลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมนั้นก็ถูกใช้ไปโดยสมบูรณ์จนกลายเป็นของเก่าและมักจะมึนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นขึ้นมาแล้ว

### 2.6.7 ลักษณะทั่วไปของผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วและช้า

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 195 – 196) ได้แจกแจงลักษณะของผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วและช้าไว้ว่า ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่ามีแนวโน้มที่จะมีการศึกษาและสถานะทางสังคมสูงกว่า มีระดับของการได้ชั้นทางสังคมขึ้นไปสูงยิ่งสูงมากกว่า (Social Mobility) เป็นเจ้าของกิจการ หรือทรัพย์สินที่เป็นหน่วยใหญ่กว่า ยอมรับนวัตกรรมไปใช้มากกว่า มีลักษณะเป็นนักธุรกิจมากกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อการกู้ยืมเงินมากกว่า มีการกระทำที่ใช้ความเชี่ยวชาญมากกว่า มีความสามารถในการคิดในลักษณะของนามธรรมได้ดีกว่า ใช้เหตุผลได้ดีกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงและชอบเสี่ยงภัยมากกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาและต่อวิทยาศาสตร์มากกว่า มีความเชื่อในพรหมลิขิตน้อยกว่า มีระดับของความตั้งใจที่จะทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงกว่า มีความปรารถนาในเกียรติยศชื่อเสียงและอื่นๆ มากกว่า นอกจากนี้ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าจะมีส่วนร่วมในสังคมมากกว่า เข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้ดีกว่า มีลักษณะเป็นสากลมากกว่า แสวงหาข่าวสาร เกี่ยวกับนวัตกรรมและมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่า มีระดับของการเป็นผู้นำทางความคิดมากกว่า รวมทั้งเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีบรรทัดฐานทันสมัยและที่มีบูรณาการอย่างดีมากกว่า

### 2.6.8 คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ยอมรับนวัตกรรม

ถ้าจะพิจารณาคูณลักษณะของบุคลิกภาพบางประการของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งโยธิน ศันสนยุทธ (2531) ได้สรุปไว้คือ

1) การยึดติดอยู่กับสิ่งเดิม ลักษณะนี้จะทำให้ปัจเจกบุคคลติดอยู่กับการที่ทำเป็นประจำจนเคยชิน และติดเป็นนิสัยทำให้เขาไม่ยอมให้มีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการไม่คุ้นเคยกับแนวทางหรือวิธีการใหม่ๆ จะละเลยไม่ใส่ใจในสิ่งใหม่ถ้าบุคคลนี้ได้รับการช่วยเหลือให้เปลี่ยนแปลงเขาก็ไม่สามารถที่จะรับรู้หรือลิ้มแบบอย่างของเขาได้

2) การขาดข่าวสารข้อมูล เป็นเหตุผลที่สำคัญมากที่จะอธิบายว่า ทำไมบุคคลจึงล้มเหลวที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งหมายความว่า บุคคลกำลังก้าวเข้าสู่ขอบเขตที่เขาไม่อาจกระทำในสิ่งที่เขาค้นเคย ดังนั้น การทำให้เขาเปลี่ยนแปลงจึงหมายความว่า เขาจะต้องได้รับการศึกษาใหม่อีก ได้รับการฝึกฝนอบรมใหม่อีก พร้อมทั้งต้องช่วยให้มีข่าวสารข้อมูลเพียงพอ เพื่อจะได้มีการปฏิบัติในทางที่ต้องการได้

3) ขาดความตั้งใจจริง คือ รู้ว่าจะทำอะไร อย่างไร และมีความพร้อมที่จะสามารถทำได้ แต่ไม่ต้องการทำ

3.1) การขาดทักษะในการตัดสินใจ บุคคลเป็นผู้ทำการตัดสินใจก็จริง แต่โดยทั่วไปแล้วยังขาดกระบวนการที่จะทำให้การตัดสินใจเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประการนี้อาจจะนับเป็นการล้มเหลวที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย

3.2) ไม่มีประสบการณ์ในการทำการเปลี่ยนแปลง ถ้ามนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและมีชีวิตอยู่ด้วยการปฏิบัติอยู่เช่นนี้ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างอื่นเขาก็ทำได้เป็นปกติ แต่ในทางตรงข้ามผู้ที่ไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลงย่อมขาดประสบการณ์ในการนี้

### 2.6.9 ทศนคติกับการยอมรับนวัตกรรม

นักจิตวิทยาเห็นว่า การทำนายพฤติกรรมได้อย่างแม่นยำที่สุดคือ ทศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม เกิดจากการเรียนรู้ในการที่จะตอบสนองในทำนองที่แสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งตามปกติบุคคลจะต้องมีทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่เสมอ ทศนคติจึงมีความสำคัญต่อการยอมรับของบุคคล 4 ประการ ดังนี้ (พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์, 2527 : 62-65)

1. ทศนคติทำให้เกิดประโยชน์แก่เจ้าของทศนคติ เช่น การมีทศนคติที่ดีต่อการยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้เขาเกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้นไปใช้ ก่อให้เกิดผลกำไร ตลอดจนได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลในสังคมเดียวกัน แต่สำหรับผู้ที่ไม่มีทศนคติที่ดี เขาก็จะไม่ยอมรับโดยคิดว่าได้ประโยชน์จากของเก่ามากกว่า ดังนั้นบุคคลจะมีทศนคติอย่างไรขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการมีทศนคตินั้นเป็นสำคัญ

2. ทศนคติเป็นเครื่องชี้แนะแนวทางของพฤติกรรม ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่สอดคล้องกับทศนคติ จึงเป็นอุปสรรคในการเผยแพร่วัตกรรม

3. ทศนคติช่วยให้บุคคลมีหนทางที่จะผ่อนคลายความตึงเครียด โดยแสดงพฤติกรรมออกมาตามทศนคติของเขา ทำให้เขารู้สึกเป็นของตัวเอง ผู้มีทศนคติต่อการยอมรับนวัตกรรมจึงเป็นผู้ยอมรับนวัตกรรมด้วยความมั่นใจ และเป็นการยอมรับที่ถาวรมากกว่า ผู้ที่ไม่มีทศนคติเป็นของตนเอง ยอมรับตามคนอื่นจึงมักหยุดใช้นวัตกรรมในภายหลัง

4. ทศนคติช่วยลดความขัดแย้งภายในของบุคคล ซึ่งเป็นกลไกการป้องกันตัวอย่างหนึ่ง ทำให้บุคคลมีชีวิตอยู่ในสังคมได้ เช่น บุคคลอาจเกิดความขัดแย้งภายในตัวเองว่า จะยอมรับหรือไม่ ในการนี้บุคคลจะหาข้อมูล และเหตุผลต่างๆ เกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมนั้น เพื่อสร้างทศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา แล้วตัดสินใจไปตามแนวทางของทศนคตินั้น

การเปลี่ยนแปลงทศนคติมีความสำคัญในกระบวนการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับ ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้น ดังนี้ (พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์, 2527 : 64)

ขั้นที่ 1 ขั้นการตั้งใจรับทราบ (Attention) ในขั้นนี้บุคคลจะต้องสนใจเกี่ยวกับข่าวสารต่างๆ แต่จะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อ และผู้สื่อความด้วย

ขั้นที่ 2 ขั้นการเข้าใจ (Comprehension) ซึ่งการเข้าใจข่าวสารได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับข่าวสารเอง และลักษณะของสื่อด้วย

ทั้งสองขั้นนี้ เมื่อนำมาเทียบเคียงกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมแล้ว จะเทียบได้กับ ขั้นที่ 1 คือ ความรู้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบแรกของทัศนคตินั้นเอง

ขั้นที่ 3 ขั้นการยอมรับหรือการเปลี่ยนแปลง (Acceptance) ในขั้นนี้นอกจากจะมีความรู้ความเข้าใจในสองขั้นแรกแล้ว ยังต้องการสิ่งจูงใจ (Incentives) ซึ่งอาจอยู่ในรูปของเหตุผลหรือข้อถกเถียง และความน่าเชื่อถือของผู้ทำการเปลี่ยนทัศนคตินั้นด้วย ในขั้นนี้บุคคลเกิดทัศนคติใหม่แล้ว

ขั้นที่ 4 ขั้นการเก็บจำ (Retention) บุคคลจะเก็บทัศนคติที่เกิดขึ้นใหม่ไว้เป็นลักษณะประจำตัวของเขา การเก็บจำนี้ จะเก็บจำทั้งเนื้อหาของสื่อ และลักษณะของผู้เปลี่ยนทัศนคติ

ขั้นตอนที่ 3 และ 4 ของการเปลี่ยนทัศนคตินี้ สอดคล้องกับขั้นความรู้สึกล (Persuasion) ของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งเป็นขั้นที่บุคคลมีทัศนคติต่อการยอมรับนวัตกรรมนั่นเอง

ขั้นที่ 5 ขั้นการกระทำ (Action) เป็นขั้นที่สำคัญที่สุดในการปฏิบัติ เพราะจุดมุ่งหมายในการเปลี่ยนทัศนคติ ก็เพื่อให้บุคคลได้เปลี่ยนการกระทำตามทัศนคตินั้นเอง วิธีที่ได้ผลดีในการทำให้เกิดการกระทำก็คือ การให้ผู้เปลี่ยนทัศนคติแล้วสัญญาในที่ประชุมว่าจะปฏิบัติจริง และให้ทุกคนในกลุ่มสนับสนุนว่าจะประพฤติปฏิบัติเช่นเดียวกัน

ขั้นการกระทำนี้เป็นขั้นที่สอดคล้องกับการตัดสินใจในกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั่นเอง ดังนั้นทัศนคติและกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับนวัตกรรมอย่างสูง

จากที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับความหมายของการยอมรับ กระบวนการยอมรับ และองค์ประกอบของการยอมรับนั้น ผู้วิจัยได้นำมากล่าวเฉพาะในส่วนที่เห็นว่า เกี่ยวข้องและเป็นหลักสำคัญในการศึกษารุ่นนี้ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนในการร่วมมือ ยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่เป็นนวัตกรรม ทางการพัฒนาด้านคมนาคมขนส่งทางรถไฟใหม่ โดยการยินยอม รื้อย้าย ที่พักอาศัยออกไปจาก แนวเขตพื้นที่การก่อสร้างเส้นทางรถไฟในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อาจถือได้ว่าเป็นการยอมรับต่อนวัตกรรมทางด้านคมนาคมในระบบขนส่งทางบกใหม่ ที่เชื่อถือได้ รวดเร็ว ตรงเวลา สะดวกและทันสมัย ในระบบสากลต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ ที่กล่าวมา มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ เพราะในการวิจัย มีกรอบแนวความคิดที่ต้องการจะศึกษาถึง สื่อการประชาสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยเชื่อ แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับว่า การยอมรับจะมีลักษณะเป็นขั้น ระเบียบ ตามระยะเวลาหรือตามลักษณะประชากรที่

แตกต่างของบุคคลและการได้รับ ข้อมูลข่าวสาร ได้มากเท่าใด เกิดความรู้ เข้าใจ มีทัศนคติที่ดี ได้มากขึ้นเท่านั้น จะทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ เกิดความพึงพอใจ ตระหนักถึงประโยชน์ของประเทศชาติ และเพื่อความเจริญให้กับลูกหลานในอนาคต ด้วยการให้ความร่วมมือ ขอมรับการดำเนินงานก่อสร้าง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้เสร็จสิ้นตามแผนการ อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยผู้วิจัยได้ตั้งกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์และประสิทธิผลในการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งปัจจัยทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในการร่วมมือ ขอมรับ ที่เกิดขึ้น ซึ่งได้มีผู้ทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหลายประเด็นที่แตกต่างกัน โดยผลการวิจัยที่ออกมานั้น จะเป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัยต่อไป

**ชลันทิพย์ ประดับพงษา (2543)** ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ใช้ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์โครงการฯ และปัจจัยที่มีผลในเชิงลบต่อการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ก็คือ ปัจจัยภายนอกได้แก่ (1) ปัจจัยทางการเมือง คือ เสถียรภาพของรัฐบาล และภาพลักษณ์ในการดำเนินโครงการของผู้บริหาร (2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ คือ ความผกผันของเศรษฐกิจไทย (3) ปัจจัยทางสังคม คือ การตื่นตัวในเรื่องข้อมูลข่าวสารของประชาชน การมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศของภาคประชาชน และอิทธิพลของสื่อมวลชน

**อรอุบล ภูบัวเหื่อน (2532)** ได้ศึกษา การวางแผนการประชาสัมพันธ์ และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานธุรกิจ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ธุรกิจทุกประเภท มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นอิสระ ที่ขึ้นตรงกับผู้บริหารกิจการ ในด้านการกำหนดนโยบาย และการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกันคือเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงานและสนับสนุนงานด้านการตลาด และมีการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอนตามกระบวนการดำเนินงาน สำหรับปัญหาการดำเนินงานที่พบคือ ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรผู้บริหารกิจการไม่ให้ความสำคัญและงบประมาณไม่เพียงพอ

**รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532)** ได้ศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ทำ



หน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน ที่มีภาระหน้าที่ประจำอยู่แล้วและไม่มี ความรู้ด้านนี้โดยตรง นโยบายการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา มีทั้งที่ระบุและไม่ระบุเป็น ลายลักษณ์อักษรการดำเนินงานไม่เป็นไปตามขบวนการ เช่น ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล จะใช้วิธีการ คาดคะเนของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน และไม่ค่อยมีการประเมินผล เนื่องจากการขาดเจ้าหน้าที่และ งบประมาณ

**สุเทพ เดชะชีพ (2532)** ได้ศึกษาคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ใน องค์กรพบว่า คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ควรเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์หรือสื่อสารมวลชนโดยตรง สำหรับภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร ขึ้นอยู่กับประเภทการทำงานของผู้บริหารและการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ นโยบายหลัก ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวนพนักงานและการนำเอาแผนประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ เนื่องจากผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่ไม่เคยผ่านงานด้านการประชาสัมพันธ์ แต่ก็ให้ความสำคัญกับ งานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก

**สุขพร มาฆะสกุลเจริญ (2544)** ได้ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ที่มีต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาในระดับมหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตรธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และอยู่ใกล้บ้านพักอาศัย

**กุนนที อนุรักติพันธุ์ (2541)** ได้ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี โครงการบันไดปลาโจนที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อโครงการ บันไดปลาโจนแตกต่างกัน ปริมาณในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการบันไดปลาโจนซึ่ง สามารถอธิบายได้ว่า สิ่งเร้าภายใน และภายนอก มีความสำคัญในการโน้มน้าวใจทัศนคติ สิ่งเร้า ภายนอกในที่นี้หมายถึง การย้ายการซ้่าจะน่าสนใจมากกว่า ถ้ามีการเสนอมากกว่า 1 ครั้ง แต่ถ้ามี ความถี่บ่อยครั้งเกินไป ผู้รับสารอาจเกิดความเบื่อหน่าย จนไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

**พจนนา วาสิกรัตน์ (2536)** ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ริงค์เอิร์ธในการให้ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษา ตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนมีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น แต่ ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นหลังจากการเผยแพร่ สำหรับตัวแปรทางด้าน ประชากรศาสตร์ และตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคม มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มความรู้เรื่อง

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ ระดับชั้นเรียน ฐานะทางเศรษฐกิจครอบครัว และการเป็นสมาชิกชมรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนตัวแปรทางด้านประชากรที่มีความสัมพันธ์กับ

บ ก า ร

เปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ เพศ สำหรับตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ไม่พบที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ไม่พบที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

**วรรณ ชาญชัยวัฒนา (2537)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาโครงการทำอากาศยานสาทลกรุงเทพฯ: ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า พบว่า ประชาชนในพื้นที่โครงการทำอากาศยานสาทลกรุงเทพฯ(สนามบินหนองงูเห่า) และจะต้องอพยพออกไปจากพื้นที่ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังให้ข้อเสนอแนะว่า ควรจะขยายขอบเขตการศึกษาออกไปกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โดยรอบ ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบจากโครงการฯ เพื่อได้รับทราบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำมาประกอบในการจัดทำแนวทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือและยอมรับโครงการมากขึ้น จากความแตกต่างทางด้านอาชีพและอายุ ก่อให้เกิดความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีคะแนนความเห็นเกี่ยวกับโครงการมากกว่ากลุ่มอื่น ประเภทของสื่อประเภท จดหมายข่าว/จุลสาร/สิ่งพิมพ์ ของทางราชการจะมีคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทอื่น

**สินี จงจริยาธรรม (2534)** ได้ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์รถไฟฟ้า บี ที เอส ต่อความรู้ ความคิดเห็นและการใช้บริการรถไฟฟ้า บี ที เอส ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารจาก สื่อเฉพาะกิจ ประเภทสื่อแผ่นพับ เอกสารเผยแพร่ และอินเตอร์เน็ต และความรู้เกี่ยวกับรถไฟฟ้า บี ที เอส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับรถไฟฟ้า บี ที เอส อยู่ในระดับที่มีความรู้มาก ถึงความรู้ปานกลาง สำหรับความคิดเห็นที่มีต่อรถไฟฟ้า บี ที เอส ในเชิงบวกต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ในระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 สำหรับการใช้บริการรถไฟฟ้า บี ที เอส โดยจะแนะนำให้เพื่อนใช้บริการมากที่สุด

**ศิริลักษณ์ ศรียปัญญา (2540:บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาประสิทธิผลการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ของประชาชนต่อโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์

**วันทนีย ศิริสุข (2539 : 168)** ได้ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของสมาชิก ต่อ ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส

**ดวงพร จิตรเพิ่มพูนผล:ร้อยโท (2546:บทคัดย่อ)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กรณีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับความต้องการรับรู้ข่าวสารของประชาชน โดยรอบพื้นที่ พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐแสดงบทบาทในการเป็นช่องทางข่าวสารจากภาครัฐบาลมากที่สุด จากการก่อสร้างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนทั้งในด้านของการดำเนินชีวิตเช่น ขาดที่ทำกิน ไม่มีเส้นทางสัญจร ชุมชนแตกสลาย และเกิดความไม่มั่นคงของที่อยู่อาศัย และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษทางเสียง นิเวศวิทยา ฝุ่นละออง น้ำท่วม และปัญหาการจราจร ซึ่งประชาชนได้มีการแสวงหาข่าวสาร เพื่อแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าวจาก คือ สื่อบุคคล เช่น ผู้นำชุมชนมากที่สุด ประชาชนโดยรอบพื้นที่ต้องการข่าวสารในเรื่องของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนทั้งทางบวกและลบ การแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการเวนคืนที่ดินเพิ่มเติมมากที่สุด รองลงมาคือ ความคืบหน้าของการก่อสร้างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยขั้นต้นได้มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลักคือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จึงต้องหันมาพึ่งพาสื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชน ซึ่งจะมีการสื่อสารกันได้ตลอดเวลา และการจัดประชุมในชุมชน

**นันทพร จุลบาท (2547:บทคัดย่อ)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรู้ และการยอมรับ E- LEARNING ของพนักงานบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยทางประชากร ด้าน เพศ อายุ ที่แตกต่างกันจะยอมรับ E- LEARNING ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะยอมรับ E- LEARNING แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สุพิชา อรัณยกานนท์ (2543:บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับของประชาชนต่อโครงการพัฒนาเคหะชุมชนคลองเตย พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวชุมชนให้การยอมรับต่อบริการต่างๆ ที่โครงการกำหนดและจัดไว้ให้ โดยเข้าอยู่อาศัยตามโครงการฯ โดยได้เปรียบเทียบอัตราค่าใช้จ่ายว่าเท่ากับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งปัจจัยการบริการสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ที่ตั้งโครงการ องค์กรในชุมชน และปัจจัยทางสังคมมีผลต่อการยอมรับของประชาชนต่อโครงการพัฒนาเคหะชุมชนคลองเตย และจะมีผลกระทบในทางบวกต่อการดำรงชีวิต

อรพรรณ ลิ้มเจริญ (2537) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษาบุคลากรในเครือบริษัท ศรีวรา วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตร์บัณฑิต(พัฒนาสังคม) คณะพัฒนาศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พบว่า ลักษณะการรับผิชอบและประเภทธุรกิจมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โดยธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับขั้นการยอมรับที่สูงกว่าธุรกิจในภาคบริการ และลักษณะการรับผิชอบงานในด้านสำนักงานส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับขั้นการยอมรับที่สูงกว่าการรับผิชอบในด้านการผลิตเช่นกัน สำหรับตำแหน่งงาน ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการ ไม่มี ความสัมพันธ์ต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้หยิบยกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ สื่อ การประชาสัมพันธ์ ประกอบกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กับช่องทางหรือแหล่งในการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท และการร่วมมือ ยอมรับการดำเนินงาน โครงการพัฒนาฯ ของทั้ง หน่วยงาน องค์กรต่างๆ มาประกอบหลาย ตัวอย่างด้วยกัน ซึ่งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวในบทนี้จะได้นำไปประกอบการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยต่อไป

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เมื่อพิจารณาตามปัญหาคำถามวิจัยที่กำหนดไว้ในบทที่ 1 แล้วนั้น จะพบว่า ผู้วิจัยต้องการศึกษาประเด็นทั้งหมด 3 ส่วนด้วยกัน ส่วนที่ 1 คือ การยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 2 คือ สื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบเกิดการยอมรับจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนที่ 3 คือ ปัญหา อุปสรรค ของสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร ประกอบกับแบบสอบถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ที่กำหนดขึ้น เพื่อเป็นการตอบปัญหาคำถามวิจัย ข้างต้น

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) ผู้วิจัยใช้การศึกษาผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีการสำรวจข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) และการสำรวจ (Survey Research) เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดขึ้น พร้อมทั้งการแจกแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ และขอรับคืนเมื่อกลุ่มตัวอย่าง ได้ตอบแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ครบถ้วนแล้ว เพื่อความถูกต้อง และรวดเร็วในการเก็บข้อมูลการวิจัยยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ใช้ กรอบแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการออกระเบียบวิธีวิจัย และค้นหาข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้ คือ

1. การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) จากแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการวิจัย

2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) จากการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและแหล่งอื่นๆ อาทิเช่น รายงานการวิเคราะห์ เอกสารรายงานสรุปผลการวิจัย เอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย หนังสือวารสาร และสิ่งตีพิมพ์ ที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ทั้งนี้ การศึกษาวิจัยนี้ใช้ลักษณะการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ให้มีความถูกต้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติจริงได้

### 3.1 การหากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

โดยการสำรวจข้อมูลจากเอกสาร(Documentary Research)ได้แก่

1. รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นรายงานหลักของการรถไฟแห่งประเทศไทย ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2547 (โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ประกอบกับ

2. ผลการสำรวจวิจัยเกี่ยวกับ ความคิดเห็นและทัศนคติต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยบริษัทผู้รับเหมาโครงการฯเป็นผู้ดำเนินการสำรวจก่อนการก่อสร้างโครงการฯ ในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2547)

ทั้งนี้ จากรายงานการวิเคราะห์และการสำรวจวิจัยดังกล่าว ได้ทำการศึกษาวิจัยกับประชากรที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯไว้ในจำนวน 423 คนและในส่วนประชากรที่พักอาศัยใกล้เส้นทางรถไฟโครงการฯหรือที่เป็นผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบัน ในช่วงระยะทางที่จะก่อสร้างเส้นทางรถไฟโครงการฯไว้ในจำนวน 200 คน รวมประชากรของทั้งสองกลุ่มเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 623 คน

อนึ่ง ในปัจจุบันประชากรกลุ่มตัวอย่างของทั้งสองกลุ่มมีจำนวนที่ไม่คงที่ โดยเฉพาะประชากรที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนในแนวเขตพื้นที่การก่อสร้างเส้นทางรถไฟของโครงการฯ เช่น ในระยะเวลาหนึ่งได้มีจำนวนลดน้อยลงไปบางส่วน จากการที่ประชากรที่พักอาศัยอยู่เดิมได้รื้อย้ายออกไป แต่ในขณะเดียวกันก็มีประชากรรายใหม่ ได้ลักลอบเข้ามาพักอาศัยแทน ที่เป็นดังนี้ อาจเกิดจากความต้องการเงินค่ารื้อย้ายแทน ดังนั้น ในปัจจุบันจึงไม่สามารถคำนวณประชากรของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้จำนวนประชากรรวมของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างคือ 623 คน จากรายงานการวิเคราะห์และการสำรวจวิจัยดังกล่าวข้างต้น ที่ยังไม่มีการรื้อย้ายเคลื่อนไหวแต่อย่างใด เป็นหลักในการวิจัยครั้งนี้

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยมี 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มประชากรที่ได้รับผลกระทบโดยตรง คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในอนาคต หรือในแนวเขตเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ในช่วงระยะทางที่จะก่อสร้างโครงการฯ มี 5 ชุมชนคือ ชุมชนริมทางรถไฟหลังโรงพยาบาลเคหา(พญาไท),ชุมชนผู้ประกอบการอาชีพค้าขายที่ตลาดย่านสถานีรถไฟคลองตัน (ใต้สะพานถนนพระราม9), ชุมชนเพชรพระราม(ริมทางรถไฟฝั่งขวาระหว่างถนนพระราม9-ถนนเพชรบุรี), ชุมชนโรงปูน (ริมทางรถไฟฝั่งซ้ายระหว่างถนนพระราม9-ถนนเพชรบุรี),ชุมชนเกาะลอย (หลังศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย)

2. กลุ่มประชากรที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ใกล้เส้นทางรถไฟของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในอนาคตหรือผู้โดยสารรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ที่อยู่ในช่วงของการก่อสร้างเส้นทางรถไฟในโครงการฯ จำนวน 5 สถานี คือ สถานีรถไฟมักกะสัน, สถานีรถไฟคลองตัน, สถานีรถไฟหัวหมาก, สถานีรถไฟบ้านทับช้าง, สถานีรถไฟลาดกระบัง

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจำนวน 423 คนและกลุ่มประชากรที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม จำนวน 200 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 623 คน ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากตารางประมาณของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 300 คน

โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$\text{แทนค่า } n = \frac{623}{1+623(0.05)^2} = 243.59$$

เมื่อ n คือ จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมดหรือประชากรที่ใช้ในการศึกษา

เมื่อ e คือ ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (เท่ากับ 0.05)

จากการคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้กลุ่มเป้าหมายในการศึกษานี้เป็นจำนวน 243.59 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดเพิ่มเป็นจำนวน 300 คน โดยการ

วิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวนรวม 300 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยมี 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มประชากรที่ได้รับผลกระทบโดยตรง คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในอนาคตหรือเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง จำนวนรวม 423 ครัวเรือน

2. กลุ่มประชากรที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ใกล้เส้นทางรถไฟโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในอนาคตหรือผู้โดยสารรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อมจำนวนรวม 200 ครัวเรือน

**ผู้วิจัยทำการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง** โดยการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะกำหนดให้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน 5 ชุมชนๆ ละ 30 คนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯและผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในช่วงระยะทางที่จะก่อสร้างเส้นทางรถไฟโครงการฯ สถานีรถไฟฯ ละ 30 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน จากชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟและชุมชนใกล้เส้นทางรถไฟของโครงการฯหรือผู้โดยสารรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบันจำนวน 2 ประเภท ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ประมาณ 5 ชุมชน คือ

1.1 ชุมชนริมทางรถไฟหลังโรงพยาบาลเดชา(พญาไท) จำนวน 30 คน

1.2 ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายที่ตลาดย่านสถานีรถไฟคลองตัน จำนวน 30 คน (ได้สะพานลอยถนนพระราม 9)

1.3 ชุมชนเพชรพระราม(ริมทางรถไฟฝั่งขวา ระหว่างถนนพระราม9-ถนนเพชรบุรี) จำนวน 30 คน

1.4 ชุมชนโรงปูน(ริมทางรถไฟฝั่งซ้าย ระหว่างถนนพระราม9-ถนนเพชรบุรี) จำนวน 30 คน

1.5 ชุมชนเกาะลอย(บริเวณหลังศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย) จำนวน 30 คน

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อมหรือผู้โดยสารรถไฟในเส้นทางสายตะวันออกในปัจจุบันในระยะทางเส้นทางรถไฟของโครงการฯ ประมาณ 5 สถานี คือ

2.1 สถานีรถไฟมักกะสันจำนวน 30 คน

2.2 สถานีรถไฟคลองตัน จำนวน 30 คน



2.3 สถานีรถไฟหัวหมาก จำนวน 30 คน

2.4 สถานีรถไฟบ้านทับช้าง จำนวน 30 คน

2.5 สถานีรถไฟลาดกระบัง จำนวน 30 คน

### ขั้นตอนที่ 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เมื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละชุมชนในขั้นตอนที่ 1 แล้ว กรณีที่ยังไม่ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) ในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญให้ได้ครบตามจำนวนที่กำหนดโดยทำการเก็บข้อมูล จากประชากรในบริเวณย่านที่พักอาศัยหลังอื่นๆ ในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ และผู้โดยสารรถไฟในบริเวณสถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบันที่อยู่ในช่วงระยะทางของโครงการฯ หรือจากบุคคลที่พบตัวอยู่ในบริเวณที่ผู้วิจัยทำการวิจัยในขณะเวลานั้นและยินดีให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามให้สัมภาษณ์

### 3.3 การสำรวจข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ใช้การสำรวจข้อมูลเอกสาร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับความเป็นมาของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผู้รับผิดชอบและ แผนการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ รวมทั้งผลกระทบจากโครงการฯ มาตรการแก้ไขและบรรเทาความเดือดร้อนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของผู้รับผิดชอบโครงการฯ

เอกสารที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

1. รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นรายงานหลักของการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2547 (โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ประกอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นและทัศนคติต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยบริษัทผู้รับเหมาโครงการฯ เป็นผู้ดำเนินการสำรวจก่อนการก่อสร้างโครงการฯ ในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2547) ได้มีการสำรวจประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 423 คนและประชาชนที่พักอาศัยใกล้เส้นทางรถไฟหรือผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบันที่อยู่ในช่วงระยะทางที่จะก่อสร้างเส้นทางรถไฟของโครงการฯ ในอนาคต จำนวนรวม 200 คน

2. เอกสารรายงานสรุปผลการวิจัย เรื่องความคิดเห็นและทัศนคติต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2547

3. ข่าวดังกล่าว แผ่นพับ ใบปลิว ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม 2547 ถึง เดือน ตุลาคม 2548

### 3.4 การสำรวจข้อมูลจากภาคสนาม (Survey Research)

#### 3.4.1 การเก็บข้อมูลภาคสนาม ประกอบด้วย

1. ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) โดยเลือกสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้บริหารที่รับผิดชอบ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยโดยตรง รวม 3 คน

2. รongผู้ว่าการด้านการพัฒนาและวางแผน ในฐานะเป็นผู้รับผิดชอบ ควบคุมนโยบาย และแผนการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3. หัวหน้าสำนักงานรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในฐานะเป็นผู้ดำเนินการตามแผนการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4. หัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในฐานะเป็นผู้รับผิดชอบ ควบคุมนโยบายและแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

ผลปรากฏว่า ผู้วิจัยสามารถสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยได้ในลำดับที่ 1 และลำดับที่ 2 รวมทั้งสิ้น 2 คน ในส่วนลำดับที่ 3 คือหัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ได้ขอนัดสัมภาษณ์หลายครั้ง แต่ไม่ได้รับการตอบรับให้สัมภาษณ์ ดิถุการะกิจทางราชการ ผู้วิจัยจึงได้ตัดออก เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาการศึกษาวิจัย

**แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารที่รับผิดชอบโครงการระบบรถไฟฟ้าสำหรับงานวิจัยเรื่อง :  
สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ**

1. การประชาสัมพันธ์ของการรถไฟฟ้า เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีอะไรบ้างครับ

2. ได้มี การเผยแพร่การประชาสัมพันธ์เฉพาะ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯให้ประชาชนทั่วไป รับทราบอย่างไรบ้างครับ

3. โครงการในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในลำดับต่อไป มีอย่างไรบ้างครับ หรือในอนาคตจะมีหรือไม่ ครับ

4. ในปัจจุบันมีปัญหา และอุปสรรค ในการปฏิบัติงานของโครงการฯ มีอะไรบ้างครับ

5. มาตรการ คำรื้อย้าย และแนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรค ที่ชุมชนบางชุมชนไม่ยอม รื้อย้ายในปัจจุบันนี้มีแนวทางอย่างไรบ้างครับ

6. ข้อเสนอแนะ ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างไรบ้างครับ

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์การจดบันทึก การสังเกต และอาศัย อุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เครื่องบันทึกเทป กล้องถ่ายภาพและวิดีโอ

เนื่องจากการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเลือกใช้ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แบบสัมภาษณ์ที่ ผู้วิจัยใช้ จึงเลือกใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview) เพื่อเป็นการระมัดระวัง เป็นพิเศษในการสัมภาษณ์ ที่แสดงถึงความเป็นมิตร จริงใจรับฟังปัญหา พยายามการแก้ไขปัญหาคตามสถานการณ์ ในการติดต่อประสานงาน การติดต่อสัมภาษณ์ ไม่ให้กระทบกระเทือนจิตใจ ความรู้สึก เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถสอบถามได้หลายลักษณะ ทั้งลักษณะเจาะจง เฉพาะจุด ถามแบบเจาะลึก ถามแบบกว้าง ถามแบบตรงไปตรงมาหรือถามแบบอ้อมก็ได้ เน้นการสังเกตการณ์ปฏิบัติการของผู้ให้สัมภาษณ์และสภาพแวดล้อมรอบข้าง พยายามดัดแปลงหรือปรับเปลี่ยนการซักถามให้เหมาะสมกับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนให้เป็นทางบวก

#### 3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview)

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จาก

1. กลุ่มผู้ที่พักอาศัยในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง จำนวนรวม 10 คน
2. กลุ่มผู้ที่พักอาศัยใกล้เส้นทางรถไฟโครงการฯ ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม จำนวนรวม 6 คน

#### 3.4.3 แบบสัมภาษณ์ประชาชนที่ได้รับผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อม

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ”

1. ขอรบกวน ชื่อ นามสกุล อายุ ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน ของท่านในปัจจุบัน ครับ
2. ท่านได้รับรู้ ข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิหรือไม่ อย่างไรบ้าง ครับ เพียงพอหรือไม่ ครับ
3. ท่านได้รับรู้ ข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการฯ ท่านได้รับมาจากทางใดหรือ สื่อใดบ้าง และได้รับจากสื่อใดมากที่สุด ครับ
4. ท่านได้รับรู้ ข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากการรถไฟฯ ได้หรือไม่ อย่างไรบ้าง ครับ

5. ท่านมีความต้องการ หรือแสวงหาข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือไม่ จากสื่อใดบ้าง ครับ
6. ท่านทราบหรือไม่ว่า โครงการฯ นี้ จะเริ่มต้นเส้นทางรถไฟ จากไหนถึงไหน ท่านเห็นด้วยหรือไม่
7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จะมีประโยชน์หรือไม่ อย่างไร
8. ท่านคิดว่า การก่อสร้างโครงการฯจะมีผลกระทบต่อท่านหรือประชาชนทั่วไป ควรแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ การก่อสร้างฯ และผลกระทบต่อให้กับประชาชน ทราบหรือไม่ อย่างไร บ้างครับ
9. การก่อสร้างโครงการฯนี้จะเกิดผลกระทบต่อชุมชนที่พักอาศัยอยู่ในแนวเส้นทางรถไฟของโครงการฯ โดยต้องรื้อย้ายออกไป แต่มีบางชุมชนไม่ยอมรื้อย้ายออกไป ในด้านการประชาสัมพันธ์ควรทำอย่างไร เพื่อให้ชุมชนดังกล่าว ยินยอมรื้อย้าย ออกไปโดยเร็ว ครับ
10. ท่านคิดว่า สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีลักษณะอย่างไร เพียงพอ หรือไม่ ครับ
11. ท่านมีข้อคิดเห็นหรือคำแนะนำ ในการแก้ไข ปัญหา อุปสรรค ของ สื่อ การประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้อย่างไรบ้าง ครับ

### 3.5 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ(Survey Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย และใช้การวัดผลเพียงครั้งเดียว (One – Shot Case Study) เพื่อนำข้อมูลมาหาค่าทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

### 3.6 ตัวแปรในการวิจัย

#### 3.6.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

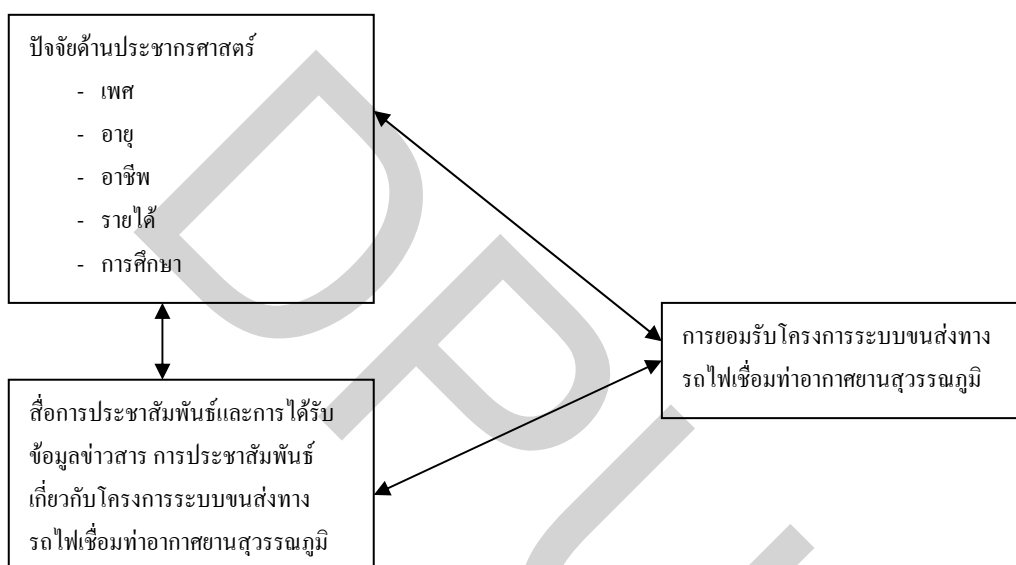
1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ประกอบกับระยะเวลาการพักอาศัย ลักษณะที่พักอาศัย ภูมิลำเนาเดิม เหตุที่พักอาศัย
2. สื่อการประชาสัมพันธ์ กับการได้รับทราบ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

### 3.6.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

พฤติกรรมหรือลักษณะของการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

### 3.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงในแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3.8 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ 1 ชุด เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close - ended Question) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้ทำการศึกษาจากหนังสือ เอกสารการสำรวจวิจัย ตำราทางวิชาการ และทฤษฎีที่ได้กล่าวมาในบทที่ 2 เพื่อศึกษาแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ ควรมีเนื้อหาอะไรบ้าง ประเด็นไหนที่สำคัญ ที่สอดคล้องกับงานวิจัยมากที่สุด ที่สำคัญได้เรียนปรึกษาท่านอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อจัดลำดับเนื้อหาการใช้ถ้อยคำของแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม โดยแบบสอบถามมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา

ประกอบกับระยะเวลาการพักอาศัย ลักษณะที่พักอาศัย ภูมิลำเนาเดิม เหตุที่พักอาศัย การแสวงหา หรือติดตามข้อมูล ข่าวสาร ได้หรือไม่ ได้จากแหล่งใด สื่อประเภทใดมากที่สุด จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ การได้รับข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากสื่อประเภทใดหรือ แหล่งใดมากที่สุดจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับ ในความต้องการที่รับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร มาตรการป้องกัน แก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชดเชยการรื้อย้ายและอื่นๆที่เกี่ยวกับการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 19 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคิดเห็นหรือเสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การวัดระดับค่าเฉลี่ยของตัวแปรลักษณะการยอมรับ

ระดับ 1.00-1.66 หมายถึง ไม่ยอมรับ

ระดับ 1.67-2.33 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ระดับ 2.34-3.00 หมายถึง ยอมรับ

### 3.9 การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีขั้นตอนดังนี้

1. การนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยจะนำแบบสอบถามที่เรียบเรียงขึ้นแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสถิติ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการวัดค่าตัวแปร (Construct Validity) และความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้คำถามที่ใช้วัดตัวแปรมีความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหาสาระ ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในเรื่องที่ศึกษาวิจัย และตรงตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ศึกษาวิจัย

2. การนำแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ที่ได้แก้ไขแล้วไปทดสอบ ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะทำการ Pre-test กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ชุด ซึ่งเป็นบุคคลคนละกลุ่มตัวอย่างกับกลุ่มตัวอย่างจริงไปทดสอบกับบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เพื่อหาข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากแบบสอบถามและจะนำแบบสอบถามดังกล่าวมาแก้ไขให้มีความถูกต้องมากขึ้น

สูตรสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาที่จะใช้คือ

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left( 1 - \frac{\sum v_i}{V_t} \right)$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ความเชื่อถือได้

$n$  คือ จำนวนข้อคำถามทั้งหมด

$V_i$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นปรากฏว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเท่ากับ 0.9817

### 3.10 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง และเพื่อความรวดเร็ว ได้รับแบบสอบถามและคำตอบอย่างครบถ้วน กรณีที่ได้คำตอบไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะอธิบายเพิ่มเติมให้ผู้ตอบจนเข้าใจ เพื่อให้ผู้ตอบได้ตอบคำถามให้สมบูรณ์ครบถ้วนที่สุด
2. ทำหนังสือขอสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องคือ ผู้บริหารระดับสูง ที่รับผิดชอบ นโยบายบริหารจัดการฯ ควบคุมการดำเนินงานฯ และการประชาสัมพันธ์ของ การรถไฟแห่งประเทศไทย
3. ทำความเข้าใจกับผู้ช่วยวิจัยจำนวน 4 คน เกี่ยวกับการสัมภาษณ์และวิธีการเก็บข้อมูล
4. ลงพื้นที่พร้อมผู้ช่วยวิจัย เพื่อดำเนินสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารที่บริเวณสถานีรถไฟในปัจจุบันที่อยู่ในช่วงระยะทางของการดำเนินงานก่อสร้างเส้นทางรถไฟของโครงการฯ
5. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ หลังจากได้ข้อมูลมาแล้วให้สมบูรณ์ที่สุด
6. สังเกตและรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ของพื้นที่ที่ศึกษาและพื้นที่ใกล้เคียง

### 3.11 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง ของข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามว่า ครบทุกข้อคำถาม ที่เป็นคำถามปลายปิด

หรือไม่ คัดแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบทุกข้อออกไป ไม่นำไปประมวลผล เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลการวิจัย

### 3.12 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและพิสูจน์สมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้จะใช้การโปรแกรมสำเร็จสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแจกแจง หรืออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลหรือตัวแปรในการวิจัยโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation – S.D) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการยอมรับโครงการฯ
2. ปัจจัยการได้รับข่าวสาร จากช่องทางหรือแหล่งใด ที่มีผลต่อการยอมรับโครงการฯ
3. ปัจจัยสื่อการประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการยอมรับโครงการฯ



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิธีการและวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากที่สุด และศึกษาปัญหาอุปสรรคของสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อมจากการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 2 สื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบเกิดการยอมรับจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค ของสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับ ของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ จากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โดยผลการวิจัยทั้ง 3 ตอน ได้จากการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร(Content Analysis)ประกอบแบบสอบถามในการสัมภาษณ์เจาะลึก(In – depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจำนวน 10 คนและกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม จำนวน 6 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์เจาะลึก(In – depth Interview)ผู้บริหารที่รับผิดชอบนโยบาย แผนการ และบริหารจัดการในโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 2 คน รวมจำนวน 18 คน

#### 4.1 ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยทั้ง 3 ตอน สามารถอธิบายผลการวิจัย ได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** การยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับต่างกัน คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ประกอบกับลักษณะของที่พักอาศัย ระยะเวลาที่พักอาศัยในชุมชน ภูมิลาเนาเดิมที่คนกรุงเทพฯหรือคนต่างถิ่น รวมทั้งการได้รับข้อมูลข่าวสาร และการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร จากสื่อประเภทใด การติดตามข่าวสาร เกี่ยวกับ ความเป็นไปของชุมชนและการพัฒนา ความเคลื่อนไหวของชุมชน โดยมีรายละเอียดแต่ละตอน ดังต่อไปนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 4.1** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
<b>บริเวณเก็บข้อมูล</b>		
บริเวณในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟของโครงการฯ	150	50.00
บริเวณใกล้แนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟของโครงการฯ	150	50.00
<b>ชุมชน</b>		
หลังโรงพยาบาลเดชา	30	10.00
กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าใกล้สถานีคลองตัน	30	10.00
เพชรพระราม	30	10.00
โรงปูน	30	10.00
เกาะลอย	30	10.00
สถานีรถไฟมกคะสัน	30	10.00
สถานีรถไฟคลองตัน	30	10.00
สถานีรถไฟหัวหมาก	30	10.00
สถานีรถไฟบ้านทับช้าง	30	10.00
สถานีรถไฟลาดกระบัง	30	10.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
<b>ช่วงอายุ</b>		
ต่ำกว่า ถึง 20 ปี	25	8.30
21 - 30 ปี	93	31.00
31 - 40 ปี	84	28.00
41 - 50 ปี	66	22.00
51 - 60 ปี	20	6.70
61 ปีขึ้นไป	12	4.00
<b>เพศ</b>		
ชาย	135	45.00
หญิง	165	55.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ไม่ได้เรียน	15	5.00
ระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่า (ป.1 - ป.6)	133	44.30
ระดับมัธยมต้นหรือเทียบเท่า	39	13.00
ระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า	45	15.00
จบปวช./ปวส./อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	37	12.30
ปริญญาตรี	27	9.00
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.30
<b>ภูมิลำเนา</b>		
กรุงเทพมหานคร	161	53.70
ต่างจังหวัด	139	46.30
<b>เวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน</b>		
น้อยกว่า 6 เดือน	8	2.70
6 เดือน - 1 ปี	57	19.00
1 ปี - 5 ปี	8	2.70
5 ปีขึ้นไป	227	75.70
<b>อาชีพ</b>		
รับจ้าง	125	41.70
ลูกจ้าง/เจ้าของสถานบันเทิง/ร้านอาหาร	10	3.30
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	21	7.00
ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	96	32.00
ลูกจ้าง/เจ้าของบริษัทเอกชน	25	8.30
อื่นๆ	23	7.70

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
น้อยกว่า 3,000 บาท	31	10.30
3,001 – 5,000 บาท	82	27.30
5,001 – 8,000 บาท	91	30.30
8,001 - 10,000 บาท	49	16.30
10,001 - 20,000 บาท	37	12.30
20,000 บาทขึ้นไป	10	3.30
<b>ลักษณะที่อยู่อาศัย</b>		
บ้านตนเองในที่เช่า	22	7.30
บ้านอาศัยผู้อื่น	24	8.00
บ้านในที่ดินของตนเอง	60	20.00
บ้านของตนเองในที่ดินกรุก	132	44.00
บ้านเช่า	50	16.70
อื่นๆ	12	4.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ และกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยใกล้เส้นทางรถไฟของโครงการฯ ในสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 50

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28, ช่วงอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 55 โดยมีระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ในระดับประถมศึกษา/เทียบเท่า ( ป.1 – ป.6 )ถึงร้อยละ 44.3 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย ร้อยละ 28, ระดับ ปวช./ปวส. ร้อยละ 12.3 และไม่ได้เรียนหนังสือถึง ร้อยละ 5

โดยกลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่ใน กทม. ร้อยละ 53.7 รองลงมา อยู่ต่างจังหวัด ร้อยละ 46.3 ซึ่งระยะเวลาที่พักอาศัยอยู่ในชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนมีระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป ถึงร้อยละ 75.7 รองลงมาระยะเวลา 6 เดือน – 1 ปี และ ระยะเวลา 1 ปี- 5 ปี

ในส่วนของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว ร้อยละ 32 และลูกจ้าง/เจ้าของบริษัทเอกชน ร้อยละ 8.3

สำหรับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 8,000 บาท ร้อยละ 30.3 รองลงมา มีรายได้ ตั้งแต่ 3,001- 5,000 บาท ร้อยละ 27.3 และมีรายได้ ตั้งแต่ 8,001- 10,000 บาท ร้อยละ 27.3 สำหรับลักษณะที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นบ้านของตนเอง ในที่บุกรุกถึงร้อยละ 44 รองลงมา บ้านในชื่อของตนเอง ร้อยละ 20 และบ้านเช่า ร้อยละ 16.7

**ตารางที่ 4.2** จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ได้รับ ข่าวสาร ข้อมูล โครงการพัฒนาฯ หรือความเคลื่อนไหวของชุมชน

ท่านได้รับ ข่าวสาร ข้อมูล โครงการพัฒนาฯหรือความเคลื่อนไหวของชุมชน จากแหล่งไหน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้นำชุมชน	159	53.00
เพื่อนบ้าน	36	12.00
คนในชุมชน	34	11.30
สื่อต่างๆ	63	21.00
อื่นๆ	8	2.70

จากตารางที่ 4.2 พบว่า แหล่งที่ได้รับ ข่าวสาร ข้อมูล โครงการพัฒนาฯหรือความเคลื่อนไหวของชุมชน ส่วนใหญ่ได้รับจาก ผู้นำชุมชน จำนวน 159 คน ร้อยละ 53 รองลงมาเป็น สื่อต่างๆ จำนวน 63 คน ร้อยละ 21 และเพื่อนบ้าน จำนวน 36 คน ร้อยละ 12

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและร้อยละการติดตามข่าวสารข้อมูลของโครงการพัฒนาฯ หรือความเคลื่อนไหวของชุมชน

ปกติท่านแสวงหาหรือติดตามข่าวสาร ข้อมูลของโครงการพัฒนาฯหรือความเคลื่อนไหวของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ติดตาม	258	86.00
ไม่ติดตาม	42	14.00

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการในข้อมูลข่าวสารฯ โดยการติดตามข่าวสารข้อมูลของโครงการพัฒนาฯ หรือความเคลื่อนไหวของชุมชน จำนวน 258 คน ร้อยละ 86 ส่วนที่เหลือจำนวน 42 คน ร้อยละ 14 ไม่ติดตามข่าวสารฯ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีหลักการให้ข้อมูล ข่าวสาร เสริมสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ ให้เกิดทัศนคติที่ดี โดยการแพร่กระจายให้ทั่วถึงประชาชนผู้รับสารมากที่สุด สามารถทำให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ได้มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ติดตามหรือแสวงหาข่าวสารข้อมูลที่ต้องการ

ท่านติดตามหรือแสวงหาข่าวสาร ข้อมูลที่ต้องการ จากสื่อประเภทใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อเฉพาะกิจ – แผ่นพับ ใบปลิว ประกาศฯ	3	1.20
สื่อบุคคล – ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่โครงการ เพื่อนบ้าน คนในชุมชน	153	60.00
สื่อสิ่งพิมพ์ – หนังสือพิมพ์ วารสารฯ	20	7.80
สื่อมวลชน – วิทยุ โทรทัศน์	74	29.00
อื่นๆ	5	2.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่ติดตามหรือแสวงหาข่าวสาร ข้อมูล ที่ต้องการมากที่สุด คือ สื่อบุคคล – ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่โครงการ เพื่อนบ้าน คนในชุมชนจำนวน 153 คน ร้อยละ 60 รองลงมา คือ สื่อมวลชน – วิทยุ โทรทัศน์ จำนวน 74 คน ร้อยละ 29 ต่อด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ – หนังสือพิมพ์ วารสารฯ จำนวน 20 คน ร้อยละ 8 ที่น่าสนใจคือ สื่อเฉพาะกิจ - แผ่นพับ ใบปลิว ประกาศ ที่ควรจะมีจำนวนมาก แต่กลับมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงจำนวน 3 คน ร้อยละ 1.2

**สื่อบุคคล (Personal Media)** เป็นบุคคลที่นำพาข่าวสาร จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป โดยสื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่โครงการฯ เพื่อนบ้าน คนในชุมชน

**สื่อเฉพาะกิจ ( Specialized Media )** มีความสำคัญต่อการเผยแพร่โครงการฯ และข่าวสารข้อมูล เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาดังใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจ เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจ และข่าวสาร ที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่างคือโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน คือประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ที่ได้รับผลกระทบ

ตารางที่ 4.5 แสดงร้อยละการได้รับข่าวสาร และแหล่งที่ทำให้รับทราบ จำแนกตามแต่ละด้าน

การได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร	ไม่ทราบ	ทราบ	กรณีที่ได้รับทราบจาก						
			1	2	3	4	5	6	7
ท่านทราบไหมว่า โครงการก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คร่อมเส้นทางรถไฟสายตะวันออก จากสถานีรถไฟพญาไท - สถานีลาดกระบัง	20.00	80.00	26.80	4.60	17.20	25.10	20.90	0.80	4.60
ท่านทราบไหมว่า ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าร่วมประชุมกับคณะทำงานฯ แสดงความคิดเห็น และเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้	55.30	44.70	18.70	7.50	14.90	38.10	17.90	1.50	1.50
ท่านทราบไหมว่า มีการดำเนินโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จะมีผลกระทบต่อครัวเรือน/ชุมชน	34.30	65.70	21.30	7.60	21.80	34.00	11.70	1.50	2.00
ท่านทราบหรือเคยเห็น เจ้าหน้าที่ฯ / ผู้รับผิดชอบโครงการฯ เข้ามาประกาศผู้ข่าวหรือชี้แจง เกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เสียง ฝุ่นละอองฯ ที่อาจเกิดขึ้น พร้อมมาตรการการป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมไว้แล้ว หรือไม่	61.00	39.00	32.50	6.80	11.10	37.60	11.10	0.90	0.00
ท่านทราบไหมว่า ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ได้มีแนวทางและมาตรการชดเชยทรัพย์สิน เช่น ค่ารื้อย้าย ค่าพาหนะ ค่าขนย้าย ให้กับประชาชน/ครัวเรือนริมทางรถไฟที่ได้รับผลกระทบโดยตรง หรือไม่	48.00	52.00	28.20	3.20	10.30	46.20	7.70	3.20	1.30
ท่านได้ทราบ ข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิก่อนการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือไม่	29.00	71.00	20.10	6.10	15.90	31.30	21.50	1.90	3.30

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร	ไม่ทราบ	ทราบ	กรณีที่ได้รับทราบจาก						
			1	2	3	4	5	6	7
ท่านทราบไหมว่า ท่านสามารถแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับ การดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้	68.70	31.30	21.30	6.40	6.40	39.40	23.40	2.10	1.10
ท่านทราบไหมว่า ประชาชนทั่วไปสามารถมีส่วนร่วม ช่วยสอดส่องดูแลให้ ผู้รับเหมาก่อสร้างฯ และผู้รับผิดชอบโครงการฯ ปฏิบัติตามเงื่อนไขในแผนงาน และมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้	70.30	29.70	18.00	7.90	9.00	43.80	19.10	2.20	0.00

หมายเหตุ หมายเลข 1 แทน เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการ หมายเลข 2 แทน หนังสือพิมพ์  
 หมายเลข 3 แทน เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน หมายเลข 4 แทน ผู้นำชุมชน  
 หมายเลข 5 แทน วิทยุ/โทรทัศน์ หมายเลข 6 แทน แผ่นพับ/ใบปลิว  
 หมายเลข 7 แทน อื่น ๆ

จากตารางที่ 4.5 การได้รับหรือความต้องการ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในเรื่องต่าง ๆ ทั้ง 8 เรื่อง เมื่อจัดลำดับ ข้อมูล ข่าวสาร ที่ประชาชนได้รับหรือต้องการ ที่ส่งผลต่อการยอมรับมากที่สุด เรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 โครงการก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คร่อมเส้นทางรถไฟสายตะวันออก จากสถานีพญาไท – สถานีลาดกระบัง ประชาชนได้รับทราบถึง ร้อยละ 80 จาก สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการ ร้อยละ 27

ลำดับที่ 2 ข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิก่อนการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประชาชนได้รับทราบถึงร้อยละ 71 จากสื่อบุคคล คือผู้นำชุมชน ร้อยละ 31.3



ลำดับที่ 3 การดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิ จะมีผลกระทบต่อครัวเรือน/ชุมชน ประชาชนได้รับทราบถึง ร้อยละ 66 จากสื่อบุคคลคือผู้นำชุมชน ร้อยละ 34

การยอมรับการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิ ตารางที่ 4.6 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับความคิดเห็น จำแนกตามด้านต่างๆ

ลักษณะการยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง ท่านเคยได้ทราบข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิ	2.55	0.64	ยอมรับ
2. ท่านยอมรับหรือไม่ ถ้าการก่อสร้างทางรถไฟผ่าน/ทับ ที่อยู่อาศัยของท่าน	2.07	0.92	ไม่แน่ใจ
3. ท่านยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิ	2.72	0.56	ยอมรับ
4. การก่อสร้างฯ ควรรีบดำเนินการ โดยเร็ว จะช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นได้	2.59	0.65	ยอมรับ
5. ท่านยอมรับหรือไม่ว่าทางการ มีการจัดเตรียมเกี่ยวกับความปลอดภัยไว้แล้ว	2.34	0.80	ยอมรับ
6. ท่านยอมรับหรือไม่ว่า ควรมีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากขึ้น	2.74	0.54	ยอมรับ
7. ท่านยอมรับหรือไม่ว่าโครงการฯ จะมีผลกระทบสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ น้อยมาก	2.19	0.79	ไม่แน่ใจ
8. ในกรณีที่การก่อสร้างโครงการฯ ผ่านหรือทับที่ท่านอยู่ ท่านยอมรับที่จะย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่ หรือ ไม่	2.40	0.82	ยอมรับ
9. ถ้าทางการชดเชยเป็นเงิน ให้แทนการย้ายไปอยู่ที่ใหม่ ท่านยอมรับหรือไม่	2.37	0.84	ยอมรับ
10. ถ้าการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ท่านอยู่อาศัยท่านยอมรับหรือไม่	2.65	0.57	ยอมรับ
11. ถ้าโครงการฯ ได้สร้างระบบขนส่งผ่านที่ที่ท่านพักอาศัย แต่ทางการชดเชยให้ท่าน ท่านยอมรับหรือไม่	2.56	0.72	ยอมรับ
12. ถ้าโครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ท่านยอมรับโครงการหรือไม่	2.65	0.64	ยอมรับ
13. ท่านยอมรับหรือไม่ว่า การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น	2.74	0.48	ยอมรับ
14. ท่านยอมรับหรือไม่ ว่าข่าวสาร การชี้แจงของทางการ เกี่ยวกับโครงการฯ สามารถทำให้ท่านเข้าใจและยอมรับได้	2.40	0.72	ยอมรับ

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลักษณะการยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
15. โดยทั่วไปท่านยอมรับการมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ หรือไม่	2.18	0.81	ไม่แน่ใจ
16. ท่านยอมรับหรือไม่ ที่การก่อสร้างโครงการฯ จะเป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเดิม	2.47	0.65	ยอมรับ
17. ท่านยอมรับหรือไม่ เมื่อผู้ที่อาศัยได้รับเงินค่าชดเชย ค่าพาหนะแล้ว ต้องรื้อย้ายออกทันที หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้	2.43	0.79	ยอมรับ
18. โครงการฯ มีสถานีจุดเริ่มต้นอยู่ในใจกลางเมืองแถวย่านธุรกิจ เช่น พญาไท ท่านยอมรับหรือไม่	2.59	0.64	ยอมรับ
19. ท่านจะยอมรับหรือไม่ ที่โครงการฯ มีแผนขยายเส้นทางเชื่อมต่อไปยังท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นการครอบคลุมพื้นที่เส้นทางการคมนาคมให้มากยิ่งขึ้น	2.61	0.60	ยอมรับ

จากตารางที่ 4.6 ลักษณะการยอมรับ เกี่ยวกับการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในเรื่องต่างๆ ตามลำดับดังนี้

1. ควรมีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น ( $\bar{x} = 2.74$ )
2. การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวงฯ ( $\bar{x} = 2.74$ )
3. โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ( $\bar{x} = 2.72$ )

ตารางที่ 4.7 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับการยอมรับ จำแนกตามด้านต่างๆ

ลักษณะการยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ท่านยอมรับหรือไม่ว่า ควรมีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากขึ้น	2.74	0.54	ยอมรับ	1
ท่านยอมรับหรือไม่ว่า การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น	2.74	0.48	ยอมรับ	1
ท่านยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	2.72	0.56	ยอมรับ	3

ตารางที่ 4.7 ( ต่อ )

ลักษณะการยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ถ้าการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ท่านอยู่อาศัยท่านยอมรับหรือไม่	2.65	0.57	ยอมรับ	4
ถ้าโครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ท่านยอมรับโครงการหรือไม่	2.65	0.64	ยอมรับ	4
ท่านจะยอมรับหรือไม่ ที่โครงการฯ มีแผนขยายเส้นทางเชื่อมต่อไปยัง ท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นการครอบคลุมพื้นที่เส้นทางคมนาคมให้มากยิ่งขึ้น	2.61	0.60	ยอมรับ	6
การก่อสร้างฯ ควรรับดำเนินการโดยเร็ว จะช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นได้	2.59	0.65	ยอมรับ	7
โครงการฯ มีสถานีจุดเริ่มต้นอยู่ในใจกลางเมืองแถวย่านธุรกิจ เช่น พญาไท ท่านยอมรับหรือไม่	2.59	0.64	ยอมรับ	7
ถ้าโครงการฯ ได้สร้างระบบขนส่งผ่านที่ที่ท่านพักอาศัย แต่ทางการชดเชยให้ท่าน ท่านยอมรับหรือไม่	2.56	0.72	ยอมรับ	9
ก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง ท่านเคยได้ทราบข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	2.55	0.64	ยอมรับ	10
ท่านยอมรับหรือไม่ ที่การก่อสร้างโครงการฯ จะเป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเดิม	2.47	0.65	ยอมรับ	11
ท่านยอมรับหรือไม่ เมื่อผู้ที่อาศัยได้รับเงินค่าขนย้าย ค่าชดเชย ค่าพาหนะแล้วต้องรีบย้ายออกทันที หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้	2.43	0.79	ยอมรับ	12
ในกรณีที่การก่อสร้างโครงการฯ ผ่านหรือทับที่ที่ท่านอยู่ ท่านยอมรับที่จะย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่ หรือไม่	2.40	0.82	ยอมรับ	13
ท่านยอมรับหรือไม่ ว่าข่าวสาร การชี้แจงของทางการ เกี่ยวกับโครงการฯ สามารถทำให้ท่านเข้าใจและยอมรับได้	2.40	0.72	ยอมรับ	13
ถ้าทางการชดเชยเป็นเงิน ให้แทนการย้ายไปอยู่ที่ใหม่ ท่านยอมรับหรือไม่	2.37	0.84	ยอมรับ	15
ท่านยอมรับหรือไม่ว่าทางการ มีการจัดเตรียมเกี่ยวกับความปลอดภัยไว้แล้ว	2.34	0.80	ยอมรับ	16
ท่านยอมรับหรือไม่ว่าโครงการฯ จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ น้อยมาก	2.19	0.79	ไม่แน่ใจ	17
โดยทั่วไปท่านยอมรับการมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ หรือไม่	2.18	0.81	ไม่แน่ใจ	18
ท่านยอมรับหรือไม่ ถ้าการก่อสร้างทางรถไฟผ่าน/ทับ ที่อยู่อาศัยของท่าน	2.07	0.92	ไม่แน่ใจ	19

จากตารางที่ 4.7 ลักษณะการยอมรับเกี่ยวกับการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในเรื่องต่างๆ มีลำดับการยอมรับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 การยอมรับว่า ควรมีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากขึ้น ( $\bar{x} = 2.74$ )

ลำดับที่ 2 การยอมรับว่า การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวงเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{x} = 2.74$ )

ลำดับที่ 3 การยอมรับว่า โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ( $\bar{x} = 2.72$ )

#### 4.2 ผลสรุปจากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ

โดยตรง

##### วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์

เสริมสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี ให้ความร่วมมือมีการยอมรับ เกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เป็นการดำเนินงานอย่างมีระเบียบ แบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับองค์กร ด้วยวิธีที่ประชาชนร่วมมือ ยอมรับ และมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย การมองเห็นว่าเกิดประโยชน์หรือการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือนวัตกรรมนั้นต้องมีแนวโน้มให้เห็นว่าดีกว่าของเดิม มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อเขา ยิ่งเห็นคุณค่าและประโยชน์ของนวัตกรรมมากเพียงใด อัตราการยอมรับนวัตกรรมก็เพิ่มขึ้นเร็วด้วยเท่านั้น

“หาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ ไม่ได้ ตามข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์วารสารมากที่สุด ไม่ทราบผลกระทบ ไม่ยอมรับ เพราะไม่รู้เรื่อง ไม่มีความชัดเจน”

(อภิชาติ วิถีธรรม, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2548)

“หาข้อมูลข่าวสารไม่ได้ มีจดหมายข่าวสารส่งมาให้ วันที่ 22 มิถุนายน 47 นำมีจดหมายอะไรมาให้รับรู้บ้าง ข่าวความเคลื่อนไหวของชุมชนได้รับจากสื่อต่างๆ มีหนังสือพิมพ์มากที่สุด”

(ประทีป ศรีวารัตน์, สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2548)

**การส่งเสริม** ความคิดเห็นต่อโครงการพัฒนาฯ เป็นการตัดสินใจในการที่จะรับเอานวัตกรรมหรือโครงการพัฒนาใหม่ๆ โดยมีทัศนคติที่ดี มีขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยตนเอง และต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร

“เคยทราบข่าวสารข้อมูลการสร้างทางรถไฟ จากเจ้าหน้าที่การรถไฟฯ ผู้รับเหมาฯ เห็นด้วยกับ ประโยชน์ประเทศชาติเจริญ เดินทางสะดวกสบาย การก่อสร้างไปข้างบนสะดวกกว่า ก็ยอมรับ”

(สุทิน มากหิรัญ, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2548)

“การรถไฟฯ จัดที่อยู่ใหม่ไปห้วยตะเฆ่ทราบ ยอมรับ การรถไฟฯ น่าจะมีการบอกข่าว ทำความเข้าใจให้มากกว่านี้ การแก้ไข น่าจะมาประชุม ชี้แจงให้รู้ ชาวบ้านได้รับผลกระทบอย่างไร คิดว่าการประชาสัมพันธ์ของรถไฟ ไม่เพียงพอ มันน้อยมาก ถ้าประชาสัมพันธ์มากๆ ชาวบ้านก็พร้อมให้ความร่วมมือ ”

(ชุมพล อินทร์จันทร์สุข, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2548)

#### **การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์**

สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่า สื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่า ในการจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติในเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

“หาข้อมูลโครงการจากรถไฟ หาไม่ได้ แต่ได้รู้จาก สื่อหนังสือพิมพ์ ทวี ข่าวสารจากสื่อต่างๆมากกว่า เจ้าหน้าที่รถไฟไม่มีใคร มาชี้แจงเลย เรื่องผลกระทบ เรื่องสร้างเมื่อไหร่ ไม่มีเลย ยอมรับได้ถ้ามีการชี้แจง สำหรับข้อคิดเห็น ในโครงการนี้น่าความเจริญสู่ประเทศแถบเอเชีย มีความเห็นด้วย อยากให้หน่วยงานรับผิดชอบ ลงพื้นที่มากๆ”

(อรุณ เสลานอก, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2548)

**กระบวนการประชาสัมพันธ์** เป็นการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและมีแผนงานของฝ่ายบริหาร หรือความพยายามขององค์กรที่ จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งเป็นการแสวงหา ความร่วมมือ ยอมรับจากประชาชน ตลอดจนรักษาทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อองค์กร เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน และให้ความร่วมมือแก่โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

“หาข้อมูลข่าวสารรถไฟไม่ได้ ครั้งสุดท้ายได้รับข้อมูลจากเขตห้วยขวาง ปกติติดตามแสวงหาข้อมูลจากสื่อทุกอย่าง ทราบข้อมูลสร้างทางรถไฟจากการรถไฟฯ จากเจ้าหน้าที่รถไฟ แต่ยอมรับโครงการเป็นสิ่งจำเป็น ถ้ามีคนมาชี้แจงข้อมูล ข่าวสาร ก็ยอมรับ เห็นด้วย ความคิดเห็นมีประโยชน์คือ ประเทศชาติเจริญ เงินตราไหลเข้าประเทศดี การรถไฟฯ น่าจะลงมาคุยกับชาวบ้าน น่าจะให้เร็วกว่านี้ในด้านข้อมูลข่าวสาร การก่อสร้างให้รวดเร็ว ผู้รับผิดชอบน่าจะตั้งเวทีคุยกับชาวบ้านบ้าง”

(ไสว ขวัญพิบูล, สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2548)

**การสื่อสารสองช่วง** เป็นกิจกรรมเผชิญหน้า เป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ที่มีการพบปะกันต่อหน้า มีการพูดคุยโต้ตอบ โดยที่ทั้งสองฝ่ายสามารถสัมผัสและรับรู้ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทศนคติ กิริยาท่าทางได้ กิจกรรมเหล่านี้ได้แก่ การประชุม การสัมมนา การตอบข้อซักถาม การแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ การบรรยายสรุป ตลอดจนการออกไปเยี่ยมเยียน ไปพบปะผู้คนที่เกี่ยวข้องด้วยตนเอง

“รู้ข่าวสารจากองค์กรสลัม 4 ภาคในระบบเครือข่าย เขาจะเชิญองค์กรเครือข่ายในภาคอื่นๆ เข้าประชุมด้วย ข่าวสารได้รับจาก วิทยุ โทรทัศน์ มีการเสนอแนะ แนวทางโครงการรถไฟฟ้า ความเร็วสูง และองค์กรเครือข่ายฯ จะมีศูนย์รวมพัฒนาชุมชน ที่ทำหน้าที่ตรงนี้ ชุมชนจะมีสังกัดมีที่เลี้ยง เป็นองค์กรชาวบ้าน เรียกว่า ศูนย์รวมพัฒนาชุมชน จะนำข่าวสาร มาให้ชุมชนรับรู้ เห็นด้วยกับโครงการเพราะมีการพัฒนาเมือง ถ้าร้อยละต้องมี การสำรวจ การทำประชาวิจารณ์”

(เฉลิม บริสุทธิ์, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

### การสำรวจประชามติ

การประชาสัมพันธ์จะเป็นการกระทำ คำพูด หรือสถานการณ์ใด ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วย ช่วยเหลือสนับสนุน ยิ่งไปกว่านั้น การประชาสัมพันธ์ ยังเป็นการสำรวจประชามติว่าประชาชนมีทัศนคติต่อสถาบันองค์กรอย่างไร ถ้าเห็นด้วยก็จะทำให้ดี ยิ่งๆ ขึ้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วยก็จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่อไป

“การย้ายไปสถานีรถไฟหัวตะเข้ คิดว่าไกลไป เพราะบางคนถ้าย้ายจะไม่สะดวกในการขึ้นอุปกรณ์ มาค้าขายในท้องที่ ในที่เขาเคยอยู่ และโรงเรียนก็ไกล ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผมยังยอมไม่ได้ ต้องมีการทำความเข้าใจ จัดกลุ่มทำประชาวิจารณ์ หาเวทีต่างๆ เสนอความคิดเห็นและเอาความคิดเห็นเป็นบทสรุป Project ต่างๆ ประชาชนต้องรู้ให้มากกว่านี้ การทำวิจัยนั้นเข้าไป ออก

ให้ภาครัฐหรือองค์กรทำการวิจัย ให้แน่ชัดก่อน อย่างน้อยต้องจัดประชุม ถ้าไม่อย่างนั้นแล้ว คาดว่า ข่าวสารคงไม่ถึงเร็ว”

(เฉลิม บริสุทธิ์, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

**การแตกสลายของชุมชน** จากการที่ประชาชนในชุมชนมีการตั้งที่พักอาศัยอยู่ติดกัน จำนวนมากเป็นแนวยาวตามเส้นทางรถไฟ ทำให้มีความใกล้ชิดกันมาก มีความผูกพันกันมาตลอด

“ได้รับข่าวสาร จาก ทีวี การรถไฟฯ จัดให้หั่วตะเข้ ต้องอยู่ในรัศมีไม่ไกลมากนัก การค้าขายอยู่ด้านในชุมชน อย่างการเคหะจัดให้ไปอยู่คลองกรุง แต่มันไกลกลับมากันหมด ข่าวสารโครงการมีเจ้าหน้าที่การรถไฟเข้ามา เห็นมาดูแลแล้วก็กลับไป ข่าวสารส่วนมากได้จาก ทีวี จากทางบริษัท ติดประกาศข่าวตามถนน เห็นด้วยรถไฟฟ้ามียผลกระทบน้อย การแก้ปัญหาข่าวสารน่าจะจัดประชุม ถ้าไม่จัดประชุมคาดว่าไม่สำเร็จ ได้ง่าย”

(มานพ บุญมา, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“ได้ทราบข้อมูลข่าวสาร จาก ทีวี วิฑู เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่รับเหมาก่อสร้าง 1 ครั้ง เห็นด้วยกับโครงการ การคมนาคมสะดวก ประโยชน์ส่วนใหญ่จะได้จากคนไปเมืองนอกมากกว่า ทางการให้ไปอยู่ที่ไหน ถ้าไกลเกินไป ค่าใช้จ่ายยิ่งสูงขึ้น การรถไฟฯ จัดไว้ที่หั่วตะเข้ ต้องมีการประชุมกันก่อน ไปแล้วการทำมาหากินจะอยู่ได้หรือไม่ การประชาสัมพันธ์น่าจะมากกว่านี้ เพราะที่ผ่านมามีปัญหาในการประชาสัมพันธ์ สรุปการย้ายต้องไปอยู่เป็นกลุ่ม ถ้าไม่เป็นกลุ่มก่อน ในที่สุดก็กลับมาอยู่ที่เดิมอีก”

(สมปอง พุ่มพู่, สัมภาษณ์, 31 ตุลาคม 2548)

“หาข้อมูลข่าวสารได้จาก เจ้าหน้าที่รถไฟในตอนแรกเจ้าหน้าที่รถไฟมาคุยแล้วเราก็ไปหาเขาด้วย ข่าวสารได้จากทีวี ถ้ามีการชี้แจงจะมีการยอมรับทุกคน ชุมชนเกาะลอยจะมีการประสานกับองค์กรสลัม 4 ภาค อยู่เรื่อยๆ องค์กรฯ จะมีหน้าที่มาบอกข่าวต่างๆ เช่น จะโดนย้าย ในโครงการโฮปเวลล์ ให้รวมตัวกันไว้ ชุมชนนี้อยู่รวมกันเป็นชุมชนเพชรพระรามด้วย จะมีอาชีพรับจ้างรายวัน เทียบกับชุมชนหลัง ร.พ. เดชา นั้น ไม่เข้ากับองค์กรฯ ข่าวสารจึงไม่แน่นอน แต่ชุมชนเกาะลอยเรา จะประชุมทุกวันอาทิตย์ที่ 2 ของเดือน จะมีตัวแทนไปประชุมกับฝ่ายอื่นๆ ด้วย เดี่ยวนี้มีองค์กรสลัม 4 ภาค มีปัญหาอะไรจะโทรถึงกัน”

(อำพล จันทศรี, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2548)

### การสัมภาษณ์ประชาชนที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยอ้อม

วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างสรรค์ ความรู้ ความเข้าใจอันดี กับประชาชน ตลอดจนการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้แก่องค์กร เพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึก นึกคิดที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และให้ความร่วมมือ สนับสนุน ขอมรับ การดำเนินงาน โครงการ ระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

“โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำเป็นต้องมีเพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งมวลชน จากความเร็วที่สูง และจำนวนเที่ยวรถไฟที่มากขึ้น ทำให้ต้องมี มาตรการรักษาความปลอดภัยที่สูงพอจะป้องกันอันตรายให้กับชุมชนที่รถไฟวิ่งผ่าน มีโครงการฯ ที่ มีการขยายความเจริญของประเทศ ดังนั้น ความต้องการแรงงานของสนามบินจะมีมากขึ้น จำนวน คนในแต่ละชุมชนก็จะเพิ่มมากขึ้น ต้องมีแนวทางในการปฏิบัติที่ทำให้การอยู่ร่วมกันได้อย่างมี ความสุข”

(ชัชวาลย์ จันรัตน์, พลเอก, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2548)

“ข้อคิดเห็นหรือเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ เป็น โครงการอำนวยความสะดวกสำหรับประชาชน ในการเดินทางไปยังสนามบิน สุวรรณภูมิ นั้น เป็นสิ่งที่ดีมากในด้านความสะดวก รวดเร็วในการเดินทาง ประหยัดเวลาในการ เดินทาง ผู้ที่เดือดร้อนจากการนี้ ได้แก่ ผู้ที่ปลูกสร้างสิ่งกีดขวางในเขตทางรถไฟ และไม่ยอมจะย้าย ไป ดังนั้น ควรมีการจัดหาที่อยู่ใหม่ให้บางชุมชนดังกล่าวด้วย เมื่อเสร็จสิ้นแล้ว สิ่งที่ควรระวังคือ มลภาวะ เช่น เสียง และอากาศ อื่นๆ การบริการให้ประชาชน ได้รับความสะดวกให้เท่าเทียมกัน”

(ประวิทย์ จันรัตน์, พ.ต.อ., สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2548)

**ปัจจัยทางสื่อการประชาสัมพันธ์** ในการประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย ย่อมต้องอาศัยสื่อ(Media) ซึ่งเป็นเครื่องมือ ในการประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

“ได้รับข้อมูลข่าวสารของโครงการนี้จาก พนักงานการรถไฟฯ ได้รับจากสื่อของทาง ราชการและพนักงานรถไฟที่รู้จักกันมากที่สุด ข้อมูลข่าวสาร มีทั้งข่าวสารทั้งโทรทัศน์ เอกสาร และกระดาษแผ่น อยากให้มีความคล่องตัวมากกว่านี้ มีความเห็นด้วยกับโครงการนี้ดีครับ โครงการ นี้มีประโยชน์ การเดินทางจะสะดวกสบายมากกว่าเดิม โครงการนี้จะมีประโยชน์ต่อ คิดว่าทางด้าน การประชาสัมพันธ์จะอย่างไรบ้าง จึงจะทำให้เค้ายินยอม ให้ใช้สื่อให้มากที่สุด เพราะมันเป็น



ประโยชน์ของประชาชน การประชาสัมพันธ์โครงการเพียงพอครับ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์  
แจ้งข่าวสารต่อประชาชน ควรแจ้งข่าวให้ได้มากที่สุด จะดีที่สุด”

(สุวัฒน์ คำนิยม, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2548)

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินงานอย่างมีระเบียบ แบบแผน และ  
มีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับองค์กร ด้วยวิธีที่  
ประชาชนร่วมมือ ยอมรับ และมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย

การมองเห็นว่าเกิดประโยชน์หรือการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage)  
คือ นวัตกรรมนั้นต้องมีแนวโน้มให้เห็นว่าดีกว่าของเดิม มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อเขา ยิ่งเห็น  
คุณค่าและประโยชน์ของนวัตกรรมมากเพียงใด อัตราการยอมรับนวัตกรรมก็เพิ่มขึ้นเร็วด้วยเท่านั้น

“การรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเคย  
รับทราบจาก แผ่นพับและประกาศทางโทรทัศน์ การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ น่าจะมี  
ประชาสัมพันธ์บ่อยๆ โดยเฉพาะประชาชนยังไม่ค่อยได้ทราบมากนัก ได้รับทราบข้อมูลของ  
โ ค ร ร ง ก า ร ร จ า ก สื่ อ  
โทรทัศน์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์และประชาชนคุยกัน จากเจ้าหน้าที่ของโครงการรถไฟ ยังไม่มีเลข  
รับทราบจาก สื่อแผ่นป้าย ที่ติดไว้ตามทางด่วน ตามเขตรถไฟและทางโทรทัศน์ มีความต้องการที่  
จะหาข่าวสารข้อมูลของโครงการนี้เพิ่มเติม อยากจะให้กระจ่างให้มากกว่านี้อยากจะหาข้อมูลจาก  
สื่อให้มากที่สุด คิดว่าน่าจะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบของโครงการให้กับประชาชน  
ทราบ แต่บางชุมชน ยังไม่ยอมย้ายออก ถ้าชุมชนที่คุยกันง่าย ๆ ก็ไม่มีปัญหา แต่การที่จะให้ย้าย  
ออกไปคงยาก เพราะว่าเขาไม่มีที่อยู่ คิดว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการฯ ของการรถไฟ ไม่  
ค่อยเพียงพอเท่าไร การชี้แจงข่าวสาร การบอกข่าวน้อยไป น่าจะมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้  
เพื่อประชาชนจะได้รับรู้”

(ประสิทธิ์ กานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2548)

“ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารว่าจะมีโครงการฯ ได้รับทราบมาจากทีวีเป็นส่วนมาก จะมี  
หนังสือพิมพ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อสร้างโครงการฯ น่าจะมีประโยชน์ในการขนส่งใน  
ภาพรวมของประเทศไทย การเดินทางน่าจะสะดวกขึ้น คิดว่าการรถไฟฯควรจะมีการ  
ประชาสัมพันธ์ในการให้ข่าวสารข้อมูลซึ่งตอนนี้มีน้อยเรื่องการป้องกันการประชาสัมพันธ์  
ระหว่างก่อสร้างไม่ค่อยมี ทุกวันนี้คิดว่าข่าวสารโครงการฯมีน้อย ส่วนมากก็ทีวี หนังสือพิมพ์  
โครงการนี้จะมีประโยชน์โดยรวมกับประเทศไทย ทางด้านการเดินทาง น่าจะสะดวกขึ้น โครงการ

นี้  
 เช็คอินท์ เช็คเอาท์ ได้ที่สถานีรถไฟมักกะสันไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้เลย โดยเฉพาะ  
 ชาวต่างชาติคิดว่าจะมีประโยชน์”

(ปิยะพร ยิ้มฉวี, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2548)

“ได้รับทราบข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโครงการระบบรถไฟฟ้าเชื่อมต่อท่าอากาศยาน  
 ภูมิ ทางสื่อหนังสือพิมพ์ มากที่สุด การรถไฟฯ น่าจะมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ ก็ไม่เห็นมี  
 แผนภูมิให้ประชาชนทราบ ทางเจ้าของโครงการรถไฟก็ไม่น่าเห็นคิดประกาศ ผมก็มาฟังข่าวจากเพื่อน  
 ทั้งนั้น ก็การรถไฟฯ ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้มันมากกว่านี้ แจกใบปลิว แจกข่าวอะไรที่สถานี  
 รถไฟทั่วประเทศ ว่ารถไฟจะมีโครงการฯเสร็จเมื่อไหร่ ใช้ได้เมื่อไหร่ สรุปแล้วการประชาสัมพันธ์  
 มีน้อยมากไป ควรจะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เริ่มใหม่ตอนนี้ก็ยังไม่สายเท่าที่ทราบ  
 โครงการฯ 3 ปีเสร็จ ให้ประชาชนทราบบ้างว่า รถไฟทำอะไรไปถึงไหนแล้วไหน โครงการนี้ก็ควร  
 จะเร่งดำเนินการทั้งหมด ทั้งการประชาสัมพันธ์และการก่อสร้าง แล้วผลประโยชน์ของประเทศชาติ  
 ย่อมมีสูงอยู่แล้ว แต่เร่งทำให้เสร็จเร็วๆ ประชาชนจะได้ใช้บริการครับ”

(ปีเตอร์ หลุย, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2548)

#### 4.3 การสัมภาษณ์ผู้บริหารการรถไฟแห่งประเทศไทย รับผิดชอบด้าน นโยบาย บริหารจัดการ แผนการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ  
 อยู่ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์ เป็นปรัชญาทางสังคมพื้นฐานของการบริหาร คือ อาศัยหลักการ  
 ที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์เบื้องต้น ที่ไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของหน่วยงานแต่เพียงอย่างเดียว แต่  
 คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน

2. การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาทางสังคมที่แสดงออกทางการตัดสินใจที่จะเลือก  
 นโยบาย เพราะทุกสถาบันได้มีการกำหนดนโยบายซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติ โดยผู้บริหารจัดการ  
 เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานขององค์กร นโยบายนั้นได้ครอบคลุมหน้าที่อย่างกว้าง ๆ  
 เป็นการสร้างความรับผิดชอบเบื้องต้นของผู้บริหารชั้นสูง การตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย จึงจะ  
 สะท้อนให้เห็นปรัชญาทางสังคมของการบริหาร โดยการประชาสัมพันธ์ที่ดี

3. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ได้จากนโยบายที่เหมาะสม ซึ่งสะท้อนถึง  
 ปรัชญาทางสังคมของการบริหารหน่วยงานต่าง ๆ บนจุดยืนของการทบทวนพิจารณาว่า ได้ทำอะไร

ที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชนหรือไม่อย่างไร ไม่ใช่พิจารณาว่า ได้พูดอะไรไว้ในถ้อยแถลงนโยบาย

การปฏิบัติตามนโยบาย จึงเป็นความรับผิดชอบของสมาชิกทุก ๆ คนในองค์กร ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนซึ่งต้องมีการติดต่อกับประชาชน จึงมีความจำเป็นที่บุคคลเหล่านี้จะต้องเข้าใจนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อสามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ ดังนั้น จึงเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารที่จะต้องจัดการเกี่ยวกับนโยบายให้เป็นที่เข้าใจ ยอมรับและนำไปใช้ได้ อย่างมีเหตุผลโดยสมาชิกทั้งหมดขององค์กร

4. การประชาสัมพันธ์คือ การติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เป็นวิธีสร้างความเข้าใจร่วมกันด้วยการสื่อสารไปยังประชาชน เป็นการแสดงให้เห็น อธิบายรักษาหรือสนับสนุนนโยบาย เพื่อที่จะรักษาความเข้าใจและการยอมรับจากประชาชน

**วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์** เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดำเนินการของ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่จะให้ผลประโยชน์เป็นที่พอใจของประชาชน แต่หากไม่ได้อธิบายถึงการดำเนินการนั้น ๆ ประชาชนก็จะเสนอคำอธิบายด้วยตัวของพวกเขาเอง โดยอาจเป็นการบอกเล่า การซุบซิบ หรือข่าวลือ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและมีประชาชนอีกหลายกลุ่มที่ประสงค์จะทราบข้อมูลต่าง ๆ ของโครงการฯ ทั้งนี้ประชาชนต้องการข้อมูลเกี่ยวกับโครงการฯ ที่มีผลกระทบต่อชุมชนของตนให้มากที่สุด

**ความหมายของการประชาสัมพันธ์** คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ และธำรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทางการบริหาร ช่วยให้ฝ่ายบริหารคำนึงถึงประชามติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชน

“การประชาสัมพันธ์ของการรถไฟฯ เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยหลักแล้วการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ะครับ เราจะมีภาครัฐจะประชาสัมพันธ์อยู่ในส่วนนี้ ส่วนการรถไฟฯ เราไม่มีการประชาสัมพันธ์กันเต็มที่ เนื่องจากมีแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นระยะๆ เราจะเป็นคนทำแผนแล้วมอบให้บริษัทที่ทำการก่อสร้างไปช่วยประชาสัมพันธ์

โดยเฉพาะเมื่อเริ่มทำการก่อสร้างโครงการนี้ในช่วงตั้งแต่ทำสัญญา มา ตั้งแต่ต้นปี 2548 ก็ได้มีการลงพื้นที่ เราก็จะลงไปสัมผัสกับชาวบ้านชุมชนทั้งหมด นี่ก็เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ เราก็พยายามเจรจา บอกถึงวัตถุประสงค์ของการก่อสร้างเส้นทางดังกล่าว เพื่อให้รู้ย้ายออกไป ปรากฏว่าได้รับความร่วมมือ เราก็พยายามบรรเทาความเสียหาย แต่ขณะเดียวกันก็ต้อง

กลับมาประชาสัมพันธ์ชี้แจงให้ชาวบ้านว่าลักษณะมันเป็นแบบนี้ และจัดหาที่จะหาที่อยู่ใหม่ให้เขา นะครับ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในส่วนที่ทำ เราก็เห็นว่ามันเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาตินะครับในเรื่องการพัฒนาฯ เพราะฉะนั้นเมื่อเค้าเข้าใจ การประชาสัมพันธ์ก็จะมีประโยชน์และให้ความร่วมมือ อันนี้ก็เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

แต่ถ้าถามว่าการประชาสัมพันธ์หลักๆ มีแค่ไหน เพียงใด โดยทั่วไปๆ ก็มีอยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เช่นการปิดถนนโลคอลโลส หรือจะทบเสาไฮโปเวลล์ ประชาชนจะเดือดร้อน เราก็จะลงไปประชาสัมพันธ์มากขึ้น นอกนั้น เราก็จะมีป้ายโฆษณาติดไว้ว่าเป็นเขตทางรถไฟ ถ้าจำเป็นยังไงก็ตามเราก็จะทำเป็นตัวหนังสือ ตัวเลื่อนในจอทีวี เป็นครั้งคราว ก็คงมีหลักๆ เท่านั้น

สำหรับการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เรายังไม่คิดทำ แผนนโยบาย ในภาพรวมถ้าเรามีความจำเป็นหรือเป็นปัญหาเร่งด่วนเราก็จะทำในเชิงรุก ในภาพรวมทั่วไปก็ประชาสัมพันธ์แบบธรรมดาๆ แต่ถ้าเป็นเรื่องจุดเฉพาะ เช่นถ้าไปดำเนินการกับผู้นุกรุก เราก็ต้องทำในเชิงรุกครับ โดยเฉพาะผู้นุกรุกที่ต้องทำการรื้อย้าย อาจจะทำให้โครงการล่าช้า แต่ก็เป็นการกระทำที่ของเราที่ต้องดำเนินการ เพราะเราได้ทำการประชาสัมพันธ์ในเบื้องต้นแล้ว

ในส่วนปัญหาอุปสรรคอื่น เรื่องระบบราชการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การรื้อสาธารณูปโภคของการไฟฟ้าฯ หรือองค์การโทรศัพท์ ก็อาจล่าช้าตามขั้นตอนบ้าง ส่วนที่มีชุมชนบางส่วนไม่รื้อย้าย การรถไฟฯต้องมีมาตรการ วิธีการแก้ปัญหา เราก็ต้องไปประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจ สร้างความเชื่อมั่นว่า โครงการได้ทำจริง ปัญหาหลักคือ เราต้องส่งมอบพื้นที่ให้ทางบริษัทก่อสร้าง ให้เป็นที่เรียบร้อย เป็นปัญหาใหญ่ ปัญหาที่สอง เมื่อการก่อสร้างเรียบร้อย ก็ต้องมีการติดตามควบคุมงานว่า สามารถเป็นไปตามแผนดำเนินงานไหม แผนทำไม่ได้ เพราะอะไร ให้ปัญหาต่างๆ เกิดจากบริษัท ไม่ใช่เกิดจากการรถไฟฯ หรือไม่ควรเกิดจากภาครัฐนะครับ เพราะฉะนั้นถ้าภาครัฐ มีแผนการดำเนินงานที่ดี มีการควบคุมตรวจสอบประเมินผลแล้ว เชื่อว่าทุกคนต้องการให้ประเทศชาติเจริญ ฉะนั้นสิ่งสำคัญก็คือ ภาครัฐก็ต้องอยู่อย่างนิ่งเฉย”

(ยุทธนา ทัพเจริญ, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2548)

**หลักการประชาสัมพันธ์** ต้องมีการติดต่อสื่อสารเป็นหลักสำคัญต่อการมีปฏิริยาโต้ตอบต่อกันในสังคม เพราะเป็นกระบวนการถ่ายทอดทัศนคติ รับผิดชอบเพื่อทำความเข้าใจต่อกันโดยมีภาษาเป็นสื่อ และการติดต่อสื่อสาร ความแตกต่างกันไปตามสภาพของสังคมหรือชนชั้นต่างๆ โดยมีภาษาเป็นสื่อ และการติดต่อสื่อความหมายแตกต่างกันไปตามสภาพของสังคมหรือชนชั้นต่างๆ โดยมีบุคคลอย่างน้อย 2 คน คือ ผู้ส่งกับผู้รับ สัญลักษณ์ในการติดต่อ ซึ่งอุปสรรคของการติดต่อสื่อความหมายเกิดขึ้นได้เสมอ ถ้าหากทั้งสองฝ่าย ไม่สามารถเข้าใจความหมายของ

สิ่งที่ถ่ายทอดแก่กันหรือสิ่งที่ต้องการสื่อสาร เกิดการเข้าใจผิด บิดเบือน กำกวม ฯลฯ ความไม่เป็นระเบียบอาจเกิดขึ้นได้ เพราะโอกาสที่คนจะไม่เข้าใจกัน แม้จะใช้ภาษาเดียวกัน ย่อมมีได้เสมอ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสาร เป็นสิ่งจำเป็นในการถ่ายทอดความคิดหรือทัศนคติของบุคคลและกลุ่มในการมีความสัมพันธ์ต่อกัน ให้ความร่วมมือ ขอมรับการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

“การประชาสัมพันธ์ของการรถไฟฯ เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้ส่งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมายของการรถไฟฯ ลงพื้นที่ไปสำรวจ เพื่อไปพูดคุยกับชาวบ้าน เพื่อให้ทราบว่า จะมีอะไรเกิดขึ้นในพื้นที่บริเวณนั้นๆ พร้อมทั้งสำรวจความเป็นอยู่ของชุมชนในการที่จะต้องใช้หรือย้ายออกไป มีแนวทางหรือช่องทางใดที่จะเกิดความเข้าใจ และได้จัดทำรายการผู้บุกรุกว่า ชุมชนนี้มีกี่ครัวเรือน ชุมชนต่างๆ ที่เจ้าหน้าที่เข้าไปพูดคุยก็มีความเข้าใจ แต่การรื้อย้ายก็เป็นความเดือดร้อนของเขา จึงเป็นเรื่องธรรมชาติที่ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกะทันหัน ก็ต้องต่อต้านเป็นเรื่องธรรมดา โดยได้มีการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์เฉพาะ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ ให้ประชาชนทั่วไปรับทราบ หากเห็นว่า เป็นเรื่องผลกระทบกับประชาชนโดยส่วนรวม เช่น การปิดถนน ก็จะแจ้งไปทางรายการวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน 191 หรือแม้แต่การทำแผ่นพับ แจกตามสี่แยก รวมทั้ง คิดป้ายประชาสัมพันธ์ มีการดำเนินการต่างๆ โดยใช้สื่อหลายๆ ทาง สำหรับการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปทราบ หากเป็นผู้ที่บุกรุกเราถือว่า ได้รับผลโดยตรง ส่วนประชาชนทั่วไปเราถือว่าเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยทางอ้อม และได้เคยไปประชาสัมพันธ์โดยรวมกับเขตพื้นที่ที่มีการบุกรุกพร้อมกับ สก. สข. ในพื้นที่ ก็จะทราบกันทุกชุมชน เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดี ก็คือ การพบปะร่วมกันทั้งสองฝ่าย

โครงการในการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกไม่มี เนื่องจากได้ใช้วิธีเข้าไปเจรจาเป็นรายครัวเรือน เพื่อตกลงเงื่อนไขการรื้อย้าย ก็ได้ผลดี แต่เมื่อมีปัญหา ผู้ใหญ่ก็ได้ให้นโยบายว่า อย่างไม่ไรก็ต้องย้าย ก็จะต้องมีมาตรการที่เข้มงวดกับเขา แต่จะเป็นมาตรการระดับไหนนั้น ก็ยังไม่ได้คุยกัน เพราะตอนนี้ก็อยู่ในขั้นที่เราเริ่มมีเงินไปเจรจาเท่านั้น และเมื่อถึงวันนั้นการเจรจาอาจทำได้ง่ายขึ้นก็ได้

ในปัจจุบันมีปัญหา และอุปสรรคในการปฏิบัติงานของโครงการฯ อีกประการหนึ่งคือ จำนวนของผู้บุกรุกที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลาทุกวัน ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเข้ามาบุกรุกรายใหม่เพิ่มขึ้นจากเดิม หรือการต่อเติมขยายครอบครัวยของผู้บุกรุกรายเดิม ซึ่งใช้ระยะเวลาที่รวดเร็วมาก หนึ่งวันหรือครึ่งวัน ก็สร้างที่อยู่เสร็จ ทำให้มีปัญหาอุปสรรคมาก

มาตรการ ค่าร้อยละ และแนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรค โดยการรถไฟฯ ได้มีมาตรการ คือการรถไฟฯ มีพื้นที่อยู่ ที่สามารถรองรับให้ผู้บุกรุกเลือก เช่นที่ หัวตะเข้ ตลิ่งชัน ฯลฯ ก็ได้ขอให้ ผู้บุกรุกไปเลือกพื้นที่เหล่านั้น แต่เมื่อผู้บุกรุกไปดูพื้นที่แล้ว ก็จะเกิดปัญหาเรื่องที่ทำกิน อยากรู้ได้ พื้นที่ที่เจริญ เพื่อที่สามารถทำกินได้ง่าย เช่น ย่านประตูน้ำ หรือตลาดสวนจตุจักร ฯลฯ ซึ่งเป็นไปได้ยาก

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา อุปสรรค ซึ่งได้รายงานให้ผู้บังคับบัญชารับทราบแล้ว และบางชุมชนที่ได้เข้าไปทำความเข้าใจและทำความเข้าใจ ก็ยินดีที่จะย้ายออกไป เพราะชุมชน ทราบว่าอย่างไรก็ตามโครงการฯ ก็จะต้องดำเนินต่อไป เพียงแต่ในขณะนี้ติดแค่เรื่อง ค่าขนย้าย ซึ่ง ความต้องการของแต่ละครัวเรือนไม่เท่ากัน และประเด็นที่สอง เมื่อมีความต้องการของแต่ละ ครัวเรือนไม่เท่ากัน การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อที่จะไปผลักดันก็ทำได้ยาก เนื่องจากการ อธิบายถึงเหตุผลที่แต่ละราย ขอค่าร้อยละไม่เท่ากัน เมื่อนำวิธีคำนวณค่าขนย้ายตามขนาดพื้นที่ ของแต่ละครัวเรือนก็มีปัญหา คือ บางครอบครัวมีพื้นที่ขนาดเล็กแต่อยู่อาศัยกัน 7 – 8 คน ก็จะขอค่า ร้อยละมาก แต่ในรายที่อยู่อาศัยในพื้นที่ขนาดใหญ่แต่อยู่อาศัยเพียง 2 – 3 คน ก็พอใจกับค่าร้อยละ และในการเจรจาหลังจากการสำรวจแล้ว ต้องกลับมาทำหลักการ เพื่อจะมาเบิกสำหรับจ่ายให้ผู้บุกรุก เป็นค่าขนย้าย ตามหลักเกณฑ์แล้วก็ให้ทำการร้อยละทันที โดยขอถ่ายสำเนาบัตรประชาชนของผู้บุกรุกไว้เป็นข้อมูลหลักฐานต่อไป เพราะส่วนใหญ่ผู้บุกรุกจะเป็นรายเดิมๆ และที่สำคัญมีผู้บุกรุกเพิ่มขึ้น ตลอดเวลา

ในปัจจุบันได้เริ่มมีการจ่ายค่าร้อยละไปบ้างแล้ว ประมาณ 40 – 50 ครัวเรือน โดยเริ่ม จากชุมชนริมทางรถไฟ เช่น ชุมชนเกาะลอย (อ. โศภ) ที่สามารถตกลงกันได้ โดยมีเงื่อนไขที่ยอมรับ ได้ ก็จะเข้าไปดำเนินการก่อน แต่ก็ยังมีบางชุมชนที่มีปัญหา เช่น ชุมชนหลังโรงพยาบาลเดชา แต่ก็ คาดว่าจะเร่งดำเนินการร้อยละได้หมดทันตามกำหนด”

(สุรณ เจตน์เกษกรรณ์, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2548)

ทั้งนี้ ผลการสัมภาษณ์จากกล่าวโดยรวมได้ว่า การประชาสัมพันธ์ ช่วยลดช่องว่างแห่ง การสื่อสารในสังคม สร้างความรู้ความเข้าใจในสังคม สร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนรวม เกิดความร่วมมือ ยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แต่ต้องอาศัยช่องทางหรือแหล่งการเผยแพร่ต่อด้วย สื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อบุคคล โ ค ย เ ฉ พ า ะ ผู้นำชุมชน โดยการนำข้อมูลข่าวสารทั้งของการรถไฟแห่งประเทศไทยและแหล่งอื่นๆ จากภายนอก ชุมชนไปสู่ประชาชนในชุมชน รวมทั้งมีบทบาทในการกระตุ้นหรือชักจูงประชาชนในชุมชนให้

ปฏิบัติตามได้ โดยการยอมรับในการดำเนินงานก่อสร้าง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

DRPU

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาสื่อการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชน ที่ได้รับผลกระทบเกิดการยอมรับในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคของสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้วยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้ระเบียบวิธีการสำรวจข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยการสำรวจ (Survey Research) ประกอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งกับ ผู้นำชุมชน หรือประชาชนของชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และประชาชนผู้โดยสารรถไฟในช่วงระยะทางเส้นทางรถไฟของโครงการฯ (ระหว่างสถานีมีกกะสัน - สถานีลาดกระบัง) หรือชุมชนใกล้เคียงแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การสำรวจข้อมูลจากเอกสารมีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ และปัจจัยในการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทั้งนี้ ขณะทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ เป็นระยะของการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ จึงมุ่งเน้นเฉพาะผลกระทบกับประชาชนต่อคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคมสิ่งแวดล้อม การรื้อย้ายในระยะการก่อสร้าง รวมทั้งปัญหาอุปสรรคและมาตรการรื้อย้าย การชดเชยทรัพย์สิน การประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ จะมีส่งผลให้ประชาชนมีพฤติกรรมการยอมรับ ร่วมมือในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ อย่างไร โดยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และมาตรการเกี่ยวกับโครงการฯดังกล่าวได้ถูกนำมารวบรวมไว้ในแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง



(Structured Interview) ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมการยอมรับของประชาชน ทั้งที่ได้รับผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้นำชุมชนหรือประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งกับผู้นำชุมชนหรือประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ชุมชนมีจำนวนรวม 16 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารนโยบายและผู้อำนวยความสะดวกโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวน 2 คนรวมทั้งสิ้น 18 คน โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ประชาชนประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล การได้รับทราบ ข้อมูล ข่าวสาร แหล่งหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ปัญหา อุปสรรค ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ รวมทั้งลักษณะพฤติกรรมยอมรับต่อการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่รับผิดชอบโครงการฯ ประกอบด้วย นโยบาย แผนการประชาสัมพันธ์

การเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจ (Survey Research) นอกจากการสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชนหรือประชาชนของชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ แล้ว ยังประกอบด้วย การสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนใกล้เส้นทางรถไฟของโครงการฯ หรือผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟในช่วงเส้นทางของโครงการฯ ซึ่งเป็นเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ในช่วงระยะทางของโครงการฯ ระหว่างสถานีมักกะสัน - สถานีลาดกระบัง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือในพื้นที่ที่ทำการสัมภาษณ์ในขณะนั้น ที่ยินยอมให้สัมภาษณ์ โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จนถึง 65 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ วิดีโอบันทึกภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ สถิติร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารและการติดตาม แสวงหาข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการฯ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวนรวม 300 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 165 คนหรือร้อยละ 55 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปีมีจำนวน 93 คนหรือร้อยละ 31 ด้วยการประกอบอาชีพอิสระ เช่น รับจ้างทั่วไปเป็นจำนวนถึง 125 คนหรือร้อยละ 42 โดยมีรายได้เดือนละ 5,001- 8,000 บาทเป็นจำนวน 91 คนหรือร้อยละ 30 สำหรับการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนมากในจำนวน 133 คนหรือร้อยละ 44.3 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา/เทียบเท่า(ป.1-ป.6)

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ จากการศึกษาของ Rogers (1962 : 306) กล่าวถึงโครงสร้างของกระบวนการยอมรับ ในส่วนแรกคือ สิ่งที่มีอยู่เดิม (Antecedents) ในส่วนนี้คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรสิ่งที่มีอยู่เดิมก่อนการเผยแพร่นวัตกรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ๆ แรก คือ ลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล ได้แก่ ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อมั่น ความสามารถทางสมอง ทักษะความคิดรวบยอด สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ตลอดจนการติดต่อกับโลกภายนอก และการเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่ง Rogers เชื่อว่า มีผลทำให้เกิดความแตกต่างในการยอมรับ

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้คือ ประชาชนสามารถแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการฯ ได้จาก สื่อบุคคล มากที่สุดคือ ผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน และเจ้าหน้าที่/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ มีจำนวน 153 คนหรือร้อยละ 60 ประกอบกับการที่ประชาชนสามารถแสวงหาหรือติดตาม ข่าวสาร ข้อมูล โครงการพัฒนาอื่นๆหรือความเคลื่อนไหวของชุมชนได้จาก ผู้นำชุมชน มากที่สุดเช่นเดียวกันซึ่งมีจำนวน 159 คนหรือร้อยละ 53

ทั้งนี้ จากผลการวิจัยข้างต้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ช่องทางหรือแหล่งที่ ติดตาม แสวงหา และแพร่กระจาย ข้อมูล ข่าวสาร โครงการฯ ได้มากที่สุดคือ ผู้นำชุมชน หากพิจารณาในภาพกว้างได้สอดคล้องกับหลักนิเทศศาสตร์(ปรมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวว่า อายุ การศึกษา และเพศ มีความแตกต่างกัน ในเรื่อง ความคิด ค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรม

ที่เป็นดังนี้ อาจเกิดจากการได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์จาก สื่อการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยมาก ชาวชุมชนจึงเป็นผู้ให้ข่าวสารเอง จึงได้เกิดข่าวลือต่างๆขึ้นมาในชุมชน โดยไม่ทราบแหล่งที่มาหรืออ้างอิงต้นตอของข่าวลือนั้นได้ ประกอบกับในช่วงการศึกษาวิจัยโดยการเก็บข้อมูล เป็นช่วงระยะเวลาการก่อสร้างโครงการฯ ที่ส่งผลกระทบต่อตรงกับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ ชาวชุมชนมีความวิตกกังวล หวาดระแวงต่อความไม่มั่นคงในที่พักอาศัย ความไม่แน่นอนต่อกำหนดเวลาที่จะต้องรื้อย้ายและค่าชดเชยที่ยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนนั้น ประชาชนในชุมชนจึงต้องการข้อมูล ข่าวสาร หรือความเคลื่อนไหวใดๆ ที่เกี่ยวกับชุมชนและ

ครัวเรือนตน แม้กระทั่งจะเป็นข่าวร้ายก็ตาม ดังนั้น ชาวชุมชนจึงได้สอบถามเรื่องต่างๆจากผู้ที่เกี่ยวข้องได้ และมีอิทธิพลต่อชาวชุมชนมากที่สุดคือ ผู้นำชุมชน เป็นหลัก ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ (Two-step Flow Theory) โดยหากมีการประชาสัมพันธ์จากผู้รับผิดชอบโครงการฯ เป็นผู้ส่ง ไปยัง ผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นตัวแทนของชุมชนที่เป็นสื่อบุคคล ซึ่งมีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารต่อไปยังผู้รับ คือ ประชาชน ที่มีความสัมพันธ์ทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มต่างๆในชุมชนด้วยกัน ดังนั้น ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ จึงมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องนี้ และเพื่อเป็นกรอบอธิบายลักษณะการไหลของข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้ถูกต้อง จากการที่ชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ เป็นชุมชนที่มีลักษณะการรุกเข้ามาปลูกสร้างที่พักอาศัยกัน 1-2 ครัวเรือนก่อนจนขยายกลายเป็นชุมชนขึ้นในแนวเขตเส้นทางรถไฟ เรียงตามแนวขนานไปกับสองข้างทางรถไฟ โดยมีวิถีชีวิตด้วยการใช้ทางรถไฟเป็นพื้นที่หลักในการดำเนินชีวิต ทั้งเป็นพื้นที่พักอาศัย ประกอบอาชีพหาเลี้ยงครอบครัว และใช้เป็นเส้นทางสัญจร เป็นสถานที่พักผ่อน ที่ชุมนุมพบปะสังสรรค์ เป็นสนามเด็กเล่น ใช้นั่งสนทนากันบนสันรางรถไฟเป็นกิจวัตรประจำวัน จึงมีความผูกพันใกล้ชิดกัน โดยมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มสังคมเดียวกันเป็น ประชาสังคม(Civil Society) เพื่อสร้างพลัง มีการวิเคราะห์และร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยคนในชุมชนเอง สร้างความมั่นคง มีส่วนร่วมในการสื่อสาร แจ้งข่าวสาร ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อพัฒนาความรู้ร่วมกันต่อสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมมือกันหาหนทางแก้ไขปัญหา ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นการตระหนักถึงสิ่งที่ชุมชนประสบอยู่ และการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน อันก่อให้เกิดกระบวนการแก้ไขปัญหาหรือวิธีการในการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเองได้ในระดับหนึ่ง บางชุมชนยังเข้าเป็นเครือข่ายองค์กรสลัมศึกษา โดยบุคคลที่ชาวชุมชนให้ความเชื่อถือมากที่สุดคือ ผู้นำชุมชน ทั้งแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ซึ่งได้เคยมีบทบาทเป็นผู้นำชุมชนนั้นมาก่อน ซึ่งได้หมดวาระคราวละ 2 ปีแล้ว แต่ยังได้รับการยอมรับนับถือจากประชาชนอยู่กับผู้นำในระดับสมาชิกสภาเทศบาลที่รับผิดชอบการบริหารและการปกครองท้องถิ่นนั้น จึงถือได้ว่าเป็น ผู้นำชุมชน แบบไม่เป็นทางการในชุมชนนั้นด้วย ตรงกับการแบ่งประเภทของผู้นำท้องถิ่น ที่มีทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังที่ ทนงศักดิ์ คุ่มไชนะ และคณะ(2534) ได้กล่าวไว้ในงานเขียนเรื่องการพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติ ที่ว่า “ผู้นำท้องถิ่นที่ไม่เป็นทางการคือ บุคคลที่ชาวบ้านให้การยอมรับ เคารพนับถือ แต่มิได้มีตำแหน่งหน้าที่ในชุมชน ที่เป็นทางราชการหรือทางการส่วนมากจะเป็นผู้มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว” แสดงให้เห็นว่า ผู้นำท้องถิ่น เป็นผู้ทางความคิดที่มีบทบาทต่อชุมชน มีหลายระดับ คือ ผู้นำที่เป็นทางการและผู้นำที่ไม่เป็นทางการ รวมทั้งผู้นำในระดับสมาชิกสภาเทศบาลที่รับผิดชอบการบริหารและการปกครองท้องถิ่น

สำหรับระยะเวลาการพักอาศัยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 5 ปีขึ้นไปมีจำนวน 227 คนหรือร้อยละ 76 โดยมีลักษณะที่อยู่อาศัย เป็นบ้านตนเองในที่บุกรุกจำนวน 132 คนหรือร้อยละ 44 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนกรุงเทพมหานครหรือเป็นคนท้องถิ่นมีจำนวนถึง 161 คนหรือร้อยละ 54 ด้วยเหตุผลที่มาพักอาศัยอยู่ในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ เพราะไม่มีที่อยู่อาศัยในกรุงเทพและเป็นพื้นที่ที่มีค่าครองชีพต่ำสามารถหารายได้เลี้ยงชีพได้สะดวกด้วยการประกอบอาชีพอิสระต่างๆ ได้ง่าย ยังใช้บริเวณริมเส้นทางรถไฟสายตะวันออกทั้งสองข้างเป็นช่องทางสัญจร

## ส่วนที่ 2 การได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

จากการศึกษาการได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบว่า การก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกปัจจุบันถึงร้อยละ 80 โดยได้ทราบจากเจ้าหน้าที่/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ มากที่สุดคือร้อยละ 27, มีการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีร้อยละ 66 จาก ผู้นำชุมชน มากที่สุดคือร้อยละ 34, ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ได้มีแนวทางและมาตรการ ชดเชยทรัพย์สิน เช่น ค่า รื้อย้าย ค่าพาหนะ ค่าขนย้าย ให้กับประชาชน/ครัวเรือนริมทางรถไฟที่ได้รับผลกระทบโดยตรงมี ร้อยละ 52 จาก ผู้นำชุมชน มากที่สุดคือร้อยละ 46.2, ข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิก่อนการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีร้อยละ 71 จาก ผู้นำชุมชน มากที่สุดคือร้อยละ 31.3

เมื่อพิจารณาถึงการได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการฯ จาก ผู้นำชุมชน มากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ

ทั้งนี้ หากมองย้อนกลับไปในผลการวิจัยในส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ถึงช่องทางหรือแหล่งที่ได้รับข้อมูล ข่าวสาร โครงการพัฒนาฯหรือความเคลื่อนไหวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (จำนวน 159 คนหรือร้อยละ 53) ได้จาก ผู้นำชุมชน มากที่สุด รวมทั้งการติดตามหรือแสวงหา ข่าวสาร ข้อมูล ที่ต้องการได้จาก สื่อบุคคล มากที่สุดคือ ผู้นำชุมชนฯ (จำนวน 153 คนหรือร้อยละ 60) จึงเห็นได้ว่า ประชาชนเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่เชื่อถือได้ ที่ใกล้ชิดมากที่สุด ดังนั้น จากผลการศึกษาวิจัยนี้ เป็นการตอกย้ำถึงความสำคัญของ ผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น ตามที่ สัญญา สัญญา วิวัฒน์ ได้กล่าวไว้ว่า ผู้นำท้องถิ่น เป็นตัวสื่อความคิดสองทางเป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารสอง จังหวะ (Two-way Communication) และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสังคมประกิด

(Socialization) ที่แสดงถึง การเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) ระหว่างกันของคนในชุมชนใน ลักษณะของการถ่ายทอด ข้อมูล ข่าวสารและรับฟังปัญหา ความต้องการต่างๆ รวมถึงสถานการณ์ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

แต่สำหรับสื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 8 และสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 1.2 ที่ประชาชนได้รับข้อมูล ข่าวสาร น้อยที่สุด ทั้งที่ ควรเป็นสื่อหลักที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดังเช่นงานวิจัยของ ชลันทิพย์ ประดับพงษา(2543) “ที่โครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อหลัก ในการประชาสัมพันธ์โครงการฯ” ที่เป็นเช่นนี้ อาจเกิดจากการใช้สื่อดังกล่าวในจำนวนน้อย จึงทำ ให้การเผยแพร่กระจายข้อมูล ข่าวสาร ไม่ทั่วถึงและไม่ต่อเนื่อง ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง จึง ขาดความน่าสนใจลงไป ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการศึกษาในระดับต่ำ เพียงระดับ ประถมศึกษา จึงต้องใช้เวลาในการทำงานให้มาก เพื่อหาเลี้ยงครอบครัว เป็นเหตุให้ไม่มีเวลา ติดตามข้อมูล ข่าวสาร เท่าที่ควร ประกอบกับ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ใช้เจ้าหน้าที่ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในพื้นที่โครงการฯ ยังเป็นเจ้าหน้าที่ที่มาช่วยงานเท่านั้น โดยมีงานประจำ

อยู่ แ ล้ว

ที่สำคัญไม่มีความรู้ทางด้านประชาสัมพันธ์โดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532) เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีภาระหน้าที่ประจำอยู่แล้วและไม่มี ความรู้ด้านนี้โดยตรง ยังเป็นแนวทางเดียวกันกับงานวิจัยของ อรุณบล ภูบัวเฟื่อน(2532) ที่พบว่า ธุรกิจทุกประเภท มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นอิสระ แต่มีปัญหาการดำเนินงานที่พบคือ ปัญหา การขาดแคลนบุคลากร ผู้บริหารกิจการไม่ให้ความสำคัญและงบประมาณไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้อง กับ ดร. เร็กซ์ เอฟ ฮาร์โลว์ (Dr. Rex F. Harlow) แห่งสถาบันการวิจัยและการศึกษาทางด้านการ ประชาสัมพันธ์ ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ ภาระหน้าที่ของ ฝ่ายบริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ และธำรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้ เกิดความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทางการบริหาร ช่วยให้ฝ่ายบริหาร คำนึ่งถึงประชามติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือผลประโยชน์ของประชาชน รวมทั้ง การช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิค การติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรมเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ดังที่ Wilbur Schramm(1978) ได้อธิบายการถ่ายทอดข่าวสารในลักษณะนี้ว่า ข้อมูล ข่าวสารหรือความ คิดเห็นใดๆ จะถูกส่งผ่านจากสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์/วิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ ไปยังผู้นำชุมชนหรือ ผู้นำทางความคิด ซึ่งจะเป็นผู้ถ่ายทอดไปยังกลุ่มประชากรที่มีการโต้ตอบกับสื่อมวลชนต่ำ (The

less active section of population) นอกจากนี้ยังแสดงถึงอิทธิพลและบทบาทของ ผู้นำชุมชน ในฐานะสื่อบุคคลและประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็น การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร สามารถถ่ายทอด ข้อมูล ข่าวสาร ซ้ำในเวลาเดียวกัน สามารถสร้างความกระจำให้กับ ปัญหาที่คลุมเครือ จึงอาจกล่าว ได้ว่า ผู้นำชุมชน มีทั้งที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ โดยประชาชนให้ความเชื่อถือสูง เป็น ผู้คุ้มครองช่วยเหลือชุมชนและประชาชน ให้มีความมั่นคง สามารถเข้าพบได้ง่าย มีความใกล้ชิด ปรึกษาเรื่องต่างๆ ได้เสมอ โดยเฉพาะปัญหาในการดำเนินชีวิต ผลกระทบทางเศรษฐกิจสังคม ด้าน คุณค่า คุณภาพชีวิต ความไม่มั่นคงของที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Johan Galtung เรื่อง ความจำเป็นพื้นฐานทางด้านร่างกาย (Bio-physical Needs) ที่ประชาชนพึงได้รับ โดยที่รัฐหรือ องค์กรของรัฐจะต้องสนับสนุนให้ประชาชนบรรลุถึงความจำเป็นดังกล่าว โดยอาศัยการให้ความ ร่วมมือ มีส่วนร่วมจากประชาชน( Johan Galtung, “Self Reliance,” อ้างใน กฤษ เพิ่มทันจิตต์, 2530 : น. 12)

จะเห็นได้ว่า สื่อบุคคล ทั้งผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน และเจ้าหน้าที่/ ผู้รับผิดชอบโครงการฯ มีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทาง รถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไปสู่คนในชุมชนได้นั้น ดังเช่น การสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ โครงการฯ ได้กล่าวไว้ว่า “ได้ให้คณะทำงานฯ เข้าไปประชุมพูดคุยกับผู้นุกรุกบ่อยมาก และได้เคย ประชาสัมพันธ์โดยรวมกับเขตพื้นที่ที่มีการบุกรุกพร้อมกับ สก. สข. ในพื้นที่ที่จะทราบกันทุก ชุมชน เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดี ก็คือ การพบปะร่วมกันทั้งสองฝ่าย การที่ผู้นำชุมชนหรือ ตัวแทนชุมชน ที่เข้าร่วมประชุมพูดคุยในคณะทำงานฯ ได้มีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่ ได้รับฟังจากการประชุมไปสู่คนในชุมชนนั้น” ผลการศึกษายังสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารสอง ฝั่ง (Two - way Communication) ที่สารถูกถ่ายทอดจากแหล่งสารหรือตัวผู้ส่งสารที่เป็น คณะทำงานฯ ไปยังบุคคลที่เราเรียกว่า ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ในที่นี้คือ ผู้นำชุมชน จากนั้นสารจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้ตามความคิด นั่นคือ ประชาชนในชุมชน โดยมี การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในลักษณะต่างๆ

ผลการศึกษาวิจัยที่ได้ ยังแสดงถึงการปะทะสังสรรค์ระหว่างชุมชนกับองค์กรภายนอก หรือเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในพื้นที่โครงการ และการปะทะสังสรรค์ระหว่างคนภายในชุมชนกันเอง ที่มีการสื่อสาร โดยสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือถ่ายทอดความคิดเห็น ข้อมูล ข่าวสาร ความ เคลื่อนไหวและสภาพปัญหาต่างๆ การปะทะสังสรรค์เกิดขึ้นในรูปแบบการให้ความร่วมมือ หรือ เกิดความขัดแย้งที่ไม่เป็นไปตามความต้องการของประชาชนบางชุมชน ที่อาจเกิดขึ้นระหว่าง เจ้าหน้าที่ของผู้รับผิดชอบโครงการฯหรือผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการฯกับประชาชนในชุมชนนั้น

ได้ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลภายนอกชุมชนที่ ผู้นำชุมชน ได้เข้าไปปรับทราบ ข้อมูล ข่าวสารฯ จากนั้น ผู้นำชุมชน ยังแสดงบทบาทการเป็นสื่อบุคคล ที่นำข้อมูล ข่าวสาร จากภายนอกนั้นมาถ่ายทอดสู่ ชุมชน แสดงถึง การเคลื่อนไหว การติดต่อสัมพันธ์กันภายในสังคมชุมชน ในทางกลับกัน การติดต่อสัมพันธ์กัน ยังเกิดจากฝ่ายประชาชนเอง ที่เป็นผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง โดยการ สอบถามข้อมูล ข่าวสาร จากผู้นำชุมชน ที่เป็นบุคคลที่ตนให้ความเชื่อถือ ที่ใกล้ชิดมากที่สุด ซึ่ง รูปแบบการเกิดปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวเกิดขึ้น โดยการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยง ที่ช่วยให้ปัจเจกชนใน ชุมชนแสดงถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ที่สำคัญยังเป็นการแสดงความคิดเห็นและเรียนรู้ ความ เป็นไปต่างๆ เกี่ยวกับปัญหา ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดกับชุมชนหรือครัวเรือนของตน ซึ่ง สอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องการสื่อสาร (Communication Theory) ที่มีผู้นิยามความหมายของ การสื่อสารไว้ บุญเลิศ ศุภจิตก(2534) ได้ให้นิยามของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร เป็นความ พยายามของมนุษย์ที่ต้องการแลกเปลี่ยน(SHARE) ข่าวสาร(INFORMATION) หรือความคิด (IDEAS)ระหว่างกันเอง” ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการนั้นหมายความว่า การสื่อสารนั้นมีลักษณะ เปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องตลอดเวลา กล่าวคือ ไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดในตัวมันเอง (ชลัท มนต์ไทรเวศย์, 2540 : 8) ประกอบกับ ประมะ สตะเวทิน (2533) ให้ความหมายว่า การสื่อสารคือ กระบวนการถ่ายทอดสาร (MESSAGE) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า “ผู้ส่งสาร” (SOURCE) ไปยัง บุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ผู้รับสาร” (RECEIVER) โดยผ่านสื่อ (CHANNEL) ต่างๆ (ประมะ สตะเวทิน, 2529 : 14-17)

### ส่วนที่ 3 ลักษณะการยอมรับ ต่อการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การรวบรวมการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และปัจจัยทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อ การยอมรับการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากการ ดำรวจเอกสารและการสัมภาษณ์ โดยมีลักษณะการยอมรับได้ 19 ลักษณะ ผลการศึกษาวิจัยสามารถ แบ่งได้เป็น 4 อันดับ เพื่อนำมาเป็นเครื่องชี้วัดลักษณะการยอมรับของประชาชน ผลการศึกษา ลักษณะการยอมรับ อันดับแรก คือ ควรมีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มี รายละเอียด มากขึ้น ถึงร้อยละ 79.5 อันดับสองคือ การยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิร้อยละ 77.3 อันดับสาม คือ การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยง ระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวงเป็นสิ่งจำเป็นร้อยละ 76 ซึ่งอาจกล่าวสรุปได้ว่า ลักษณะการยอมรับ ต่อการดำเนินงานโครงการฯ ได้มากที่สุด คือ การจัดให้มีประชุมชี้แจง เกี่ยวกับ โครงการฯให้มากขึ้น มีรายละเอียด มากขึ้น นั่นคือ การให้บุคคลที่เป็นที่รู้จักหรือที่ยอมรับ เชื่อถือ

ในชุมชนคือ ผู้นำชุมชน ได้เข้าร่วมประชุมกับคณะทำงานของโครงการฯ เพื่อให้มีการยอมรับในโครงการฯ นั้นเสียก่อน เพื่อชักนำ จูงใจให้ชาวชุมชนได้มีการยอมรับโครงการฯ ต่อไป

สำหรับลักษณะการไม่ยอมรับเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากที่สุด คือ การก่อสร้างทางรถไฟ ผ่าน/ทับที่อยู่อาศัยของคนมีถึงร้อยละ 39 รองลงมาคือ ไม่ยอมรับการมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ ร้อยละ 25.3

ในส่วนกลุ่มตัวอย่างมีการไม่แน่ใจในปริมาณที่สูงพอควร คือ การก่อสร้างโครงการฯ จะเป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเดิมร้อยละ 36 ทั้งนี้ ในขณะที่ทำการศึกษาวิจัย เป็นระยะการก่อสร้างโครงการฯ ตามลักษณะหรือรูปแบบโครงสร้างแล้ว ซึ่งควรจะพิจารณาหรือสังเกตเห็นเองได้ อาจเกิดจากการไม่มีเวลาสนใจหรือไม่มี ข่าวสาร ข้อมูล ที่เพียงพอ ไม่ทั่วถึงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ ไม่เป็นไปในรูปของการติดต่อสื่อสารกันได้สองทางหรือไม่เป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ (Two-way Communication) คือ องค์การของรัฐมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนน้อยมาก หรือแพร่กระจายไม่ทั่วถึง ขณะเดียวกันก็ไม่ได้เปิดรับฟัง ความคิดเห็น ความต้องการของประชาชน ดังนั้น ประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จึงไม่ให้ความสนใจต่อรูปแบบหรือลักษณะของโครงสร้าง ขาดความรู้ ความเข้าใจ จึงไม่ใส่ใจต่อการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อม

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงวิถีทางการดำเนินชีวิตอย่างกะทันหัน จำต้องให้เวลาเตรียมตัวเตรียมใจบ้างพอควร โดยเฉพาะประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ในขณะที่มีการประชาสัมพันธ์มีน้อยมากหรือแพร่กระจายไม่ทั่วถึง ถึงแม้ว่าจะเป็นโครงการฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศชาติ ที่ให้ความสะดวกสบายกับลูกหลานและประชาชนส่วนใหญ่ก็จริง แต่เนื่องจากการรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไปจากแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ซึ่งเป็นถิ่นที่พำนักมาเป็นเวลานาน ทำให้เกิดการรักท้องถิ่น มีความผูกพันถือเป็นถิ่นกำเนิด ส่งผลกระทบท่อจิตใจทำให้ยากต่อการรื้อย้ายออกไปได้โดยง่าย ประกอบกับต้องย้ายสถานที่ประกอบอาชีพ และ โรงเรียน สถานการศึกษาของบุตรหลาน ทำให้อาจขาดรายได้เลี้ยงชีพหรือมีรายได้น้อยลง และมีความวิตกกังวลต่อความไม่มั่นคงต่อการดำเนินชีวิตต่อไป ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ซึ่งเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่รัฐหรือองค์การของรัฐ จะต้องดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วยเช่นกัน



### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยขออภิปรายผลการศึกษาวิจัยโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ตามลำดับดังนี้

1. การยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า มีการยอมรับได้เกี่ยวกับการดำเนินงานใน 5 กรณีที่สำคัญ คือ กรณีควรให้มีการประชุมชี้แจง เกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากกว่านี้, กรณีการพัฒนากระบวนการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น, กรณีการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, กรณีการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ทำงานอยู่อาศัย, กรณีโครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว จะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการยอมรับ(Process of Adoption) ด้วย สภาพทางเศรษฐกิจ คือ ท้องที่ที่เจริญมากกว่าจะมีแนวโน้มของการยอมรับมากกว่าและเร็วกว่า, ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการสื่อสาร, การมีส่วนร่วมในสังคม, มีความเป็นสากล, ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งทั้งหมด ผู้ยอมรับเร็วจะมีมากกว่าผู้ไม่ยอมรับหรือยอมรับช้ากว่า ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ โรเจอร์ และชูเมกเกอร์(Rogers and Shoemaker,1971) โดยสามารถแบ่งลักษณะของผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ยอมรับเร็วกว่า และผู้ยอมรับช้ากว่า ซึ่งสรุปลักษณะความแตกต่างของผู้ยอมรับไว้ คือ ความแตกต่างด้านสถานภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ, ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการสื่อสาร

2. ปัจจัยสื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบเกิดการยอมรับในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มากที่สุดคือ สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภท สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่มุ่งให้ความรู้ ในเรื่องใด เรื่องหนึ่งโดยเฉพาะแก่ผู้รับสาร ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับการรับรู้ ข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย จะเป็นไปด้วยความสนใจและความตั้งใจ เช่น หยิบเอกสารสิ่งพิมพ์นั้นมาอ่าน การยืนอ่านข้อความในโปสเตอร์หรือป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายประกาศข่าว ที่จะส่งผลกระทบต่อตนเองหรือชุมชน ดังนั้น การศึกษาวิจัยถึงการใช้สื่อเฉพาะกิจ ในการประชาสัมพันธ์ ให้ถูกต้องตรงจุดมากที่สุด จะส่งผลให้การประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับในการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เกิดผลสำเร็จได้มากที่สุด จึงเป็นไปได้ว่า การไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจดังกล่าวข้างต้นแล้ว ประชาชนจึงเลือกที่จะรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ตนเองสะดวกที่สุดหรือใกล้ชิด ให้ความเชื่อถือสูง และพบตัวได้ง่ายคือ สื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชน ในชุมชนของตน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขพร มาฆะสกุลเจริญ (2544) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย ของกลุ่มตัวอย่าง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนิษฐ์ ศิริสุข(2539: 168) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของสมาชิกต่อ ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส

เมื่อขยายภาพให้กว้างขึ้น ประชาชนเองได้มีการติดตามสถานการณ์ ความเคลื่อนไหวของโครงการฯ ด้วยการแสวงหา ข้อมูล ข่าวสาร ความเป็นไปของชุมชนจากบุคคลที่เชื่อถือได้ ที่ใกล้ชิด พบเห็นได้ง่ายจาก สื่อบุคคล รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ ศรีบุญโญทัย(2540: บทคัดย่อ) พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ประเภท สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ และเป็นที่น่าสนใจได้ว่า สื่อเฉพาะกิจ ประเภท ข่าวแจก แผ่นพับ ข่าวรถไฟ ที่ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มาก แต่กลุ่มเป้าหมายกลับได้รับน้อยที่สุด ที่เป็นเช่นนี้ อาจเกิดจากการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไม่ถูกต้องตรงจุดหรือกลุ่มเป้าหมายแท้จริง ทั้งนี้ สื่อเฉพาะกิจ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่มุ่งให้ความรู้ ในเรื่องใด เรื่องหนึ่งโดยเฉพาะแก่ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย จะเป็นไปด้วยความสนใจและความตั้งใจ เช่น หยิบเอกสารสิ่งพิมพ์นั้นมาอ่าน การยื่นอ่านข้อความในโปสเตอร์หรือป้ายประกาศข่าว ที่จะส่งผลกระทบต่อตนเองหรือชุมชนนั้น ดังนั้น การศึกษาวิจัยถึงการใช้สื่อเฉพาะกิจ ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องตรงจุดมากที่สุด จะสามารถเลือกใช้ สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับในการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้เกิดผลสำเร็จได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สินี จงจรรย์ธรรม(2534) ที่ได้ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์รถไฟฟ้ามหานคร บี ที เอส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทสื่อแผ่นพับ เอกสารเผยแพร่และอินเทอร์เน็ต จึงเป็นไปได้ว่า จากการไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ดังข้างต้นแล้ว ประชาชนจึงเลือกที่จะรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อที่ตนเองเชื่อถือได้หรือใกล้ชิดตัวมากที่สุดคือ สื่อบุคคล หรือ ผู้นำชุมชน ในชุมชนของตนเอง

ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ตามข้อนี้ ได้แสดงถึงการปะทะสังสรรค์ระหว่าง ชุมชนกับหน่วยงานภายนอกและการปะทะสังสรรค์ระหว่างคนภายในชุมชนกันเอง ที่มีการสื่อสาร เป็นเครื่องมือถ่ายทอดความคิด ข้อมูล ข่าวสารและสภาพปัญหาต่างๆ การปะทะสังสรรค์เกิดขึ้นในรูปแบบการเข้าไปร่วมมือ ให้การยอมรับช่วยเหลือแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการรถไฟแห่งประเทศไทยหรือบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการฯ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลภายนอกชุมชนที่ผู้นำชุมชนได้

เข้าไปปรับทราบ ข้อมูล ข่าวสารฯ จากนั้นผู้นำชุมชนยังแสดงบทบาทการเป็น สื่อบุคคล ที่นำข้อมูล ข่าวสารจากภายนอกนั้นมาถ่ายทอดสู่ชุมชน แสดงถึงการเคลื่อนไหว การติดต่อสัมพันธ์กันภายใน สังคมชุมชน ในทางกลับกัน การติดต่อสัมพันธ์ยังเกิดจากฝ่ายประชาชนเองที่ เป็นผู้แสวงหาข้อมูล ข่าวสาร โดยการสอบถามข้อมูลจากผู้นำชุมชน ที่เป็นบุคคลที่ตนให้ความเชื่อถือ ทั้งนี้ รูปแบบการ เกิดปฏิสัมพันธ์ดังกล่าว เกิดขึ้นโดยมีการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยง ช่วยให้ปัจเจกชนในชุมชนแสดง ถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ที่สำคัญยังเป็นการแสดงความคิดเห็นและเรียนรู้ความเป็นไปต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาผลกระทบ ความเดือดร้อน การรื้อย้ายที่พักอาศัย ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนของตนด้วย

สรุปปัจจัยสื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ใช้เป็นช่องทาง แหล่งในการเผยแพร่ต่อ หรือสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบมีความรู้ ความเข้าใจ เกิดการยอมรับ ร่วมมือในการ ดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้ มี 5 ประการ ดังนี้

ปัจจัยประการที่หนึ่งจาก สื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชนหรือผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ซึ่งเป็นผู้รับสารที่มีอิทธิพลเหนือผู้รับสารอื่นๆหรือประชาชนในชุมชนในแนวเขตเส้นทาง รถไฟ จากนั้น ผู้นำชุมชน จะถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับรู้ รับฟังมาไปสู่บุคคลอื่นๆ ในชุมชน ที่ มีความเลื่อมใสในตัวผู้นำชุมชนนั้น ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เรียกว่า การสื่อสารสองจังหวะ (Two-step flow of communication) โดยผู้นำทางความคิด ซึ่งเป็นสื่อบุคคล ที่มีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารจากสื่อมวลชน ไปยังประชาชนในชุมชน เป็นไปใน แนวทางเดียวกับงานวิจัยของ ร้อยโท ดวงพร จิตรเพิ่มพูนผล(2546) เรื่อง บทบาทการนำเสนอ ข่าวสารของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กรณีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับความต้องการรับรู้ข่าวสารของ ประชาชนโดยรอบพื้นที่ พบว่า “ประชาชนได้มีการแสวงหาข่าวสาร เพื่อแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าว จากสื่อบุคคล คือผู้นำชุมชน มากที่สุด ประชาชนโดยรอบพื้นที่ ต้องการข่าวสารในเรื่องของ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชน ทั้งทางบวกและลบ การแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งข้อเท็จจริง เกี่ยวกับการเวนคืนที่ดินเพิ่มเติมมากที่สุดโดยสื่อมวลชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จึงต้องหันมาพึ่งพาสื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชน ซึ่งจะมีการสื่อสารกันได้ตลอดเวลา และการจัดประชุม กันในชุมชน” โดยลักษณะของผู้นำทางความคิดนั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้มีการศึกษาสูงหรือมี ตำแหน่งทางการงานที่ดีกว่า ผู้นำทางความคิดอาจจะไม่ได้ เป็นผู้นำที่เป็นทางการของกลุ่มใดเลย แต่เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการก่อให้เกิดความคิดเห็นและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยความสัมพันธ์ ระหว่างผู้นำทางความคิดและประชาชนในชุมชน เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งแสดงถึง เครือข่ายทางการสื่อสารแล้ว ยังเป็นแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดบรรทัดฐานของกลุ่มสังคม และเกิดการ สนับสนุนทางสังคม ต่อค่านิยม และความคิดเห็นต่างๆ ของแต่ละบุคคลอยู่ในสังคมนั้น ประกอบ กับประชาชนในชุมชนได้พักอาศัยอยู่ชุมชนติดต่อกันเป็นเวลานานกว่า 5 ปีขึ้นไป ได้มีความรู้สึก

ชาตินิยม มีความหวงแหน มีความพึงพอใจในชุมชนของตน มีความจงรัก ผูกพันท้องถิ่นของตนมาก มีการรวมตัวกันของกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น ไม่ยินยอม ปล่อยให้ย้ายไปไหน เพราะมีค่าครองชีพค่อนข้างต่ำ ประกอบกับเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกลางเมืองหลวง ที่สามารถประกอบอาชีพอิสระได้ง่าย เช่น รับจ้างทั่วไป ค่าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว พอมีรายได้เลี้ยงครอบครัว บางครอบครัวยังมีเงินเหลือเก็บออมไว้ส่วนหนึ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของประชาชนในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ

ปัจจัยประการที่สองจาก สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ข่าวแจก ได้ลงข่าวเกี่ยวกับโครงการฯ ให้ทราบ จากการประชาสัมพันธ์ทำให้ประชาชนได้มีความรู้ ความเข้าใจได้ในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนยังต้องพึ่งพาการนำข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ไปแพร่กระจายต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารของประชาชน โดยเฉพาะเริ่มมีปัญหา อุปสรรค ควรใช้การถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชน ไปสู่ ผู้นำชุมชน เพื่อถ่ายทอดข่าวสารให้ชาวชุมชนยอมรับ ร่วมมือ ปฏิบัติตาม แต่การศึกษาวิจัย พบว่า มีการประชาสัมพันธ์น้อยมาก โดยเฉพาะไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดการต่อต้านชัดเจน ต่อการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ อาจทำให้เกิดความล่าช้าขึ้น ไม่ทันตามแผนงานที่กำหนดไว้ ดังคำสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ ที่กล่าวว่า “คิดว่าการประชาสัมพันธ์ของรถไฟ ไม่เพียงพอ มันน้อยมาก ถ้าประชาสัมพันธ์มากๆ ชาวบ้านก็พร้อมให้ความร่วมมือ” ได้สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนาโครงการท่าอากาศยานสากลกรุงเทพฯ : ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า ของวรรณธัญชัชวัฒนา (2537) ซึ่งพบว่า “กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา (ประชาชนจำนวน 200 คน) ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โครงการฯ ได้รับรู้ ข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการฯ จากสื่อสิ่งพิมพ์ ในปริมาณมากเป็นอันดับสองรองจากสื่อโทรทัศน์”

ปัจจัยประการที่สามจาก การสื่อสาร โนมิน่าวจ ประชาชน ในการแพร่กระจายข่าวสาร นวัตกรรมหรือโครงการพัฒนา ที่สำคัญที่สุด โดยผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) มีบทบาทสำคัญ เป็นต้นแบบ (mode) ของประชาชนในชุมชน ที่จะรับฟังความคิดเห็น ดังนั้น การโนมน่าวจในการแพร่กระจายข้อมูล ข่าวสาร โครงการพัฒนา จะมีประสิทธิผล โดยเฉพาะถ้าการสื่อสารนั้น ผู้นำความคิดเห็นยอมรับ ร่วมมือด้วยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อชุมชน ที่ กาญจนา แก้วเทพ กล่าวถึง คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารในชุมชนว่า การสื่อสารในชุมชน ที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543) กล่าวถึง คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารในชุมชนว่า การสื่อสารในชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้ส่งสารสามารถมีปฏิกริยา

โต้ตอบ (Interactivity) ทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการก็ได้ ทำให้สถานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ตายตัว แต่จะมีการสลับเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา และมีทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทาง ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับประชาชนและในกลุ่มประชาชนด้วยกัน ซึ่งถือเป็นการสร้างเครือข่ายทางการสื่อสารในชุมชนรูปแบบหนึ่ง

ปัจจัยประการที่สี่จาก ลักษณะของนวัตกรรมหรือรูปแบบของโครงการฯใหม่ ที่มีผลต่อการยอมรับ คือ ประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ (Comparative Advantage) หมายถึง รูปแบบ ลักษณะของโครงการฯใหม่ ระดับของประโยชน์ ที่บุคคลรับรู้ เมื่อ บุคคล เปรียบเทียบ โครงการฯใหม่นั้น กับโครงการฯเก่า ที่มีอยู่เดิม หากบุคคล รับรู้ ทราบว่า โครงการฯใหม่นั้นมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม หรือสามารถใช้แทนสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ ก็มีแนวโน้มที่บุคคลยอมรับโครงการฯใหม่นั้น ดังนั้น บุคคลยิ่งรับรู้ถึงประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ของโครงการฯใหม่มากขึ้นเท่าใด อัตราการยอมรับโครงการฯใหม่นั้น ก็จะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น ดังนั้น กลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจ ในการแพร่กระจายโครงการฯใหม่ คือ การให้บุคคลที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับในสังคม ยอมรับโครงการฯใหม่นั้นเสียก่อน เพื่อจูงใจให้สมาชิกในสังคมรับโครงการฯใหม่นั้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชา อรรถกานนท์ (2543: บทคัดย่อ) พบว่า “กลุ่มตัวอย่างชาวชุมชนให้การยอมรับต่อบริการต่างๆ ที่โครงการกำหนดและจัดไว้ให้ โดยเปรียบเทียบอัตราค่าใช้จ่ายว่าเท่ากับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งปัจจัยการบริการ สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ที่ตั้งของโครงการ องค์กรในชุมชน และปัจจัยทางสังคมมีผลต่อการยอมรับต่อโครงการพัฒนาเคหะชุมชนคลองเตย” ยังเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับงานวิจัยของ อรพรรณณี ลิ้มเจริญ (2537) พบว่า “ลักษณะ การรับผิดชอบและประเพณีธุรกิจมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับ”

ปัจจัยประการที่ห้าจากปัจจัยอื่นๆ ในสื่อการประชาสัมพันธ์อื่นเพื่อให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบได้รับข้อมูล ข่าวสาร โครงการฯ มีการยอมรับการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ข่าวแจก ข่าวรถไฟ ที่ได้ลงข่าวเกี่ยวกับโครงการฯ ตามกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชน ได้มีความรู้ ความเข้าใจได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้ ได้สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนาโครงการท่าอากาศยานสากลกรุงเทพฯ : ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า ของ วรณา ธนัญชัยวัฒนา (2537) ซึ่งพบว่า “กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา (ประชาชนจำนวน 200 คน) ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โครงการฯ ได้รับรู้ ข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการฯ จากสื่อสิ่งพิมพ์ ในปริมาณมากเป็นอันดับสอง รองจากสื่อโทรทัศน์”

3. ปัญหา อุปสรรค ของสื่อกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับของประชาชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากผลการเปรียบเทียบระหว่าง ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และการได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่แตกต่างกัน จะมีการยอมรับที่ต่างกัน จึงอาจกล่าวสรุปได้ว่า ปัญหา อุปสรรค คือ การไม่ยอมรับเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการฯ ใน 5 กรณีที่สำคัญในการวิจัยเรื่องนี้ คือ ในกรณีการก่อสร้างทางรถไฟผ่านพื้นที่อยู่อาศัยของตน, ในกรณีการมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ, ในกรณีโครงการฯ จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆน้อยมาก, ในกรณีการชดเชยเป็นเงิน ให้แทนการรื้อย้ายไปอยู่ที่ใหม่, ในกรณีที่การก่อสร้างฯ ผ่านพื้นที่พักอาศัย โดยให้ย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่

ซึ่งเมื่อขยายภาพโดยรวม ก็จะเห็นได้ว่า ในการนำเสนอ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มีน้อยมาก ทำให้เกิดการขาดความรู้ ความเข้าใจ ในข้อมูล ข่าวสารที่ ชัดเจนเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบการมีข่าวลือ ชาวชุมชนจึงให้ข่าวสารเอง ไปในทางที่ไม่ดี ทำให้เกิดความวิตกกังวล ถึงความไม่มั่นคง ของที่อยู่อาศัย และการประกอบอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของ ชลันทิพย์ ประดับพงษา(2543) พบว่า “ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ ที่ประชาชนได้รับ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการข่าวสารของประชาชนทั่วไปโดยต้องการรับทราบ ข่าวสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคืบหน้าของโครงการฯ ที่แน่นอน และชัดเจน” ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชนเพชรพระราม ที่กล่าวไว้ว่า “ มีบ้านในที่ดินรถไฟ จะหาข้อมูลโครงการจากการรถไฟฯ ไม่ได้ แต่ได้รู้จัก สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อต่างๆ สำหรับการหาข้อมูลข่าวสาร ก็ได้จากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เช่นเดียวกัน”

สำหรับการศึกษาวิจัย เรื่อง สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของประชาชนที่พักอาศัยในแนวเขตเส้นทางรถไฟและประชาชนที่พักอาศัยใกล้เส้นทางรถไฟของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิหรือประชาชนผู้โดยสารรถไฟในเส้นทางรถไฟของโครงการฯ โดยแบบสอบถามได้มีลักษณะการยอมรับจำนวน 19 ลักษณะนั้น จะเห็นได้ว่า มีลักษณะการยอมรับของโครงการฯ ทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคต พร้อมกับเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการฯ ไปด้วยในขณะเดียวกัน เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากภาวะวิกฤตทางการประชาสัมพันธ์ คือ การรถไฟแห่งประเทศไทย อาจประสบปัญหา อุปสรรค หากส่งมอบพื้นที่ที่จะก่อสร้างโครงการฯ ได้ไม่ทันตามกำหนดเวลา เกิดความล่าช้า ซึ่งเป็นผลมาจาก

บางชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ ชัดขึ้น ไม่นิยม รื้อย้าย ที่พักอาศัยออกไปจากพื้นที่ที่จะก่อสร้างโครงการฯ โดยง่าย จึงจำเป็นต้องรีบดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

อย่างไรก็ตามปัญหาเกี่ยวกับการเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่ามี การให้ข้อมูล ข่าวสารน้อยมากและไม่ต่อเนื่อง ทัวถึง ประชาชนจึงมีลักษณะขาดแคลน ข้อมูล ข่าวสาร โดยเฉพาะประชาชนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง มีบางชุมชนเกิดความเข้าใจผิด มี คลาดเคลื่อน เกิดข่าวลือไปในทางเสียหาย ทำให้เกิดการขัดขึ้น คือ คึงต่อต้าน ไม่นิยม รื้อย้ายที่พั กอาศัยออกไปจากแนวเขตการก่อสร้างเส้นทางรถไฟโครงการฯ โดยยังมีข้อต่อรองขอเพิ่มจำนวนเงิน ค่ารื้อย้าย มีเงื่อนไข มากยิ่งขึ้น ทราบไคที่ยังหาข้อยุติไม่ได้ ดังการสัมภาษณ์ประชาชนของชุมชน หลังโรงพยาบาลเดชา กล่าวไว้ว่า “ คิดว่าการประชาสัมพันธ์ของรถไฟ ไม่เพียงพอ มันน้อยมาก ถ้า ประชาสัมพันธ์มากๆ ชาวบ้านก็พร้อมให้ความร่วมมือ ครั้งก่อนโครงการโฮปเวลล์ ก็โดนไปครั้ง หนึ่งแล้ว ครั้งนี้มีบางบ้าน ไม่นิยมยังขยายบ้านมาที่ถนนเพื่อค้าขาย” จะเห็นได้ว่า การได้รับข้อมูล ข่าวสารน้อย ไม่สามารถทำให้เกิดกระตุ้นเตือน ชักจูงให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการ ยอมรับเกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีคุณสมบัติ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความรู้ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การของรัฐกับประชาชน เป็นการทำงานนี้ต้องการมี อิทธิพลทางความคิดและทัศนคติที่ดีของประชาชน ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ เป็นการทำงานเพื่อหวังผลในระยะยาว ที่บอกกล่าวในสิ่งที่ประโยชน์ บนพื้นฐานของความจริง

ปัจจุบันทุกองค์การ มุ่งเร่งหายุทธวิธีทางการสื่อสาร ที่มีทั้ง การประชาสัมพันธ์ การ โฆษณา การรณรงค์ต่างๆ ที่ต้องใช้สื่อ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายประกาศ สื่อทาง โทรทัศน์ วิทยุและสื่อบุคคล เป็นต้น สื่อต่างๆ นี้ เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการส่งเสริมให้การ รณรงค์ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ความรู้ ที่แต่ละหน่วยงานต้องการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย งานการประชาสัมพันธ์ ซึ่งแต่เดิมเป็นเรื่องของการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์การกับประชาชน โดยใช้การสื่อสารสองทางที่มีการ วางแผน เป็นงานต่อเนื่องและมีผลระยะยาวนั้น แต่ปัจจุบันงานการประชาสัมพันธ์ได้ปรับเปลี่ยน บทบาทที่เป็นหน้าที่หนึ่งของฝ่ายบริหาร(The Management Function) และถือเป็นกลยุทธ์ในการ ทำงานมากขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการริเริ่ม ส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันกิจกรรมที่จะ นำมาซึ่งภาพลักษณ์พึงปรารถนาขององค์การให้เกิดขึ้น ซึ่งก็หมายความว่า งานประชาสัมพันธ์ ได้มีโอกาสในการควบคุมเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การให้เกิดขึ้นในทิศทางที่ต้องการได้ ซึ่ง

ปี น ุ ป ต า ม

ผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนาโครงการท่าอากาศยานสากล กรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่าของ วรณา ชาญชัยวัฒนา(2537) ซึ่งพบว่า “กลุ่ม

ตัวอย่างที่ศึกษา(ประชาชนจำนวน200 คน) ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โครงการฯ ได้รับรู้ ข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการฯ ผลกระทบและแนวทางการแก้ไข ปัญหาของรัฐ ยังไม่เพียงพอ”

ผลสรุปการศึกษาวิจัยนี้โดยรวมยังพบว่า ยังไม่เป็นไปตามหลักวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับดังนี้ คือ

1. นักประชาสัมพันธ์ ต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อองค์กรของรัฐ หรือการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางป้องกันไว้ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น

2. ควรมีการสำรวจ วิจัยประชามติ เพื่อองค์กรของรัฐ หรือการรถไฟแห่งประเทศไทย จะได้ตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึคนึกคิดและความต้องการของประชาชน

3. ถ้ามีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มประชาชน มีความรู้ ความเข้าใจ ก็ย่อมได้รับความร่วมมือ ยอมรับและสนับสนุนการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4. เป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารที่จะต้องจัดการเกี่ยวกับนโยบายการประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่เข้าใจ ยอมรับและนำไปใช้ได้จริง ตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

5. ควรใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรมเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

6. จากการประชาสัมพันธ์คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การสร้างสรรค์และธำรงรักษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของรัฐและประชาชน ที่อาจก่อให้เกิดความสำเร็จหรือความล้มเหลวแก่ องค์กรของรัฐ หรือการรถไฟแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีดังนี้

1. ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไข หรือสภาวะการณ์โดยรวม คือ สภาพทางเศรษฐกิจ/สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน การดำเนินชีวิตหรือการดำรงชีวิตของประชาชนในชุมชนนั้น

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง หรือมีประโยชน์ต่อตนเอง/ครอบครัวหรือชุมชนนั้น

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับโครงการฯ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ยอมรับ ปัจจัยด้านระบบสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของโครงการฯ ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในชุมชน

4. ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของโครงการฯ ในสายตาของผู้ที่จะใช้โครงการฯ

5. ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารบุคคล คือ ช่องว่าง/ช่องทางการสื่อสาร, ตัวกลางที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร, ลักษณะสื่อแต่ละประเภทที่มีลักษณะเฉพาะเช่น



ความเร็ว ความคงทนถาวร ความแพร่หลาย ความเร้าอารมณ์ ความเป็นเหตุเป็นผล หรือจะเป็นตัวกำหนดว่า สื่อประเภทนั้นๆ จะเหมาะแก่การให้ข่าวสารกับผู้รับสารใดมากที่สุด

6. ปัจจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับผู้บริหารครึ่งหนึ่งและปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ครึ่งหนึ่ง ผู้บริหารมีความเข้าใจ มีนโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อย่างไร

วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องเป็นไปในรูปของการติดต่อสื่อสารกันได้ทั้งสองทาง (Two-way Communication) สามารถนำเสนอสิ่งต่างๆ หรือที่ได้รับการพัฒนาจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน ขณะเดียวกันก็เปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เมื่อประชาชนที่ได้รับผลกระทบ พบว่า ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ตนได้รับจากสื่อมวลชน ไม่ได้ตอบสนองต่อความต้องการ เช่น เรื่องผลกระทบกับชุมชน อย่างไร มีมาตรการป้องกัน และแก้ไขอย่างไร สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือไม่ ประชาชนก็จะหันมา ฟังหา ข้อมูล ข่าวสาร จาก สื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นสื่อที่ประชาชน ในพื้นที่มีความใกล้ชิด ให้ความเชื่อถือ และสามารถพูดคุย สอบถาม ข้อมูล กันได้ทันที ทำให้เกิดการโต้ตอบกันได้ตลอดเวลาในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ยังมีการพูดคุยกับเพื่อนบ้าน/คนในชุมชน และเจ้าหน้าที่/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ โดยประชาชนที่ได้รับผลกระทบ ได้มีส่วนในการสื่อสารในฐานะเป็นผู้ส่งสาร อีกบทบาทหนึ่งด้วย โดยมีทิศทางการไหลของข่าวสารใน 2 ลักษณะ คือ แบบมาจากบนลงล่าง (Top - up) และแบบแนวนอน(Horizontal) คือ จากสื่อมวลชน ไปยังประชาชนในชุมชน ในเวลาเดียวกันประชาชนในชุมชนก็อาจจะส่งข่าวไปยังเจ้าหน้าที่/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ มายังผู้นำชุมชน และจากผู้นำชุมชน มายังประชาชน ประชาชนก็สามารถย้อนกลับไปยังผู้นำชุมชน และจากผู้นำชุมชนส่งไปยังเจ้าหน้าที่/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ได้โดยง่าย การสื่อสารที่เกิดขึ้นนี้เป็นการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในชุมชนเอง ที่ต้องการร่วมกันแก้ไขปัญหา และสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สร้างจิตสำนึกต่อประโยชน์ส่วนรวมหรือประเทศชาติ

การศึกษาวิจัยนี้ยังพบว่า แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิส่วนใหญ่ที่มากที่สุด มาจากสื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชนที่เป็นไปตามแนวคิดของทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะและทฤษฎีผู้นำทางความคิด กล่าวคือ ประชาชนในชุมชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากผู้นำชุมชนที่ตนให้ความเชื่อถือมากกว่า รับทราบจากสื่อมวลชน ดังที่ Wilbur Schramm(1973) ได้อธิบายการถ่ายทอดข่าวสารในลักษณะนี้ว่า ข้อมูลข่าวสารหรือความคิดใดๆ จะถูกส่งผ่านจากสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์/วิทยุและสิ่งพิมพ์ ไปยังผู้นำชุมชนหรือผู้นำทางความคิด ซึ่งจะเป็นผู้ถ่ายทอดไปยังกลุ่มประชากรที่มีการโต้ตอบกับสื่อมวลชนต่ำ (The less active section of

population) นอกจากนี้ยังแสดงถึงอิทธิพลและบทบาทของผู้นำชุมชนในฐานะสื่อบุคคล และประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสาร สามารถถ่ายทอดข่าวสารซ้ำในเวลาเดียวกัน สามารถสร้างความกระจ่างให้กับปัญหาที่คลุมเครือ

เนื่องด้วย ข้อมูล ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบมากที่สุดจาก ผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน เจ้าหน้าที่บริษัทผู้รับเหมาฯ ซึ่งได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารร้อยละ 62.2 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่บริษัทผู้รับเหมาฯ ต้องพบปะชาวบ้านในชุมชนต่างๆ เป็นประจำหรือบ่อยครั้ง จึงพบเห็นได้ง่าย ให้ความเชื่อถือ ให้การยอมรับ ร่วมมือ ช่วยเหลือ เนื่องจากปัญหาด้านที่พักอาศัย เป็นปัญหาด้านคุณค่า คุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Johan Galtung เรื่องความจำเป็นพื้นฐานทางด้านร่างกาย (Bio-physical Needs) ที่ประชาชนพึงได้รับ โดยที่รัฐจะต้องสนับสนุนให้ประชาชนบรรลุถึงความจำเป็นดังกล่าว โดยอาศัยการร่วมมือให้การยอมรับจากประชาชน

จะเห็นได้ว่าสื่อบุคคล ทั้งผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน มีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไปสู่ประชาชนในชุมชนนั้น เป็นไปตามที่ผู้นำชุมชนหลังโรงพยาบาลเดชา ผู้นำชุมชนเพชรพระรามและผู้นำชุมชนโรงปูน ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ในทำนองเดียวกันโดยสรุปได้ว่า “ผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนที่เข้าร่วมประชุมในคณะทำงานฯของโครงการฯ มีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่ได้รับฟังจากการประชุมสู่ประชาชนในชุมชนนั้น” ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ ที่สารถูกถ่ายทอดจากแหล่งสารหรือตัวผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลที่เราเรียกว่า ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ในที่นี้คือผู้นำชุมชน จากนั้นสารจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้ตามความคิด นั่นคือประชาชนในชุมชน โดยผ่านกระบวนการที่เรียกว่า สังคมประกิต (Socialization) เป็นกระบวนการปะทะสังสรรค์ที่มีการถ่ายทอดแนวความคิด การมีส่วนร่วมและการยอมรับให้ความร่วมมือกัน โดยมีการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะต่างๆ

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ของชุมชนหลัง โรงพยาบาลเดชา พบว่า ยังมีสื่อบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งคือ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเช่น สก. สข. และ สส. ซึ่งไม่ได้พักอาศัยอยู่ในชุมชน แต่ได้มีบทบาทในฐานะผู้นำเช่นกัน ดังคำให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ผู้ใหญ่ไม่เคยมา เขาหาว่า บุกรุก คนเราถ้ามีที่อยู่เราจะบุกรุกหรือ เราไม่ได้คือแพ่ง เราก็ยอม เอาเงินมาให้ หมั้น 2 หมั้น ไข่ปีเดียวก็หมด แต่ที่อยู่อาศัยมันสำคัญ อาศัยตลอดชีวิต ประชาชนเดือดร้อนนอนผวาทั้งนั้น หากคำตอบไม่ได้ สก. ผุสดี ก็ช่วยเหลือมาตลอด ถ้าไม่มีแยเลย ” เนื่องจากบางชุมชนพบว่า ผู้นำที่เป็นทางการหรือผู้นำชุมชน ไม่ค่อยมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาเมื่อเปรียบเทียบกับผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น แต่ได้รับการยอมรับ

ในชุมชน ที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้นำที่เป็นทางการบางคน มีความเห็นว่า ตนเองไม่ต้องการเข้ามาเกี่ยวข้องกับ เพราะเกรงจะถูกมองว่า มีผลประโยชน์แอบแฝง เช่น การรื้อย้ายชุมชน และค่าชดเชยการรื้อย้าย ที่อาจไม่เท่าเทียมกันในแต่ละหลังหรือครัวเรือน ดังนั้น องค์การของรัฐ หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรจะศึกษาแต่ละชุมชนให้ถ่องแท้ว่า ใครเป็นผู้นำที่แท้จริงและได้รับการยอมรับจากประชาชนในชุมชน โดยศึกษาถึงลักษณะและคุณสมบัติของบุคคลที่ได้รับการยอมรับนั้นว่าเป็นอย่างไร อาจดูได้จากความสัมพันธ์กับชุมชน การพึ่งพาอาศัยกันหรือแนวคิดผู้นำการเมืองท้องถิ่น ที่มีคุณสมบัติที่เอื้อต่อการพัฒนาชุมชน ทั้งนี้ เมื่อทราบถึงตัวบุคคลที่มีลักษณะเป็นผู้นำแท้จริง และได้รับการยอมรับจากชุมชนแล้ว จะได้ให้การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์และประสานงานได้ตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ในความร่วมมือ ยอมรับ ส่งเสริมสนับสนุนในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการพัฒนาได้มากยิ่งขึ้น

Rogers และ Shoemaker (1971) ยังกล่าวอีกว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรม Rogers (1995) กล่าวว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีลักษณะคล้ายคลึงกัน (Homophile) กล่าวคือ มีความเชื่อ การศึกษา ลักษณะทางสังคม และความชอบคล้ายคลึงกัน ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในครอบครัว เพื่อนบ้าน ผู้นำท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะเหมือนกันกับผู้รับสาร จะมีผลต่อการโน้มน้าวใจหรือการยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ

นอกจากนี้ Rogers กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ดีในกรณีที่ผู้ส่งสาร มีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่ง Hovland, Janis และ Kelly, (1968:21) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารหมายถึง ความสามารถหรือความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Competent or expertness) และน่าไว้วางใจ (trustworthiness) กล่าวคือ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ในเรื่องที่ตนเองทำการสื่อสารเป็นอย่างดี และมีลักษณะที่ผู้รับสารมีความเชื่อมั่นว่ามีความจริงใจ การสื่อสารนั้นย่อมมีโอกาสที่จะสัมฤทธิ์ผล ในขณะที่เดียวกันยังพบว่า ประชาชนได้ร้องเรียนปัญหาผลกระทบ ความเดือดร้อน เสนอความคิดเห็นและติดตามข่าวสาร มาตรการการแก้ไขปัญหา ผ่านช่องทางที่เป็นสื่อบุคคลมากที่สุด เช่นเดียวกับการได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งได้แก่ ผู้นำชุมชน วิเคราะห์ได้ว่า ประชาชนเปิดรับข่าวสารจาก สื่อที่อยู่ใกล้ตัวชาวบ้านมากที่สุด ต่อยอดถึงความสำคัญของผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น ตามที่ ลัญญา ลัญญาวิวัฒน์ ได้กล่าวไว้ว่า ผู้นำท้องถิ่น เป็นตัวสื่อความคิดสองทาง (Two-way

Communication) และยังคงคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสังคมประภคิต (Socialization) ที่แสดงถึงการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) ระหว่างกันของคนในชุมชนในลักษณะของการถ่ายทอดและรับฟังปัญหาความเดือดร้อน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่พักอาศัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ สิ่งที่สำคัญคือ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่เป็นระบบการคมนาคมทางบกที่เชื่อมต่อกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นโครงการด้านคมนาคมทางบกที่เชื่อมต่อกับโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มียิ่งใหญ่ในระดับภูมิภาคเอเชีย ดังนั้น ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ย่อมได้รับความสนใจจาก ประชาชนทั่วไป สื่อมวลชนและผู้บริหารระดับสูงที่รับผิดชอบโครงการฯมากกว่า ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนน้อยที่ไม่ได้รับความสนใจ ในการเผยแพร่ข่าวสาร ผลกระทบและมาตรการการแก้ไขปัญหา ที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะประชาชนในชุมชนแนวเขตเส้นทางรถไฟ ที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่แนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯที่เป็นพื้นที่ริมทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน ถึงแม้จะเป็นผู้รุกล้ำในที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย แต่ก็ประชาชนคนไทยที่ยากจน ที่ได้อยู่อาศัยกันมานานจนเป็นชุมชน จึงทำให้ประชาชนดังกล่าวเกิดความรู้สึกว่ ตัวเองเป็นเพียงกลุ่มชนเล็กๆ ที่ค้อยค่าในสังคม ไม่น่าสนใจ จึงเกิดการต่อต้าน ขัดขืน กลายเป็นปัญหาอุปสรรค ดังคำให้สัมภาษณ์ของ ผู้นำชุมชนหลังโรงพยาบาลเดชา ที่ได้กล่าวไว้ว่ “ชาวบ้านต้องการ ค่าขนย้าย ค่ารื้อถอน เขาก็ไปให้ ไม่คือดั่ง เขาเคยมาแจ้งข่าว แต่ไม่ใช้การรถไฟฯ ครั้งแรกแต่เป็นท่อก๊าซ สิ่งแวดล้อม ที่เข้ามาพูด หลังจากนั้นก็หายไปเลย การรถไฟฯก็เข้ามาแล้ว ก็หายไปเลย เราไม่ขัดขวางอยู่แล้ว แต่ขอให้เห็นกับคนจนบ้าง ทำอะไรให้สมดุลกันบ้าง”

ทั้งนี้ หากการรถไฟแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล ข่าวสาร มีมาตรการ แนวทางแก้ไขที่เพียงพอแล้ว ย่อมจะก่อให้เกิดการยอมรับโครงการฯ ได้ในที่สุด

ดังนั้น จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย ในการยอมรับ ร่วมมือ มากที่สุดคือ สื่อบุคคล หรือ ผู้นำชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ส่งสาร ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้รับสาร มีการดำรงชีวิต อยู่ในชุมชนเดียวกันและมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เป็น สื่อเฉพาะกิจ คือ การประชุมร่วมกันกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ที่สามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้โดยตรงซึ่งเป็นการพบสนทนาในลักษณะเผชิญหน้ากัน (Face-to-face communication) เพื่อสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ สนับสนุนการดำเนินงานและติดต่อสื่อสารสร้างความใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้นำชุมชนฯและประชาชน (Collaboration) โดยเป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อม (Indirect Public Relations) ซึ่งจะเสริมให้เกิดผลในการ โน้มน้ำวามากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามหลักการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของ บุญเลิศ ศุภคิดก(2530) ได้ให้คำอธิบาย

ตลอดจนอธิบายถึงขอบเขตหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีแผนโดยอาศัยการสื่อสาร 2 ทาง เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นให้เข้าใจและยอมรับนโยบาย การปฏิบัติงานของสถาบันที่เกี่ยวข้อง โดยสอดคล้องกับอาจารย์ อรุณ งามดี(2527) ได้สรุปความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชน และระหว่างกลุ่มประชาชนด้วยกัน วิธีการหรือการใช้เครื่องมือ สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การอธิบาย ชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เกี่ยวกับโครงการฯ การปรับปรุง ส่งเสริม ความเข้าใจ อันดีระหว่างกัน การติดต่อ สื่อสารสองทาง เพื่อทราบ ความต้องการ ทัศนคติของกันและกัน”

อย่างไรก็ดี โดยที่การประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องใช้ วิธีการหลายรูปแบบ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการแก้ปัญหาและการณรงค์ ส่งเสริมในแต่ละครั้งแต่ละเรื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการโน้มน้าวใจ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ให้ความร่วมมือ มีการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงควรมีการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์หลายประเภทประกอบกัน โดยเฉพาะที่สำคัญที่สุดคือ สื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชน มช น ห รือ ผู้นำทางความคิด เป็นอันดับแรก

ด้วยการประชาสัมพันธ์ มีขั้นตอนที่ดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีแบบแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องการสร้าง และธำรงรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงานฯ กับประชาชน ให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจ โดยตั้งอยู่บนรากฐานของความจริงใจและความซื่อสัตย์ ที่มีผลต่อการสนับสนุน ยอมรับ ร่วมมือในการดำเนินงานโครงการฯ การมีทัศนคติ และความเชื่อถือ เกี่ยวกับโครงการฯ เป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการยอมรับโครงการฯ ได้ กล่าวคือ ถ้าหากเห็นว่า โครงการฯ นั้นไม่เกี่ยวข้อง หรือมีประโยชน์ต่อตนเองแล้วจะไม่ยอมรับ ดังนั้น การที่บุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับโครงการฯ และมีความเข้าใจถึงหน้าที่ต่อส่วนรวมหรือประเทศชาติ จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว นับเป็นความรู้ที่ช่วยส่งเสริมส่งผลต่อการยอมรับโครงการฯ ได้ ถ้าหากได้มีความรู้ถึงสิ่งจำเป็นในการใช้โครงการฯ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยมี ข้อมูล รายละเอียดมากยิ่งขึ้น จะช่วยทำให้มีความเข้าใจดียิ่งขึ้น โดยการยอมรับเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการรับเอาสิ่งใหม่ มายึดถือปฏิบัติด้วยความเต็มใจ โดยพฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นกระบวนการและมีระยะเวลา

ดังนั้น จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์จะเป็นส่วนช่วย ในการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติที่ดี ตลอดจนความร่วมมือ ยอมรับ ระหว่างหน่วยงานหรือการรถไฟแห่งประเทศไทย กับ ประชาชน ยังสอดคล้องกับ ประจวบ อินอ้อด(2532) ได้กล่าวว่า บทบาทการ

ประชาสัมพันธ์จะมีความสำคัญมาก หากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีราคาสูง หรือเกี่ยวกับสวัสดิภาพของผู้ใช้ เช่น สายการบินต่างๆ โรงแรม เป็นต้น ซึ่งจากการวิจัยนี้ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นโครงการฯ ที่มีมูลค่าราคาสูงและมีคุณประโยชน์มากรวมหลายด้าน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ย่อมมีบทบาทมาก และยังมีความสัมพันธ์กับการเกิดภาพลักษณ์โครงการฯ ซึ่งตรงกับทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ ที่กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ช่วยลดช่องว่างแห่งการสื่อสารในสังคม สร้างความเข้าใจในสังคม สร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกิดการยอมรับหน่วยงานคือโครงการรถไฟแห่งประเทศไทยหรือโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โครงการฯ เพื่อเพิ่มพูนความเชื่อถือแล้ว ผลที่ได้ก็คือ การดำเนินงานโครงการฯ ย่อมประสบผลสำเร็จตามแผนการที่กำหนด เกิดผลประโยชน์สูงสุด

**อภิปรายผล การสัมภาษณ์ประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ที่พักอาศัยในชุมชนริมทางรถไฟ ในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ**

โดยภาพรวมจากการสัมภาษณ์ถึง การได้รับ การติดตาม และแสวงหา ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง พบว่า สื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภท ผู้นำชุมชน มีอิทธิพลบทบาทต่อชุมชนดังกล่าวมากที่สุด สามารถนำเสนอการอภิปรายผลสรุปของการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

#### **ผลกระทบด้านการประกอบอาชีพ**

จากการสัมภาษณ์ข้างต้นจาก ผู้นำชุมชน จากการที่ประชาชนกลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องรื้อย้ายที่พักอาศัยออกไปจากแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ ซึ่งเดิมได้มีวิถีการดำเนินชีวิตในลักษณะการประกอบอาชีพอิสระเช่น รับจ้างหรือลูกจ้าง และค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัวส่วนมากได้ใช้พื้นที่บริเวณย่านที่พักอาศัยหรือบริเวณใกล้เคียง เป็นที่ประกอบอาชีพดังกล่าว พอมีรายได้จุนเจือในครอบครัวเพียงพอ การรื้อย้ายโยกย้ายออกไปจากพื้นที่เดิม จะทำให้ขาดรายได้ที่มีอยู่เดิม และในอนาคตยังไม่แน่ใจว่า จะสามารถประกอบอาชีพอะไรได้ ไม่มีอาชีพรองรับที่แน่นอน เพราะพื้นที่ที่ทางการจัดให้ก็อยู่ไกลจากชุมชนเมืองที่เจริญ อีกทั้ง จำนวนเงินค่ารื้อย้ายที่คาดว่าจะ

ไป ค ร์ บ

ก็ยังไม่เพียงพอต่อการซื้อบ้านใหม่ ต้องผ่อนส่งเป็นรายเดือน ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต โดยประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้เพียงชั้นประถมศึกษา/เทียบเท่า และส่วนใหญ่มีอายุมากแล้วเกินกว่าที่โรงงานต้องการ ก็ไม่สามารถเข้าทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมได้ ต้องอยู่บ้านเฉยๆ หมกหมกทางทำมาหากินไปโดยปริยาย ที่สำคัญต้องย้ายสถานที่การศึกษาของบุตร/หลานตามไป ทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายที่ต้องเพิ่มมากยิ่งขึ้น

### ผลกระทบด้านการสัญจร

เนื่องเป็นชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯหรือเส้นทางรถไฟสาย ตะวันออกในปัจจุบัน ที่ได้ใช้พื้นที่ริมเส้นทางรถไฟเป็นช่องทางการสัญจรไปมาของชุมชน การก่อสร้างโครงการฯ ต้องปิดกั้นพื้นที่ในการก่อสร้างฯ บางส่วน จึงทำให้การสัญจรของประชาชนในชุมชนและใกล้เคียง เกิดการติดขัด มีความลำบากในการเดินทางไปประกอบอาชีพและอื่นๆมากขึ้น

### ผลกระทบด้านการแตกสลายของชุมชน

เนื่องจากเป็นชุมชนที่เกิดจากการรुक้าเข้ามาพักอาศัยเหมือนกัน มีชีวิตที่เรียบง่าย พึ่งพา รายได้จากการประกอบอาชีพอิสระ รับจ้าง ค้าขายบริเวณบ้านและใกล้เคียง ทำให้มีความสัมพันธ์ กันอย่างใกล้ชิด มีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน อยู่ในพื้นที่จำกัดทั้งขนาดที่พักอาศัยประมาณ 9-15 ตรม. โดยตั้งอยู่ติดกันหรือใช้ฝาบ้านเดียวกัน มีการดำเนินชีวิตในชุมชนอย่างใกล้ชิดกันมา ตลอด ใช้ช่องทางสัญจรริมเส้นทางรถไฟที่เล็กแคบ แทบจะสวนทางกันไม่ได้ ทำให้มีความสัมพันธ์ ใกล้ชิดกันแบบญาติ พี่น้อง ดังนั้น การที่ต้องรื้อย้ายออกไปทำให้ต้องกระจัดกระจายออกไป แยกย้ายออกไป จากสถานที่ที่เคยรับจ้าง ค้าขาย ใกล้บ้าน ต้องแยกกันไปทำมาหากินที่ไกลบ้านเดิม ต้องห่างจากกันทั้งคนในชุมชนเดิมและในครอบครัวของตนเองด้วย ทำให้ความสัมพันธ์ห่างเหิน กัน จืดจางลง คนในชุมชนใหม่ยังรวมตัวกันไม่ติด ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในชุมชนเช่นเดิม กลายเป็นชุมชนที่แตกสลาย ไม่มีความเข้มแข็ง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกันแบบญาติ พี่น้อง เช่นเดิม

จะเห็นได้ว่า เป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ คือ พฤติกรรมการสื่อสารของ มนุษย์ได้ว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีผลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่สื่อมวลชนเป็นส่วนที่ให้ข้อมูลไปยัง เครื่องข่ายของสังคมที่ซับซ้อน สื่อจึงต้องแข่งขันกับแหล่งข่าวสารอื่นๆ ด้วย เช่น แหล่งข่าวสารจาก ก ผู้ นำความคิด ซึ่งมีอิทธิพลเหนือผู้รับสารทั่วไปในกลุ่มสังคมหรือชุมชน โดยแนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ ทางความคิด มีบทบาทเป็น ผู้นำชุมชนโดยเฉพาะชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ ในฐานะสื่อ บุคคลที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชนและแหล่งอื่นๆ ภายนอกชุมชนไปสู่คนใน ชุมชน รวมทั้ง มีบทบาทในการกระตุ้นหรือชักจูงคนในชุมชนให้มีการยอมรับต่อการดำเนินงาน ก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้มาน้อย เพียงใด ขึ้นอยู่ กับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ได้มาน้อยเพียงใด เช่นกัน

### ผลกระทบด้านความไม่มั่นคงของที่อยู่อาศัย

ประชาชนในชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการฯ เกิดการวิตกกังวลกับผลกระทบในด้านความไม่มั่นคงของที่อยู่อาศัยค่อนข้างมาก ซึ่งผลกระทบนี้เป็นผลจาการปล่อยข่าวของนายทุนที่ให้เงินทุนมาสร้างที่อยู่อาศัยเดิม ที่ต้องการผลประโยชน์จากเงินชดเชยการรื้อย้ายที่อยู่อาศัยให้เพิ่มสูงขึ้น ว่าพื้นที่จะก่อสร้างเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งระดับห้าดาว ไม่ใช่ก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบกับทางการรถไฟแห่งประเทศไทย ก็ไม่ได้ประชาสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในเรื่องดังกล่าว จึงทำให้ประชาชนพูดคุย กันไปต่างๆ นานา จนเกิดเป็นความวิตกกังวลและหวาดระแวงในความไม่มั่นคงในวิถีชีวิตความเป็นอยู่

อภิปรายผลการสัมภาษณ์ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าได้รับผลกระทบโดยอ้อม ที่อยู่ในชุมชนใกล้เส้นทางรถไฟของโครงการฯ ในอนาคตหรือผู้โดยสารรถไฟที่สถานีรถไฟ ในเส้นทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน

จากการสัมภาษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีของการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่เป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง โดยเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two - Way Communication) นั่นคือ มีการป้อนกลับของสารจากผู้รับสาร สารที่ใช้สื่อ่นั้นมีทั้ง วจนสารและอวัจนสาร ส่วนช่องทางในการสื่อสารนั้น ซึ่ง ลาซาร์เฟลด์ (Lazafeld) และเมนเซล (Menzel) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชน เพราะการพูดคุยแบบกันเองและเป็นการส่วนตัวทำให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังยอมรับความคิดของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การเห็นหน้ากันระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ทำให้ผู้พูดสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเรื่องที่จะพูดให้เป็นที่พอใจของผู้ฟังได้และในแง่จิตวิทยา ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายในการชักจูงของผู้พูด ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ผู้พูด คือ

เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ โครงการฯ ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชน ในภาวะเร่งด่วนค่อนข้างวิกฤตินี้ กับ ประชาชน ที่ได้รับผลกระทบ โดยเร็ว เพื่อลดปัญหาอุปสรรคให้ลดน้อยลงหรือหมดไปในที่สุด

โดยภาพรวมจากการสัมภาษณ์สรุปผลได้ว่า การได้รับ การติดตามและ แสวงหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้รับผลกระทบโดยอ้อม พบว่า การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มีน้อย



มาก มีการแพร่กระจายไม่ทั่วถึง ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ไม่น่าสนใจ เห็นควรนำเสนอด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ อย่างต่อเนื่อง ควรนำเสนอเรื่อง ประโยชน์ของโครงการฯ ที่มีต่อส่วนรวม ประเทศชาติ ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ โดยภาพรวม ผลกระทบที่คาดว่า จะมีและมาตรการ แนวทางหรือวิธีการแก้ไขผลกระทบให้มากกว่านี้ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อ โครงการฯ เพื่อสร้างความร่วมมือ ขอมรับการดำเนินงาน โครงการฯ ให้มีมากขึ้น ซึ่งเป็น ไปในรูปของการติดต่อสื่อสารกันได้ทั้งสองทาง (Two-way Communication) ตามแนวคิดการสื่อสารสองจังหวะ ด้วยการถ่ายทอดข่าวสารในลักษณะนี้ว่า ข้อมูลข่าวสารหรือความคิดใดๆ จะถูกส่งผ่านจากสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์/วิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ ไปยังผู้นำชุมชนหรือผู้นำทางความคิด ซึ่งจะเป็นผู้ถ่ายทอดไปยังกลุ่มประชากรที่มีการติดต่อกับสื่อมวลชนต่ำ (The less active section of population)

เมื่อพิจารณาในแง่ของความต้องการรับรู้ข่าวสารของประชาชนทั่วไป พบว่าการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ไม่ต่อเนื่อง ไม่ดึงดูดความสนใจ ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน หรือประเด็นที่ประชาชนต้องการอยากรู้ ประชาชนจึงให้ข่าวเอง ซึ่งเป็นเพียงการคาดเดา ที่อาจไม่ถูกต้องตรงข้อเท็จจริง ทำให้มีความคลาดเคลื่อน บิดเบือนได้ เช่น ประเด็นความคืบหน้า การก่อสร้างโครงการฯ ผลกระทบ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ มาตรการแก้ไขฯ การรื้อย้าย ผลประโยชน์ที่จะได้รับ

หากมองในภาพรวมจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นทั้งหมด จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งแต่เดิมเป็นเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับประชาชน โดยใช้การสื่อสารสองทาง ที่มีการวางแผน เป็นงานต่อเนื่องและผลระยะยาวนั้น แต่ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ ได้ปรับเปลี่ยนบทบาท ที่เป็นหน้าที่หนึ่งของ ฝ่ายบริหาร (The Management Function) และถือเป็นกลยุทธ์ในการทำงานมากขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วม ในการริเริ่ม ส่งเสริม สนับสนุน และผลักดัน กิจกรรมที่จะนำมาซึ่ง ภาพลักษณ์พึงปรารถนา ขององค์กร ให้เกิดมากขึ้น ซึ่งก็หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ ได้มีโอกาสในการควบคุม เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรให้เกิดขึ้นในทิศทางที่ต้องการได้ นั่นคือ การขอมรับการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโครงการ มีน้อยและไม่ต่อเนื่อง จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง ตามนโยบายของการรถไฟแห่งประเทศไทย แต่เนื่องจากการดำเนินงาน โครงการฯ ได้มีข้อตกลงกับบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างให้ทำการสำรวจวิจัยด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจ โดยรวมก่อนการก่อสร้างแล้ว จึงไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยเฉพาะในระยะการก่อสร้าง ด้วยถือว่า

เป็นการประชาสัมพันธ์ไปในขณะเดียวกันแล้ว ประกอบกับเป็น โครงการด้านคมนาคมขนส่งที่ เชื่อมต่อกับ โครงการที่ยิ่งใหญ่ระดับภูมิภาคในเอเชีย ที่มีภาพรวมของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ ยิ่งใหญ่เช่นกัน

**สรุปผลการสัมภาษณ์ในภาพรวมของผู้นำชุมชนหรือประชาชน ที่ได้รับผลกระทบทั้ง โดยตรงและโดยอ้อม รวมทั้ง ผู้บริหารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชนทั้งของชุมชนที่ ได้รับผลกระทบโดยตรงและได้รับผลกระทบโดยอ้อมหรือผู้โดยสารที่สถานีรถไฟในช่วงระยะทาง ระหว่างสถานีมักกะสัน- สถานีลาดกระบัง จำนวน 16 คน และผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 18 คน สรุปได้ดังนี้

#### **บทบาทของสื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชน**

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนประชาชน เพื่อศึกษารวบรวมบทบาทของความร่วมมือ ยอมรับ ของประชาชนต่อการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณ ภูมิ พบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมการยอมรับ โดยเริ่มแรกเป็นไปในลักษณะเคลื่อนไหว รวมตัวกัน ชุมชนต่อต้าน คัดค้านประท้วง ตามวิถีทางของชาวชุมชน ต้องการรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ของชุมชน เมื่อคณะทำงานโครงการฯเข้าไปในชุมชนครั้งใด ก็จะมีชาวชุมชนเข้ามาห้อมล้อม ด้วย ความต้องการข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของชุมชน เมื่อข่าวสาร ที่ได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ จึง เกิดข่าวลือต่างๆ ที่คาดการณ์ไปในทางที่ไม่ถูกต้อง จากกลุ่มย่อยในชุมชน ไปยังองค์กรใหญ่ขึ้นไป เครือข่ายสภามติภาคและผู้นำการเมืองในท้องถิ่นนั้น เนื่องจากเป็นผลกระทบต่อคุณค่า คุณภาพชีวิต ที่เป็นความเดือดร้อนในที่พักอาศัย มีความไม่มั่นคงต่อการดำรงชีวิต จึงมีความต้องการให้เจ้าของ โครงการฯ เข้ามาให้ข่าวสาร ข้อมูล แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนโดยเร็ว แต่ยังไม่ได้รับการ ตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้อย่างชัดเจน ดังนั้น เพื่อสนองความต้องการ ชาวชุมชนจึงหา ข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ จาก ผู้นำชุมชน ที่ชาวบ้านให้ความเชื่อถือ ที่อยู่ใกล้ตัวมากที่สุดเป็นหลัก จึงเห็นได้ถึง บทบาทของผู้นำชุมชน ในการเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ชุมชน ได้ ดีที่สุด โดยเฉพาะถ้าผู้นำชุมชน นั้น มีการยอมรับ ให้ความร่วมมือด้วยมากที่สุด

#### **ปัจจัยที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อการยอมรับ**

ปัจจัยที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลต่อการยอมรับในการวิจัยเรื่องนี้ คือ สื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบได้รับข้อมูล ข่าวสาร โครงการฯ มีการยอมรับการดำเนินงาน โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้สูงสุด ดังนี้

ประการแรก คือ สื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชน ด้วยการที่ชาวชุมชน ต้องการข่าวสาร ในเรื่องของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชน ทั้งทางบวกและลบ โดยเฉพาะเริ่มมีปัญหา อุปสรรค ควร ใช้การถ่ายทอดไปสู่ ผู้นำชุมชน เป็นอันดับแรกของชุมชนเป้าหมายหรือชุมชนที่ได้รับผลกระทบ โดยเร็ว แต่การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ พบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ยังมีน้อยมาก โดยเฉพาะไม่ ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จึงก่อให้เกิดข่าวลือ ไปในทิศทางที่ไม่ดี เกี่ยวกับการ ดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ อาจทำให้เกิดความล่าช้าขึ้นได้ ไม่ทันตามแผนงานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลมากที่สุดคือ สื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชนหรือผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ซึ่งเป็นผู้รับสาร ที่มีอิทธิพลเหนือผู้รับสารอื่นๆ โดยเฉพาะชาวชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ จากนั้น ผู้นำชุมชน จะถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่ ได้รับรู้ รับฟังมาไปสู่ประชาชนในชุมชน ที่มีความเชื่อมโยง ให้ความเชื่อถือ ในตัว ผู้นำชุมชน ซึ่งจะมี

ประสิทธิผลมาก โดยเฉพาะถ้าการสื่อสารนั้นผู้นำชุมชน ยอมรับ ร่วมมือด้วยมากที่สุดโดยมีอิทธิพล ต่อการก่อให้เกิดความคิดเห็นและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ตามวัตถุประสงค์ของผู้นำชุมชนได้ ซึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชน เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งแสดง ถึงเครือข่ายทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ประการที่สอง คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ข่าวแจก ข่าวรถไฟ ที่ได้ลงข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงาน โครงการฯให้ทราบ ตามการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ประชาชน ได้มีความรู้ ความเข้าใจได้ในระดับหนึ่ง แต่ในเรื่องนี้ต้องพึ่งพา สื่อบุคคล ในการนำข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ไปแพร่กระจายต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการติดตาม แสวงหาข้อมูล ข่าวสารของประชาชน ในเบื้องต้นด้วยสื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีสื่อบุคคล ช่วยในการเผยแพร่ต่ออีกช่วงหนึ่งให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### **ปัญหา อุปสรรค ทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับ**

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีน้อยมากและยังแพร่กระจายไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายที่มี ปัญหาแท้จริง ดังนั้น การไม่ได้รับหรือได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร ในระดับต่ำ ประกอบกับปัจจัยที่สำคัญ โดยเฉพาะของประชาชนในชุมชนริมทางรถไฟหรือในแนวเขตเส้นทางรถไฟของโครงการฯ จาก

การที่ชาวชุมชนส่วนใหญ่ ได้พักอาศัยอยู่ในชุมชนติดต่อกันมาเป็นเวลานานกว่า 5 ปีขึ้นไป จึงมีความผูกพันชุมชนของตน หวงแหนพื้นที่ และยังเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกลางเมืองหลวง ที่มีค่าครองชีพต่ำ ที่สามารถประกอบอาชีพอิสระหาเลี้ยงชีพได้ง่าย เช่น รับจ้างทั่วไป ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว จึงมีการรวมตัวกันจัดขึ้น ไม่ยินยอม รื้อย้ายไปไหนโดยง่าย

ผู้นำชุมชน ขาดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติไม่ดีต่อโครงการฯ จากการที่ไม่ได้รับข้อมูล ข่าวสารที่เพียงพอ จึงส่งผลให้ชาวชุมชนไม่ให้ความร่วมมือ ยอมรับ ตามไปด้วย ที่เป็นดังนี้ เนื่องจากประชาชนมีความต้องการข่าวสารในเรื่องของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับชุมชน ทั้งทางบวก และลบ การแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการฯ เพิ่มเติมมากที่สุด แต่ไม่มีการตอบสนองความต้องการนี้ได้ จึงต้องหันมาพึ่งพาสื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชน ประกอบกับมีการประชาสัมพันธ์ในระดับตำบลและไม่ทั่วถึง

ขาดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ถึงลักษณะของโครงการฯ ใหม่ ที่มีผลต่อการยอมรับ คือ ประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ (Comparative Advantage) หมายถึง รูปแบบ ลักษณะของโครงการพัฒนา ด้านคมนาคมใหม่ ระดับของคุณประโยชน์ให้ประชาชนได้รับรู้เมื่อประชาชนเปรียบเทียบโครงการพัฒนา ด้านคมนาคมใหม่นั้น กับโครงการด้านคมนาคมที่มีอยู่เดิม หากโครงการพัฒนาใหม่นั้นมีประโยชน์กว่าโครงการที่มีอยู่เดิม หรือสามารถใช้แทนสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ ก็มีแนวโน้มที่บุคคลยอมรับโครงการพัฒนาใหม่นั้นได้ ดังนั้น ประชาชนยังรับรู้ถึงประโยชน์เชิงสัมพัทธ์ของโครงการพัฒนาใหม่มากขึ้นเท่าใด อัตราการยอมรับโครงการพัฒนาใหม่นั้น ก็จะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น ดังนั้น กลยุทธ์หนึ่งที่น่าจะใช้ ในการแพร่กระจายโครงการพัฒนาใหม่ คือ การให้บุคคลที่เป็นที่รู้จัก ยอมรับ เชื่อถือในชุมชนคือ ผู้นำชุมชน มีการยอมรับโครงการพัฒนาใหม่ นั้นเสียก่อน เพื่อจูงใจให้ประชาชนในชุมชน มีการยอมรับโครงการพัฒนาใหม่ นั้นด้วย

### ข้อจำกัด และปัญหา อุปสรรคในการวิจัย

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัย ต้องการศึกษาดูเฉพาะการประชาสัมพันธ์และปัจจัยต่อการประชาสัมพันธ์ ที่นำเสนอ ข้อมูล ข่าวสาร ฯ ที่มีประสิทธิผลต่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในช่วงระยะการก่อสร้างโครงการฯ เท่านั้น ซึ่งจะใช้เป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในอนาคตต่อไป จึงไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดของปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะ เป็นปัญหา อุปสรรค ต่อการดำเนินงานโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

2. ช่วงเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เป็นเวลากลางวัน ซึ่งเป็นเวลาการประกอบอาชีพค้าขาย รับจ้างทั่วไป ของชาวชุมชน มีเพียงส่วนน้อยที่เป็นแม่บ้าน ที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนช่วงเก็บข้อมูล

โดยเฉพาะผู้นำชุมชนและคณะกรรมการฯ ของชุมชนที่อยู่ในแนวเขตโครงการฯ ต้องรอเวลาใกล้ค่ำ จึงสัมภาษณ์ได้ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ชาวชุมชนมีการชุมนุมสังสรรค์กัน ซึ่งต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

3. จากการสังเกตพฤติกรรมโดยรวมของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากจะมีความกดดันจากการไม่ทราบข้อมูล ข่าวสาร ในสถานการณ์โครงการฯ ที่แท้จริง จึงเกิดความวิตกกังวล หวาดระแวงถึงความไม่มั่นคงของที่พักอาศัยอยู่แล้ว จึงยังไม่ไว้วางใจต่อคนแปลกหน้าภายนอกชุมชนที่เข้ามาถามเรื่องราวที่เกี่ยวกับที่พักอาศัยหรือชุมชนของตน ซึ่งต้องใช้เวลาการพูดคุยทำความเข้าใจอยู่นาน จึงยินยอมให้สัมภาษณ์ได้ในที่สุด

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลงานการศึกษาวิจัย

เพื่อให้ผลการศึกษานำมาซึ่งประโยชน์ เป็นแนวทางในการปรับปรุง การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในอนาคตให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับของประชาชนที่ได้รับผลกระทบในโครงการพัฒนาอื่นๆ ในอนาคตที่จะมีต่อชุมชนริมทางรถไฟ ที่อยู่ในแนวเขตเส้นทางรถไฟสายอื่นๆ ที่สำคัญเพื่อส่งเสริมและพัฒนานโยบายการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. เสริมสร้างศักยภาพและพัฒนาความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่การประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการ ความร่วมมือ และการยอมรับ ในแนวทางที่สอดคล้องกับ การพัฒนาแบบยั่งยืนที่มี คน เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา รวมทั้งต่อยอดแนวคิดของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ สื่อบุคคล ประเภท ผู้นำชุมชน เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและมีบทบาทต่อการโน้มน้าวใจ ชักจูงประชาชนในชุมชนได้มากกว่าสื่อมวลชน

2. จัดให้มีการฝึกอบรมหลักการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาฯ เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในหลักการและยุทธวิธีของการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทาง วิธีการปฏิบัติตามหลักการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ได้รับความร่วมมือ มีการยอมรับจากผู้นำชุมชน หรือประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างถูกต้อง

3. ศึกษาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อบุคคลอื่นๆ คือ เพื่อนบ้านหรือคนในชุมชน ซึ่งอยู่ในชุมชนหรือสถานการณ์เดียวกัน ที่ต้องการหาข้อมูล ข่าวสาร หากหาไม่ได้ ก็คาดเดาเอาเอง แล้วจะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ต่างๆ ของชุมชน เช่น การดำเนินงานและความเคลื่อนไหวของการก่อสร้างโครงการฯ ให้กับคนอื่นในชุมชนเดียวกันนั้นอีกต่อหนึ่ง

4. ส่งเสริมและกระตุ้นความร่วมมือ ให้การยอมรับโครงการฯ โดยการจัดประชุมและนิทรรศการหรือกิจกรรม เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจในโครงการฯ วิธีการนี้คือ กระบวนการพัฒนาคน ตามแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน เนื่องจากเป็นการพบปะชาวบ้านโดยตรง เป็นการสื่อสารแบบ face-to-face ที่เหมาะสมและควรทำต่อเนื่อง ซึ่งย่อมต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย

5. การใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะใช้สื่อบุคคลแล้ว การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่น โดยเฉพาะในส่วนกลาง เช่น กรุงเทพมหานคร ควรใช้สื่อมวลชน โดยเฉพาะ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสารได้ทั่วถึงมากกว่า นอกจากนี้ สื่อที่น่าสนใจและมีประโยชน์คือ แผ่นพับ ใบปลิว ข่าวแจก ข่าวร  
 ฎ  
 ใ  
 ฟ  
 ป้ายประกาศข่าว เพราะช่วยเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นรูปธรรม

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา การยอมรับ มีส่วนร่วม ในความร่วมมือของประชาชนในเชิงคุณภาพ ตั้งแต่ ระยะเวลาก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง ระยะการก่อสร้างและระยะการเปิดใช้โครงการฯ โดยการดำเนินการตามกระบวนการทางการประชาสัมพันธ์ และเข้าร่วมสังเกตการณ์ มีส่วนร่วมในชุมชน โดยมุ่งเน้นชุมชนที่มีปัญหา เพื่อศึกษากระบวนการ รูปแบบและลักษณะการยอมรับ ที่เกิดขึ้นจริง จะช่วยให้มองเห็นปัญหา อุปสรรค ของการประชาสัมพันธ์เพื่อยอมรับ ได้มากขึ้น

2. ผลการศึกษาเรื่องนี้ แสดงถึงความสำคัญของ ผู้นำชุมชน จึงควรมีการศึกษาถึง บทบาทและความรู้ ความสามารถ ของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับ ต่อ ผู้นำชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างไร รวมทั้งมีแนวทางวิธีการแก้ไข ปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อจะได้นำมาเป็น แนวทางการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการพัฒนาอื่นๆ ต่อไป

3. ควรทำการศึกษาปัจจัยที่อาจเกี่ยวข้องกับการยอมรับ อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น เพศ การศึกษา อาชีพ ผลกระทบ การช่วยเหลือ ค่าชดเชย มาตรการป้องกันแก้ไขผลกระทบ ระยะเวลาที่พักอาศัยอยู่ในชุมชน ความตระหนักรู้และสำนึกถึงของชาวบ้านต่อโครงการพัฒนาฯฯ เพื่อจะได้มองเห็นคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการยอมรับของประชาชน ได้หลากหลายขึ้น

4. ในเรื่องความพึงพอใจ การได้รับการยอมรับจากประชาชน ผู้สนใจ อาจศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบทบาทและการทำงานของ เจ้าหน้าที่ขององค์การของรัฐหรือผู้รับผิดชอบโครงการ ตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ กับบทบาทของผู้นำชุมชน ต่อการชักจูง

หรือโน้มน้าวใจ และการได้รับการยอมรับ เชื่อถือจากประชาชนในชุมชนนั้นๆ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ สามารถนำมาใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์หรือสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการยอมรับโครงการพัฒนาของรัฐอื่นๆในอนาคตต่อไป

D  
P  
U

D  
P  
U

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ชม ภูมิภาค. (2526). **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ. Os Printing House Co,Ltd.,
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). **การสื่อสารประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ :  
ทีพี พรินท์.
- ทะนงศักดิ์ คุ้มไชน้ำและคณะ. (2534). **การพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.
- ประจวบ อินออด. (2532). **เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร**. กรุงเทพฯ : ศูนย์การพิมพ์พลชัย.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2530). **ประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งของการตลาด**. ใน ชูเปอร์เออี. กรุงเทพฯ :  
กรุงเทพ.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2529). **ปรัชญาและองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์**. ใน หลักการโฆษณา  
และการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ. (2527). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศ  
ศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมควร กวียะ. (2530). **แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์**. ใน การวางแผนงาน  
ประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุพิน ปัญญาภัก. (2525). **การวางแผนงานประชาสัมพันธ์โครงการ**. บทความประกอบการ  
บรรยายในหัวข้อเรื่องการวางแผนงานประชาสัมพันธ์โครงการของสมาคมวารสาร  
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2528). **การสื่อสารและการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนีย์ แดงวัง. (2525). **การประชาสัมพันธ์ แนวความคิดและหลักวิธีปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์อักษรบัณฑิต.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2529). **กลุ่มเป้าหมายในการโฆษณา**. ใน หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์.  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อรวรรณ ปลันธน์โอวาท. (2533). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

## เอกสารอื่นๆ

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญเลิศ สุภคิลก. (2530). **การวางแผนการสื่อสาร : ขอบเขตและวิธีการ**. เอกสารประกอบการเรียนหลักสูตรปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ สุภคิลก. (2530). **การวางแผนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**. เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). **ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 3**. ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี : วิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2538). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณ งามดี. (2527). **การดำเนินงานประชาสัมพันธ์**. เอกสารประกอบการเรียนการบรรยาย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรุณ งามดี. (2527). **การประชาสัมพันธ์**. เอกสารประกอบการบรรยาย โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์.

## วิทยานิพนธ์

- กรแก้ว เพชรจำรัส. (2546). **ปัจจัยการเปิดรับข่าวสาร การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมต่อภาพลักษณ์ของบ้านจัดสรร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา นิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. (2538). **การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ดวงพร จิตรเพิ่มพูลผล, ร้อยโทหญิง. (2546). บทบาทการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์  
ไทยรัฐ กรณีทำอากาศยานสุวรรณภูมิกับความต้องการรับรู้ ข่าวสาร ของประชาชน  
โดยรอบพื้นที่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธงชัย มั่นคง. (2537). กระบวนการยอมรับและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการยอมรับการทำ  
หมั้นของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธิดารัตน์ วัฒนไพโรจน์. (2544). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีการสื่อสารระหว่างบุคคลของ  
พนักงานต้อนรับฯ สายการบินไทย ศึกษากรณี : ผู้โดยสารที่ใช้เส้นทางบินในทวีป  
เอเชีย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นรมน นันทมนตรี. (2545). ยุทธวิธีการสื่อสารของผู้นำชุมชน ในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ  
สมาชิกชุมชนในการลดปริมาณขยะ กรณีศึกษา : ชุมชนสุขสันต์ 26. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2537). ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่งการ  
ประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนา ศรีชนะชัยโชค. (2533). การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทย  
กับแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 6. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณมา ชาญชัยวัฒนา. (2537). กลยุทธ์การใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนาโครงการทำ  
อากาศยานสากลกรุงเทพฯ : ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.
- วันทนีย์ สิริสุข. (2539). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ร้อยละ  
ออร์คิดพลัส ของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
คณะนิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาวรรณ พัฒนพงษ์. (2547). การรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ ความพึงพอใจและทัศนคติต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ลีณี จงจริยาธรรม. (2543). **ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ วิทยุไฟฟ้าบี ที เอส ต่อ ความรู้ ความคิดเห็นและการใช้บริการไฟฟ้า.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุขพร มาฆะสกุลเจริญ. (2544). **การศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุเทพ วงษ์บุญธรรม. (2539). **การวิเคราะห์สถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจของการสื่อสารแห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุพิชา อรัณยกานนท์. (2543). **การยอมรับของประชาชนต่อโครงการพัฒนาเคหะชุมชนคลองเตย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแรงงานและสวัสดิการสังคม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก.
- อรอุบล ภูบัวเฟื่อน. **การศึกษาการวางแผนประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยธุรกิจ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## ภาษาต่างประเทศ

### Books

- DeFleur, Melvin L. (1970). **Theories of Mass Communication.** New York : David Mckay Company.
- Schramm, Wilbur. (1973). **Mass Media and National Development.** Stanford University and UNESCO.
- Schramm, Wilbur. (1978). **Men, Mass and Media : A look at Human Communication.** New York : Harper and Row Publishers.
- Wibur Schramm. (1973). **Men, message, and Media : a look at Human Communication.** New York : Harper & Row, Publishers.

DPUC

ภาคผนวก

ชื่อชุมชน.....

## แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาวิจัย

## เรื่อง

## สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟ

## เชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง : ให้ใส่เครื่องหมาย  ใน  หรือเติมข้อความที่ตรงความจริงของผู้ตอบมากที่สุด

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. อายุ.....ปี
2. เพศ  ชาย  หญิง
3. การศึกษา
 

<input type="checkbox"/> ไม่ได้เรียน	<input type="checkbox"/> ระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่า (ป.1-ป.6)	<input type="checkbox"/> ปวช./ปวส./อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ระดับมัธยมต้นหรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
4. ท่านอาศัยอยู่ใน ชุมชนนี้ มานาน
 

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 6 เดือน	<input type="checkbox"/> 1 ปี – 5 ปี
<input type="checkbox"/> 6 เดือน – 1 ปี	<input type="checkbox"/> 5 ปีขึ้นไป
5. ภูมิลำเนาของท่าน
 

<input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร	<input type="checkbox"/> ต่างจังหวัด
ระบุ.....	
6. ท่านอาศัยอยู่ใน ชุมชนนี้ เพราะ (โปรดระบุ).....
7. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ
 

<input type="checkbox"/> รับจ้าง	<input type="checkbox"/> กู้ขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว
<input type="checkbox"/> ลูกจ้างหรือเจ้าของสถานบันเทิง/ร้านอาหาร	<input type="checkbox"/> ลูกจ้างหรือเจ้าของบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....

8. รายได้ต่อเดือน
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 5,001 บาท – 8,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3,001 – 5,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 8,001 – 10,000 บาท    |
| <input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,000 บาทขึ้นไป      |
9. ลักษณะที่อยู่อาศัย
- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บ้านตนเองในที่เช่า | <input type="checkbox"/> บ้านของตนเองในที่บุกรุก |
| <input type="checkbox"/> บ้านอาศัยผู้อื่น   | <input type="checkbox"/> บ้านเช่า                |
| <input type="checkbox"/> บ้านในชื่อของตนเอง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....         |
10. ท่านได้รับ ข่าวสาร ข้อมูล โครงการพัฒนาฯหรือความเคลื่อนไหวของชุมชน จากแหล่งไหนมากที่สุด
- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> ผู้นำชุมชน        |
| <input type="checkbox"/> เพื่อนบ้าน        |
| <input type="checkbox"/> คนในชุมชน         |
| <input type="checkbox"/> สื่อต่างๆ         |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |
11. ปกติท่านติดตามหรือแสวงหา ข่าวสาร ข้อมูล โครงการพัฒนาฯหรือความเคลื่อนไหวของชุมชน บ้างหรือไม่
- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ติดตาม | <input type="checkbox"/> ไม่ติดตาม (ข้ามไปส่วนที่ 2) |
|---------------------------------|--|
12. ท่านติดตามหรือแสวงหา ข่าวสาร ข้อมูล ที่ต้องการ จากสื่อประเภทใดมากที่สุด (คำตอบเดียว)
- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> สื่อเฉพาะกิจ – แผ่นพับ ใบปลิว ประกาศฯ                         |
| <input type="checkbox"/> สื่อบุคคล-ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่โครงการ เพื่อนบ้าน คนในชุมชนฯ |
| <input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ – หนังสือพิมพ์ วารสารฯ                          |
| <input type="checkbox"/> สื่อมวลชน – วิทยุ โทรทัศน์ฯ                                   |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....   |

ส่วนที่ 2 การได้รับ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟ  
เชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1. ท่านทราบไหมว่า การดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยาน  
สุวรรณภูมิ จะเป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเดิม จากสถานีพญาไท –  
สถานีลาดกระบัง
  - ไม่ทราบ
  - ทราบจาก..... ( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์  
(ระบุ).....
    - ( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน
    - ( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว
    - ( ) อื่นๆ (ระบุ).....
  
2. ท่านทราบไหมว่า ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าร่วมประชุมกับคณะทำงานฯ แสดงความคิดเห็น  
และเสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้
  - ไม่ทราบ
  - ทราบจาก..... ( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์  
(ระบุ).....
    - ( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน
    - ( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว
    - ( ) อื่นๆ (ระบุ).....
  
3. ท่านทราบไหมว่า การดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยาน  
สุวรรณภูมิ จะมีผลกระทบต่อครัวเรือน/ชุมชน อย่างไร
  - ไม่ทราบ
  - ทราบจาก.....
    - ( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์ (ระบุ).....
    - ( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน
    - ( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว
    - ( ) อื่นๆ (ระบุ).....



4. ท่านทราบหรือเคยเห็น เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ เข้ามาประกาศข่าวหรือชี้แจงเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ พร้อมมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมไว้แล้ว หรือไม่
- ไม่ทราบ
- ทราบจาก.....
- ( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์ (ระบุ).....
- ( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน
- ( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว
- ( ) อื่นๆ (ระบุ).....
5. ท่านทราบไหมว่า ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ได้มีแนวทางและมาตรการชดเชยทรัพย์สิน เช่น ค่าร้อยละ ค่าพาหนะขนย้าย ให้กับประชาชน/ครัวเรือนริมทางรถไฟที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรือไม่
- ไม่ทราบ
- ทราบจาก.....
- ( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์ (ระบุ).....
- ( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน
- ( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว
- ( ) อื่นๆ (ระบุ).....
6. ท่านได้ทราบข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ก่อนการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือไม่
- ไม่ทราบ
- ทราบจาก.....
- ( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์ (ระบุ).....
- ( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน
- ( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว
- ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

7. ท่านทราบไหมว่า ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

ไม่ทราบ

ทราบจาก.....

( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์ (ระบุ).....

( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน

( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว

( ) อื่นๆ (ระบุ).....

8. ท่านทราบไหมว่า ประชาชนทั่วไปสามารถมีส่วนร่วม ช่วยสอดส่องดูแลให้ ผู้รับเหมาก่อสร้างฯ และผู้รับผิดชอบโครงการฯ ปฏิบัติตามเงื่อนไขในแผนงานและมาตรการต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

ไม่ทราบ

ทราบจาก.....

( ) เจ้าหน้าที่ฯ/ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ( ) หนังสือพิมพ์ (ระบุ).....

( ) เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ( ) ผู้นำชุมชน

( ) วิทยุ/โทรทัศน์ ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว

( ) อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 3 การยอมรับการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยาน  
สุวรรณภูมิ

ลักษณะการยอมรับ	ยอมรับ	ไม่แน่ใจ	ไม่ยอมรับ
1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			
1.1 ก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง ท่านเคยได้ทราบ ข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	.....	.....	.....
1.2 ท่านยอมรับหรือไม่ ถ้าการก่อสร้างทางรถไฟผ่าน/ทับ ที่อยู่อาศัยของท่าน	.....	.....	.....
1.3 ท่านยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่า อากาศยานสุวรรณภูมิ	.....	.....	.....
1.4 การก่อสร้างฯ ควรรีบดำเนินการโดยเร็ว จะช่วยลด ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นได้	.....	.....	.....
1.5 ท่านยอมรับหรือไม่ว่าทางการ มีการจัดเตรียม เกี่ยวกับความปลอดภัยไว้แล้ว	.....	.....	.....
1.6 ท่านยอมรับหรือไม่ว่า ควรมีการประชุมชี้แจง เกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากขึ้น	.....	.....	.....
1.7 ท่านยอมรับหรือไม่ว่าโครงการฯ จะมีผลกระทบ สิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆน้อยมาก	.....	.....	.....
1.8 ในกรณีที่การก่อสร้างโครงการฯ ผ่านหรือทับที่ ท่านอยู่ ท่านยอมรับที่จะย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่ หรือไม่	.....	.....	.....
1.9 ถ้าทางการชดเชยเป็นเงิน ให้แทนการย้ายไปอยู่ที่ใหม่ ท่านยอมรับหรือไม่	.....	.....	.....
1.10 ถ้าการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ท่านอยู่อาศัย ท่าน ยอมรับหรือไม่	.....	.....	.....
1.11 ถ้าโครงการฯ ได้สร้างระบบขนส่งผ่านที่ที่ท่านพัก อาศัย แต่ทางการชดเชยให้ท่าน ท่านยอมรับหรือไม่	.....	.....	.....
1.12 ถ้าโครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการ กระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ท่านยอมรับโครงการหรือไม่	.....	.....	.....
1.13 ท่านยอมรับหรือไม่ว่า การพัฒนาระบบการ คมนาคมเชื่อม โยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับ นครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น	.....	.....	.....

ลักษณะการยอมรับ	ยอมรับ	ไม่แน่ใจ	ไม่ยอมรับ
1.14 ท่านยอมรับหรือไม่ ว่าข่าวสาร การชี้แจงของ ทางการ เกี่ยวกับ โครงการฯ สามารถทำให้ท่านเข้าใจและ ยอมรับได้	.....	.....	.....
1.15 โดยทั่วไปท่านยอมรับการมีบ้านพักอยู่ใกล้ สนามบิน/ โครงการฯ หรือไม่	.....	.....	.....
1.16 ท่านยอมรับหรือไม่ ที่การก่อสร้างโครงการฯ จะ เป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเดิม	.....	.....	.....
1.17 ท่านยอมรับหรือไม่ เมื่อผู้ที่อยู่อาศัยได้รับเงิน ค่าขน ย้าย ค่าชดเชย ค่าพาหนะแล้วต้องรีย้ายออกทันที หรือ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้	.....	.....	.....
1.18 โครงการฯ มีสถานีจุดเริ่มต้นอยู่ในใจกลางเมือง แถวย่านธุรกิจเช่น พญาไท ท่านยอมรับหรือไม่	.....	.....	.....
1.19 ท่านจะยอมรับหรือไม่ ที่โครงการฯ มีแผนขยาย เส้นทางเชื่อมต่อไปยัง ท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นการ ครอบคลุมพื้นที่เส้นทางคมนาคมให้มากยิ่งขึ้น	.....	.....	.....

กรุณาให้ข้อคิดเห็นหรือเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม

การยอมรับการดำเนินงานก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ  
ตารางที่ 1 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับความคิดเห็น จำแนกตามด้านต่างๆ

ลักษณะการยอมรับ	ยอมรับ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง ท่านเคยได้ทราบ ข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟ เชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	62.60	29.60	7.70	2.55	0.64	ยอมรับ
2. ท่านยอมรับหรือไม่ ถ้าการก่อสร้างทางรถไฟผ่าน/ ทับ ที่อยู่อาศัยของท่าน	45.30	16.00	38.70	2.07	0.92	ไม่แน่ใจ
3. ท่านยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่า อากาศยานสุวรรณภูมิ	77.30	17.00	5.70	2.72	0.56	ยอมรับ
4. การก่อสร้างฯ ควรรีบดำเนินการโดยเร็ว จะช่วยลด ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นได้	67.40	23.80	8.70	2.59	0.65	ยอมรับ
5. ท่านยอมรับหรือไม่ว่าทางการ มีการจัดเตรียมเกี่ยวกับ ความปลอดภัยไว้แล้ว	54.40	24.80	20.80	2.34	0.80	ยอมรับ
6. ท่านยอมรับหรือไม่ว่า ควรมีการประชุมชี้แจง เกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากขึ้น	79.50	15.40	5.00	2.74	0.54	ยอมรับ
7. ท่านยอมรับหรือไม่ว่า โครงการฯ จะมีผลกระทบ สิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ น้อยมาก	42.60	33.60	23.80	2.19	0.79	ไม่แน่ใจ
8. ในกรณีที่การก่อสร้างโครงการฯ ผ่านหรือทับที่ท่าน อยู่ ท่านยอมรับที่จะย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่ หรือไม่	61.30	17.20	21.50	2.40	0.82	ยอมรับ
9. ถ้าทางการชดเชยเป็นเงิน ให้แทนการย้ายไปอยู่ที่ใหม่ ท่านยอมรับหรือไม่	60.80	15.50	23.60	2.37	0.84	ยอมรับ
10. ถ้าการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ท่านอยู่อาศัยท่าน ยอมรับหรือไม่	69.30	26.00	4.70	2.65	0.57	ยอมรับ
11. ถ้าโครงการฯ ได้สร้างระบบขนส่งผ่านที่ที่ท่านพัก อาศัย แต่ทางการชดเชยให้ท่าน ท่านยอมรับหรือไม่	69.70	17.00	13.30	2.56	0.72	ยอมรับ
12. ถ้าโครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการ กระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ท่านยอมรับโครงการหรือไม่	74.70	16.00	9.30	2.65	0.64	ยอมรับ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะการยอมรับ	ยอมรับ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
13. ท่านยอมรับหรือไม่ว่า การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น	75.80	22.20	2.00	2.74	0.48	ยอมรับ
14. ท่านยอมรับหรือไม่ ว่าข่าวสาร การชี้แจงของทางการ เกี่ยวกับโครงการฯ สามารถทำให้ท่านเข้าใจและยอมรับได้	54.30	31.70	14.00	2.40	0.72	ยอมรับ
15. โดยทั่วไปท่านยอมรับการมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ หรือไม่	42.90	31.80	25.30	2.18	0.81	ไม่ แน่ใจ
16. ท่านยอมรับหรือไม่ ที่การก่อสร้างโครงการฯ จะเป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเดิม	55.60	35.50	8.90	2.47	0.65	ยอมรับ
17. ท่านยอมรับหรือไม่ เมื่อผู้ที่อาศัยได้รับเงินค่าขนย้าย ค่าชดเชย ค่าพาหนะแล้วต้องรีย้ายออกทันที หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้	61.80	19.30	18.90	2.43	0.79	ยอมรับ
18. โครงการฯ มีสถานีจุดเริ่มต้นอยู่ในใจกลางเมือง แล้วย่านธุรกิจ เช่น พญาไท ท่านยอมรับหรือไม่	67.90	23.60	8.40	2.59	0.64	ยอมรับ
19. ท่านจะยอมรับหรือไม่ ที่โครงการฯ มีแผนขยายเส้นทางเชื่อมต่อ ไปยัง ท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นการครอบคลุมพื้นที่เส้นทางคมนาคมให้มากยิ่งขึ้น	66.80	27.50	5.80	2.61	0.60	ยอมรับ

ตารางที่ 2 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับการยอมรับ  
จำแนกตามด้านต่างๆ

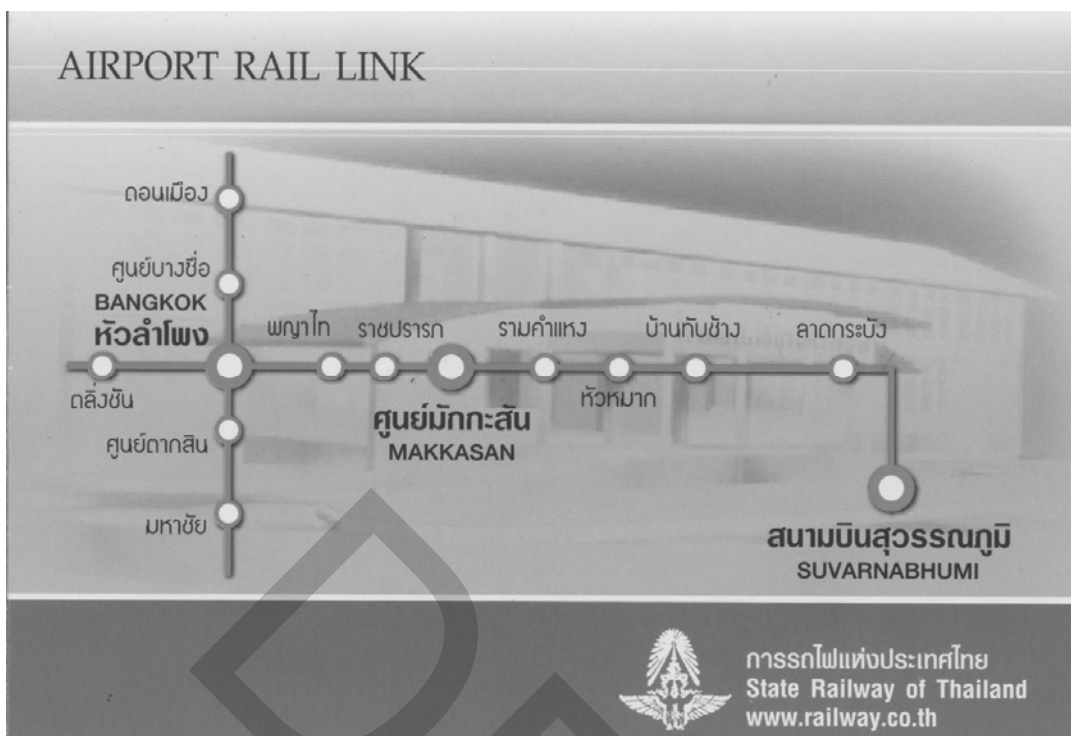
ลักษณะการยอมรับ	ยอมรับ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ท่านยอมรับหรือไม่ว่า ควรมีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการฯ ให้มากขึ้น มีรายละเอียดมากขึ้น	79.50	15.40	5.00	2.74	0.54	ยอมรับ	1
ท่านยอมรับหรือไม่ว่า การพัฒนาระบบการคมนาคมเชื่อมโยระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิกับนครหลวง เป็นสิ่งจำเป็น	75.80	22.20	2.00	2.74	0.48	ยอมรับ	1
ท่านยอมรับ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	77.30	17.00	5.70	2.72	0.56	ยอมรับ	3
ถ้าการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่ผ่านที่ที่ท่านอยู่อาศัยท่านยอมรับหรือไม่	69.30	26.00	4.70	2.65	0.57	ยอมรับ	4
ถ้าโครงการฯ ได้มีการศึกษาและหลีกเลี่ยงการกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ท่านยอมรับโครงการหรือไม่	74.70	16.00	9.30	2.65	0.64	ยอมรับ	4
ท่านจะยอมรับหรือไม่ ที่โครงการฯ มีแผนขยายเส้นทางเชื่อมต่อไปยัง ท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นการครอบคลุมพื้นที่เส้นทางคมนาคมให้มากยิ่งขึ้น	66.80	27.50	5.80	2.61	0.60	ยอมรับ	6
การก่อสร้างฯ ควรรีบดำเนินการโดยเร็ว จะช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นได้	67.40	23.80	8.70	2.59	0.65	ยอมรับ	7
โครงการฯ มีสถานีจุดเริ่มต้นอยู่ในใจกลางเมืองแถวย่านธุรกิจ เช่น พญาไท ท่านยอมรับหรือไม่	67.90	23.60	8.40	2.59	0.64	ยอมรับ	7
ถ้าโครงการฯ ได้สร้างระบบขนส่งผ่านที่ที่ท่านพักอาศัย แต่ทางการชดเชยให้ท่าน ท่านยอมรับหรือไม่	69.70	17.00	13.30	2.56	0.72	ยอมรับ	9
ก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง ท่านเคยได้ทราบข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	62.60	29.60	7.70	2.55	0.64	ยอมรับ	10

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะการยอมรับ	ยอมรับ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ยอมรับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ท่านยอมรับหรือไม่ ที่การก่อสร้างโครงการฯ จะเป็นการสร้างคร่อมบนเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ	55.60	35.50	8.90	2.47	0.65	ยอมรับ	11
ท่านยอมรับหรือไม่ เมื่อผู้ที่อาศัยได้รับเงินค่าขนย้าย ค่าชดเชย ค่าพาหนะแล้วต้องรีบย้ายออกทันที หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้	61.80	19.30	18.90	2.43	0.79	ยอมรับ	12
ในกรณีที่มีการก่อสร้างโครงการฯ ผ่านหรือทับที่ท่านอยู่ ท่านยอมรับที่จะย้ายไปยังที่ทางการจัดสรรให้ใหม่ หรือไม่	61.30	17.20	21.50	2.40	0.82	ยอมรับ	13
ท่านยอมรับหรือไม่ ว่าข่าวสาร การชี้แจงของทางการ เกี่ยวกับโครงการฯ สามารถทำให้ท่านเข้าใจและยอมรับได้	54.30	31.70	14.00	2.40	0.72	ยอมรับ	13
ถ้าทางการชดเชยเป็นเงิน ให้แทนการย้ายไปอยู่ที่ใหม่ ท่านยอมรับหรือไม่	60.80	15.50	23.60	2.37	0.84	ยอมรับ	15
ท่านยอมรับหรือไม่ว่าทางการ มีการจัดเตรียมเกี่ยวกับความปลอดภัยไว้แล้ว	54.40	24.80	20.80	2.34	0.80	ยอมรับ	16
ท่านยอมรับหรือไม่ว่าโครงการฯ จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ น้อยมาก	42.60	33.60	23.80	2.19	0.79	ไม่แน่ใจ	17
โดยทั่วไปท่านยอมรับการมีบ้านพักอยู่ใกล้สนามบิน/โครงการฯ หรือไม่	42.90	31.80	25.30	2.18	0.81	ไม่แน่ใจ	18
ท่านยอมรับหรือไม่ ถ้าการก่อสร้างทางรถไฟผ่าน/ทับ ที่อยู่อาศัยของท่าน	45.30	16.00	38.70	2.07	0.92	ไม่แน่ใจ	19



ภาคผนวก ข.  
ภาพถ่ายชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟโครงการระบบขนส่งทางรถไฟ  
เชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



เส้นทาง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและพื้นที่ก่อสร้างสถานีพญาไท





ชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ



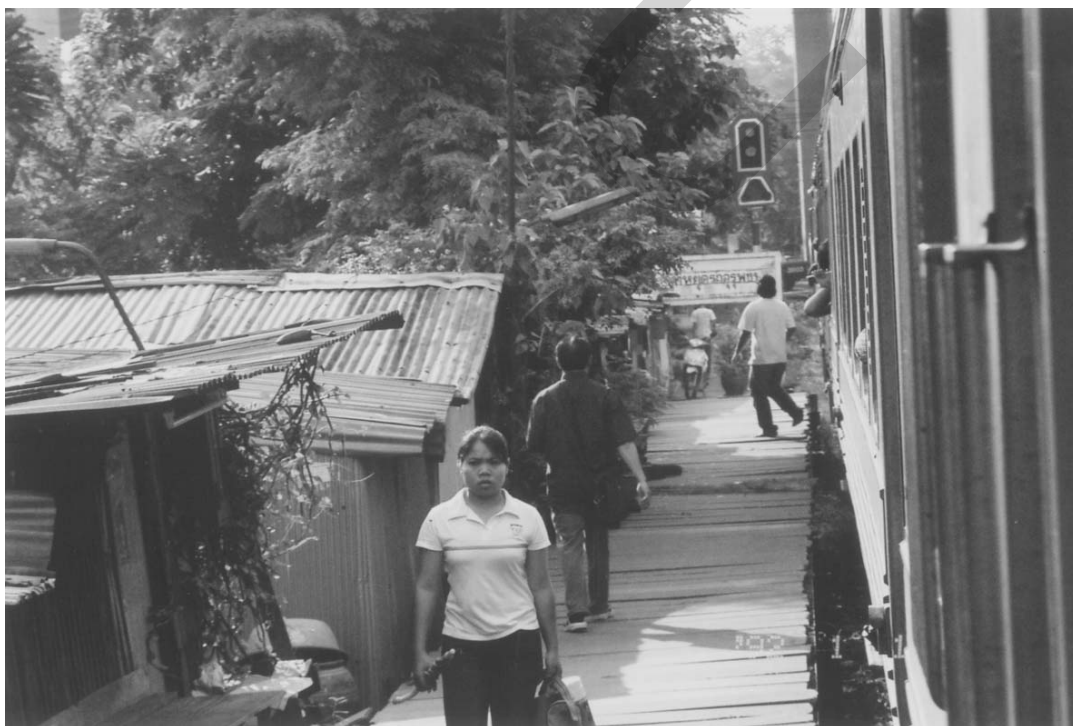


ชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ





ชุมชนในแนวเขตเส้นทางรถไฟ





พื้นที่ดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ

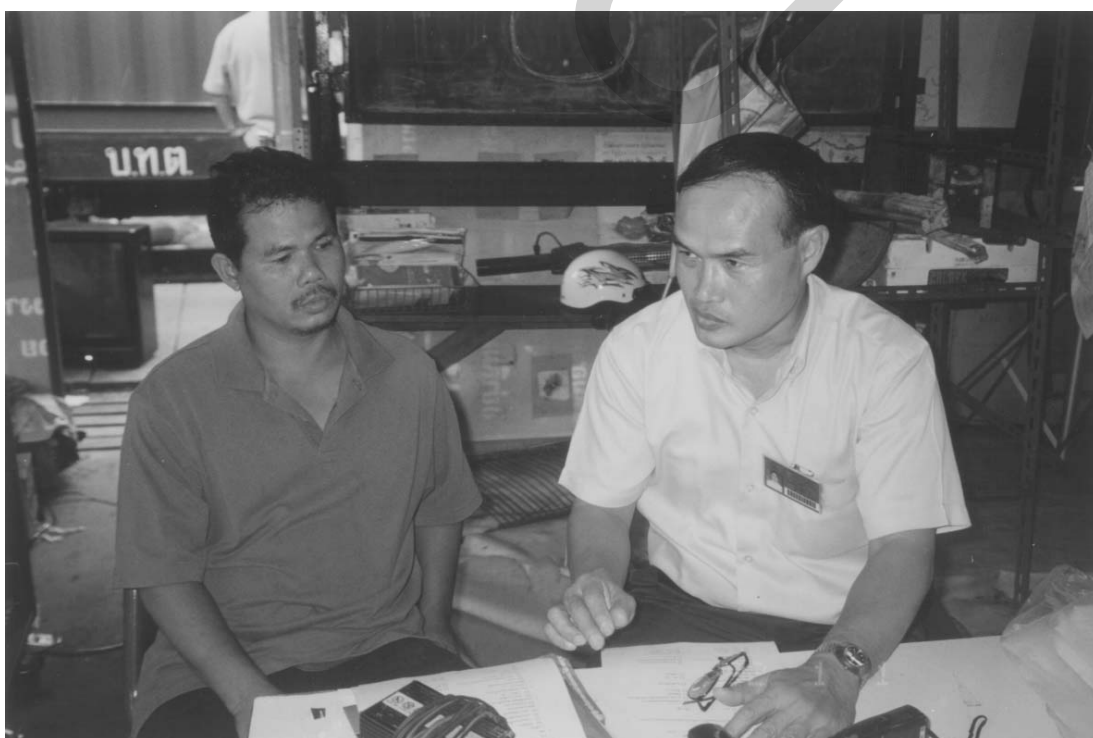


**ภาคผนวก ค.**  
**ภาพถ่ายตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง**





การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชน







การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชน





การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน



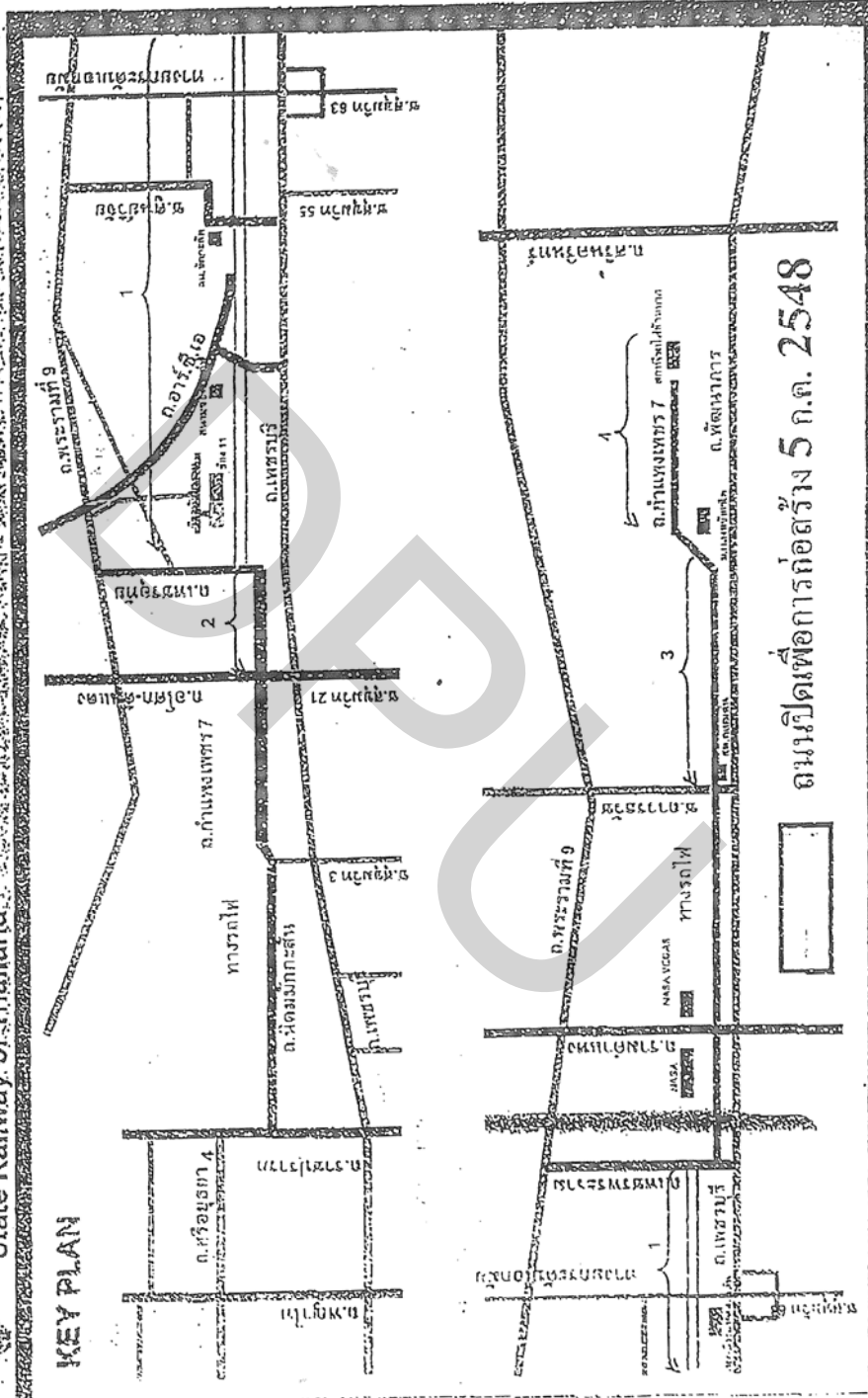
ภาคผนวก ง.

เส้นทางรถไฟโครงการข้ายระบบขนส่งมวลชนระบบรางในอนาคต  
และโครงการคมนาคมในบริเวณใกล้เคียงพื้นที่โครงการ



Kingdom of Thailand  
 Ministry of Transport  
 State Railway of Thailand

Suvarnabhumi Airport Rail Link  
 And City Air Terminal



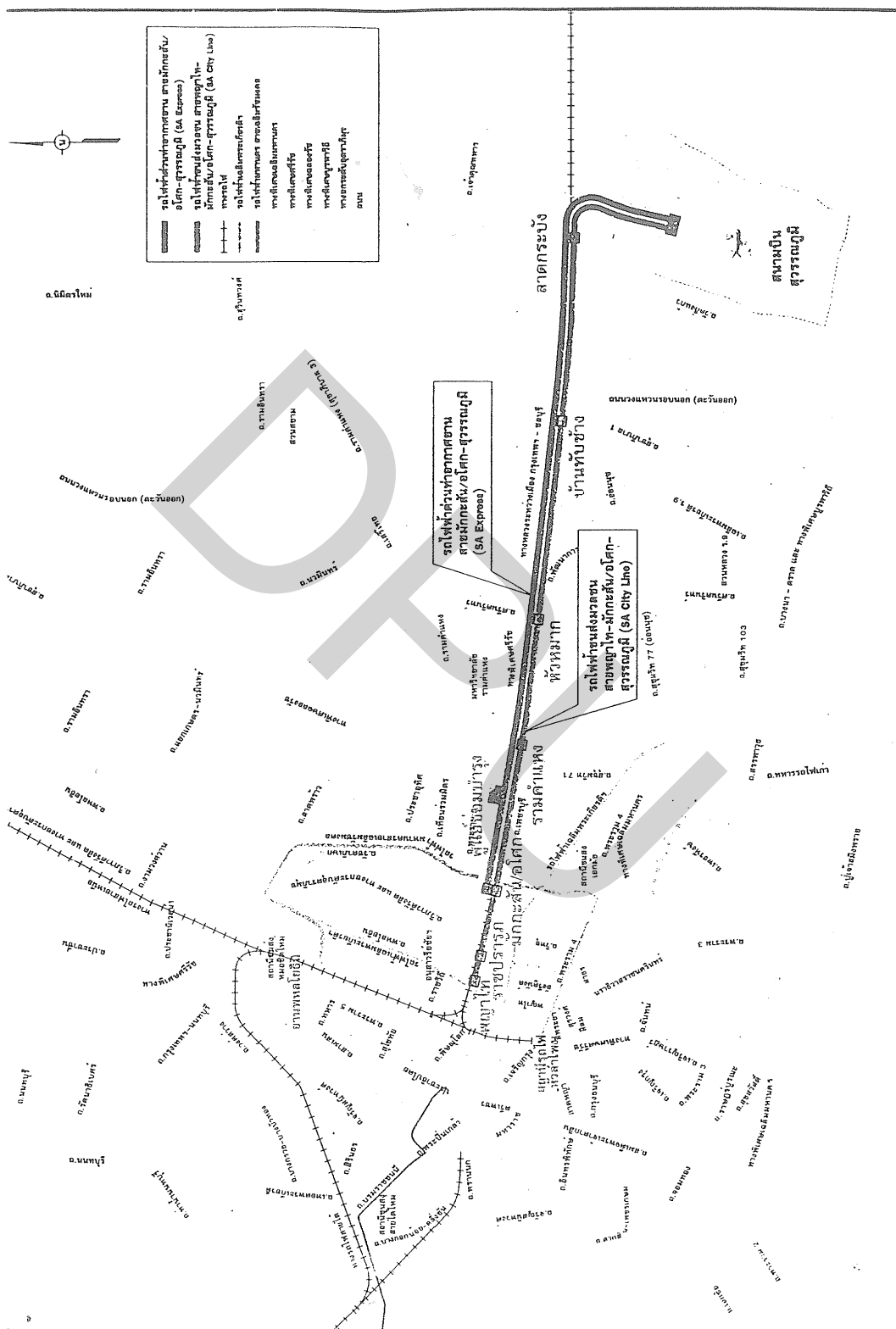
ถนนเปิดเพื่อการก่อสร้าง 5 ก.ค. 2548

SIEMENS

Electrical & Mechanical Works  
 Siemens Aktiengesellschaft  
 B. Grimm MBM Hong Kong Limited

Civil Works  
 Siro-Thai Engineering & Construction Public Co. Ltd.





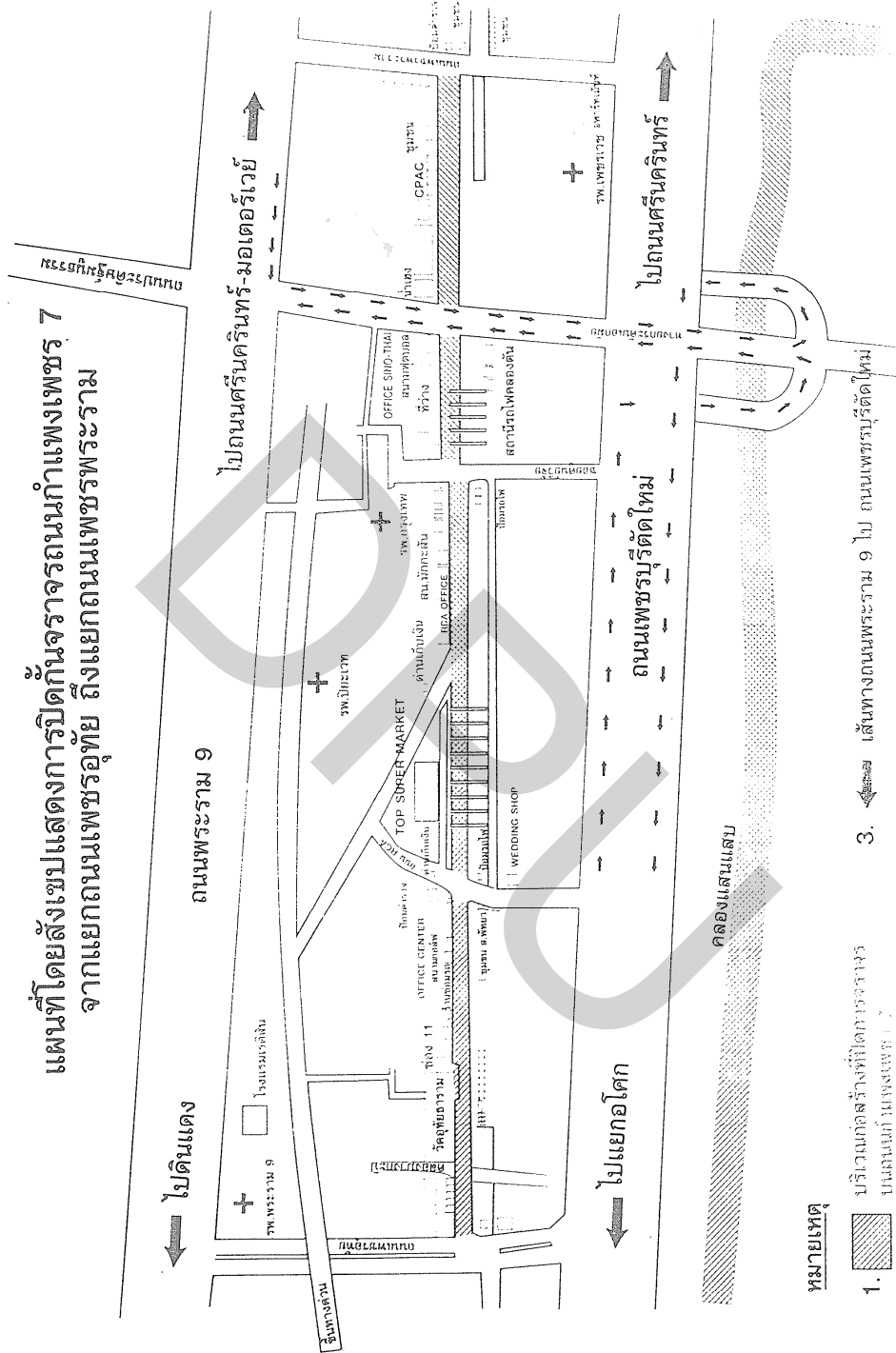
รูปที่ 3.14 โครงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในบริเวณใกล้เคียฟพื้นที่โครงการ







**แผนที่โดยสังเขปแสดงการปิดกั้นจราจรถนนกำแพงเพชร 7  
จากแยกถนนเพชรอุทัย ถึงแยกถนนเพชรพระราม**



**หมายเหตุ**

1. บริเวณก่อสร้างที่ปิดการจราจร บนถนนกำแพงเพชร 7
2. สามารถเข้า-ออก ซอยศูนย์วิจัย และถนน RCA จากถนนเพชรบุรีตัดใหม่ได้
3. เส้นทางถนนพระราม 9 ไป ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
4. เส้นทางถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ไป ถนนพระราม 9

ภาคผนวก จ.

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์การจดบันทึก การสังเกต และ อาศัยอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เครื่องบันทึกเทปและกล้องถ่ายภาพ

เนื่องจากการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเลือกใช้ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยแบบ สัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยใช้ จึงเลือกใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เพื่อเป็น การระมัดระวังเป็นพิเศษในการดำเนินการสัมภาษณ์ ที่แสดงถึงความเป็นมิตร จริงใจรับฟังปัญหา พยายามแก้ไขปัญหาคำถามให้หมดไปหรือให้น้อยลงขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ในเบื้องต้นนั้นๆ ไม่ให้ กระทบกระเทือนจิตใจ ความรู้สึกและเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถสอบถามกลับได้ โดย การสัมภาษณ์มีหลายลักษณะ ทั้งลักษณะเจาะจงเฉพาะจุด ถามแบบเจาะลึก ถามแบบกว้าง ถามแบบ ตรงไปตรงมาหรือถามแบบอ้อมก็ได้ เน้นการสังเกตการณ์ปฏิบัติการของผู้ให้สัมภาษณ์และ สภาพแวดล้อมรอบข้าง ทั้งก่อนการสัมภาษณ์ ในขณะสัมภาษณ์และหลังการสัมภาษณ์ โดยพยายาม คัดแปลงหรือปรับเปลี่ยนการซักถามให้เหมาะสมกับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนไปให้เกิดความพึง พอใจมากที่สุด

โดยมีกรอบแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. โดยการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสถานการณ์ ความเป็นไป ของโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของประชาชนในเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟ ได้ จากสื่อใดมากที่สุด
2. การแสวงหาความรู้ ความคิดเห็น ทักษะคติ ตลอดจนจนถึงความพึงพอใจของ ประชาชนในเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟ เป็นอย่างไร
3. การแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหา หรือผลกระทบ ที่คาดว่าจะหรือเกิดขึ้นจาก การก่อสร้างทางรถไฟ เชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีลักษณะอย่างไร
4. การยอมรับ และความต้องการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีลักษณะอย่างไร
5. การยอมรับ และความต้องการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อม ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของประชาชนในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟ อยู่ในระดับใด
6. ความคิดเห็นและรูปแบบเกี่ยวกับการดำเนินการโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศ ยานสุวรรณภูมิของประชาชนในแนวเขตพื้นที่เส้นทางรถไฟ เป็นอย่างไร

### แบบสัมภาษณ์

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ”

1. ขอทราบชื่อ นามสกุล อายุ ตำแหน่งและสถานที่ทำงานของท่านในปัจจุบัน ครับ
2. ท่านได้รับรู้ ข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิหรือไม่ อย่างไรบ้างครับ เพียงพอหรือไม่ครับ
3. ท่านได้รับรู้ ข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการฯ ท่านได้รับมาจากทางใดหรือ สื่อใดบ้าง และได้รับจากสื่อใดมากที่สุดครับ
4. ท่านได้รับรู้ ข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจากรถไฟฯ อย่างไรบ้างครับ
5. ท่านมีความต้องการ หรือแสวงหาข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิหรือไม่ จากสื่อใดบ้างครับ
6. ท่านทราบหรือไม่ โครงการฯ นี้ จะเริ่มต้นเส้นทางรถไฟ จากไหนถึงไหน ท่านเห็นด้วยหรือไม่
7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จะมีประโยชน์หรือไม่ อย่างไร
8. ท่านคิดว่า การก่อสร้างโครงการฯ จะมีผลกระทบต่อท่านหรือประชาชนทั่วไป การแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ การก่อสร้างฯ และผลกระทบต่อประชาชนทราบหรือไม่ อย่างไรบ้างครับ
9. การก่อสร้างโครงการฯ นี้ จะเกิดผลกระทบต่อท่านหรือประชาชนทั่วไป ควรแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ การก่อสร้างฯ และผลกระทบต่อประชาชนทราบหรือไม่ อย่างไรบ้างครับ
10. ท่านคิดว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีลักษณะอย่างไร เพียงพอหรือไม่ครับ
11. ท่านมีข้อคิดเห็นหรือคำแนะนำ ในการแก้ไขปัญหา อุปสรรค ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้อย่างไรบ้างครับ

ประเด็นคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ ผู้บริหารที่รับผิดชอบโครงการระบบรถไฟฟ้า สำหรับงานวิจัยเรื่อง : การประชาสัมพันธ์เพื่อการยอมรับโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1. การประชาสัมพันธ์ของโครงการรถไฟฯ เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้อง โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีอะไรบ้างครับ
2. ได้มี การเผยแพร่การประชาสัมพันธ์เฉพาะ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในการดำเนินงานก่อสร้างโครงการฯ ให้ประชาชนทั่วไป รับทราบอย่างไรบ้าง
3. โครงการในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในลำดับต่อไป มีอย่างไรบ้างครับ หรือในอนาคตจะมีหรือไม่ครับ
4. ในปัจจุบันมีปัญหา และอุปสรรค ในการปฏิบัติงานของโครงการฯ อะไรบ้างครับ
5. มาตรการ คำรื้อย้าย และแนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรค ที่ชุมชนบางชุมชนไม่ยอมรับรื้อย้ายในปัจจุบันนี้มีแนวทางอย่างไร
6. ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา อุปสรรค ได้อย่างไร บ้างครับ

ภาคผนวก จ.

ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์

# การรถไฟแห่งประเทศไทย

## จดหมายข่าว



โครงการงานศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน ปรับปรุงการศึกษาความเหมาะสมของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

### ความเป็นมาของโครงการ

รัฐบาลไทยกำลังดำเนินการก่อสร้างท่าอากาศยานสากลสุวรรณภูมิ ให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศในภูมิภาค (Regional Aviation Hub) ที่โดดเด่นแห่งหนึ่งของทวีปเอเชีย ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนและยกระดับขีดความสามารถในการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้มีความสมบูรณ์ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่งในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบด้านคมนาคมขนส่ง ที่จะเชื่อมต่อระหว่างเขตเมืองกับท่าอากาศยานสากลสุวรรณภูมิ ซึ่งในส่วนของระบบทางหลวง ทางหลวงพิเศษ และทางด่วนนั้น ขณะนี้การก่อสร้างทางด่วนวงแหวน-พระรามเก้า-ศรีนครินทร์ เชื่อมต่อกับทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองสายกรุงเทพ-ชลบุรี ได้เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว และกำลังมีการก่อสร้างทางแยกต่างระดับเข้าสู่ท่าอากาศยานสากลสุวรรณภูมิด้านเหนือ โดยแยกจากทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองสายกรุงเทพฯ-ชลบุรี บริเวณย่านลาดกระบัง และทางแยกต่างระดับจากถนน บางนา-ตราด เข้าสู่ท่าอากาศยานทางด้านใต้ รวมทั้งการเชื่อมต่อระหว่างทางพิเศษบูรพาวิถี (บางนา-บางปะกง) จากบางนาถึงทางพิเศษฉลองรัช (รามอินทรา-อาจณรงค์) และทางพิเศษเฉลิมมหานครบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทาง อาจณรงค์ ซึ่งเมื่อแล้วเสร็จจะสามารถเชื่อมต่อการคมนาคมทางรถยนต์จากท่าอากาศยานเข้าสู่ระบบทางด่วนได้ทั้งระบบโดยสมบูรณ์

นอกจากนี้เพื่อให้การพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีความสมบูรณ์แบบในระดับนานาชาติ รัฐบาลจึงได้อนุมัติให้การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ดำเนินการ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ช่วงพญาไท-มักกะสัน/โศก-สุวรรณภูมิ ไปตามเส้นทางรถไฟสายตะวันออก เนื่องจากเป็นระบบขนส่งมวลชน ที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมากต่อครั้ง ในเวลาอันรวดเร็ว ตรงต่อเวลาและนำเชื่อถือ

ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) จึงได้ดำเนินการ โครงการงานศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน ปรับปรุงการศึกษาความเหมาะสมของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการคือการพัฒนาและจัดหาบริการระบบรถไฟที่ทันสมัยและมีคุณภาพสูง ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้ในทุกสภาวะการณ์ สำหรับให้บริการเชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แก่ผู้ใช้บริการหรือให้บริการหรือมีธุรกิจเกี่ยวข้องกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ราคาที่โดยสารที่เป็นธรรมและแข่งขันได้ ในอันที่จะจูงใจหรือส่งเสริมให้เอกชนมาลงทุนหรือร่วมลงทุน ภายใต้กรอบของ พ.ร.บ. ร่วมทุนฯ พ.ศ. 2535 รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะมากขึ้น โดยคำนึงถึงการเปลี่ยนถ่ายระบบ (Intermode) กับโครงข่ายระบบขนส่งทางถนนอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับผังเมืองรวม อันจะช่วยบรรเทาปัญหาการจราจร ในกรุงเทพมหานครด้วย





กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟแห่งประเทศไทย ถนนรองเมือง แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 103  
 โทร. 0-2222-0175 • โทรสาร 0-2220-4297 • ตู้ ปณ. 200 ปณจ.รองเมือง ปทุมวัน กท.10330 • WWW.THAILANDRAILWAY

ฉบับที่ 184

วันที่ 25 กันยายน 2546

## ทางรถไฟเชื่อม "สุวรรณภูมิ"คืบหน้า รฟท.ลงนามจ้างบริษัทที่ปรึกษา

นางสุพมาลัย ศรีตุลา หัวหน้ากองประชาสัมพันธ์ การรถไฟฯ แจ้งว่า ปายวันนี้ (25 กย.2546 เวลา 15.30 น.) ที่ห้องปฏิบัติการรถไฟฯ นพวงศ์ กรุงเทพฯ นายจิตต์สันติ ธนะโสภณ ผู้ว่าการรถไฟฯ ได้ลงนามสัญญาว่าจ้างงานบริการที่ปรึกษาเพื่อศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน ปรับปรุง การศึกษาความเหมาะสมของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระหว่าง การรถไฟฯ กับ บริษัทผู้รับจ้าง รวม 3 บริษัท ประกอบด้วย บริษัทเอเชียน เอ็นจิเนียริง คอนซัลแต้นส์ จำกัด, บริษัท ไทยเอนยีเนียริง คอนซัลแต้นท์ จำกัด และบริษัท แปซิฟิค คอนซัลแต้นส์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด มีมูลค่าสำหรับโครงการนี้ 21.1 ล้านบาท

โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (พญาไท-มักกะสัน/อโศก - สุวรรณภูมิ)นี้จะประกอบด้วยระบบรถไฟฟ้าส่วนท่าอากาศยาน(Airport Express) ระบบรถไฟฟ้ามวลชน (Airport-City Line) สถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานภายในเมือง (Bangkok City- Air Terminal,BCAT) โดยรถส่วนท่าอากาศยาน(Airport Express) จากอโศก/มักกะสัน-สุวรรณภูมิ มีระยะทาง 25 กิโลเมตร ขบวนรถหนึ่งๆ จะพ่วง 6-8 ตู้ วิ่งทุก 15 นาที ใช้เวลาเดินทางจากต้นทาง-ปลายทางประมาณ 15 นาที ส่วนขบวนรถไฟฟ้ามวลชน (Airport-City Line) จากพญาไท-อโศก/มักกะสัน-สุวรรณภูมิ มีระยะทาง 28 กิโลเมตร ขบวนรถพ่วง 4 ตู้ ต่อขบวน (เพิ่มตู้ได้)วิ่งทุก 20-30 นาที ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30 นาที (จอดระหว่างทางด้วย) การดำเนินโครงการนี้ ภายใต้กรอบพระราชบัญญัติว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการของรัฐ พ.ศ. 2535





กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟแห่งประเทศไทย ถนนรองเมือง แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
 ☎ 0-2222-0175 • โทรสาร 0-2220-4297 • ตู้ ปณ. 200 ปณจ.รองเมือง ปทุมวัน กท. 10330 • WWW.RAILWAY.CO.TH • WWW.THAILANDRAILWAY.COM

ฉบับที่ ๔1

วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2547

### ทางรถไฟเชื่อมสุวรรณภูมิ ออกแบบก่อสร้าง

เมื่อปลายวันนี้ (5 กุมภาพันธ์ 2547 เวลา 17.00 น.) ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย นพวงษ์ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ได้มีพิธีลงนามเพื่อว่าจ้างที่ปรึกษาให้ดำเนินการสำรวจและออกแบบรายละเอียด (Detailed Design) โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ระหว่างการรถไฟฯ โดย นายจิตต์สันติ ธนะโสภณ ผู้ว่าการรถไฟฯ กับ กลุ่มบริษัทวิศวกรที่ปรึกษา ประกอบด้วย นายบุญชัย จิตติกุลติลก กรรมการผู้จัดการฯ บริษัท เอเชียน เอ็นจิเนียริง คอนซัลแต้นส์ จำกัด, นายพงษ์ศักดิ์ เดชอุดม กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยเอเนอญีเนียริง คอนซัลแต้นท์ จำกัด และนางวินิตา กัลยาณมิตร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดีไซน์ คอนเซ็ป จำกัด

สำหรับการดำเนินงานสำรวจและออกแบบรายละเอียด ครั้งนี้มีขอบเขตงานออกแบบรายละเอียดโครงการแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ งานส่วนที่ 1 งานระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Airport Rail Link System) ช่วงพญาไท-มักกะสัน/โตก-สุวรรณภูมิ รวมสถานีตามรายการ 8 สถานี และศูนย์ซ่อมบำรุง/ศูนย์ควบคุมการเดินรถอีก 1 แห่ง งานส่วนที่ 2 งานสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง (City Air Check - in Terminal) โดยจะใช้เวลาดำเนินการรวม 8 เดือน มีค่าจ้างเป็นเงิน 291,040,000 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)

กลุ่มบริษัทวิศวกรที่ปรึกษาดังกล่าว ยังได้รับความร่วมมือสนับสนุนทางเทคนิคจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ ในฐานะที่เป็นบริษัทที่ปรึกษาช่วง จำนวน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท Transport East Expert Team GmbH (TEWET) จากประเทศเยอรมันนี และบริษัท Pacific Consultants International (PCI) จากประเทศญี่ปุ่น อีกด้วย

A. Chao/Suvarnabhumi

ประจำวันที่ ๙ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547  
 หน้า 5 เลขที่ ปส. 3/170 2547

# ผู้จัดการ

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟ

# เร่งรถไฟเชื่อมสุวรรณภูมิ ชงกรม.เลือกรูปแบบลงทุน

ผู้จัดการรายวัน - สรุปการลงทุนรถไฟเชื่อมสนามบินสุวรรณภูมิเพิ่ม จาก 2.6 หมื่นล้านบาท เป็น 2.9 หมื่นล้านบาท รถไฟจ้างที่ปรึกษาสำรวจออกแบบรายละเอียดสำหรับการก่อสร้าง คาดสิ้นปี 47 เปิดประมูลหาผู้รับเหมาก่อสร้างเสร็จภายใน 2 ปี ขณะที่เตรียมเสนอกรม.เห็นชอบกรอบลงทุนโครงการและชออนโยบายที่ชัดเจนเรื่องรูปแบบการลงทุน "ผู้ว่ารถไฟ" เผยใช้โครงสร้างไฮโปเธลิซึนยที่สุดเลี้ยงชีพ

นายจิตต์สันติ ธานีภน ผู้ว่าการ การรถไฟแห่งประเทศไทย (ท.) เปิดเผยถึงความคืบหน้าโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Airport Rail Link Project) ช่วงพญาไท-มักกะสัน/อโศก-สุวรรณภูมิ ว่า รถไฟได้ลงนามในสัญญาว่าจ้างกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาซึ่งประกอบด้วย บริษัท เอเชียเอ็นจิเนียริง คอนซัลแต้นส์ จำกัด (AEC) บริษัท ไทยเอ็นวีเนียริง คอนซัลแต้นท์ จำกัด (TEC) และบริษัท ดีไซน์ คอนเซป จำกัด (DCA) วงเงิน 291.04 ล้านบาท เพื่อสำรวจและออกแบบรายละเอียด (Detailed Design) เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 47 ที่ผ่านมา ใช้เวลาศึกษาประมาณ 8 เดือน



โดยขณะนั้นผลการศึกษาเบื้องต้นซึ่งที่ปรึกษาเดิมคือ กลุ่ม PCI ได้สรุปมูลค่าโครงการเพิ่มขึ้นจาก 26,000 ล้านบาท เป็น 29,000 ล้านบาท มีอัตราผลตอบแทนทางการเงิน (FIRR) ประมาณ 7.4% ต่อปี แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่ปรึกษา AEC จะต้องศึกษาในรายละเอียดและสำรวจพื้นที่ก่อสร้างเพื่อออกแบบก่อสร้างอย่างละเอียด ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

นายจิตต์สันติกล่าวว่า "รถไฟ" จะสรุปแผนเบื้องต้นเสนอขออนุมัติที่ประชุมคณะกรรมการ (บอร์ด) รถไฟภายในเดือนกุมภาพันธ์นี้ และเสนอกระทรวงคมนาคมและคณะรัฐมนตรี (ครม.) เพื่อให้ความเห็นชอบกรอบและแนวทางการดำเนินโครงการตามขั้นตอนต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้มีความชัดเจนเรื่องรูปแบบการลงทุนด้วย เนื่องจากการลงทุนสามารถทำได้หลายวิธี เช่น รัฐลงทุนเองทั้งหมด หรือให้สัมปทานเอกชนเข้ามาลงทุนทั้งหมด หรือจะแบ่งสัดส่วนการลงทุนระหว่างรัฐกับเอกชน รวมทั้งการกำหนดแผนตารางที่มีความเหมาะสมด้วย

ในแบบต่างๆ เพื่อให้มีข้อมูลเสนอรัฐบาลให้มากที่สุดเนื่องจากการใช้วิธีใดในการลงทุนเป็นเรื่องของนโยบาย ส่วนรถไฟมีหน้าที่ศึกษาหาข้อมูลให้รัฐตัดสินใจเลือกแนวทางที่ดีที่สุด และคาดว่าจะภายในปีนี้จะสามารถเปิดประมูลหาผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการได้ โดยใช้เวลาในการก่อสร้าง 2 ปี”

สำหรับโครงสร้างไฮโปเธสิสเดิมนั้น ขอดนียังไม่มีความชัดเจนว่าจะใช้โครงสร้างเดิมของไฮโปเธสิสหรือไม่ เพราะต้องขึ้นอยู่กับการออกแบบและเหตุผลทางกฎหมาย ซึ่งหลักการคือจะทำเฉพาะส่วนที่ไม่ก่อให้เกิดความยุ่งยากเท่านั้น ซึ่งจะมีการออกแบบทั้งใช้และไม่ใช้โครงสร้างไฮโปเธสิสเดิมนั้นขึ้นอยู่กับการใช้โครงสร้างเดิมของไฮโปเธสิสทำให้ประหยัดต้นทุนได้แต่ไม่มากนัก

สำหรับการสำรวจและออกแบบรายละเอียดโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ประกอบด้วย 1. งานระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ช่วงพญาไท-มักกะสัน/อโศก-สุวรรณภูมิ รวม 6 สถานีและศูนย์ซ่อมบำรุง/ศูนย์ควบคุมการเดินทางอีก 1 แห่ง 2. งานสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง (City Air Check-in Terminal)

ส่วนรูปแบบการให้บริการประกอบด้วย 1. Airport Express (รถไฟฟ้าด่วนท่าอากาศยาน) มีต้นทางเริ่มจาก สถานีมักกะสัน/อโศก (หรือสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง) สุดปลายทางที่สถานีอากาศยานสุวรรณภูมิ (โดยไม่แวะจอดสถานีใดๆ) ระยะทาง

ประมาณ 25 กม. ใช้เวลาเดินทางรวม 14 นาที 2. City Line (รถไฟฟ้ามวลชนเชื่อมเขตเมือง) เริ่มจากสถานีพญาไท-สถานีมักกะสัน/อโศก-สถานีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระยะทางประมาณ 28 กม. (โดยจะแวะจอดตามสถานีปลายทางต่างๆ อีก 6 สถานี) ใช้เวลาเดินทางรวม 28 นาที

3. City Air Check-in Terminal (สถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง) ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกับสถานีมักกะสัน/อโศก โดยมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ รองรับผู้โดยสารอากาศยานให้สามารถเลือกที่จะ Check-in ด้วยบัตรเครื่องบินพร้อมกระเป๋าเดินทางและสัมภาระทั้งหมดได้ทันที หรือผู้โดยสารสามารถเลือกนำกระเป๋าสัมภาระติดตัวไปเองเพื่อ Check-in ที่ท่าอากาศยานเองได้ โดยมีอาคารคัดกรองปริมาณ

ผู้โดยสารในปี 2547 ช่วง อโศก-สุวรรณภูมิ 100,000 คน /วัน โดยจำนวนนั้นจะเป็นผู้โดยสารรถไฟฟ้ามวลชนสนามบิน (Airport Express) ประมาณ 15% หรือ 16,000 คน/วัน นอกจากนั้นเป็นผู้โดยสารรถไฟฟ้ามวลชนเมือง (Airport Commuter)

สำหรับประมาณการค่าก่อสร้างเบื้องต้นเฉพาะงานโยธาและงานวางรางช่วงมักกะสัน-สุวรรณภูมิ 8,692 ล้านบาท สำหรับช่วงอโศก-พญาไทประมาณ 1,308 ล้านบาท ช่วงพญาไท-บางซื่อประมาณ 2,455 ล้านบาท รวมค่าก่อสร้าง 12,455 ล้านบาท หากสร้างเพิ่มอีก 2 รางระหว่าง หัวหมาก-พญาไท ค่าก่อสร้างรวมทั้งหมด ประมาณ 16,621 ล้านบาท และค่าก่อสร้างสถานีรถไฟใต้ดินส่วนเร่งด่วน ระยะทาง 150 เมตร บริเวณอาคารผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประมาณ 632 ล้านบาท ■

ประจำวันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. 2547  
 หน้า ..... เลขที่ ปส. 3/ ..... 2547



# อนุมัติก่อสร้างทางรถไฟ เส้นมักกะสัน-สุวรรณภูมิ

● นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รมว.คมนาคมเปิดเผยว่า ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีวันที่ 1 มิ.ย. ได้อนุมัติโครงการตามที่กระทรวงคมนาคมเสนอคือ โครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟจากสถานีมักกะสันไปถึงสถานีสนามบินสุวรรณภูมิเพื่อเป็นการรองรับการเดินทางของประชาชนไปยังสนามบินซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นว่าเป็นโครงการที่เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศที่จะต้องมีการลงทุน เพื่อให้การเดินทางของผู้ใช้บริการเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสนามบินที่ทันสมัยจะต้องมีการจราจรที่สามารถอำนวยความสะดวก และรวดเร็วจากใจกลางเมืองสู่สนามบินได้ภายใน 10-15 นาทีด้วยระบบของรถไฟฟ้ามหานคร

พื้นที่ที่ใช้นั้นก็เป็นพื้นที่ว่างเปล่าในบริเวณมักกะสันที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ของการ

รถไฟแห่งประเทศไทยอยู่แล้ว ซึ่งผู้มาใช้บริการจะสามารถเช็กรถขึ้นสายการบินได้ที่สถานีนี้ซึ่งการออกแบบที่สมบูรณ์จะเสร็จสิ้นในเดือนก.ค.นี้ จากนั้นจะเป็นขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างและการก่อสร้างที่คาดว่าจะใช้เวลาประมาณ 2 ปีทั้งโครงการจะใช้งบลงทุนประมาณ 3 หมื่นล้านบาท นายสุริยะกล่าวและว่า

นอกจากนี้คณะรัฐมนตรียังได้อนุมัติงบประมาณอีก 1,600 ล้านบาท เพื่อใช้ในการออกแบบโครงการก่อสร้างระบบรางเพิ่มเติมตามแผนการขยายระบบรางภายในระยะเวลา 6 ปีรวมทั้งเพื่อใช้ในการออกแบบโครงการถนนเส้นทางลัดสู่ภาคใต้ (แหลมผักเบี้ย) ด้วยก่อนที่จะได้มีการพิจารณาโครงการก่อสร้างต่อไป

ประจำวันที ๗ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2547  
 หน้า 7 เลขที่ ปส. 3/475 2547



**เตลีฟิวส์**  
 กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

# อนุมัติ 3 หมื่นล้านบาท สร้างทางรถไฟ

- เชื่อมสนามบินสุวรรณภูมิ 28 กม.
- ดึงเอกชนลงทุนรถคต่งใช้หนี้คืน

นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รมว.คมนาคม เปิดเผษาว่า ที่ประชุมกรม.มีมติอนุมัติให้ก่อสร้างโครงการทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (แอร์พอร์ต ลิงค์) ช่วงพญาไท-สุวรรณภูมิ ระยะทาง 28 กม. วงเงิน 30,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นค่าก่อสร้าง 25,917.06 ล้านบาท และจ่ายคืนให้บริษัท ท่าอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัด (บพท.) 4,082.93 ล้านบาท ที่ได้ก่อสร้างอุโมงค์เข้าสนามบินภายใต้อาคารผู้โดยสารไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว ทั้งนี้จะให้เอกชนเข้ามาลงทุนก่อสร้างให้ก่อน และรัฐจะจัดหาเงินให้การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ซึ่งเป็นเจ้าของโครงการคืนให้เอกชนภายหลัง คาดว่าภายในวันที่ 10 ก.ค. นี้ รฟท. จะเปิดขายแบบประกวดราคา และคัดเลือกผู้รับเหมาได้แล้วเสร็จภายในเดือน พ.ย. ที่จะถึง ซึ่งมีเวลาก่อสร้าง 2 ปีครึ่ง หรือถงถงปี 50

แอร์พอร์ต ลิงค์นี้ จะเป็นทางรถไฟยก ระดับไปตลอดทาง เพื่อลดปัญหาเส้นทางที่ติดผ่านเข้าชุมชนจำนวนมาก ทำให้ต้องก่อสร้างรั้วกันปิดตลอดเส้นทางอีกด้วย โดยจะมีทั้งหมด 8 สถานี จากเดิมที่คาดว่าจะมี 6 สถานีเท่านั้น ถือเริ่มจากพญาไท-ราชปรารภ-มักกะสัน-รามเกล้า-ห้วยขวาง-ทับช้าง-ลาดกระบัง-สุวรรณภูมิ ใช้รถไฟไฟฟ้าวิ่งด้วยความเร็ว 160 กม.ต่อชม. และมี 2 ระบบคือ 1. จอดทุกสถานี ซึ่งจะกักค่าบริการเท่ากับรถไฟฟ้ามหานคร เพื่อให้ประชาชนในเส้นทางใช้บริการได้ด้วย และ 2. ไม่จอดแวะสถานีเพื่อลดจนถึงจุดปลายทางเพื่อให้บริการสำหรับผู้

ต้องการเดินทางไปใช้บริการที่สนามบินเท่านั้น ซึ่งมีระบบเช็คอินด้วยบัตรโดยสารเครื่องบินพร้อมกระเป๋าสัมภาระเดินทางด้วย โดยคิดค่าบริการคนละ 150-200 บาท



สุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ

“ประเมินว่าในวันที่ 10 ก.ค. นี้แบบก่อสร้างนั้นแล้วเสร็จ 95% ไม่ว่าจะป็นระบบรถ ระบบราง อาณัติสัญญาณ มีเพียงระบบโยธาเท่านั้นที่ยังไม่เสร็จ ซึ่งเดิมมีกำหนดแล้วเสร็จ 100% ในวันที่ 10 ค.ค. นี้ ดังนั้นในการเปิดขายแบบประกวดราคาค่าวันที่ 10 ก.ค. นี้ นั้น ใ้ให้ รฟท.ชี้แจงกับกลุ่มผู้รับเหมาที่ชื่อของประมูลไปด้วยว่ามีเงื่อนไขว่า ผู้รับเหมาที่ชนะประมูลนั้น จะต้องรับแบบในวันที่ 10 ค.ค. มาดำเนินการ

ด้วย และตามแผนนั้นจะใช้เวลาก่อสร้าง 2 ปี ทัศนคติระบบอีก 6 เดือน แต่ให้เร่งรัดทุกกองแล้วเสร็จภายใน 2 ปีครึ่ง โดยไม่เพิ่มเงินก่อสร้างด้วย ขณะนี้มีเอกชนให้ความสนใจ 2-3 ราย”

นายสุริยะกล่าวว่า อย่างไรก็ตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ตั้งวงคังว่า การให้เอกชนมาลงทุนก่อนและให้รัฐหาเงินใช้คืนภายหลังนี้เข้าข่ายใช้วิธีเทิร์นคีย์ ซึ่งจะต้องเสนอเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาก่อน 2 เดือน ซึ่งผมชี้แจงไปแล้วว่า การดำเนินโครงการนี้ไม่เหมือนเทิร์นคีย์ เพราะเป็นการก่อสร้างที่มีแบบชัดเจน ส่วนเทิร์นคีย์นั้นไม่มีแบบ จะออกแบบไปพร้อมกับก่อสร้างหรือเรียกว่าคิไซน์ แอนด์ บิวด์ ซึ่งอมีปัญหางบประมาณปลายได้

สำหรับโครงการทางรถไฟยกระดับ (โเวลด์) เดิมนั้น คาดว่าภายใน 1 ปี จะสามารถผู้ก่อสร้างได้ โดยกำลังออกแบบอยู่.

ประจำวันที 2 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2547  
 หน้า 15 เลขที่ ปส. 3/ 475 2547



กรุงเทพธุรกิจ  
 กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

■ การรถไฟฟ้า เปิดคัดเลือกผู้สนใจ 10 ก.ค.นี้  
**เปิดเอกชนลงทุนรถไฟฟ้า**

**เข้าสู่วรรณภูมิ**

*“สุริยะ”มั่นใจมีเอกชนทั้งญี่ปุ่น และเยอรมนีสนใจเข้าร่วมประมูลก่อสร้างโครงการ 3 ท่มึนลำนำ*

กรม.อนุมัติก่อสร้างรถไฟฟ้าสายพญาไท-สุวรรณภูมิ มูลค่า 3 ท่มึนลำนำบาท ด้านการรถไฟฟ้า คาดเปิดประกวดราคาคัดเลือกเอกชนนำลงทุนก่อสร้าง 10 ก.ค.นี้ คาดแล้วเสร็จภายใน 2-3 ปี ซึ่งผู้โดยสารใช้เวลา 15 นาที เดินทางข้ามนวมบินสุวรรณภูมิ

นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม เปิดเมว่าที่ประชุม ครม.วานนี้ (1 มิ.ย.) ได้อนุมัติโครงการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายพญาไท-มักกะสัน-ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มูลค่า 3 ท่มึนลำนำบาท โดยรูปแบบการลงทุนจะให้เอกชนลงทุนก่อสร้างทั้งหมดไปก่อนหลังจากนั้นรัฐบาลจะชำระคืนหลังการก่อสร้างแล้วเสร็จ ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 2-3 ปี และคาดว่าโครงการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) จะเปิดประกวดราคาคัดเลือกเอกชนได้ในวันที่ 10 ก.ค.นี้

อย่างไรก็ตาม คาดว่าจะมีเอกชนหลายรายสนใจเข้าร่วมประกวดราคา ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเอกชนจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีธนาคารเพื่อความร่วมมือแห่งประเทศญี่ปุ่นหรือเจบีดี ให้การสนับสนุน รวมทั้งกลุ่มเอกชนจากประเทศเยอรมนี ซึ่งธนาคารเคอเพินเฮิเบิลยู ให้การสนับสนุนทางการเงิน ในการคัดเลือกจะพิจารณาจากราคาเป็นหลัก

ส่วนแหล่งเงินที่รัฐบาลจะนำมาใช้ในโครงการนี้และโครงการขนส่งมวลชนระบบรางส่วนอื่นๆ ประมาณ 4 แสนลำนำบาทนั้น คาดว่าจะมีความชัดเจนในอีก 3 เดือนข้างหน้า ซึ่งจะได้อธิบายในเรื่องแหล่งเงินทุน โดยในเบื้องต้นคาดว่า เงินทุนที่จะนำมาใช้จะมาจาก การจัดตั้งกองทุน เงินงบประมาณ และเงินกู้

สำหรับโครงการรถไฟฟ้าพญาไท-ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีระยะทาง 28 กม.ประกอบด้วย 8 สถานี คือ สถานีพญาไท-ราชปรารภ-มักกะสัน-รามคำแหง-หัวหมก-ทับช้าง-ลาดกระบัง-สุวรรณภูมิ จากเดิมที่กำหนดไว้ 6 สถานี โดย 2 สถานีที่เพิ่มขึ้น คือ ทับช้าง และราชปรารภ เพราะมีประชาชนเดินทางเป็นจำนวนมาก

ส่วนการให้บริการเดินรถจะมี 2 รูปแบบ คือ รถไฟฟ้า ซึ่งจอดทุกสถานีและรถด่วนพิเศษ จะวิ่งจากสถานีต้นทางถึงสถานีปลายทางด้วยความเร็ว 160 กม.ต่อชั่วโมง หรือผู้โดยสารจะใช้เวลาประมาณ 15 นาที ในการเดินทางไปท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวมีสัดส่วนการนำเข้าอุปกรณ์จากต่างประเทศประมาณ 55% มีผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจประมาณ 22.4% ผลตอบแทนเชิงการเงินประมาณ 7.4% โดยใช้เวลาก่อสร้างประมาณ 30 เดือน และระยะทดสอบระบบ 6 เดือน

นายสุริยะ กล่าวว่า ที่ประชุมยังได้อนุมัติงบ 1,639 ลำนำบาท เพื่อศึกษาและออกแบบการดำเนินการ โครงการรวม 7 โครงการ ประกอบด้วย การศึกษาและออกแบบรายละเอียดโครงการระบบขนส่งรถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อ-มักกะสัน และบางซื่อ-หัวลำโพง วงเงิน 156 ลำนำบาท

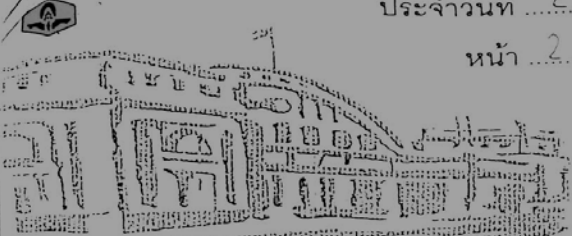

2.การศึกษา และออกรายละเอียดศูนย์คมนาคมตากสิน และทางรถไฟสายแม่กลอง ช่วงหัวลำโพง-มหาชัย วงเงิน 179 ลำนำบาท 3.ศึกษาออกแบบโครงการรถไฟฟ้าชานเมือง ร่วมกับรถไฟทางไกลเชื่อมระบบขนส่งใน กทม.และปริมณฑล รวมวงเงิน 460 ลำนำบาท

4.โครงการว่าจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการออกแบบโครงการก่อสร้างเส้นทางลัดสู่ภาคใต้ (สมุทรสาคร-แหลมผักเบี้ย-ชะอำ) วงเงิน 428 ลำนำบาท

5.โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อควบคุมผู้ออกแบบและพิจารณาข้อเสนอของผู้ลงทุนโครงการเส้นทางลัดสู่ภาคใต้ วงเงิน 40 ลำนำบาท

6.โครงการจ้างที่ปรึกษาบทวนและจัดทำแบบรายละเอียด และเอกสารการประกวดราคา โครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยาย และสายใหม่ ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟท.) วงเงิน 300 ลำนำบาท 7. โครงการว่าจ้างดำเนินการสำรวจจอลิ่งทริมทรีพ้อย ตามแนวสายทางโครงการส่วนต่อขยายและสายใหม่ ของ รฟท. จำนวน 76 ลำนำบาท

ประจำวันที่ ๔ เดือน ๑๒ พ.ศ. 2547  
 หน้า 2 เลขที่ ปส. 3/ 475 2547

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

กระทรวงคมนาคม

# แจ้งเกิดรถไฟความเร็วสูงสุวรรณภูมิ

**กรม.อนมัติ3หมินล.  
 ้างเหมาแบบเทิร์นคีย์  
 ำโดยสารเท่าบีทีเอส**

โพสต์ทูเดย์ — อนมัติโครงการก่อสร้างรถไฟที่ความเร็วสูงสายทุกภาค-หมักกะสัน-สนามบินสุวรรณภูมิ เทียบชั้นต่างประเทศ. วงเงิน 3 หมื่นล้านบาท ตามที่ "สุริยะ" เสนอขอเวลา 3 เดือนผู้รับเหมา นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม เปิดเผยภายหลังการประชุมคณะรัฐมนตรี ว่าที่ประชุมได้อนุมัติโครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่องานสถานีหมักกะสัน ถึงท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ วงเงินรวม 3 หมื่นล้านบาท โดยโครงการดังกล่าวจะเป็นรถไฟสายระดับ ความเร็วสูง 160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ใช้เวลาในการเดินทางเพียง 15 นาทีไปถึงสนามบินเหมือนที่ประเทศต่างๆ ใช้อยู่ โดยผู้โดยสารสามารถขึ้นรถ (เช็คอิน) ได้ที่สถานีรถไฟหมักกะสัน-บางกะปิ-พัฒนาการ

ส่วนราคาค่าโดยสารนั้น ถ้าตลอดเส้นทางจะตกประมาณ 150-200 บาท แต่ถ้าจอดสายทางในจะคิดในอัตราเดียวกันกับรถไฟบีทีเอส

สำหรับการลงทุนนั้น จะใช้ระบบเทิร์นคีย์ทั้งโครงการ ให้เอกชนผู้เงินก่อสร้างก่อน จากนั้นรัฐบาลจะหาเงินทุนมาให้คืนภายหลัง โดยรัฐบาลจะมีระยะเวลา 2 ปี ที่สามารถหาูปแบบของเงินทุนว่าจะเป็นอย่างไร โดยจะมีการเชิญเอกชนเข้ามา

ประมูลวันที่ 10 กรกฎาคม จากหมักกะสัน 3 เดือน คาดว่าจะทราบบริษัทใดจะเป็นผู้ชนะการประมูลเพื่อก่อสร้างโครงการนี้

"กรม.อนมัติให้เขาไปหาผู้รับเหมาได้โดยจะให้เอกชนลงทุนไปก่อน แล้วรัฐบาลจะหาเงินมาใช้คืน ซึ่งก็มีเวลา 2 ปีกว่าที่จะดูว่า จะหาเงินรูปแบบใดได้บ้าง เช่น กองทุนรายักษ์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน หรือใช้งบประมาณ แต่หากเมื่อถึงกำหนดแล้วยังไม่สามารถหาข้อยุติของรูปแบบในการระดมทุน กรม.อนมัติให้ ร.ฟ.ท.หาแหล่งเงินที่เหมาะสม โดยความเห็นชอบของกระทรวงการคลังมาชำระค่าก่อสร้างและค่าใช้จ่ายทางการเงิน พร้อมดอกเบี้ยคืนให้เอกชน" นายสุริยะ กล่าว

นายสุริยะ กล่าวอีกว่า สำหรับรายละเอียดของค่าก่อสร้าง 3 หมื่นล้านบาทนั้น แบ่งออกเป็นการว่าจ้างเอกชนลงทุนจำนวน 2.59 หมื่นล้านบาท และส่งเงินคืนให้กับบริษัทการทำอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ (บางม.) อีก 4.08 พันล้านบาท เนื่องจากขณะนี้ บ.ท.ม.มีการลงทุนสร้างอุโมงค์ลอดใต้สนามบินพร้อมๆ กับการก่อสร้างอาคารผู้โดยสาร ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนการก่อสร้างไปแล้ว

นายสุริยะ กล่าวว่า การก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงสายหมักกะสัน-สนามบินสุวรรณภูมิจริงนี้ จะเสร็จไม่ทันการเปิดใช้สนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งจะเปิดใช้ในเดือนกันยายน 2548 นี้ เพราะการก่อสร้างล่าช้ากว่าแผนงานที่กำหนดไว้มาก และนายกรัฐมนตรีได้กำชับใน กรม.อนมัติให้เร่งรัดโดยเร็ว ถึงขนาดระบุว่า ยังไม่กลัว แต่กลัวล่า

ทั้งนี้ โครงการดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของโครงการขายขนส่งมวลชนระบบราง ระยะทาง 291 กิโลเมตร วงเงินลงทุนรวม 446,677 ล้านบาท ในระยะ 6 ปีข้างหน้า ระยะทาง 291 กิโลเมตร ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการจัดระบบการจราจรทางบก ในการประชุมครั้งที่ 1/2547 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2547 แล้ว ขณะนี้กระทรวงคมนาคมอยู่ระหว่างการศึกษาระดับพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการลงทุนเพื่อเสนอต่อที่ประชุม กรม.อนมัติ นายสุริยะ กล่าวอีกว่า คณะกรรมการการรถไฟแห่งประเทศไทย มีการอนุมัติผลึกษาความเป็นไปได้ของโครงการแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างการรับฟังความเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกาพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อม



ประจำวันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. 2547  
 หน้า ..... เลขที่ ปส. 3/..... 475..... 2547




กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

### แก้ปัญหาคอขวด

# แนะทุ่มแสนล้านสร้างรั้วล้อมรางรถไฟ

## ‘สัญญา’เสนอโอเดีย รอคอยในบอร์ดร.ฟ.ท. มั่นใจคุ้มค่ารักษาชีวิต

## ล้อมรางรถไฟ

โพสต์ทูเดย์ — บอร์ดรถไฟโอเดียจะจุด เสนอทำที่กั้นจุดตัดรถไฟทั่วประเทศ เผยต้องใช้เงินนับแสนล้านบาท แต่คุ้มค่ากับความปลอดภัย

นายสัญญา สติวรบุตร กรรมการบริหาร คณะกรรมการ (บอร์ด) การรถไฟแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) กล่าวว่า แนวทางแก้ปัญหาคอขวดในจุดตัดรถไฟทำได้หลายวิธี เช่น การสร้างสะพานข้ามไป การล้อมรั้วให้มีจุดตัดน้อยลง ฯลฯ เพื่อไม่ให้เส้นทางรถยนต์ และรถไฟมาพบกัน ซึ่งจะต้องนำเรื่องขึ้นชี้หรือในบอร์ดการรถไฟฯ ต่อไป

อย่างไรก็ตาม ต้องยอมรับว่าโครงการนี้หากมองในแง่เศรษฐกิจแล้วอาจจะไม่คุ้มค่ากับการลงทุนจำนวนมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบกับการสูญเสียทั้งทรัพย์สินและเวลา โดยเฉพาะการที่จะสามารถรักษาชีวิตคนไว้ได้ ก็ถือว่ามีความคุ้มค่าทางสังคม และประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ก็จะมีรั้วกั้นรางรถไฟกันทั้งสิ้น

นายสัญญา กล่าวว่า ปัญหาคอขวดในจุดตัดทางแยกระหว่างเส้นทางรถไฟ เป็นปัญหาหนึ่งที่สร้างความเสียหายให้กับการรถไฟฯ ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากการไร้ประสิทธิภาพของระบบอาณัติ

สัญญา หรือเครื่องกั้นรถไฟ แต่เป็นเพราะความประมาทของผู้ใช้รถใช้ถนน ซึ่งในปัจจุบันจุดตัดแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1.จุดตัดที่มีเครื่องควบคุมพร้อมเจ้าหน้าที่ 2.จุดตัดที่ใช้เจ้าหน้าที่ควบคุม และ 3.จุดตัดที่ประชาชนตัดผ่านกันเองหรือที่เรียกว่าจุดลักผ่าน ซึ่งปัจจุบันมีถึงประมาณ 1 พันแห่ง จุดลักผ่านเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาคอขวดมากที่สุด ซึ่งจุดเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากการรถไฟฯ แต่เป็นการที่ชาวบ้านทำทางผ่านกันเอง แล้วเวลาผ่านบางทีก็ประมาท เห็นว่ารถไฟกำลังจะมากแต่ก็คิดเอาเองว่าน่าจะผ่านไปได้ แต่พอขึ้นไปแล้วเกิดรถเสียบ้าง ไม่สามารถไปต่อไปได้ แต่กว่าจะคิดได้ก็สายเกินไปแล้ว หรือบางทีก็เกิดจากกำลังใช้โทรศัพท์ไปขับรถไฟ ก็ไม่ทันดูรอบข้าง โดยการสร้างรั้วนี้ก็จะแก้ปัญหาจุดลักผ่านออกไปได้มากที่สุด จากพันจุดก็น่าจะให้เหลือจุดตัดที่จำเป็นเพียง 50-100 จุดก็เพียงพอ นายสัญญา กล่าว

นายสัญญา กล่าวอีกว่า หากสามารถลดอุบัติเหตุได้ ผนวกกับการขยายการก่อสร้างรางคู่ทั่วประเทศ รางไฟก็จะสามารถทำความเร็วได้เพิ่มขึ้น ก็จะเป็นการเพิ่มการสร้างรายได้ เพราะปัจจุบันแม้ว่าตัวเลขรายได้จากการขนส่งทางรถไฟจะเพิ่มขึ้น แต่ถือเป็นสัดส่วนเล็กน้อยเท่านั้น เพราะผู้ใช้บริการยังเลือกการขนส่งทางบกมากกว่า เนื่องจากประหยัดเวลาได้ เช่น การขนส่งสินค้าจากกรุงเทพฯ ไปเชียงใหม่โดยทางรถไฟ ปัจจุบันยังต้องใช้เวลานานถึง 20 ชั่วโมง แต่ถ้าเป็นรางคู่และแก้ปัญหาเรื่องจุดลักผ่านได้ รางไฟก็สามารถทำความเร็วได้ภายใน 5-6 ชั่วโมงเท่านั้น

ไม่เท่านั้น สำหรับความคืบหน้าการโอนที่ดินของกรรพ.ไฟฟ้า ให้กระทรวงการคลัง นายสัญญา กล่าวว่า ขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการสำรวจพื้นที่ ซึ่งในเบื้องต้นนโยบายของ นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ต้องการที่จะให้การรถไฟฯ ทำธุรกิจในเรื่องการเดินรถเพียงอย่างเดียว ส่วนเรื่องที่ไม่ถนัดในด้านบริหารและดำเนินการก็ไม่ควรทำ ดังนั้นที่ดินที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การเดินรถก็จะโอนไปทั้งหมด แต่ในบางพื้นที่อาจจะยังติดสัญญาเช่าเดิมของการรถไฟฯ คณะทำงานก็กำลังพิจารณากันในแง่กฎหมายว่าจะมีการะงับพื้นที่กันอย่างไร เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนที่ถูกต้อง



ประจำวันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. 2547  
 หน้า ..... เลขที่ ปส. 31/..... 2547



ครบทุกเรื่อง http://www.pso.go.th  
**ข่าวสด**  
 กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

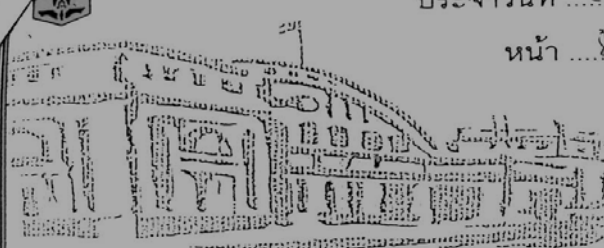
**ครบ ผืนงบ 30,000 ล้าน**

**รถไฟเชื่อมเมือง-สุวรรณภูมิ**

นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม เปิดเผยภายหลังการประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) ว่า ที่ประชุมเห็นชอบตามที่กระทรวงคมนาคมเสนอให้การรถไฟแห่งประเทศไทยดำเนินการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองในวงเงิน 30,000 ล้านบาท รวมค่าก่อสร้างสถานีและคูโมงค์ใต้อาคารผู้โดยสารจำนวน 4,082.937 ล้านบาท คือนำส่งคืนบริษัทท่าอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัดไว้แล้ว ทั้งนี้การก่อสร้างระบบขนส่งทางรถไฟ จะดำเนินการว่าจ้างโดยเอกชนดำเนินการในวงเงินรวม 25,917.063 ล้านบาท โดยเอกชนจะได้รับค่าก่อสร้างและค่าใช้จ่ายทางการเงินพร้อมดอกเบี้ยทั้งหมดภายหลังการก่อสร้างแล้วเสร็จ

นอกจากนี้ที่ประชุมยังเห็นชอบการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2547 จากงบกลาง รายการค่าใช้จ่ายเพื่อการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ เพื่อดำเนินโครงการรวม 7 โครงการ เป็นเงินทั้งสิ้น 1,639.75 ล้านบาท แบ่งเป็นโครงการในความรับผิดชอบของสำนักงานนโยบายแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) กิจงานศึกษาและออกแบบรายละเอียดโครงการระบบขนส่งทางรถไฟใต้ดินช่วงบางซื่อ-มักกะสัน และบางซื่อ-หัวลำโพง 156 ล้านบาท งานศึกษาและออกแบบรายละเอียดศูนย์คมนาคมคากสินและทางรถไฟสายแม่กลอง (ช่วงหัวลำโพง-มหาชัย) จำนวน 179 ล้านบาท งานศึกษาและออกแบบรายละเอียดโครงการระบบรถไฟฟ้าชานเมืองร่วมกับรถไฟทางไกลเชื่อมค้อระบบขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (รังสิต-สถานีภาชี, มักกะสัน-ระเขิงิ้ว, ดลิ่งชัน-นครปฐม และมหานชน-ปากท่อ) 460 ล้านบาท

ประจำวันที่ ๒ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2547  
 หน้า ๘ เลขที่ ปส. 3/ ๙๗ 2547



ครบทุกเรื่อง <http://www.komcast.com>  
**ข่าวสด**  
 กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

สืบ  
**ธุรกิจ**



จิตตสันติ รัตนโสภณ

และอีกประมาณ 2-3 เดือนจากนี้ การรถไฟฯ ฟิวชันส่งมวลชนแห่งประเทศไทย(รฟม.) จะสามารถเปิดประมูลผู้ก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเขียว (บางซื่อ-วัดคณาภิเษก) รวมถึงส่วนต่อขยายรถไฟฟ้ามหานคร สายสีส้ม จากสาทร-ตากสิน และอ่อนนุช-สมุทรปราการ... ● ส่วนโครงการรถไฟเชื่อมสุวรรณภูมิ ระยะทางประมาณ 26 กม. วงเงิน 30,000 ล้านบาท เป็นค่าก่อสร้างประมาณ 26,000 ล้านบาท จิตตสันติ รัตนโสภณ ผู้ว่าการการรถไฟแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) ย้ำชัดมีหลายกลุ่มสนใจดำเนินโครงการรถไฟเชื่อมสุวรรณภูมิตลอดหลายราย... ● ผู้บริโภคจำนวนมากร้องเรียนว่าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าคอมพิวเตอร์ นำเข้าจากต่างประเทศไม่ได้มาตรฐานตามที่โฆษณาเข้ามาจนหนำๆ ประทศยอกสุวรรณ ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้าน



ประจำวันที่ 2 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2547  
หน้า 1/2 เลขที่ ปส. 3/ 475 2547



## ผู้จัดการ

กรมการขนส่งทางบก

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

# อนุมัติงบประมาณ

# สามหมื่นล้าน


# สร้างรถไฟ

# สุวรรณภูมิ

**ผู้จัดการรายวัน - กรม.อนุมัติงบ 3 หมื่นล้านสร้างรถไฟความเร็ว 160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง วิ่งจากมักกะสันถึงสนามบินสุวรรณภูมิไม่เกิน 15 นาที หลังนายกฯ ออกปากแรงโครงการได้เพียงอาทิตย์เดียว ระยะทาง 28 กม. ยกระดับตลอดสายใช้เวลาสร้าง 2 ปีครึ่ง เสร็จหลังเปิดสนามบินแล้ว เผยสร้างแบบเทิร์นคีย์ให้เอกชนออกเงินสร้างไปก่อน สภาพัฒน์ตั้งต้องผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่สุริยชัยนออกแบบเกือบเสร็จแล้ว ไม่ใช่สร้างไปออกแบบไป จึงไม่ใช่เทิร์นคีย์ เปิดประมูลเดือนหน้าได้เลย**

นางสาวคันทน์สนีย์ นาคพงศ์ รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เปิดเผยผลการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวานนี้ว่า กรมเห็นชอบตามหลักการอนุมัติการดำเนินการก่อสร้างโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ประจำวันที ๐๖ เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2547  
หน้า ๒๕... เลขที่ ปส. 3/ 475 2547  
<http://www.matichon.co.th>



**มติชน**  
กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฟ้า

## กรม.ไฟเขี้ยวรถไฟเชื่อมสุวรรณภูมิ นั่งตลอดสายคิดค่าตัว 150-200บ.

นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม กล่าวภายหลังการประชุมคณะรัฐมนตรี(ครม.) เมื่อวันที่ 1 มิถุนายนที่ผ่านมาว่า ที่ประชุมได้อนุมัติให้สร้างโครงการรถไฟฟ้าจากพญาไท-มักกะสัน เชื่อมต่อสนามบินสุวรรณภูมิ เพื่อรองรับการเดินทางของผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวจากตัวเมืองที่จะเดินทางไปสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งขบวนก่อสร้าง 3 หมื่นล้านบาท แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก 4,000 ล้านบาท จะให้บริษัท ทำอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่(บพม.) สร้างอุโมงค์ใต้ดินระหว่างเส้นทาง ส่วนอีก 26,000 ล้านบาท เป็นค่าก่อสร้างระบบทั้งหมด คาดว่าภายในวันที่ 10 กรกฎาคม จะเปิดประมูลคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างได้ และใช้เวลา 3 เดือนในการคัดเลือก



สุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ

ทั้งนี้ รถไฟฟ้าสายดังกล่าวจะใช้ความเร็ว 160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และจะทำให้การเดินทางจากสถานีมักกะสัน-สุวรรณภูมิใช้เวลาเพียง 15 นาที เท่านั้น คาดว่าจะมีผู้ใช้บริการ 1 แสนคนต่อวัน ส่วนค่าโดยสารหากไม่มีการจอดพักระหว่างสถานีจะอยู่ระหว่าง 150-200 บาท แต่หากลงระหว่างสถานี ซึ่งมีทั้งสิ้น 8 สถานี จะคิดอัตราเดียวกับรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพ(บีทีเอส)



ประจำวันที่ ... 2 ... เดือน ... สิงหาคม ... พ.ศ. 2547  
 หน้า ... 1 ... เลขที่ ปส. 3/ 475 ... 2547

มั่นคง คงไป ตลอด  
**แนวหน้า**  
 กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ



### รถไฟหนองงูเห่าผ่านฉลุย

นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รว.คมนาคม เปิดเผยว่า ที่ประชุม คณะรัฐมนตรี (ครม.) วันที่ 1 มิถุนายน 2547 ได้อนุมัติโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟจากสถานีมีกกะตัน ไปถึงสถานีสนามบินสุวรรณภูมิ (หนองงูเห่า) ในส่วนของการออกแบบก่อสร้าง คาดว่าจะเสร็จสิ้นในเดือนกรกฎาคมนี้ จากนั้นก็จะเป็นขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง และการก่อสร้างที่คาดว่าจะใช้เวลาประมาณ 2 ปี ทั้งโครงการจะใช้เงินลงทุนประมาณ 3 หมื่นล้านบาท

6 JUL 2005 13:46



# ข่าวรถไฟ

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟแห่งประเทศไทย ถนนรองเมือง แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
☎ 0-2222-0175 ● โทรสาร 0-2220-4297 ● ผู้ปก. 200 ปณ.ร.รองเมือง ปทุมวัน กท. 10330 ● WWW.RAILWAY.CO.TH ● WWW.THAILANDRAILWAY.COM

วันที่ 4 กรกฎาคม 2548

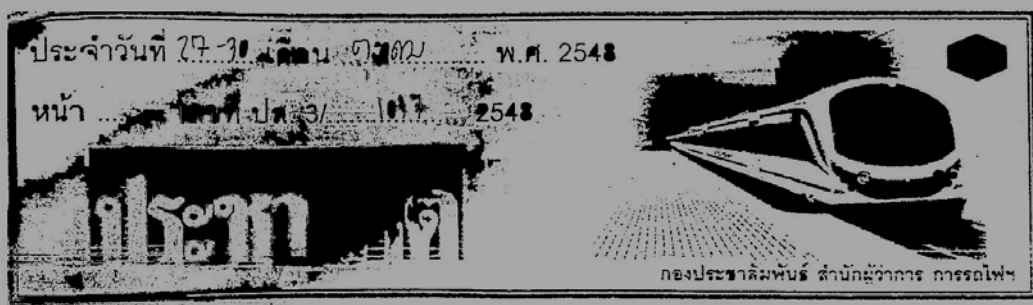
## 5 กรกฎาคม ปิดถนน Local Road สายตะวันออก เร่งสร้างทางรถไฟเชื่อมสนามบินสุวรรณภูมิ

นางสุพมาลย์ ศรีตุลา หัวหน้ากองประชาสัมพันธ์ การรถไฟฯ แจ้งว่า ตามที่การรถไฟแห่งประเทศไทยได้ลงนามว่าจ้างกลุ่มผู้รับก่อสร้างโครงการระบบทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2548 ขณะนี้ผู้รับเหมาก่อสร้างฯจำเป็นต้องเร่งก่อสร้างเพื่อให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลาโดยเร็ว และการรถไฟฯจำเป็นต้องส่งมอบพื้นที่เพื่อให้ผู้ก่อสร้างได้เข้าใช้พื้นที่ดำเนินการรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างและก่อสร้างงานด้านโยธาของโครงการให้แล้วเสร็จตามแผน ฉะนั้น การรถไฟฯจึงได้ประสานงานกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ที่จะดำเนินการปิดถนนกำแพงเพชร 7 (Local Road) ซึ่งเป็นถนนเลียบทางรถไฟสายตะวันออก ตั้งแต่สถานีรถไฟมีกะสัน ถึง สถานีรถไฟคลองตัน เพื่อนำเครื่องมือก่อสร้างขนาดใหญ่ และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างเข้าดำเนินการในพื้นที่แห่งนี้ จะเริ่มปิดถนนตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม 2548 เวลา 24.00 น.เป็นต้นไป ดังนี้

- ☞ วันที่ 5 กรกฎาคม 2548 ปิดถนนกำแพงเพชร 7 ช่วงถนนเพชรอุทัย ถึง ถนนเพชรพระราม ปิดถนนทั้ง 4 ช่องจราจร ห้ารถผ่านเข้า-ออก
- ☞ วันที่ 15 กรกฎาคม 2548 ปิดจากแยกถนนโศภ-คินแสง ถึง แยกถนนเพชรอุทัย ปิด 2 ช่องจราจรฝั่งชิดกับทางรถไฟ
- ☞ วันที่ 25 กรกฎาคม 2548 ปิดถนนกำแพงเพชร 7 ช่วงสถานีตำรวจคลองตัน ถึง หลังมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปิด 2 ช่องจราจร ฝั่งชิดกับทางรถไฟ และปิดถนนกำแพงเพชร 7 ช่วงหลังมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถึง หมู่บ้านเสรี ทั้ง 4 ช่องจราจร

สำหรับารก่อสร้างโครงการฯดังกล่าว จะก่อสร้างฐานรากขนาดใหญ่(ประมาณ 9 เมตร X 9 เมตร) ซึ่งอยู่กึ่งกลางถนนกำแพงเพชร 7 หากปล่อยให้มีการเดินขบวนอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้สัญจรได้ จึงขอให้ผู้ขับขี่ขบวนรถปฏิบัติตามป้ายประชาสัมพันธ์ที่การรถไฟฯ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ แจ้งเตือน และโปรดหลีกเลี่ยงเส้นทางดังกล่าว และกรุณาใช้ถนนพระราม 9 และถนนเพชรบุรีแทน กำหนดปิดการจราจรเป็นเวลาประมาณ 33 เดือน

โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในส่วนของความรับผิดชอบของการรถไฟแห่งประเทศไทย จะเริ่มก่อสร้างตั้งแต่สถานีพญาไท, ราชปรารภ, มีกะสัน, โศภ, รามคำแหง, หัวหมาก, บ้านทับช้าง, ลาดกระบังและสุวรรณภูมิ ระยะทาง 28 กิโลเมตร กำหนดแผนการก่อสร้าง 900 วันและทดสอบระบบอีก 90 วัน การรถไฟฯจึงจำเป็นต้องปิดถนนเลียบทางรถไฟสายตะวันออกดังกล่าวเพื่อดำเนินการให้แล้วเสร็จตามแผนงาน ทั้งนี้หากโครงการฯเสร็จแล้วก็จะทำให้ประชาชนที่เดินทางไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ตรงเวลา และสามารถขนส่งคนโดยสารได้เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ การรถไฟฯต้องขออภัยเป็นอย่างยิ่ง สำหรับผู้ที่อยู่ในละแวกดังกล่าวที่ได้รับความสะดวกในช่วงที่มีการดำเนินการก่อสร้าง และหากท่านมีข้อขัดข้องใจก็สามารถสอบถามได้ที่โทรศัพท์ 0-2220-4784 ในวันเวลาราชการ



ประจำวันที่ 27-30 ตุลาคม 2548 พ.ศ. 2548  
 หน้า ... 107 ... 2548

**ปรากฏ**

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

# ตีตัวตรวจงาน ‘แอร์พอร์ตลิงค์’ 9 เดือนก่อสร้างไม่คืบ อุปสรรคเพียบ



**ไต่ถาม** หลายคนตั้งรอกว่า โครงการรถไฟฟ้าเชื่อมสนามบินสุวรรณภูมิหรือแอร์พอร์ตลิงค์ 9 ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) มูลค่า 25,907 ล้านบาท สร้างไม่เสร็จตามกำหนดปลายปี 2550 อย่างแน่นอน

ทีมข่าว “ประชาชาติธุรกิจ” ตัดสินใจลงพื้นที่เพื่อเข้าไปสำรวจแนวเส้นทางสายตะวันออกยาว 28 กิโลเมตร ตั้งแต่มีนาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม เพื่อพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ยืนยัน ข้อมูลที่ไต่ถามและได้ฟังมา นั่นคือมือไม้ที่นิ่งงัน

เมื่อได้สัมผัสและเห็นด้วยตาจริง จึงได้รู้ว่า ถึงวันนี้เวลานั้น มีรายงานชี้แจงการเตรียมแหล่งงานก่อสร้างแล้วแต่ยังไม่คืบหน้ามากนัก มีแค่ขุดบ่อน้ำดื่มและวางท่อไฟ และลดค่าเช่าบ่อขุดบ่อขุด และบางพื้นที่ก็ได้รับหมายสั่งให้ไปก่อสร้างไม่ได้ แม้จะพบในการก่อสร้างตามสัญญาจะ “เริ่ม” มาได้เกือบ 6 เดือนแล้วก็ตาม

ภาพยิ่งชัดมากขึ้น เมื่อผู้รับหมายก่อสร้างโครงการคือ บริษัท ซีโนไทย เ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) ยืนยันว่างานก่อสร้างรถไฟฟ้าสายนี้จะล่าช้าและเปิดให้บริการจากแผนเดิมปลายปี 2550 ออกไปอีกประมาณ 7-8 เดือน แต่มีแนวโน้มอาจจะล่าช้าออกไปเป็นปี

ถามถึงสถานะผลงานล่าสุด มีคำตอบให้แบบสั้นๆ “...ปัจจุบันงานก่อสร้างคืบหน้าอยู่ที่ 6-7% เท่านั้น ล่าช้าจากแผน 4%”

ช่วงกลางเดือน 9 เดือนที่ผ่านมา ผู้รับหมายบอกว่ามีปัญหาสภาพดินที่ขุดพบเพิ่มเติมกันตั้งแต่เริ่มการเข้าพื้นที่ก่อสร้าง จึงเริ่มต้นสัญญาเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2548 การรถไฟฯ จะต้องลงแบบพื้นที่



ให้ผู้รับเหมาภายใน 90 วัน นั้นหมายถึงภายใน 19 พฤษภาคมต้องเสร็จเรียบร้อย แต่เขาเข้าใจจริงผลการรถไฟ ส่งมอบพื้นที่ไม่ได้ตามสัญญาระบุ

มีผลให้ผู้รับเหมาเข้าพื้นที่ได้เพียงแค่ 4 จุด คือ ลาดกระบัง วมเกล้า คลองตัน อารีย์เซนต์หลุยส์ 11 ทั้งนี้ทั้งนั้น ลอนใหญ่เป็นพื้นที่โล่งที่ไม่ต้องมีการรื้อย้าย (ชุมชน) ไทๆ ทั้งสิ้น ความคืบหน้าของงานก่อสร้าง 6-7% ตั้งกล่าวจึงเป็นเนืองงานที่มาจากกรณีรับน้ำคืนและศอกเสาเข็ม

ส่วนพื้นที่ที่เหลือยังคงมีปัญหาใหญ่เรื่องการรื้อย้ายผู้บุกรุกทางรถไฟ มีทั้งหมด 5 ชุมชน ประมาณ 300 ครัวเรือน เช่น ชุมชนหลังโรงพยาบาลศิริฯ บริเวณพญาไท 85 ครัวเรือน ชุมชนคลองตัน 135 ครัวเรือน ชุมชนแม่แก้ว 5 ครัวเรือน รวมทั้งผู้บุกรุกตามชายทางอีก 125 ครัวเรือน

“ปัญหาของชุมชนฯ เป็นปัญหาสะสมต่อเนื่องกัน สัญญาจ้างเขาอย่างระบุชัดเจนว่าเป็นหน้าที่ของทางรถไฟ ที่จะส่งมอบพื้นที่ และบริษัทจึงมีหน้าที่ก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่ระบุไว้ในสัญญา...โครงการของรัฐล่าช้าถึงขั้นมีปัญหาแบบนี้”

เป็นเรื่องยากมากที่จะเคลียร์ เพราะคุยกันไม่ใช่เรื่องก่อสร้างคอมมูโอบีโวลต์ ที่เป็นอนุสรณ์ที่คิดวางพื้นที่ก่อสร้างจำนวนกว่า 50 คัน ตั้งแต่อากรีย์เซนต์หลุยส์ เดิมที หลายฝ่ายถกกันวิพากษ์จะเกิดปัญหาใหญ่ได้แน่นอนถ้าทางรถไฟฯ เข้าไปใช้พื้นที่ เพราะมีคดีความฟ้องร้องกันอยู่

แต่ใครจะไปนึกว่างานนี้กลับยกพวกพิชิต ครอบครอง ล่าล้าง “อีโนไทยฯ” ลงใน 100 วันแบบที่ทางบริษัทคอมฯ เมือ 1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา

เหตุการณ์กับพลิกผัน ทางบริษัทโอบีโวลต์ไม่ได้เข้ามาชี้แจงแต่อย่างใด หมายความว่านับจากนั้นไปอีกประมาณ 5 เดือนข้างหน้า ราก (คอม) เหล่านี้ จะไม่มีให้เห็นอีกต่อไป

งานส่วนนี้รู้คนหน้าอย่างน่าพอใจ ล่าสุดผู้รับเหมาหุบคอมโอบีโวลต์ไปแล้วจาก 50 กว่าคัน เหลืออยู่ประมาณ 33 คัน

ถัดจากพื้นที่หุบคอมโอบีโวลต์ ไรต์ก่อสร้างที่อยู่ระยะประชิดกับสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ นับเป็นอีกจุดหนึ่งที่มีสร้างอุปสรรคให้กับผู้รับเหมาโครงการ เริ่มจากปัญหาที่ควบคุมไม่ได้ในเรื่องดินฟ้าอากาศ เพราะเป็นช่วงฤดูฝนพอดี เกิดน้ำท่วมทำให้ไม่สามารถทำการก่อสร้างได้ตามแผนที่วางไว้ นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของสิ่งกีดขวางที่เกิดจากความไม่ได้ตั้งใจ เช่น ช่างคอนกรีตวางรถไฟของ บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ตั้งแคสเมย์ที่ตั้งชนอิฐผนังดินทรายเข้าพื้นที่สนามบิน ทางอิตาเลียนฯ ส่งทุนทำรางรถไฟระยะทาง 400 เมตร คือเมืองงานจบแล้วก็ยังไม่เห็นได้รื้อถอนรางรถไฟดังกล่าว

“...ช่างคอนกรีตวางรถไฟเป็นอีกจุดที่กีดขวางเป็นหน้าที่ของทางรถไฟฯ จะต้องเคลียร์พื้นที่ให้” ลึกเข้ามาจนเจอใจกลางสุวรรณภูมิ บริเวณหน้าอาคารผู้โดยสาร ซึ่งเป็นจุดที่รถไฟแอร์พอร์ตลิงก์จะ “มุดลงดิน” ก่อสร้างเป็นทางยกระดับเป็นรถไฟใต้ดิน เพื่อมาจอดที่สถานีสุวรรณภูมิเป็นสถานีปลายทางสุดท้าย

ปรากฏว่ามีช่างกองเหล็กและแท่นคอนกรีตที่เหลือนำไปจากงานรับเหมาส่วนอื่นนำมากองทิ้งไว้ จึงเป็นจุดปัญหาที่เผลอมากรทำกรก่อสร้างให้ถูกลงตามแผนอีกจุดหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม ทาง “อีโนไทยฯ” คงไม่หนีใจเท่าไร ทั้งแม้งานจะล่าช้าออกไป เนื่องจากยังมี “คนเก่า” ที่ถือเป็นไม้ก้ำก้ำกับบริษัทจะคอยชะลอการรถไฟฯ ใต้

เป็นห่วงแค่การรถไฟฯ นั้นแหละ จะต้องมาเสีย “ค่าใจ” ทั้งที่รัฐอยู่เต็มอก ความปัญหานั้นมีมากแค่ไหน !!!




 ประจำวันที่ 7 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2548  
 หน้า ..... เลขที่ ปส. 3/..... 2548  
 หนังสือพิมพ์.....  
 กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ



# รถไฟสายสีแดง

## เส้นทางสู่ความหวังของประชาชน

ความหวังของคนไทยที่จะมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง กำลังจะเกิดขึ้นภายใต้การดำเนินงานของรัฐบาลชุดนี้ เมื่อคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในหลักการโครงการขยายตามแผนงานการพัฒนาขนส่งมวลชนระบบราง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เร่งด่วน ระยะที่ 1 เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2547

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร หรือ สนข. กระทรวงคมนาคม ได้รับมอบหมายให้เร่งดำเนินการปรับแผนแม่บทขนส่งระบบรางฯ ในภาพรวมของโครงการขยายระบบราง ทั้ง 7 เส้นทางใหม่ โดยแนวสายทางแรกที่เริ่มดำเนินการก่อสร้าง ก่อนแนวสายทางอื่น คือ เส้นทางรถไฟสายสีแดง ซึ่งจะเป็โครงการหลักของระบบขนส่งมวลชนระบบราง โดยแบ่งแนวเหนือ-ใต้ เริ่มจากวงรีสีต-บางซื่อ (สายสีแดงเข้ม) ส่วนด้านทิศตะวันออกถึงทิศตะวันตก เริ่มที่ตลิ่งชัน ไปยังบางซื่อ และสิ้นสุดที่สนามบินสุวรรณภูมิ (สายสีแดงอ่อน) รวมถึงการพัฒนาโครงการขยายระบบการรถไฟเชื่อมท่าอากาศยาน มีระยะทางประมาณ 153.8 กิโลเมตร

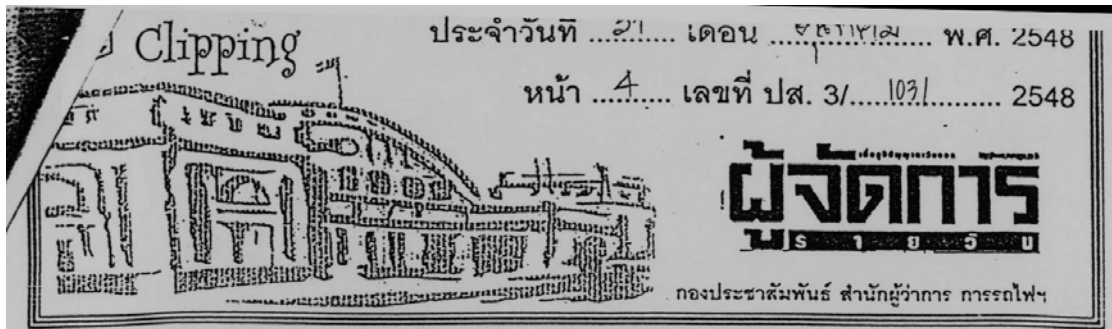
สำหรับรูปแบบการเดินทางของรถไฟสายสีแดงมี 3 รูปแบบ คือ รถไฟฟ้าชานเมือง รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน และรถไฟฟ้ามหานคร เชื่อมต่อไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ (Airport Rail Link) ซึ่งเป็นแนวเส้นทาง

ยุทธศาสตร์หลักที่อำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่ต้องการเดินทางไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ และสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาสนามบินสุวรรณภูมิเป็นสนามบินนานาชาติ

ด้านความคืบหน้าของการดำเนินการก่อสร้างรถไฟสายสีแดงนั้น ขณะนี้ อยู่ระหว่างการเริ่มก่อสร้างของท่าอากาศยาน (Airport Link) บริเวณสถานีมักกะสันไปถึงสนามบินสุวรรณภูมิ

โครงการระบบขนส่งมวลชนระบบรางฯ นับเป็ยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาด้านการขนส่งและจราจร ที่ตอบสนองความต้องการในการเดินทางของประชาชน และเพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ โดยมีความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองอย่างเป็นระบบ รวมทั้งช่วยประเทศชาติประหยัดพลังงานได้ในระยะยาว

ซึ่งการเชื่อมโยงโครงการดังกล่าวแล้วเสร็จ ประเทศไทยก็จะมีเส้นทางคมนาคมที่ทันสมัย เอื้อประโยชน์ในระดับริบอบพล โดยเลี้ยวผ่านแดนการขนส่งทางบก การค้า การลงทุนกับต่างประเทศด้วย



# รถไฟเตรียมหารื้อ 'ทีจี-ทอท' แบ่งงานบริหารแอร์พอร์ตลิงก์

ผู้ตรวจการ รฟท. เตรียมหาคนหรือหน่วยไทยและเอชเอ็มเอ็นจีบริหารรถไฟเชื่อมสนามบิน หรือแอร์พอร์ตเรล ลิงก์ ร.ฟ.ท.คงต้องสนดิษฐ์ไฟจะรับผิดชอบส่วนแอร์พอร์ตเรลลิงก์ หรือ ทีจี-ทอท. ที่สถานีทอชคองสิน อยู่ที่การบินไทยและทอชคองสิน เนื่องจากเป็นงานที่ทั้ง 2 หน่วยงานชำนาญกันทำงานก่อสร้างแอร์พอร์ตลิงก์ ซักว่าแผน 5-6% เหตุหนึ่งมีงานส่วนมากนายสุธน เจตน์เกษกรณ์ หัวหน้าสำนักบริหารโครงการระบบรถไฟทำการรถไฟแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) เปิดเผยว่า ภายใต้ต้นตอหน้า คาดว่า ร.ฟ.ท.จะสามารถเจรจาไว้กับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. เพื่อกำหนดขอบเขตงานการบริการระบบเดินรถโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (แอร์พอร์ต เรล ลิงก์) และการบริหารซีดีที เออร์มินอล ที่สถานีทอชคองสิน โดยจะหารื้อถึงขอบเขตหน้าที่ของการบริหารงานร่วมกัน ทั้งในส่วนการเดินทางแอร์พอร์ตเรล ลิงก์ และการบริหารการเช็คอิน

การประชุมได้คุยกันเรื่องแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่ ร.ฟ.ท.จะรับผิดชอบ ส่วนแอร์พอร์ตเรลลิงก์ หรือ ทีจี-ทอท. ที่สถานีทอชคองสิน อยู่ที่การบินไทยและทอชคองสิน เนื่องจากมีความชำนาญมาก ซึ่งเมื่อได้ข้อสรุปแล้วจะเสนอแนวทางเลือกทั้งหมดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมพิจารณา ซึ่งจะมีหลายทางเลือกรวมทั้งข้อเสียของแต่ละทางเลือกเพื่อประกอบการตัดสินใจ รวมถึงเสนอแนวทางให้เอกชนเข้ามาเป็นผู้บริหารด้วย ซึ่งมีความเป็นไปได้เช่นกัน ซึ่งทั้งหมดขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร โดยส่วนตัวเห็นว่า ร.ฟ.ท.สมควรที่จะเป็นผู้บริหารการเดินทางแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เองได้ เนื่องจากบุคลากรของ ร.ฟ.ท. มีประสบการณ์ในการบริหารการเดินรถไฟมาเป็นเวลาสามทศวรรษแล้ว จึงน่าจะดีถ้าให้ผู้เชี่ยวชาญภาคนี้

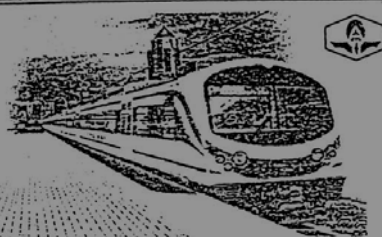
เจ้าหน้าที่ รฟท. ระบุว่าจะมีการปรับโครงสร้างการบริหารงานแอร์พอร์ตเรลลิงก์ โดยจะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นใหม่ ซึ่งคาดว่าจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ต้นปี 2548 นี้ โดยจะมีการปรับโครงสร้างการบริหารงานแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ให้เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบงานก่อสร้างและเดินรถ ส่วนงานบำรุงรักษาจะยังคงอยู่ภายใต้การบริหารงานของ ร.ฟ.ท. อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ รฟท. ระบุว่า การปรับโครงสร้างการบริหารงานแอร์พอร์ตเรลลิงก์ จะต้องใช้เวลาประมาณ 3-4 เดือนจึงจะสามารถดำเนินการได้

สำหรับความคืบหน้างานก่อสร้างแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ นั้น ขณะนี้มีความคืบหน้าประมาณ 20% ซึ่งมีแผน 5-6% ทั้งนี้เนื่องจากช่วงที่ฝักงมมีฝนตกบ่อย ทำให้งานก่อสร้างชะงัก รวมถึงหน่วยงานก่อสร้างยังอยู่ในเขตชุมชนทำให้เวลาทำงานจำกัด เพราะต้องไม่กระทบกับประชาชนที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้เคียงก็ตามตั้งแต่เดือน พ.ย. เป็นต้นไปในช่วงเข้าฤดูหนาว ประกอบกับงานก่อสร้างเริ่มออกนอกเมือง เลยย้ายหัวหน้ากองไปถึงสถานที่ก่อสร้างที่ไม่มียุ้งจำกัดเรื่องชุมชนซึ่งรับเหมาก่อสร้างสามารถเร่งงานได้เต็มที่จึงคาดว่างานจะเสร็จทันมากขึ้น และสามารถก่อสร้างเสร็จทันเดือน พ.ย. 2550 ตามกำหนด ■

ประจำวันที 4..... เดือน ..พฤษภาคม..... พ.ศ. 2548

หน้า ..32... เลขที่ ปส. 3/.....1099..... 2548

# เดลินิวส์



กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟฯ

## สร้างแอร์พอร์ตลิงค์ฯ

### เตรียมจัดประมูลดินถม

ความทันเวลาของโครงการรถไฟความเร็วสูงกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ โดยที่ทางรถไฟสายใหม่จะเชื่อมกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ระยะทาง 285 กม. เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่ว่างเปล่า การถมดินจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะกระทบต่อการเปิดใช้เส้นทางนี้ ดังนั้น นายสนธิ บุญช้อย รองอธิบดีกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม ได้สั่งการให้ทางรถไฟฯ เร่งรัดการถมดินในพื้นที่ดังกล่าว โดยจะนำเครื่องจักรและจัดทีมงานเข้ามาเพิ่มพื้นที่ถมดินให้ทันตามกำหนดงานในส่วนของการถมดินของโครงการฯ

ในการดำเนินงานดังกล่าว ทางรถไฟฯ ได้กำหนดไว้ในที่ประชุมฯ ต้องมีงานถมดินได้เป็นร้อยละ 100 ของพื้นที่ถมดินที่กำหนดไว้ โดยที่ทางรถไฟฯ จะนำเงินอุดหนุนจากรัฐบาลมาใช้ถมดินในส่วนที่เหลือ

นายสนธิ กล่าวอีกว่า นอกจากนั้น กรมการขนส่งทางบก ยังได้สั่งการให้ทางรถไฟฯ เร่งรัดการถมดินในพื้นที่ดังกล่าว โดยจะนำเงินอุดหนุนจากรัฐบาลมาใช้ถมดินในส่วนที่เหลือ

นายสนธิ กล่าวอีกว่า นอกจากนั้น กรมการขนส่งทางบก ยังได้สั่งการให้ทางรถไฟฯ เร่งรัดการถมดินในพื้นที่ดังกล่าว โดยจะนำเงินอุดหนุนจากรัฐบาลมาใช้ถมดินในส่วนที่เหลือ

นายสนธิ กล่าวอีกว่า นอกจากนั้น กรมการขนส่งทางบก ยังได้สั่งการให้ทางรถไฟฯ เร่งรัดการถมดินในพื้นที่ดังกล่าว โดยจะนำเงินอุดหนุนจากรัฐบาลมาใช้ถมดินในส่วนที่เหลือ

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นาย ศักดิ์ชัย หาญอาษา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ คณะนิเทศศาสตร์ เอกการโฆษณา(เกียรตินิยมอันดับสอง)
ประวัติการทำงาน	หัวหน้างานพาณิชย์แขวงกรุงเทพ ฝ่ายการพาณิชย์ การรถไฟแห่งประเทศไทย

DPU

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นาย ศักดิ์ชัย หาญอาษา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ คณะนิเทศศาสตร์ เอกการโฆษณา(เกียรตินิยมอันดับสอง)
ประวัติการทำงาน	หัวหน้างานพาณิชย์แขวงกรุงเทพ ฝ่ายการพาณิชย์ การรถไฟแห่งประเทศไทย

DPU