

กุลณี แนวพนิช : กระบวนการสื่อสารในการจัดการ “โครงการสะพานบุญ” ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี.
(COMMUNICATION PROCESS IN MANAGING “BRIDGE OF MERIT PROJECT” OF WAT SUANKEAW,
NONTHABURI PROVINCE) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 285 หน้า. ISBN 974-17-
6745-5.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารในการจัดการโครงการสะพานบุญของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี และปัจจัยที่เอื้อต่อการดำรงอยู่ของโครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 27 คน

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารในการจัดการโครงการ มีเป้าหมายการสื่อสาร 6 เป้าหมายหลัก คือ (1) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (2) เพื่อเชิญชวนให้บริจาคสิ่งของ (3) เพื่อเชิญชวนให้มาซื้อสินค้า (4) เพื่อเชิญชวนให้ผู้ด้อยโอกาสเข้ามารับความช่วยเหลือ (5) เพื่อขอใจผู้ที่มีน้ำใจของมาบริจาค (6) เพื่อควบคุมการดำเนินงานของสมาชิก โดยมีพระพยอม กัลยาโณ และมูลนิธิสวนแก้ว ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ให้แก่กลุ่มผู้รับสาร 3 กลุ่มคือ (1) สาธารณชน (2) กลุ่มเป้าหมายเฉพาะทั้งที่เป็นผู้ต้อนรับโครงการและสมาชิกของโครงการ (3) เครือข่ายสาขาของโครงการ โดยพระพยอมใช้กลวิธีในการสื่อสารกับสาธารณชนผ่านการเทศน์, และการปฏิบัติให้เห็นจริง และมูลนิธิสวนแก้วจัดทำสื่อเฉพาะกิจ ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกโครงการของพระพยอม ได้ใช้วิธีการประชุมกับคณะกรรมการและสมาชิก, การเดินตรวจงานตามแผนก, การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้าพูดคุย, และการใช้สื่อในการควบคุมการทำงานหรือสั่งการ ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ต้อนรับโครงการของมูลนิธินั้น ได้ใช้วิธีการให้ข้อมูลหรือคำแนะนำ, อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริจาค, ให้ข้อมูลแก่ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า, และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาส ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกโครงการของมูลนิธิสวนแก้วนั้น ประกอบไปด้วยการสื่อสารเชิงสถานภาพส่วนตัว โดยสื่อสารแบบเป็นกันเอง, ควบคุมดูแลกัน, และอบรมสมาชิกให้มีจิตสำนึกต่อพระพยอม และการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงาน โดยไม่ถือระดับชั้นตำแหน่งงาน, ไม่ใช้อำนาจ, พุดจาไพเราะ, ใช้อารมณ์ขัน, และการใช้น้ำเสียงและชี้แจงด้วยเหตุผล นอกจากนี้ ผลจากการสื่อสาร ได้ทำให้กลุ่มบุคคล 3 กลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) สื่อมวลชน โดยโครงการให้การสัมภาษณ์, เขียนคอลัมภ์, แจกเอกสาร, และเปิดโอกาสให้เข้าเยี่ยมชม (2) หน่วยงานต่างๆ โดยโครงการให้ความร่วมมือด้วยการไปบรรยาย, และให้การต้อนรับ (3) ประชาชนทั่วไป โดยช่วยประชาสัมพันธ์, และเป็นหูเป็นตาให้กับโครงการ

ปัจจัยที่เอื้อต่อการดำรงอยู่ของโครงการสะพานบุญ ประกอบด้วย ปัจจัยการสื่อสารและปัจจัยสนับสนุน โดยปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย (1) ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร ได้แก่ ความสามารถ, สถานะทางสังคม, ความประพฤติ, และพฤติกรรมทางด้านการสื่อสาร ของพระพยอม กัลยาโณ (2) ปัจจัยด้านสาร ได้แก่ การสื่อสารด้วยความจริง, และคำพูดมีความน่าเชื่อถือ (3) ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารในทุกจังหวัดเวลาที่มีโอกาส, และการใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง (4) ปัจจัยด้านผู้รับสาร ได้แก่ ความเลื่อมใส ศรัทธาในตัวพระพยอม กัลยาโณ, พฤติกรรมการทำบุญ, และความต้องการนำสิ่งของเหลือใช้ไปสร้างประโยชน์ ส่วนปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย (1) ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าที่ขายมีราคาถูก, และสินค้ามีคุณภาพและมีความหลากหลาย (2) ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ การที่มีคนยากจน คนด้อยโอกาส คนตกงาน อยู่ในสังคมเป็นจำนวนมาก, ค่านิยมของคนที่ชอบซื้อสินค้าใหม่หรือเปลี่ยนรุ่น, และการได้รับความร่วมมือจากผู้บริจาคและผู้ซื้อที่หลากหลาย (3) ปัจจัยทางด้านสื่อ ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชนในการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ, สื่อมวลชนเผยแพร่เรื่องราวของโครงการแต่ในด้านดี, และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (4) ปัจจัยทางด้านพื้นที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งของโครงการดึงดูดให้คนเข้ามาเยี่ยมชมวัด, และการมีซูเปอร์มาร์เกตสำหรับขายสินค้า (5) ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ความโดดเด่นเฉพาะตัวของโครงการที่มีเพียงแห่งเดียว

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2547

ลายมือชื่อนิติ.....กุลณี แนวพนิช
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

KEY WORD: COMMUNICATION PROCESS / MANAGING / WAT SUANKEAW / NONTHABURI PROVINCE

KULNAREE NEAWPANICH : COMMUNICATION PROCESS IN MANAGING "BRIDGE OF MERIT PROJECT"
OF WAT SUANKEAW, NONTHABURI PROVINCE. THESIS ADVISOR : PARICHART STHAPITANONDA, Ph.D.,
285 pp. ISBN 974-17-6745-5.

The purpose of this research was to study the communication process in managing and factors of maintaining "Bridge of Merit Project" of Wat Suankeaw, Nonthaburi province by means of qualitative research implemented by non-participation, observation, and documentary studies. In-depth interviews with 27 key informants were used in this study.

The results of the research are as follows: the objectives of the "Bridge of Merit Project" are (1) to provide the information, (2) to generate donations, (3) to generate purchase of product, (4) to encourage the target group to participate in help and support program, (5) to thank the donors and (6) to monitor the operation by members. In this project, Pra Payom and Suankeaw foundation play a key role in communicating to various groups of receiver; (1) public, (2) target group, both members and people who have an interest in the project, and (3) networks. Many communication strategies were adopted through various channels; for example, Communicate with public, using speech and demonstrations by Pra Payom, and specific media by the Suankeaw foundation. Communicate with target group within Pra Payom members by setting up a meeting between committees and members, field examination, group discussion and monitoring through communication. Communicate with target group among people who have an interest in the project by giving advice, facilitating the donations, providing information to purchasers, and encouraging the low-incomes groups and disabled persons to receive help and support. Communicate with target group within Suankeaw members, unofficially face-to-face communication using polite language and correct tone, regardless of hierarchy or social status. In addition, the communication strategies used in this project also increased the level of participation of these followings in the communication process. The program has (1) allowed the media to set up an interview, publish in the column, provide free information, or physically visit and observe the operation. (2) incorporated a warm welcome and facilitated the organization by giving a presentation. (3) let the public spread the news, announcements, and generate feedbacks.

The factors of maintaining Bridge of Merit Project are composed of both communication and support. Communication factors can be divided into (1) Senders factor, including the communication ability, reliability, social status, behavior, and Pra payom communication style. (2) Message factors include fact communication and reliability. (3) Channel factors include opportunity of utilizing potential channels and various communication channels. (4) Receiver factors include willingness to participate in help and support program, as well as donations. The support factors can be divided into (1) Product factors including price, quality, variety and availability. (2) Population factors, including size of low-income group, disabled group and unemployment, wants and needs of consuming new products, demand from buyers, incorporation from donors. (3) Media factors include support from media to provide public relation, spread the word, and point out the benefits of the program. (4) Location factors include accessibility, attractiveness and availability of shops, and supermarkets. (5) Other factors include uniqueness of the project itself.

Department Public Relations

Field of study Development Communication

Academic year 2004

Student's signature.....Kulnaree Neawpanich

Advisor's signature.....Parichart Sthapitanonda

Co-advisor's signature.....-