

รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี



นางสาวสมฤทัย เสือปาน

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ISBN 974-14-2945-2

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION PATTERNS FOR TOURISM MANAGEMENT OF THE SAMCHUK MARKET COMMUNITY  
IN SUPANBURI PROVINCE



Miss Somruthai Suapan

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

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

ISBN 974-14-2945-2



สมฤทัย เลือปลาน : รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.  
(COMMUNICATION PATTERNS FOR TOURISM MANAGEMENT OF THE SAMCHUK MARKET  
COMMUNITY IN SUPANBURI PROVINCE) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ปวีระชาติ สถาปิตานนท์.  
205 หน้า. ISBN. 974-14-2945-2.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก, สมาชิกในชุมชน, และกลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน จำนวน 25 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ในสถานการณ์ต่างๆ ประกอบด้วย สถานการณ์การจัดการระบบการท่องเที่ยว, สถานการณ์การประสานความร่วมมือ, สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ และสถานการณ์การแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 สถานการณ์การจัดการระบบการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดระบบการท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.2 สถานการณ์การประสานความร่วมมือ พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการประสานความร่วมมือ เป็นการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ, การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.3 สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ, การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.4 สถานการณ์การแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารในด้านต่างๆ คือ การกระตุ้นความร่วมมือสมาชิกในชุมชน, การประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก, การจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน, การดูแลและการต้อนรับนักท่องเที่ยว, การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และการแก้ปัญหา / อุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต..... สมฤทัย เลือปลาน  
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ปีการศึกษา.....2549.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## 4785263528 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: PATTERNS COMMUNICATION / ECO-TOURISM MANAGEMENT / SAMCHUK MARKET COMMUNITY / SUPANBURI PROVINCE

SOMRUTHAI SUAPAN : COMMUNICATION PATTERNS FOR TOURISM MANAGEMENT OF THE SAMCHUK MARKET COMMUNITY IN SUPANBURI PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PARICHART SATHAPITANONDA, Ph.D., 205 pp. ISBN 974-14-2945-2.

The purpose of this research is to study communication patterns in tourism management of the Samchuk Market Community, and the communication role of community leaders on the eco-tourism management of the Samchuk Market Community. This research used the qualitative method and collected data by nonparticipating investigations and in-depth interviews of 25 key informants, including the development committee, supporting group, and members of the Samchuk Market Community.

The results of the research were as follows:

1. The studying of communication patterns in tourism management of the Samchuk Market Community in four events: tourism management event, cooperation urging event, publicizing event, and problem solving event as follows.

1.1 Tourism management event consists of two communication patterns: Formal two-way communication and informal two-way communication.

1.2 Cooperation urging event consists of three communication patterns: Informal one-way communication, formal two-way communication, and informal two-way communication.

1.3 Publicizing event consists of three communication patterns: Formal one-way communication, informal one-way communication, and informal two-way communication.

1.4 Problem solving event consists of two communication patterns: Formal two-way communication and informal two-way communication.

2. The communication role of community leaders in tourism management of the Samchuk Market Community consist of six aspects: To urge cooperation among community members, to cooperate with non-community member parties, to form a community tourism management system, to welcome and attend to tourists, to publicize tourist attractions, and to solve problems and resolve obstacles in community tourism management.

Department.....Public Relations..... Student's Signature.....*Somruthai Suapan*  
Field of Study.....Development Communication.....Advisor's Signature .....*Parichart*  
Academic Year.....2006.....

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสำเร็จสมบูรณ์ไปไม่ได้ หากผู้วิจัยไม่ได้รับความเมตตา กรุณาจากคณะอาจารย์ที่ให้ความรู้ และคอยชี้แนะแนวทางการจัดทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ ให้ความเมตตากรุณา และสละเวลาอันมีค่า คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางการจัดทำวิทยานิพนธ์ มาโดยตลอดทุกขั้นตอนตั้งแต่การแนะนำหัวข้อการวิจัย จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์เป็นงานวิจัยเล่มนี้ พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาช่วยพิจารณางานวิจัย และให้คำแนะนำ ในการขั้ดเกล้าวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้ถูกต้องสมบูรณ์ และเป็นประโยชน์แก่สาธารณชนมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก และเจ้าหน้าที่องค์กร พันธมิตรที่ให้การสนับสนุนชุมชนตลาดสามชุก และผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกทุกท่านที่ให้การต้อนรับ และเต็มใจให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้มีอุปการะคุณในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ได้แก่ นางสาวที่คอยช่วยแนะแนวทางในการเขียนงานวิจัย และพาไปค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม ขอขอบคุณ พี่อ้อย เวิร์ด และพี่ไธ ที่ให้การสนับสนุนด้านข้อมูล และบทบรรยายภาษาอังกฤษ ขอขอบพระคุณ พี่กานต์ และพี่นุช ที่ให้คำแนะนำช่วยคิดช่วยเสริมเติมแต่งงานวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่คอยให้กำลังใจในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้มาโดยตลอด ได้แก่ พี่ๆ และเพื่อนๆ Dev comm ภาคคนอก รุ่น 10, พี่ๆ ที่ สปรส. และพี่สาว พี่ชาย น้องสาว ชาวสามชุก ที่มักจะคอยโทรมาถามและให้กำลังใจด้วยความห่วงใย

ขอขอบคุณพี่ชายที่ได้เตรียมหางานด้านการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ได้ใช้วิชาความรู้ จากการศึกษา มาพัฒนาชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

และสุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณพี่อัมพร กุ้ง และเจ้าหน้าที่ประจำภาคประชาสัมพันธ์ ที่คอยช่วยประสานงานให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ผ่านกระบวนการตรวจสอบจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฅ
บทที่	
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
1.3 ปัญหำนำการวิจัย.....	8
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	8
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการองค์กรชุมชน.....	13
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในการจัดการกรท่องเที่ยว.....	33
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน.....	49
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	60
3.1 รูปแบบของการวิจัย.....	60
3.2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	60
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	62
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
3.5 ความเชื่อถือได้ของข้อมูล.....	64
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
3.7 การนำเสนอข้อมูล.....	65

บทที่	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	66
4.1 ข้อมูลเบื้องต้น.....	66
4.2 รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว.....	108
4.3 บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว.....	131
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	144
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	144
5.2 อภิปรายผล.....	156
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	182
รายการอ้างอิง.....	186
ภาคผนวก.....	192
ภาคผนวก ก.....	193
ภาคผนวก ข.....	195
ภาคผนวก ค.....	196
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	205

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงพัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก.....	78
ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก พ.ศ.2544.....	83
ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก พ.ศ.2546.....	92
ภาพที่ 4 แสดงแผนที่สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี.....	200
ภาพที่ 5 แสดงภาพบรรยากาศในตลาดสามชุก.....	202
ภาพที่ 6 แสดงภาพอาหารและของฝากจากตลาดสามชุก.....	203
ภาพที่ 7 แสดงภาพวิธีการสื่อสาร และการใช้สื่อของชุมชนตลาดสามชุก.....	204

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมหาศาล และยังก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน และท้องถิ่นมากมาย

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญและร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น เนื่องจากประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทางด้านแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและทรงคุณค่า ซึ่งกระจายอยู่ตามชุมชนท้องถิ่นทั่วภูมิภาคของประเทศไทย ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งหลายเหล่านี้มีความน่าสนใจ อีกทั้งความเป็นมิตรและความมีน้ำใจของผู้คนในชุมชนท้องถิ่น ยังเป็นเอกลักษณ์สำคัญที่ช่วยสร้างความประทับใจ และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ในปัจจุบันรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมกันวางแผนการท่องเที่ยว โดยปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ที่ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเท่านั้น แต่ได้พยายามส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเอง เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ขนบประเพณีต่างๆ ของชุมชนนั้นๆ และเพื่อให้เกิดความสมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งเพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคตด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ที่มุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ "Earth Summit" เมื่อปี 2535 ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ได้ข้อสรุปสำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ได้แก่ (1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ (2) กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และ (3) กระแสความต้องการ

พัฒนาคน จากแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการนี้ มีผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยม (Conventional Tourism) แบบเดิมๆ ที่เคยปฏิบัติกันมา (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2548 : 3)

สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ได้ยึดถือหลักปฏิบัติตามแบบฉบับของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 46 และมาตรา 56 ที่ได้กล่าวถึงการให้สิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและการตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นตาม มาตรา 78 รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่นตามแนวความคิดพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมถึงสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ให้ความสำคัญกับบทบาทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของตนเองตามเงื่อนไขของรัฐธรรมนูญและกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – based Tourism) ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถ และบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปทบทวน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกรุ่นหลาน และเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับธรรมชาติเป็นสำคัญ (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2548 : 4)

ปัจจุบันแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย นับเป็นทางเลือกใหม่ของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ที่องค์กรท้องถิ่นสามารถนำไปปรับใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวได้ตามรูปแบบของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งล้วนเป็นการท่องเที่ยวแบบชุมชน ที่สามารถสร้างกระแสความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนทำให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีความตื่นตัวและร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ มากขึ้น (นริศรา นงนุช, 2544 :13)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ Eeotourism เป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้วยศักยภาพของแต่ละชุมชน ท้องถิ่น ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ภูมิทัศน์ ความงามทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีประจำท้องถิ่น นับเป็นจุดเด่นเฉพาะ

ตัว ของแต่ละชุมชน ที่มีความสำคัญและสามารถพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบชุมชนได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำแนวความคิด “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” (Ecotourism) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 โดยมีหลักการทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการเพลิดเพลินเพลิดเพลิน และสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการให้คนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมดูแลและได้รับประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้นให้มากที่สุด จากหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นั่นคือ การพัฒนาให้เป็น “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” (Sustainable Tourism) ซึ่งมีหลักการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้ (ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 103)

1. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ

จากหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 4 ประการนั้น จะเห็นได้ว่าต้องการที่จะประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการสงวนรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยาวนานที่สุด

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังได้มีการระบุแผนและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยจะดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น ซึ่งรวมถึง วิถีชีวิต สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย และการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการ

ท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Tourism Destination) ภายในปี 2551 ด้วย (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว : เว็บไซต์)

ขณะเดียวกัน องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี พ.ศ. 2548 เป็นปีสากลแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบชุมชน โดยคณะกรรมการของสหประชาชาติได้เรียกร้องให้องค์กรระหว่างประเทศ รัฐบาล และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนปีสากลแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางดังกล่าวให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมอย่างสมดุลมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ชาวบ้านได้เรียนรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว การจัดการรายได้ และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ไปสู่คนทุกกลุ่มในชุมชนอย่างเป็นธรรม (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว : เว็บไซต์)

ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่เพียงแต่เป็นนโยบายหลักของรัฐบาล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเท่านั้น หากแต่มีความสำคัญกับหน่วยงาน องค์การอื่นๆ ตลอดจนชุมชนท้องถิ่น ที่ได้ร่วมมือกันพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวไทย โดยมุ่งสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวแบบชุมชน ที่มีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ดังจะเห็นได้ในปัจจุบัน ตามชุมชนและท้องถิ่น ทั่วประเทศ ได้กำเนิดแหล่งท่องเที่ยวแบบชุมชนอย่างหลากหลาย ซึ่งล้วนมีความน่าสนใจ และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวไทย ที่นับเป็นจุดขายให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

“ชุมชนตลาดสามชุก” จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนหนึ่งที่ได้มีการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จากความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน ที่ได้ตระหนักถึงศักยภาพและความสำคัญของชุมชน ที่มีของดีที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ชาวชุมชนตลาดสามชุกรวมตัวกันพัฒนาฟื้นฟู ปรับปรุงสภาพชุมชน จนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่มีความน่าสนใจ และเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้าไปเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง

ชุมชนตลาดสามชุก ได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2547 มีชื่อเรียกว่า “สามชุกตลาดร้อยปี” เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากสภาพชุมชนมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจคือความเป็นชุมชนเก่าแก่ มีลักษณะอาคารบ้านเรือนที่ยังคงรักษาสภาพเดิมที่มีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ที่เป็นอาคารไม้สองชั้นเรียงรายเป็นห้องแถวมุงหลัง



คาดด้วยกระเบื้องโบราณ มีการตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรม และมีศิลปะจากการแกะสลักผนังบ้าน ด้วยลวดลายขนมปังขิง นับเป็นย่านการค้าที่มีความงดงาม และทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม อีกทั้งยังเป็นตลาดริมน้ำติดกับแม่น้ำท่าจีน ชาวตลาดสามชุกส่วนใหญ่เป็นคนจีนมีอาชีพค้าขาย ทำให้ตลาดสามชุกเป็นย่านการค้าที่มีสินค้าและบริการอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านกาแฟ ร้านถ่ายรูป ร้านขายของชำ ร้านขายยา และโรงแรมเก่าแก่ ซึ่งร้านค้าภายในตลาดสามชุก เป็นร้านที่เปิดกิจการขายของมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ จนกระทั่งมาถึงปัจจุบัน มีอายุกว่า 80 ปี โดยแต่ละร้านยังคงรักษาสภาพการค้าขายแบบเดิม ๆ ทำให้ตลาดแห่งนี้มีบรรยากาศของความเป็นตลาดโบราณ

นอกจากนี้ ตลาดแห่งนี้ยังมีชื่อเสียงทางด้านความอร่อยของอาหารการกิน ที่มีผู้สัมผัสมีอรรถาธิบายด้านการทำอาหารเป็นจำนวนมาก และความเป็นจุดเด่น คือ อาหารที่ตลาดสามชุก จะเน้นความเป็นอาหาร และขนมไทยโบราณที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน ซึ่งชาวตลาดสามชุกได้พยายามรื้อฟื้นอาหารและขนมไทยโบราณขึ้นมาเป็นจุดเด่นของชุมชนที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของชุมชน พบว่า ชุมชนตลาดสามชุกแห่งนี้ ได้มีการรวมตัวกันเพื่อร่วมกันพัฒนาชุมชนหลังจากที่ชุมชนประสบปัญหาเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอันเนื่องมาจากกระแสการพัฒนาประเทศ ทำให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชาวชุมชน จากที่เคยเป็นตลาดริมน้ำที่มีผู้คนสัญจรไปมามากมาย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาทางด้านคมนาคม มีการสร้างถนนหนทางเชื่อมต่อหัวเมืองต่างๆ ทำให้ผู้คนที่เคยสัญจรไปมาทางน้ำ หันไปใช้ถนนหนทางในการเดินทาง อีกทั้งความเจริญทำให้ผู้คนย้ายออกไปตั้งถิ่นฐานใหม่ ก่อให้เกิดตลาดใหม่ที่มีทำเลดีกว่า และเป็นตลาดที่สมัยใหม่กว่า มีการย้ายสถานที่ราชการออกไปนอกตัวเมืองสามชุก ทำให้ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของตัวเมืองสามชุกย้ายตามสถานที่ราชการออกไปนอกเมืองด้วย นอกจากนี้ ยังประสบปัญหาจากการถูกกีดกันจากทางเจ้าของที่ดิน (ส่วนราชพัสดุ) กรมธนารักษ์ ที่มีนโยบายให้รื้อถอนอาคารบ้านเรือนไม้ที่เก่าแก่ มีสภาพทรุดโทรม และให้มีการปลูกสร้างขึ้นใหม่ในสภาพของอาคารตึกที่แข็งแรงคงทนกว่า เพื่อป้องกันอัคคีภัย และอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้ จากปัญหาต่างๆ ก่อให้เกิดความสับสนของผู้คนที่อยู่อาศัยในชุมชนตลาดสามชุก ที่ส่วนหนึ่งมีความกังวล เนื่องจากไม่มีความพร้อมที่จะย้ายออก บางส่วนเริ่มหวั่นไหวคิดจะย้ายเข้ากรุงเทพฯ เนื่องจากได้เห็นตัวอย่างชุมชนข้างเคียงที่ทำข้าง ได้ประสบปัญหาบ้านเรือนโดนไฟไหม้ และมีการสร้างอาคารใหม่ คนที่อยู่เดิมต้องซื้อตึกใหม่ที่แพงขึ้นแต่ต้องขายของเหมือนเดิม จึงทำให้ไม่สามารถประกอบอาชีพอยู่ได้ แต่หากจะเปลี่ยนอาชีพก็ยิ่งเป็นเรื่องที่ยากขึ้นไปอีก ขณะที่ชาวชุมชนอีกส่วนหนึ่งได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของอาคารบ้านเรือนตัว

ตลาดที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ และหลายคน รู้สึกผูกพันกับสถานที่แห่งนี้ในฐานะที่เป็นที่อยู่อาศัย และแหล่งทำมาหากิน เลี้ยงชีวิตคนในชุมชนมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษนับชั่วอายุคน

จากปัญหาที่ชาวชุมชนตลาดสามชุกเผชิญอยู่ขณะนั้น ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลภายนอก ที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์การทำงาน คือ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล สมาชิกวุฒิสภา จังหวัดสุพรรณบุรี และคุณสุรพล จินดาอินทร์ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ได้เข้ามาช่วยเป็นที่ปรึกษา และคอยให้คำแนะนำและจุดประกายให้ชุมชนเห็นศักยภาพของตนเอง และร่วมกันพัฒนาชุมชนในเชิงอนุรักษ์รักษาสภาพเดิมไว้ จากนั้นชาวตลาดสามชุกได้เกิดการรวมตัวกัน และร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ไขปัญหา มีการจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมา เป็นแกนนำในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาชุมชน ซึ่งในการดำเนินงานมีการเปิดเวทีเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุกเพื่อร่วมกันตัดสินใจในการแก้ปัญหาของชุมชน จนกระทั่งได้บทสรุปร่วมกันคือ การอนุรักษ์ตลาดสามชุกไว้เป็นมรดกและแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน จากนั้นทางคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุก ได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายของชุมชน คือ การฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของตลาด ซึ่งมีแนวคิดในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วย เมื่อได้เป้าหมายการดำเนินการร่วมกันแล้ว ทางคณะกรรมการฯ จึงร่วมกันวางแผนการดำเนินงานพัฒนาชุมชนในลำดับต่อมา

นอกจากนี้ ชาวชุมชนตลาดสามชุก ยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก โดยได้รับการคัดเลือกให้เป็นชุมชนนำร่องของโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ของมูลนิธิชุมชนไท ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เนื่องจากทางมูลนิธิได้เห็นศักยภาพของชุมชนตลาดสามชุก ที่มีความเข้มแข็ง และมีความพร้อมในการจัดการและพัฒนาชุมชนให้เป็นเมืองน่าอยู่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งทางมูลนิธิชุมชนไทได้เข้ามาช่วยแนะนำ เสริมสร้างกระบวนการพัฒนาชุมชน ด้วยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จากการที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ได้ร่วมมือกันกำหนดแผนการพัฒนาชุมชน ร่วมกันคิด ร่วมกันกำหนดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก อาทิ การสร้าง “ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์มีชีวิต” การจัดเทศกาล “อาหารอร่อยดี ที่สามชุก” จนสามารถทำให้ตลาดสามชุกกลับมามีชีวิตอีกครั้ง

ปัจจุบันตลาดสามชุก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา ผู้สนใจที่เข้าไปเยี่ยมชม และเรียนรู้เรื่องราวดีๆ ของตำนานตลาดร้อยปี ชมสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ที่ยังคงสวยงามสดงดงาม อีกทั้งมีร้านค้าขายยา ขายนาฬิกาเก่าแก่ ร้านอาหารทั้งคาว และหวานที่แสนอร่อยเลื่องชื่อในสามชุก ร้านกาแฟโบราณที่คั่วเอง ร้านถ่ายรูปด้วยกล้องไม้โบราณอายุกว่า 100 ปี

ด้วยความเก่าแก่ทางสถาปัตยกรรมที่งดงาม และความโบราณของวัตถุ เครื่องใช้ รวมถึง ทัศนียภาพของผู้คนในชุมชนตลาดสามชุก ทำให้ตลาดสามชุกแห่งนี้เป็นที่เลื่องลือ และเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว และสื่อมวลชน ที่สนใจเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก และนำเสนอผ่านสื่อมวลชนทุกแขนง อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ชุมชนได้เรียนรู้แนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจากสังคมภายนอก และจากหน่วยงานต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชน โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งทำให้สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของชุมชนที่มีของดีมากมาย และร่วมมือกันพัฒนาศักยภาพของชุมชน กำหนดแบบแผน และบริหารจัดการชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในปัจจุบัน ซึ่งต้องผ่านกระบวนการจัดการหลายขั้นตอน ทั้งนี้ในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนนี้ “การสื่อสาร” ถือเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ชุมชนต้องการ โดยใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักและเห็นคุณค่าของสิ่งดี ๆ ในชุมชน และทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดความเข้าใจกันได้ และอยู่ร่วมกันได้ สามารถช่วยกันทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดให้บรรลุเป้าหมาย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2536 : 1)

การสื่อสาร นับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งจะ เป็นเครื่องมือที่จะทำให้เกิดการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนในการดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุเป้าหมายของชุมชน นอกจากนี้ การสื่อสารยังช่วยประสานความร่วมมือ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน ตลอดจนการประสานงานกับบุคคลภายนอกในการขอความร่วมมือด้านต่างๆ และการติดต่อสื่อสารเพื่อให้คนภายนอกได้รู้จักชุมชนตลาดสามชุกอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ในการนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” โดยแบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ประเด็นคือ รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งได้พิจารณาภายใต้สถานการณ์ 4 สถานการณ์ คือ สถานการณ์การวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยว สถานการณ์การประสานความร่วมมือ, สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และสถานการณ์การแก้ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว และประเด็นเกี่ยวกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจากในการบริหารจัดการชุมชนที่ดี ควรมีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุ

ตามวัตถุประสงค์ของชุมชน ดังนั้น ผู้นำชุมชน จึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการพัฒนาชุมชนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของชุมชน สำหรับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำชุมชน ผู้วิจัย ได้สนใจศึกษาเกี่ยวกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งประกอบด้วย บทบาทในการประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกในชุมชน และการประสานความร่วมมือกับองค์กรและบุคคลภายนอก ตลอดจนบทบาทในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก
2. เพื่อศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดสามชุก

### ปัญหานำการวิจัย

1. ชุมชนตลาดสามชุกมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร
2. ผู้นำชุมชนตลาดสามชุกมีบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จ. สุพรรณบุรี” ซึ่งประกอบด้วย 2 ประเด็น คือ การศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว ภายใต้ 4 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์การจัดระบบการท่องเที่ยว, สถานการณ์การประสานความร่วมมือ, สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ และสถานการณ์การแก้ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว และการศึกษาเกี่ยวกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ในการนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาตั้งแต่ปี 2544 ถึงปัจจุบัน เนื่องจากเป็นช่วงที่ชาวตลาดสามชุกมีการรวมตัวกัน และมีการตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมา เพื่อดำเนินการพัฒนาฟื้นฟูสภาพของ ชุมชนตลาดสามชุก จนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ของชุมชนที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**การสื่อสาร** หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อาทิ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อสารมวลชน

**รูปแบบการสื่อสาร** หมายถึง การสื่อสารในลักษณะต่างๆ เพื่อถ่ายทอดคำพูด ความคิดความรู้สึก ตลอดจนข้อมูลข่าวสาร ในที่นี้หมายถึง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น 4 สถานการณ์ คือ

1. สถานการณ์การวางแผนการจัดการการท่องเที่ยว
2. สถานการณ์การประสานความร่วมมือ
3. สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
4. สถานการณ์การแก้ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการ

โดยใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาการสื่อสารใน 4 ลักษณะคือ

1. จำแนกตามทิศทางของการสื่อสาร แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ
  - การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication)
  - การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)
2. จำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ
  - การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication)
  - การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)
3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ
  - การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือ แบบวัจนะ (Verbal Communication)
  - การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำ หรือ แบบอวัจนะ (Non-Verbal Communication)
4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ
  - การสื่อสารตามแนวตั้ง (Vertical Communication) ซึ่งมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down) และ การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up)
  - การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication)

**ผู้นำชุมชน** หมายถึง บุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัยดี มีความรู้ มีความสามารถให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง และแก้ไขปัญหา ในการจัดการชุมชน และเป็นผู้ที่มีความสามารถรวมทั้งสมาชิกในชุมชนให้ความเคารพนับถือ และให้การยอมรับในความสามารถที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนและมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ในที่นี้ ผู้นำชุมชนตลาดสามชุก คือ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์



**บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน** หมายถึง บทบาท และความสามารถในการสื่อสารของผู้นำชุมชนกับสมาชิกภายในชุมชน และบุคคลภายนอก ได้แก่ การโน้มน้าวใจให้สมาชิกในชุมชนมีความคิดเห็นคล้อยตามและรวมตัวกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนรวมถึงการสื่อสารกับบุคคลภายนอกเพื่อประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชนให้รู้จัก และมาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในชุมชนตลาดสามชุก

**การรวมกลุ่ม** หมายถึง การที่สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุกตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีความสนใจและตระหนักถึงปัญหาภายในชุมชน ที่เป็นตลาดไม้เก่า ชบเซาร้างผู้คนสับสน จึงได้รวมตัวกันเพื่อร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง รวมทั้งร่วมกันหาแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเป็นอนุสรณ์สืบทอดต่อไปยังชนรุ่นหลัง และเป็นแหล่งความรู้ ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุถ่ายทอดไปสู่สาธารณชน

**คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์** หมายถึง กลุ่มบุคคลที่เป็นแกนนำในชุมชนตลาดสามชุก เป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้นำในการบริหารจัดการพัฒนาชุมชน จนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามเป้าหมายของชุมชน และให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีการแบ่งออกเป็น 6 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายจัดระเบียบตลาดและการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ฝ่ายการออกแบบและอนุรักษ์ฟื้นฟู / ปรับปรุงอาคาร ฝ่ายการจัดตั้งกองทุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการสร้างเอกลักษณ์ และฝ่ายการประสานงานกับราชพัสดุ

**สมาชิกชุมชนตลาดสามชุก** หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ทำการค้าขายและอาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก หมู่ 2 และหมู่บ้านที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

**พันธมิตรของชุมชนตลาดสามชุก** หมายถึง กลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), การท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค, สื่อมวลชน, นักการเมือง, ผู้ทรงคุณวุฒิ, นักวิชาการ เป็นต้น

**การจัดการการท่องเที่ยว** หมายถึง การดำเนินงานของสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก และองค์กรภาคีที่ให้การสนับสนุนชุมชน ที่ร่วมกันบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ให้ประสบความสำเร็จ โดยมีการประสานความร่วมมือกัน วางแผน และดำเนินงาน ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ในรูปแบบของการประชุม การแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ และการจัดกิจกรรมบนพื้นฐานภายใต้จิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

**การท่องเที่ยวแบบชุมชน** หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นรูปแบบชุมชนที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นแหล่งความรู้ แหล่งความบันเทิง ให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อนหย่อนใจ เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกต่อความเป็นเอกลักษณ์ และการอนุรักษ์ เป็นประโยชน์กับลูกหลานของชุมชนสืบต่อไป

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จากการศึกษาทำให้ทราบถึงความสำคัญของการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ที่ก่อให้เกิดการรวมตัวกันของประชาชนในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และบทบาทสำคัญของผู้นำชุมชนที่สามารถดำเนินการจัดการชุมชนให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง และสามารถเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน จนเป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างกว้างขวาง
2. ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และสามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริม สร้างความรู้และความเข้าใจ ในการจัดตั้งและพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน หรือองค์กรอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มชุมชนที่ทำการจัดการการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์กับการส่งเสริมและพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนอื่นๆ ในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม รวมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบชุมชนไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
4. การทำวิจัยครั้งนี้ จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ในเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนายิ่งขึ้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนและเป็นแนวทางสำคัญในการศึกษาให้ผลการวิจัยที่ออกมามีความน่าเชื่อถือ และสามารถเป็นกรอบกำหนดทิศทาง งานวิจัยชิ้นนี้ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการองค์กรชุมชน

ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์กรชุมชน, แนวคิดเกี่ยวกับกรรวมกลุ่มของประชาชน, แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

#### 2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย แนวคิด และทฤษฎีการสื่อสาร, แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์, แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล และการสื่อสารระหว่างบุคคล

#### 3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ และบทบาทของผู้นำชุมชน

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วย งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน รูปแบบการสื่อสารในการจัดการชุมชนด้านต่างๆ และบทบาทของผู้นำชุมชนในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาชุมชนด้านต่างๆ

## 1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในการจัดการองค์กรชุมชน

### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์กรชุมชน

ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก โดยมีการตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมาเป็นแกนนำในการดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งถือได้ว่าชุมชนตลาดสามชุกได้มีการจัดตั้งกลุ่มในลักษณะของ “องค์การ” เนื่องจากองค์การนั้นประกอบด้วย การรวมกลุ่มของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ต้องมีการบริหารจัดการองค์การที่ดีและมีประสิทธิภาพ (บรรยงค์ โตจินดา, 2542 : 292) โดยการดำเนินงานของชุมชนตลาดสามชุก มีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เป็นแกนนำสำคัญในการชักชวนสมาชิกในชุมชน ร่วมกันดำเนินการพัฒนาชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของชุมชน ให้กลับมาเป็นตลาดที่มีผู้คนสนใจเข้ามาจับจ่ายซื้อของอีกครั้ง ตลอดจนการพัฒนาชุมชนให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้น ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จึงมีลักษณะการดำเนินการในรูปของ “องค์การชุมชน” ที่ประกอบด้วย กลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มสมาชิกของชุมชน ที่ร่วมกันดำเนินการพัฒนาชุมชน และจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การร่วมกัน

คำว่า “องค์การ” ภาษาอังกฤษ ใช้คำว่า “Organization” ซึ่งมีผู้ให้ความหมายคำว่า “องค์การ” ไว้หลายประการ (บรรยงค์ โตจินดา, 2542 : 18) อาทิ

John M Pfifner and Frank P. Sherwood (1964) ให้ความหมายว่า องค์การ เป็นกระบวนการที่มีแบบแผนซึ่งประกอบด้วยบุคคลจำนวนมาก บุคคลเหล่านี้ต่างปฏิบัติงานให้ได้ผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ร่วมกัน

Warren R. Plunggate (1992) ได้ให้ความหมายว่า องค์การ คือ กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่จัดตั้งขึ้นและปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

อุทัย หิรัญโต (2530) ได้ให้ความหมายว่า องค์การ หมายถึง กลุ่มคนที่ร่วมกันประกอบกิจการงานอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีการจัดระเบียบไว้

นอกจากนี้ บรรยงค์ โตจินดา (2542) ได้สรุปความหมายของคำว่า องค์การ ไว้ดังนี้

1. เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป

2. มีการรวมตัวกัน เข้าเป็นหนึ่งเดียวกัน และร่วมกันทำงานในลักษณะกลุ่มที่มีการรวบรวมทรัพยากรและความพยายามของทุกฝ่ายมาดำเนินกิจการร่วมกัน

3. โดยมุ่งที่จะดำเนินการให้บรรลุถึงผลสำเร็จในเป้าหมายที่สูงขึ้น ซึ่งไม่อาจทำให้สำเร็จได้ด้วยการทำงานเพียงลำพังหรือโดยอิสระ

องค์กรจะมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลเพียงใดขึ้นอยู่กับ “การจัดการหรือการบริหารขององค์กรนั้น” โดยแต่ละองค์กรต่างก็มีการทำงานในลักษณะที่เป็นกลุ่มหรือทำงานร่วมกัน ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการจัดแบ่งงาน หรือ แบ่งอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและมีการดำเนินการที่เรียกว่า “การจัดการ” เป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการดำเนินงานร่วมกัน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน ให้งานเกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้

คำว่า การจัดการ มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายในลักษณะต่างๆ ดังนี้ (พะยอม วงศ์สารศรี, 2542 : 34)

1.การจัดการ เป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์กร โดยการสนองตอบความต้องการ ความคาดหวังและจัดโอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน

2. การจัดการเป็นกระบวนการ (management as a process) หมายถึง การจัดการเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับการกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กรและแปรเปลี่ยนจุดมุ่งหมายนั้นสู่การปฏิบัติจริง โดยผ่านกระบวนการที่เป็น systematic มีการประสานงาน (co – ordinated) และความร่วมมือร่วมใจจากทรัพยากรมนุษย์ (co – operative human efforts)

การจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงานให้ได้ผลสำเร็จตามที่ต้องการ โดยการใช้ทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การที่องค์กรจะดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น จำเป็นต้องอาศัยการจัดการเป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งการจัดการที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีการจัดตั้งองค์กรที่เหมาะสม หรือมีการจัดองค์กรที่ตีรองรับ เพราะองค์กรเป็นพื้นฐานของการจัดการและการจัดองค์กรจะเป็นกิจกรรมหรือหน้าที่สำคัญอันหนึ่งที่สำคัญมิได้ในการจัดการ (บรียงค์ ไตจินดา, 2542: 24)

นอกจากนี้ การจัดการองค์กรจึงเป็นการกำหนดโครงสร้างที่เหมาะสมเพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมาย (goal – seeking activities) โดยทั่วไปโครงสร้างขององค์กรจะแสดงออกมาในรูปของแผนภูมิองค์กร (organization chart) หรือ พีระมิดของภาระงาน (job –task pyramid) และยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ด้านอำนาจหน้าที่ (authority) และความรับผิดชอบ



(responsibility) ระหว่างงานด้านต่างๆ ในองค์การ โดยจะชี้ให้เห็นว่าใครจะต้องรายงานให้แก่ใคร หรือใครบังคับบัญชาใคร (who reports to whom) (บรยองค์ ไตจินดา, 2542 : 129)

การที่องค์การจะดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น จะต้องอาศัย “การจัดการ” เป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งการจัดการที่ดี ควรดีทั้งองค์กร ระบบ และคนต้องมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการด้วย (Windalh และคณะ, 1922 อ้างใน กิตติ กัมภัย “การสื่อสารชุมชน: แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา” วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 18 ฉบับที่ 2) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ ธงชัย และ ชนาธิป สันติวงษ์, 2542 : 79 ที่กล่าวว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง โดยเป็นเครื่องมือใช้สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกในองค์การ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการองค์การด้วย

ในการจัดการชุมชน ในลักษณะขององค์การนั้น จำเป็นต้องใช้ “การสื่อสาร” ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการกำหนดบทบาทของแต่ละคน และใช้การสื่อสารในกระบวนการทำงานด้านต่างๆ ขององค์การ โดยการสื่อสารจะทำหน้าที่ 3 ประการ ในองค์การ ดังนี้ (เสนาะ ดีเยาว์ 2541 : 44)

### 1. การใช้การสื่อสารในการออกคำสั่ง

การใช้การสื่อสารในการสั่งการที่สมบูรณ์ องค์การจะต้องพยายามทุกวิถีทางที่ทำให้ทุกคนยอมรับ และกระทำตามคำสั่งโดยเคร่งครัด หน้าที่ของการสั่งการ คือ การชักนำและการใช้อิทธิพลให้บุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานในองค์การกระทำตามที่องค์การต้องการ รูปแบบของการใช้การสื่อสารในการออกคำสั่ง มี 2 รูปแบบ คือ การออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร และการออกคำสั่งด้วยวาจา สำหรับการออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรจะอยู่ในรูปของ หนังสือเวียน ประกาศ หรือ ออกคำสั่งโดยตรงต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สำหรับการออกคำสั่งด้วยวาจาโดยทั่วไป ได้แก่ การสั่งงานต่อหน้าผู้รับคำสั่ง หรือ กลุ่มบุคคลผู้ปฏิบัติงาน

### 2. การใช้การสื่อสารในการสร้างสัมพันธระหว่างบุคคล

องค์การประกอบด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับภายใต้โครงสร้างขององค์การ องค์การที่เป็นทางการ (Formal Organization) จะเป็นตัวกำหนดและจำกัดรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์การจะยึดถือความสัมพันธ์ของงานเป็นหลักสำคัญ กระบวนการสื่อสารจะเป็นสายใยที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์ในงานให้เกิดขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูล

และการปฏิบัติตามคำสั่ง ในขณะที่เดียวกันความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานก็มีอิทธิพลต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

### 3. การใช้การสื่อสารในการแก้ปัญหาและความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น

ในการบริหารและปฏิบัติงานในองค์การ สมาชิกขององค์การจะต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ มากมาย และต้องตัดสินใจแก้ปัญหาเหล่านั้น โดยบุคคลจะใช้การสื่อสารเพื่อการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนการใช้การสื่อสารในการแสวงหาความร่วมมือ และความเข้าใจที่ถูกต้องจากสมาชิกอื่นขององค์การ

นอกจากนี้ การสื่อสาร ยังมีความสำคัญในการบริหารจัดการองค์การอีกหลายประการได้แก่ (กรีซ สืบสนธิ์ , 2538)

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารจะช่วยทำให้การทำงานลุล่วงไปได้โดยตลอด เป็นเครื่องมือช่วยตรวจสอบความเข้าใจผลงาน ฯลฯ การสื่อสารในองค์การเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมากสำหรับผู้บริหาร หรือผู้นำ ทักษะในการสื่อสารเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารหรือผู้นำ จะต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตนเองพอๆ กับทักษะในการบริหารงาน

2. เป็นเครื่องช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งสองฝ่าย การสื่อสารช่วยให้เกิดความเข้าใจตรงกัน นำมาซึ่งความสนิทสนมความไว้วางใจ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารระดับต่างๆ

3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น การสื่อสารนำมาซึ่งความไว้วางใจ หากมีปริมาณที่เหมาะสมแล้ว จะช่วยให้เกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะถาม กล้าที่จะออกความคิดเห็น ท้วงติง และช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4. ช่วยให้การปฏิบัติการกิจของทุกหน่วยงาน ทุกส่วนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสานกันจนบรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารมีส่วนอย่างมากในการประสานงานทำให้ทุกๆ หน่วยงานทำงานในหน้าที่ของตนไปอย่างสอดคล้องกับการทำงานหน่วยงานอื่นๆ สะดวกมากขึ้นสำหรับผู้จัดการในการบริหารจัดการองค์การและความรู้เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ความต้องการของหน่วยงานอื่นๆ จะทำให้เป้าหมายของการทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดไว้

5. ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การที่บุคลากรขององค์การทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างมีเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมทำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์คิดที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด นำองค์การไปสู่ความเจริญ การยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ว่าจะคนนั้นจะอยู่ในระดับใดขององค์การ ย่อมทำให้ผู้ที่ได้รับการ

ยอมรับผิดชอบต่อความภาคภูมิใจ คนเรานั้นเมื่อพูดอะไร หรือสื่อสารอะไรออกไปก็ต้องทำให้มีผู้รับฟัง แม้จะไม่เห็นด้วยก็ตาม

จากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารมีความสำคัญต่อการจัดการชุมชนหรือองค์การในทุกสถานการณ์ โดยในสถานการณ์การดำเนินงานขององค์การนั้น อาจมีการใช้การสื่อสารในการออกคำสั่ง เช่น การออกคำสั่งให้เจ้าหน้าที่ขององค์การกระทำการใดๆ ทั้งที่เป็นลายลักษณ์อักษร และทางวาจา ขณะเดียวกันการสื่อสาร ยังมีความสำคัญในสถานการณ์แก้ไขปัญหาขององค์การ และเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกขององค์การอันนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงองค์การให้ประสบความสำเร็จ

อาจกล่าวโดยสรุปว่า การจัดการองค์การใดองค์การหนึ่งให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องได้รับความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชน เพื่อร่วมกันจัดตั้งองค์การตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ในการจัดตั้งองค์การของชุมชนตลาดสามชุก มีจุดเริ่มต้นจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน เพื่อร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้นฟู สภาพของชุมชน จนกระทั่งเป็นแหล่งการท่องเที่ยวของชุมชนที่น่าสนใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของประชาชนเข้ามาเป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้

### แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของประชาชน

การรวมกลุ่มของประชาชน ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน อาทิ

Edger Schein (1992) ได้ให้คำจำกัดความของกลุ่มว่า กลุ่ม เป็นบุคคลจำนวนหนึ่งที่ติดต่อสื่อสารระหว่างกันในช่วงระยะเวลาหนึ่งและมีจำนวนน้อยพอที่จะทำให้บุคคลแต่ละคนติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ทั้งหมด และเป็นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า

Feldmars and Arnold (อ้างใน บุญเกิด มาอ่อง , 2537:8) ให้คำนิยามไว้ว่า “กลุ่ม” หมายถึงคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มารวมตัวกัน โดยมีลักษณะสำคัญคือ มีความสัมพันธ์กันรับรู้ว่าคุณเองมีความสนใจและเป้าหมายร่วมกัน และมารวมตัวกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

Marvin E. Shaw (1971) ได้ให้ความหมายว่า กลุ่มคือ บุคคลสองคนหรือ มากกว่า ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในลักษณะที่บุคคลแต่ละคนมีอิทธิพลและได้รับอิทธิพลซึ่งกันและกัน และจากการที่กลุ่มบุคคลมีการปะทะสัมพันธ์ซึ่งกันและกันนี้เองทำให้กลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างจากการรวมตัวกันเฉย ๆ

ทิตยา สุวรรณชฎ (2517:17) กล่าวถึงกลุ่มในลักษณะที่เรียกว่า “กลุ่มสังคม” หมายถึง กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปได้มีปฏิริยาโต้ตอบในทางสังคมซึ่งกันและกัน (Social Interaction) พฤติกรรมทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการกระตุ้น หรือ ใจอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติ การอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นการตอบสนองอีกฝ่ายหนึ่งได้ การแสดงปฏิริยาโต้ตอบกันในกลุ่มนี้อาจมีได้ทั้งลักษณะติดต่อทางตรง หรือ ทางอ้อมสมาชิกของกลุ่มแต่ละคนจะต้องมีสิทธิ์ (Right) และความรับผิดชอบในหน้าที่ จะสามารถแยกผู้ที่เป็นสมาชิกออกจากผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก และสามารถใช้เป็นแนวทางให้สมาชิกของกลุ่มคาดหวังทำที่ บทบาทของสมาชิกแต่ละคนได้ตลอดจน อาจจะทำให้เกิดมีการบังคับโดยตรง หรือ ทางอ้อม ที่จะให้สมาชิกแต่ละคนยอมรับและประพฤติ ตนตามสิทธิและหน้าที่ของตนอีกด้วยการที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเองนั้นจะต้องอาศัยการรวมพลังกันของทุกฝ่ายในชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดซึ่งกันและกัน และร่วมกันหาทางออกในการแก้ไขปัญหา นั่นก็คือการรวมกลุ่มกันของคน ในชุมชนนั่นเอง

ดั่งคำกล่าวของ ดิเรก เต็งจำรูญ (อ้างในสุริรัตน์ กฤษณะรังสรรค์, 2540: 9) ว่าการรวมพลังประชาชน จัดตั้งเป็นองค์ประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของชุมชน ด้วยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน คิดปรึกษาหารือ วางแผนและร่วมกันลงมือกระทำ จนกระทั่งถึงสิ่งสุดท้าย คือการได้รับการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนั้นซึ่งรวมตัวกันเป็นองค์การประชาชนนั้นจึงไม่ใช่เป็นการรวมตัวกันเพื่อต้องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น แต่จะต้องครอบคลุมทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในการพัฒนาชุมชน จึงถือได้ว่า กลุ่มเป็นหัวใจสำคัญในการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่ชุมชน

จะเห็นได้ว่าลักษณะของกลุ่ม คือ ต้องประกอบด้วยคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมตัวกัน การรวมตัวกันของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กัน มีความสนใจร่วมกัน หรือการแสดงออกร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอย่างสมัครใจ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และร่วมกันหาทางออกในการแก้ไขปัญหาให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

Marvin E- Shaw (อ้างใน หลุย จำปาเทศ, 2532 : 48) ได้เน้นว่าสาเหตุที่คนเข้าร่วมกลุ่มนั้นมีอยู่ด้วยกัน 5 ประการสำคัญ คือ

1. ความน่าสนใจอันเกิดจากความสัมพันธ์ส่วนตัว (Interpersonal Attraction) Shaw ได้เน้นถึงกลุ่มคนที่รวมกันว่ามีส่วนสร้างความใกล้ชิดสนิทสนมกัน การติดต่อกันบ่อยๆ จนกระทั่งเกิดผลแห่งการมีปฏิริยา ร่วมกันในการปฏิบัติแก่กัน เกิดความรักชอบกันเป็นส่วนตัวอันเกิดจากความ

เหมือนกันในทัศนคติ รูปร่าง ความสามารถ ฯลฯ การมีลักษณะท่าทาง และบุคลิกที่น่าศรัทธาก็เป็นได้

2. กิจกรรมของกลุ่ม (Activities) การที่คนเราเข้าร่วมกลุ่ม กิจกรรมของกลุ่มมีความสำคัญไม่น้อย กิจกรรมของสมาชิกกลุ่ม หรือผู้เข้าไปร่วมกับกิจกรรมที่กลุ่มจัดนั้น สอดคล้องพ้องกับความสนใจของผู้เข้าร่วม ความสนใจในกิจกรรมในที่นี้มีจำเป็นว่าผู้เข้ากลุ่มจะต้องมีความสามารถ แต่เขาให้ความสนใจในกิจกรรมนั้น

3. เป้าหมายของกลุ่ม (Group Goal) การมีเป้าหมายของกลุ่มที่น่าสนใจ หรือเป้าหมายเดียวกันในคนอาชีพเดียวกัน มีความสนใจเหมือนกัน แม้คนต่างอาชีพกันแต่หากมีงานอดิเรกที่มีเป้าหมายตรงกันก็คบกันและรวมกลุ่มกันได้ เป้าหมายของกลุ่มที่ทำให้คนรวมกันหรือเข้ากลุ่มกันก็เพราะเขามีความชอบในเป้าหมายของกลุ่มที่วางไว้เหมือนกัน

4. ความเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Group membership) ในการเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ก็ตาม สมาชิกย่อมได้รับรางวัลอยู่ด้วยเสมอ อย่างน้อยก็คือ ความใกล้ชิดสนิทสนมกัน เป็นพี่น้องกัน มีภราดรภาพอย่างไม่เคยคิดมาก่อน ความสบายใจ ชื่อเสียง (Prestige) จะติดตามมา มีการยอมรับกันในกลุ่ม มีสิทธิในกลุ่ม ฯลฯ

5. การเอาความเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นเครื่องมือหาผลประโยชน์ (Instrumental Effects of Group Membership) จากการศึกษาเรื่องกลุ่มได้ค้นพบว่า สมาชิกบางคนเข้าร่วมกลุ่มเพื่อหวังผลประโยชน์บางประการที่มีใช่เป็นเป้าหมายของการรวมกลุ่ม การเข้าสมาคมที่มีชื่อเสียงเพราะจะได้มีโอกาสสนิทสนมกับผู้ใหญ่อันจะเป็นประโยชน์ต่อหน้าที่การงานหรือธุรกิจที่ประกอบอยู่ เพราะคนที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็อยากให้กลุ่มได้บรรลุถึงเป้าหมายเหมือนกัน แต่หากเป้าหมายส่วนตัวของคนในกลุ่มยังไม่บรรลุ การเห็นอกเห็นใจกันก็จะเกิดขึ้น การช่วยเหลือส่วนตัวมักจะเกิดขึ้น

นอกจากนี้ Scott Peck (1987) ได้เสนอว่า การที่จะเกิดการรวมตัวของในชุมชนได้เมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน หรือ คนในชุมชนเห็นปัญหาร่วมกันในชุมชนแล้วจึงรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหา และเมื่อปัญหาต่างๆหมดไป การรวมตัวของคนในชุมชนจะลดลงไปด้วยเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามเราสามารถที่จะสร้างสรรค์การรวมตัวของคนในชุมชนขึ้นมาได้ โดยจะเรียกการรวมตัวในลักษณะนี้ว่า "Community By Design" โดยได้เสนอพื้นฐานต่างๆในการรวมตัวของประชาชนในลักษณะนี้ไว้ 6 ประการ คือ

1. มีกระบวนการในการรวมตัว ซึ่งในกระบวนการต่างๆเหล่านี้จะใช้การสื่อสารเป็นกลไกหลักในกระบวนการต่างๆ



2. มีการสื่อสารระหว่างบุคคลต่างๆ ที่เข้ามารวมตัวกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการรวมตัว และควรมีมีการสื่อสารที่ดีเป็นพื้นฐานในการรวมตัวกัน
3. ควรมีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้คนที่เข้าร่วมได้มีการเรียนรู้ เพื่อที่จะนำไปสู่การสนใจเข้าร่วมในที่สุด
4. การรวมตัวกันเป็นชุมชน สามารถที่จะถ่ายทอดให้คนในชุมชนได้รู้ได้ในวิธีการต่างๆ
5. การสื่อสารในการสร้างชุมชนควรมีการเรียนรู้จากความเคยชิน
6. คนในชุมชนส่วนใหญ่จะรับรู้ว่าการทำตามกระบวนการเข้าร่วมเป็นอย่างไร แต่ถ้าพวกเขาว่าการเข้าร่วมเป็นไปเพื่ออะไร จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง

นอกจากนี้ การที่กลุ่มมีการพัฒนาจนเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้นั้น ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการที่ประสบกับสถานการณ์ปัญหาหรือความกดดันร่วมกันจนทำให้บุคคลที่เข้ามารวมตัวกันเกิดสำนึกร่วมกัน มีความศรัทธาในการมารวมตัวกันและเห็นผลประโยชน์ในการรวมตัวกัน หรืออาจเกิดจากความสัมพันธ์อันเครือญาติภายในองค์กรประชาชนที่มีต่อกัน โดยมีพื้นฐานทางวัฒนธรรม ศาสนา ประเพณีอันเดียวกัน (กองบรรณาธิการ “เครือข่าย : จุดหักเหแห่งการรวมตัว” อ้างถึงใน นริศรา นงนุช , 2544 : 40)

นอกจากนี้ Robert Putnam (ฐิรุฒติ เสนาคำ แปล, 2540 :5) พบว่าองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดประชาสังคมที่เข้มแข็ง คือ โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ และ ช่องทางการสื่อสาร โดยได้ค้นพบว่าชุมชนที่เข้มแข็งจะต้องมีสถานที่ที่ผู้คนสามารถพูดถึงปัญหาาร่วมกัน ทั้งเป็นการพูดคุยแบบเป็นทางการ เช่น เวที หรือ การประชุมของเมือง และการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ เช่น การสนทนาของคนสองคน หรือการสนทนาของคนกลุ่มเล็กซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีความสำคัญต่อการเกิดความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาาร่วมกันและจะช่วยสร้างความ เป็น “พลเมือง” ให้กับประชาชน

โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะที่คนในชุมชนจะได้มีโอกาสมาพบปะกันแยกได้เป็นหลายระดับ คือ

- ระดับพื้นฐานที่สุด คือ การพบปะของผู้คนเป็นครั้งคราว (ad hoc associations) การพบปะนี้อาจจะเป็นการพบปะกันในสภาพการพัฒนาท้องถิ่น หรือ การพบปะของเพื่อนบ้าน ซึ่งเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามา มีความสัมพันธ์กัน
- ระดับถัดมา คือ การรวมตัวกันเป็นกลุ่มที่เน้นงานด้านใด ด้านหนึ่ง หรือเป็นองค์กรกระตุ้น เช่น มูลนิธิชุมชน

- ระดับสูงสุด คือ การเป็นองค์กรเครือข่าย ทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน หรือช่วยเหลือแก่องค์กรสมาชิก (องค์กรร่วม) ซึ่งเป็นการเชื่อมองค์กรสมาชิก และสมาชิก เข้าหากัน

ดังนั้นการพบปะหรือองค์กรทุกประเภทข้างต้นเป็นช่องทางการสื่อสาร (Channel of communication) ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะกับโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารเป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะจะอิงอยู่กับระบบสังคมที่ไม่เป็นทางการ เช่น งานเทศกาลต่างๆ เป็นการดึงผู้คนให้เข้ามาพบปะพูดคุยกัน ซึ่งการพูดคุยดังกล่าวอาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันจนไปถึงประเด็นลึกๆ เช่น ปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองไปด้วยก็ได้

นอกจากนี้การพบปะสมาคมจำเป็นต้องมีลักษณะพิเศษ คือ จะเป็นการพบปะสมาคมกันที่วางอยู่บนความซื่อสัตย์ ความเชื่อถือกันและกันของเพื่อนบ้าน คนในครอบครัว และคนแปลกหน้าที่เข้ามาทำงานในชุมชนด้วย ซึ่งเป็นการรู้จักกันในฐานะที่เป็นปัจเจกชน และประชาชนทุกคนจะต้องมีโอกาสในการเข้าร่วมในการพูดถึงปัญหาความเป็นอยู่ของชุมชนด้วยไม่ว่าจะเป็นในเวทีวงเล็กหรือเวทีสาธารณะขนาดใหญ่ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้รู้จักกับคนที่สนใจในเรื่องเดียวกัน

ในการจัดการด้านต่างๆ ภายในชุมชน ประชาชนในชุมชนจะมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อรวมพลังกันในการพัฒนาชุมชน และในงานวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาตั้งแต่การรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก เพื่อร่วมมือกันพัฒนา การจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มไม่มีการหยุดนิ่ง แต่จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงภาวะภายในอยู่ตลอดเวลา Tuckman ได้พยายามชี้ให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงภาวะภายในกลุ่ม จากทฤษฎีของการพัฒนาของกลุ่ม (Theory of Group Development) โดยสรุปว่า ในกลุ่มปฏิบัติงานและกลุ่มพัฒนา จะมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการในกลุ่มเป็น 4 ระยะ คือ

#### **ระยะที่หนึ่ง ระยะจัดตั้ง (Forming)**

เป็นระยะแรกที่สมาชิกในกลุ่มเพิ่งมาพบกัน โดยต่างคนต่างมีความหวังตั้งใจตามจุดมุ่งหมายของกลุ่ม หรือเป็นการเตรียมตัวเตรียมใจที่จะมาตกลงกัน ปฏิบัติภารกิจร่วมกัน ในระยะนี้ถ้าเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ที่ยังไม่มีหัวหน้า สภาพของกลุ่มยังรวมกันไม่ติด มักจะต่างคนต่างพูดในเรื่องต่าง ๆ แยกเป็นกลุ่มย่อย ๆ คนที่มีลักษณะเป็นผู้นำ ก็เริ่มสอดพฤติกรรมในการนำไปปรากฏ แม้จะนำกันไปคนละเรื่องก็ตาม ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกให้คนอื่นยอมรับตนเองในเรื่องต่าง ๆ

#### **ระยะที่สอง ระยะขัดแย้ง (storming)**

จากการที่ต่างคนต่างแข่งขันกันเป็นผู้นำในเรื่องต่าง ๆ จะทำให้เกิดการไม่พอใจขึ้นอย่างแพร่หลาย ทั้งผู้ที่จะพยายามนำและผู้รับฟัง ทั้งนี้เพราะต่างคนต่างไม่ค่อยจะยอมกันง่าย ๆ หาก

ปรากฏมีผู้นำเป็นทางการขึ้นในกลุ่มระยะนี้ สมาชิกแต่ละคนมักจะคอยจับผิด ในแง่ของความไม่สามารถ หรือข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่ปรากฏ และเกิดความข้องคับใจ การนึกคิดในทางต่อต้านต่อกลุ่มจะมีในระยะนี้ ถ้ากลุ่มใหญ่จะใช้เวลาในระยะนี้นานกว่ากลุ่มเล็ก เป็นระยะที่จะตกลงในเรื่องต่าง ๆ ได้ยาก ทั้งนี้ก็เพราะว่า สมาชิกยังไม่รู้จักสนิทสนมกันมาก่อน จึงมักจะไม่ค่อยยอมกันง่าย ๆ ทางที่ดีควรให้สมาชิกได้ทำความรู้จักสนิทสนมกันเสียก่อน ที่จะเริ่มประชุมปฏิบัติงาน

### **ระยะที่สาม ระยะยินยอม (Norming )**

เป็นระยะที่สมาชิกจะเรียนรู้ว่าอะไรเป็นอะไรจากกลุ่มมากขึ้น เช่น ชักจะรู้สึกตัวว่าต่อต้านเขามากเกินไป หรือพูดมากไป หรือใช้อารมณ์มากไป หรือรู้สึกเหนื่อย หรือได้ข้อคิดจากการอภิปรายของสมาชิกคนอื่น ๆ มากขึ้น จนจำนนด้วยเหตุผล ภาวะของกลุ่มก็ชักจะเข้ารูปเข้ารอย ตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ สมาชิกส่วนใหญ่จะยอมรับที่สถานของกลุ่ม หรือข้อตกลงต่าง ๆ ง่ายตายขึ้น ถึงแม้จะมีบางคนยังไม่ยอม ก็ต้องยอมตามความคิดส่วนใหญ่

### **ระยะที่สี่ ระยะดำเนินการ (Performing)**

ระยะที่กลุ่มจะมีอิทธิพลโดยสมบูรณ์ พลังของกลุ่มจะบังคับสมาชิกทุกคนให้ดำเนินการตามเป้าหมายของกลุ่ม เป็นระยะที่ทำให้เกิดมีผลงานของกลุ่มขึ้น การขัดแย้งต่าง ๆ จะสอดคล้องต้องกัน (consensus) ระยะนี้อาจมีสมาชิกที่ไม่ยอมใครอาจจะมีการออกไปจากกลุ่ม อิทธิพลของกลุ่มจะสอนให้สมาชิกทุกคนต้องยอมอดทนต่อความนึกคิดขัดแย้ง เป็นการพัฒนาตนเองอีกแบบหนึ่งที่ได้รับจากอิทธิพลของกลุ่ม

Judith Dwyer (1997 : 140) ได้เสนอพัฒนาการอีกระยะหนึ่งของกลุ่ม คือ ระยะเปลี่ยนแปลง (Adluming ) เป็นระยะที่กลุ่มเริ่มมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ หลังจากทีกลุ่มได้ทำงานสิ้นสุด หรือ บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มแล้ว หรือ ผู้บริหาร คณะกรรมการของกลุ่มหมดวาระลง จะเกิดความชัดเจนในเรื่องผลงาน และ ความสัมพันธ์กันของสมาชิก สมาชิกจะตรวจสอบถึงผลการดำเนินงาน และวางแผนการทำงานครั้งต่อไป และ จะละทิ้งออกจากกลุ่มไปในที่สุด

นอกจากนี้ ได้มีการสรุปกระบวนการเกิดกลุ่มของนักวิชาการหลายท่านไว้ในแนวเดียวกัน (อ้างใน สุวีริรัตน์ กฤษณะรังสรรค์, 2540:10) ดังนี้

**ขั้นก่อตัวของกลุ่ม** ที่เกิดจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจนกระทั่งกลายเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกถึงสิ่งที่เผชิญอยู่

**ขั้นดำเนินการเคลื่อนไหว หรือ การรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่ม** หลังจากทีพูดคุยตกลงกันจึงต้องมีการวางแผนงาน วางระเบียบและวางแนวทางในการทำงานกลุ่ม

**ขั้นเจริญเติบโตและการขยายกิจกรรมของกลุ่ม** ระดมทรัพยากรจากภายในและภายนอกชุมชน ใช้กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ในการสร้างเครือข่ายกลุ่ม

นอกจากนี้ จุ่มพล หนีมพานิช, (มปป. : 4-8) ได้กล่าวถึงการจัดตั้งกลุ่มและขั้นตอนต่างๆ ในการพัฒนากลุ่ม สรุปได้ว่ามี 4 ขั้น คือ

1. ขั้นพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Orientation)
2. ขั้นการแก้ปัญหาภายใน (Internal Solving)
3. ขั้นเจริญก้าวหน้าและประเมิณผล (Growth and Productivity)
4. ขั้นการควบคุมและประเมิณผล (Control and Evaluation)

การที่ประชาชนจะรวมตัวกันเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้น กลไกหนึ่งที่สำคัญคือการสื่อสารที่จะทำหน้าที่เชื่อมโยง ประสานความสัมพันธ์ เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้สึกของประชาชน จนกระทั่งหลอมรวมความเป็นหนึ่งอันเดียวกันในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งให้ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่สมาชิกของกลุ่มนั้นต้องการให้เกิดขึ้น

การสื่อสารนับเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องในการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการหน่วยงานต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารเปรียบเสมือนสายใยของสังคมที่ประสานหน่วยงานต่างๆ ของสังคมให้รวมเข้าด้วยกัน การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคมได้นั้น เกิดจากการที่มนุษย์ทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสร้างกฎระเบียบของสังคมให้เป็นที่ยอมรับระหว่างสมาชิก

นอกจากนี้ การสื่อสาร จะเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชนให้เข้ามารวมกลุ่มกัน โดยผ่านกระบวนการพบปะพูดคุย การประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้เกิดแผนการดำเนินการในการพัฒนาชุมชนและการจัดการการท่องเที่ยว

ในการนี้ Everett M. Roger (1983) ได้เสนอว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่น คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใคร จะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารมีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน (Homophily) เช่น ทักษะคติ ค่านิยม การศึกษา สถานะสังคม ฯลฯ โดยบุคคลส่วนใหญ่จะมีความสบายใจที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกับตนมากกว่า การพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกับตน ซึ่งต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำให้การสื่อสารประสบผล เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่าง

กัน (Heterophily) อาจทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้ และผู้รับสารเองอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวก หรือ ไม่สบายใจที่จะทำการสื่อสาร

สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี เมื่อเกิดการรวมตัวกันของประชาชนภายในชุมชน เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ตลอดจนร่วมกันวางแผนและจัดการปัญหา เพื่อไปสู่ความต้องการของชุมชนร่วมกันนั้น ต้องใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา และเข้ามามีส่วนร่วมในการหาทางออกของปัญหาที่กำลังประสบ ตลอดจนตอบสนองความต้องการของกลุ่มในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา และแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร ในการวิเคราะห์วิจัยครั้งนี้ ดังนี้

### แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา จะเกิดขึ้นภายหลังจากที่ประชาชนในชุมชนนั้นได้มีการรวมกลุ่มกันแล้ว โดยประชาชนในชุมชนนั้นจะร่วมกันพิจารณาค้นหาปัญหาและความต้องการในสิ่งที่ชุมชนประสบอยู่ แล้วจึงร่วมมือกันวางแผนการจัดการกับปัญหา หรือ กระทำตามความต้องการนั้นของชุมชน และเมื่อได้แผนหรือกิจกรรมนั้นแล้ว ก็จะร่วมกันกระทำตามแผนการดำเนินการ จนกระทั่งบรรลุวัตถุประสงค์ จากนั้นก็จะมีการขยายผล สร้างกิจกรรมใหม่ๆ เผยแพร่ไปสู่บุคคลภายนอก ตลอดจนมีการปรับเปลี่ยนและสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือประสบการณ์ไปยังกลุ่มอื่นๆ ด้วย

ปัจจุบันแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation for Development) ได้รับการยอมรับและใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในงานพัฒนา กระบวนการของการมีส่วนร่วมนั้นมีได้ขึ้นอยู่กับการริเริ่ม หรือการวางแผนโดยรัฐ แต่ความสำเร็จนั้นอยู่ที่ประชาชนในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างเป็นอิสระ เน้นการทำงานในรูปกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน พลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้งานพัฒนาต่างๆ บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (จรัญญา วงษ์พรหม, 2536) นอกจากนี้ การพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนนั้นเป็นแนวทางการพัฒนาที่จะทำให้เกิดประชาคม (Civil Society) ขึ้นได้ (นพกาญจน์ เมตตานนท์, 2541: 50)

จากรายงานการประชุมของ The Ad Hoc Group of Experts เรื่อง “Popular Participation as a Strategy for Promoting Community Level Action and National



Development” (อ้างใน พรรณนิภา วงษ์มิตร 2540 : 48) ได้กล่าวไว้ว่า “คำว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นไม่สามารถให้คำจำกัดความที่ตายตัวได้ และมีการให้ความหมายต่าง ๆ กันไปในแต่ละประเทศ หรือแม้แต่ในประเทศเดียวกัน ในการจะเข้าใจความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นต้องดูที่บริบท (Context) ของแต่ละประเทศ และสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศนั้น

อย่างไรก็ตามที่ประชุมดังกล่าวได้เสนอความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้กว้าง ๆ ว่า คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนจะนำมาซึ่งโอกาสที่จะทำให้สมาชิกของชุมชนและสังคมเข้ามามีส่วนร่วมและอิทธิพลในกระบวนการพัฒนาและในการแบ่งสรรผลประโยชน์ของการพัฒนาอย่างเป็นธรรม ซึ่งหมายถึง การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน อย่างเท่าเทียมกันในประเด็นต่างๆ ดังนี้ ( เวทีนี้ สตะเวทิน, 2542)

1. การสนับสนุนกระบวนการพัฒนา
2. การแบ่งผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
3. การตัดสินใจในรูปของการกำหนดเป้าหมาย การวางนโยบาย การวางแผนและการปฏิบัติตามแผน ทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจ และ สังคม

การมีส่วนร่วมของประชาชนมีผู้ให้ความหมายไว้อีกหลายท่าน ดังนี้

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527 : 81) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการ และควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคม

Erwin, William (1976) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญของประชาชนแก้ปัญหาพร้อมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

เสน่ห์ จามริก (2527 : 22) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนไม่ได้หมายความว่าความความเพียงดึงประชาชนเข้ามาร่วมกิจกรรมตามที่นักวิชาการ หรือ องค์กรการพัฒนาตั้งขึ้น แต่ต้องให้ชุมชนมีกิจกรรมและวิธีการดำเนินการของเขาเองในชุมชน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีการให้ความหมาย และ รายละเอียดต่างกันแต่การมีส่วนร่วมให้ความหมายของนักวิชาการหลายท่านจะสามารถสรุปได้ว่า

1. ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจในการเข้าร่วมด้วยตนเอง
2. การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมก็เพื่อที่จะเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนในการพัฒนาตนเอง
3. กระบวนการพัฒนาควรจะเริ่มจากประชาชน โดยรัฐจะต้องกระจายอำนาจให้แก่ชุมชน

นอกจากนี้ประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่ควรพิจารณาคือ “ใคร” คือ ประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่ง Mary Racilis Hollnsteiner (อ้างใน สนิท ขาวสะอาด, 2539 : 26) ได้เสนอว่า ในกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น คำว่าประชาชนไม่ได้หมายถึงทุก ๆ คนในชุมชนแต่หมายถึงคนยากจนส่วนใหญ่ซึ่งด้อยโอกาสและอำนาจ โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะมีการรวมตัวกัน นอกจากนี้หัวใจของการที่จะให้การมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นได้จริงนั้น ในการทำงานจะต้องถือว่าชาวบ้าน คือ ตัวหลักในการแก้ปัญหาของเขาเอง โดยกิจกรรมพัฒนานั้นจะต้องเริ่มจากพื้นฐานของชุมชน

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527:179) ได้สรุปรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct participation) โดยผ่านองค์กรที่จัดตั้งโดยประชาชน (inclusive organization) การรวมกลุ่มเยาวชนต่าง ๆ
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม (Indirect participation) โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน (representative organization) กรรมการของกลุ่ม หรือชุมชน
3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้ (Open participation) โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนประชาชน (Non – representative organization) เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อไรก็ได้ทุกเวลา

นอกจากนี้มีการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และได้อธิบายไว้ว่า ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ คือ การเข้าร่วมประชุม การร่วมออกวัสดุอุปกรณ์ การร่วมเป็นผู้นำ การร่วมเป็นคณะกรรมการ การร่วมเป็นผู้นำ และการร่วมเป็นผู้ริเริ่มโดยมีการมีส่วนร่วมในการประชุมมากที่สุด รองลงมาคือ ร่วมออกแรงและร่วมเป็นผู้ชักนำดังที่ได้ศึกษาและสรุปรูปแบบของการมีส่วนร่วมเป็น 10 ประการ (กรรณิกา ชมดี, 2524 : 11)

1. การมีส่วนร่วมประชุม
2. การมีส่วนร่วมออกเงิน

3. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
4. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ
5. การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์
6. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน
7. การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภค
8. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่ม หรือ ผู้ริเริ่มการ
9. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน
10. การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์

Cohen และ Uphoff ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implimentation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานงานขอความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลทางวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

นอกจากนี้ อคิน รพีพัฒน์ (2527 : 101) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนว่ามีขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางการแก้ไข
2. การตัดสินใจเลือกแนวทาง และ วางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา
3. การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. การประเมินผลงานกิจกรรมพัฒนา

สอดคล้องกับเจมส์คัตต์ ปีนทอง (2526 : 10) ที่อธิบายว่าขั้นตอนที่ประชาชนควรมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมิน

จะเห็นได้ว่าขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนจะสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนตั้งแต่การร่วมกันค้นหา และวิเคราะห์สภาพปัญหาในท้องถิ่น ร่วมกันตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม การวางแผนดำเนินกิจกรรมการพัฒนาาร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน และติดตามประเมินผลของกิจกรรมร่วมกัน ซึ่ง White (1982 : 18 ) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนสำคัญของการมีส่วนร่วม และเป็นการแสดงการมีส่วนร่วมที่แท้จริง คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ในการจัดการชุมชนที่จำต้องอาศัยความร่วมมือของคนหมู่มาก แต่ในบางครั้งอาจจะเกิดปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เนื่องจากแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในสังคมของประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนใหญ่จะเน้นที่ “วิถีทาง” ของการมีส่วนร่วมซึ่งจะต้องมีการพัฒนาต่อไปจนถึงระดับที่ให้ความสำคัญกับ “เป้าหมาย” ของการพัฒนา ถ้าพิจารณาแล้วปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน จะพบว่า (พรศักดิ์ , 2541 : 2)

1. ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงาน โดยความเข้าใจของผู้บริหารองค์กรนั้น ยังเห็นว่าการมีส่วนร่วมเป็นเพียง “วิถีทาง” ดังนั้นจึงเกิดปัญหาตามมา คือ

- เกิดการวางแผนโดยรวบอำนาจที่ไว้ที่ศูนย์กลาง
- การจัดส่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการดำเนินการไปยังพื้นที่เป้าหมายที่ขาดการเอาใจใส่
- ขาดความร่วมมือจากบุคคลในท้องถิ่น
- เทคโนโลยีที่ใช้ในโครงการไม่เหมาะสม
- โครงการเหล่านั้นไม่เกี่ยวข้องกับชุมชนมากนัก
- ขาดโครงสร้างการดำเนินงานที่จะรองรับในชุมชน

2. วัฒนธรรม ในที่นี้จะพิจารณาถึง วัฒนธรรมของความเงียบ (culture of silience) ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ที่ด้อยโอกาสทางวัฒนธรรมไม่มีโอกาสเข้าถึงระบบการสื่อสารในระดับต่าง ๆ จึงกลายเป็นผู้ที่ไม่ลืทธิมีเสียง และไม่มีโอกาสในการเข้าสู่กระบวนการพัฒนาซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้กลายเป็นผู้ที่ต้องพึ่งพา และถูกกดขี่ในระบบสังคม

3. โครงสร้าง การดำเนินงานและวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างที่สนับสนุนหรือต่อต้านการพัฒนา โครงสร้างในการดำเนินงานนี้เป็นเครื่องมือในการชี้วัดบรรยากาศของการมีส่วนร่วมว่าจะเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด เราจะเห็นได้ว่าถ้าโครงสร้างในระบบเป็นแบบใช้อำนาจ จะเป็นสิ่งที่ต่อต้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

นอกจากนี้ Alan C. Filley, (1975 : 9-11) (อ้างในจันทรทิพย์ ปาละนันท์, 2545 : 37 –38) ยังได้สรุปสถานการณ์ที่อาจเป็นชนวนให้เกิดความขัดแย้งไว้ในหนังสือ Interpersonal Conflict Resolution ไว้ที่น่าสนใจดังนี้

1. ความคลุมเครือของบทบาทหน้าที่ (ambiguous jurisdictions) ความไม่ชัดเจนของบทบาทหน้าที่ของบุคคลแต่ละคนเป็นประเด็นหนึ่งที่อาจนำมาสู่ความขัดแย้ง

2. ผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน (conflict of interest) คนแต่ละคนมีความสนใจและต้องการในสิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกันออกไป ถ้าต่างได้รับตอบสนองในสิ่งที่ตนสนใจและต้องการ ปัญหาก็คงไม่เกิดขึ้น แต่เมื่อไรตนไม่สามารถทำหรือได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนชอบ ในสิ่งที่ตนต้องการ อันเนื่องมาจากความต้องการของตนขัดแย้งกับผู้ที่อยู่ด้วยกันแล้ว ความไม่พอใจและความขัดแย้งมักจะเกิดขึ้น

3. อุปสรรคทางการสื่อสาร (communication barriers) คนที่มีการสื่อสารระหว่างกันและกันน้อย หรือไม่มีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน เนื่องมาจากถูกจำกัดหรือแยกจากกันด้วยเวลา หรือหน้าที่ก็มักเกิดข้อขัดแย้งระหว่างกันได้ง่าย ทั้งนี้เพราะการขาดการปฏิสัมพันธ์กันและกันทำให้เกิดทัศนคติต่อกันในเชิงลบ

4. ความขัดแย้งเกิดขึ้นเนื่องจากความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น (Dependence of one party) ความขัดแย้งมักทวีมากขึ้นหรือเกิดได้ง่ายขึ้นเมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่เป็นอิสระ ตั้งขึ้นอยู่กับคนอื่นด้วยความจำเป็น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ และไม่พอใจเมื่อคนที่ตนพึ่งพาอาศัยนั้นไม่สนองความต้องการของตน

5. การแบ่งแยกหน่วยงานในองค์การ (Differentiation in organization) ยิ่งองค์การมีการแบ่งแยกหน่วยงานย่อย ๆ ลงไปเป็นจำนวนมากเท่าไร ความขัดแย้งก็มักเกิดมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการแบ่งย่อยลงไปมักเป็นปัญหาด้านความคลุมเครือของบทบาทหน้าที่ในด้านการสื่อสารระหว่างกันและกัน อีกทั้งเป็นปัญหาด้านสายงาน การบังคับบัญชา ฯลฯ เกิดความแตกแยกแบ่งพวกฟ้องตามหน่วยงาน

จากการศึกษาถึงผลของพฤติกรรมความขัดแย้งชี้ให้เห็นว่า ภายใต้การสื่อสารที่มีเงื่อนไขของความขัดแย้ง การสื่อสารจะกลายเป็นเครื่องมือที่ใช้ป้องกันตัว ใช้บังคับ และมีการควบคุมพฤติกรรมระหว่างกันอย่างสูง การแก้ปัญหาด้วยวิธีการสื่อสารจึงจำเป็นต้องอาศัยทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยอาจทำในลักษณะการปรึกษาหารือ และการไกล่เกลี่ยโดยสื่อกลาง ซึ่งแต่ละวิธีมีลักษณะเฉพาะดังนี้ (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2526 : 176)



1. การปรึกษาหารือ วิธีนี้เป็นวิธีที่ทั้งสองฝ่ายเผชิญปัญหาพร้อมกันและร่วมกันแก้ไข ปัญหาโดยไม่ต้องผ่านสื่อกลาง เพื่อหาข้อตกลงที่เป็นที่พอใจและยอมรับของทั้งสองฝ่าย โดยทำ ความตกลงกันด้วยเหตุผล ปราศจากความรู้สึกและอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง

2. การไกล่เกลี่ยตกลงโดยผ่านสื่อกลาง วิธีนี้เป็นวิธีที่ต้องอาศัยทักษะความสามารถของ สื่อกลางที่ทั้งสองฝ่ายให้ความไว้วางใจในการเจรจาไกล่เกลี่ย ตัวกลางจะต้องมีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์การสื่อสารไม่ให้มีการโต้แย้งกันด้วยอารมณ์ ขณะเดียวกันก็ต้องพยายาม ประนีประนอมคู่ขัดแย้งให้หันเหไปตามแนวทางที่ต้องการ โดยไม่ให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจว่าเข้าข้าง ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ขณะเดียวกัน Judith Dwyer (1997 : 166) ได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาภายใน กลุ่มว่า การแก้ไขปัญหาจะมีประสิทธิภาพต่อเมื่อใช้การสื่อสารแบบ 2 ทาง (two – way communication) และได้ระบุขั้นตอนต่าง ๆ ไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. ให้สมาชิกร่วมกันระบุถึง ปัญหา และสาเหตุ
2. สอบถามรายละเอียด
3. ร่วมกันออกความคิดเห็น
4. หาทางแก้ปัญหาร่วมกัน
5. ตัดสินใจแก้ปัญหาร่วมกัน

นอกจากนี้ การจัดการในการขจัดปัญหาความขัดแย้งข้างต้นต่างเป็นความพยายามร่วม กันของคู่ขัดแย้งในการลดปัญหาหรือแก้ไขสถานการณ์ความคับข้องใจอย่างเป็นระบบ โดยการใช้ การสื่อสารเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย ซึ่งเรื่องการเจรจาต่อรองเป็นวิธีทางที่ดี ในการขจัดความขัดแย้งให้หมดไปได้ โดยกลยุทธ์การเจรจาต่อรองจะมีทั้งหมด 4 กลยุทธ์ด้วยกัน (Judith Dwyer ,1997 : 84)

1. ยุทธวิธีแบบชนะ-ชนะ การแก้ปัญหาคความขัดแย้งวิธีนี้ คือ การที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ได้ ตามจุดประสงค์ที่ตนเองต้องการ โดยวิธีร่วมมือกันแก้ปัญหาและพยายามหาวิธีการที่จะสามารถ ช่วยให้ทั้งสองฝ่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามความต้องการ ซึ่งการแก้ปัญหาแบบนี้ ผลสำเร็จได้แก่ทั้ง สองฝ่ายไม่มีฝ่ายใดแพ้ ฝ่ายใดชนะ ดังนั้น การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลและการรับฟังกันจะช่วย ให้กลยุทธ์แบบชนะ-ชนะ บรรลุผลสำเร็จมากขึ้น

2. ยุทธวิธีแบบชนะ-แพ้ การเจรจาแบบนี้ คือ การที่ต่างฝ่ายต่างจะเอาชนะกันและมัก ยุติที่ฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายชนะ อีกฝ่ายเป็นฝ่ายแพ้ ซึ่งผู้ที่ใช้วิธีการเจรจาแบบนี้มักแสดงควมมีอำนาจเหนือกว่าอีกฝ่ายในการเจรจา

3. ยุทธวิธีแบบแพ้-ชนะ การเจรจาแบบนี้ฝ่ายหนึ่งอาจจะได้ ฝ่ายหนึ่งอาจจะเสียเช่นเดียวกันกับแบบชนะ-แพ้ แต่ในกรณีนี้คือ ฝ่ายหนึ่งจะแสดงท่าทีในการถอนตัวจากการเจรจาทำให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ผลประโยชน์ไป

4. ยุทธวิธีแบบแพ้-แพ้ การแก้ปัญหาความขัดแย้งวิธีนี้ คือ การที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ไม่ได้ตามที่ตนต้องการ หรือแต่ละฝ่ายก็ได้ส่วนที่ตนเองต้องการกันข้างละนิด การแก้ปัญหาแบบนี้ มักจะใช้วิธีอ้อมขอมกันหรือไม่ก็อาจหาคนกลางช่วยตัดสินให้

จากการทดลองทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ยุคใหม่ได้ให้ความเห็นและยืนยันว่า “แบบชนะ-ชนะ เป็นการเจรจาที่น่าจะได้ผลและสร้างความพึงพอใจให้กับทั้งสองฝ่ายมากที่สุด การเจรจาแบบนี้จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการเจรจาเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม”

ขณะเดียวกัน ประชุม โภธิกุล (2538) กล่าวว่า จุดเน้นในการแก้ปัญหาความขัดแย้งให้ เน้นที่การตั้งเป้าหมาย การฟังการให้ข้อมูลย้อนกลับ และทักษะการพูดชวนเชื่อและกระบวนการ แก้ไขปัญหาอาจไม่เกิดขึ้นถ้าสมาชิกในชุมชนไม่เกิดความรู้สึกว่าเป็นปัญหาร่วมกัน และยอมเกี่ยวข้องกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่มีผลต่อการเกิดความรู้สึกว่าปัญหาควรได้รับการแก้ไข

นอกจากนี้ การฟังและการให้ข้อมูลย้อนกลับซึ่งกันและกัน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ความผิดเพี้ยนของการสื่อสารทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งขึ้นบ่อยๆ ประโยชน์ของการฟังทำให้การติดต่อสื่อสารมีความเข้าใจกันมากขึ้น การให้ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริงด้วยกันทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารลดความผิดเพี้ยนของการสื่อสาร (สมิต สัจกร, 2530 : 54)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน เป็นการออกความเห็น วิเคราะห์ถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน และร่วมกันแก้ไขโดยคนในชุมชนนั่นเอง และกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันของคนในชุมชน เพราะการมีส่วนร่วม หรือการพบปะกันของคนในชุมชนจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารนั่นเอง และจากผลของการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมกันแก้ปัญหาของคนในชุมชนนั้น จะก่อให้เกิดกระบวนการแก้ไขปัญหา หรือ วิธีการในการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบใหม่ คือ

“กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม” (The Alternative Paradigm of Communication for Social Change) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542 : 3) โดยมุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาหนทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน สังคม ประเทศ หรือ ระดับโลกต่อไป โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงสังคม อาจมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป (pluralistic / multiplicity in world) ตามความเหมาะสมของท้องถิ่นและตามความต้องการของสมาชิกในสังคมดังกล่าว

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนกรสื่อสารซึ่งมุ่งการดำเนินการไปสู่เป้าหมายในเชิงการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวใช้ระยะเวลายาวนาน และให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกซึ่งอยู่ภายในบุคคล ควบคู่ไปกับการร่วมมือตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและสังคม และหากพิจารณาภาพของบุคคลที่สื่อสารกัน อธิบายได้ว่า เป็นการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal) และการสื่อสารแบบสองทาง (two - way) ระหว่างบุคคล โดยที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้แสดงออกซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการสั่งการเพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนกรหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย

นอกจากนั้น การดำเนินการดังกล่าว ยังคำนึงถึงความจะเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดยเลือกสรรเนื้อหาในการสื่อสาร และการใช้ภาษาต่าง ๆ บนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรมของชุมชน และการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้ บุคคลภายนอกมักดำเนินการบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ถึงอำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบต่อกิจกรรมและผลพวงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังด้วย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ,2548 : 4-5)

Habermas (อ้างใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ , 2548 : 7-9) นักคิดและนักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ชาวเยอรมัน แนวคิดของ Habermas ในเชิงการสื่อสาร ได้สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนกรหารือกัน (dialogue process) มีบทบาทต่อการสร้างสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เขาเชื่อว่า การหารือกันจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ต่าง ๆ ในเชิงการกระจายอำนาจ (decentralized identities) อันนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการมีส่วนร่วมของบุคคล บนพื้นฐานของจริยธรรมประชาธิปไตย เขาเชื่อว่า การหารือร่วมกันจะนำไปสู่การปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (Communicative action) อันส่งผลให้เกิดความสามารถในการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่าง ๆ บนพื้นฐานของจริยธรรมแบบเปี่ยมไปด้วยหลักการประชาธิปไตย (democratic ethics)

ส่วน Singhal (2004) นักวิชาการชาวอินเดียในสหรัฐอเมริกา พยายามชี้ให้เห็นว่า แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่จำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ของการสื่อสารแบบซึ่งหน้ากันของบุคคลฝ่ายต่าง ๆ แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถเป็นกรอบความคิดหลักในการพัฒนาสื่อแบบต่าง ๆ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

นอกจากนี้ Singhal ยังชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อชุมชนแบบมีส่วนร่วม (participatory community media) เป็นการดำเนินการต่าง ๆ ที่เชื่อมั่นว่า สื่อมวลชนในระดับใหญ่และระดับเล็กเป็นสิ่งที่ทรงพลัง เขาย้ำว่า การมีส่วนร่วมในระดับจะเกิดขึ้นหากสาธารณชนมีโอกาสเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อที่เหมาะสม นอกจากนี้การมีส่วนร่วมในระดับก้าวหน้าจะเกิดขึ้นหากประชาชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบสื่อ การดำเนินการผลิตสื่อ ตลอดจนการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยเน้นการจัดการด้วยตนเอง (self-management) หรือการจัดการสื่อโดยชุมชน เพื่อชุมชน ของชุมชนเอง

## 2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

คำว่า “การสื่อสาร” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Communication” มีรากศัพท์จากคำว่า “Communis” ในภาษาละติน ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Common” แปลว่า ความเหมือนกันหรือร่วมกัน วิเคราะห์ตามรากศัพท์อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสาร เป็นการสร้างความเหมือนกันหรือลักษณะที่ร่วมกัน มนุษย์สื่อสารกันเพราะต้องการให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ความเห็น ความรู้ ความต้องการ ดังเช่นที่ Cherry (1987) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการได้มาและร่วมแบ่งปันใช้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kincaid (1979) ที่ว่า คนเราสื่อสารกันด้วยเจตนาที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างมาก มนุษย์ได้อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม การสื่อสารจึงเป็นพื้นฐานของการติดต่อของมนุษย์ และเป็นเครื่องมือสำคัญของกระบวนการสังคม ด้วยเหตุนี้จึงได้มีผู้ให้นิยามความหมายของการสื่อสารไว้มากมายซึ่งต่างมีฐานแนวคิดและแง่มุมแตกต่างกันออกไปตามแขนงวิชาการต่างๆ อาทิ

Shannon และ Weaver ได้กล่าวว่า การสื่อสารในที่นี้มีความหมายกว้าง คลุมไปถึงวิธีการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่ง กระทบถึงจิตใจของอีกคนหนึ่ง วิธีการดังกล่าวเกี่ยวโยงไป

ถึงสื่อและสารประเภทต่างๆ ไม่เฉพาะแต่ภาษาไทยเขียน ภาษาพูดเท่านั้น แต่รวมไปถึงดนตรี ศิลป รูปภาพ ละคร ระบาย และบรรดาพฤติกรรมทั้งหมดของคนเรา

Rogers (1983) ให้คำนิยามการสื่อสารว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสาร ถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร

จุมพล รอดคำดี (2531) กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึงพฤติกรรมการติดต่อสัมพันธ์กัน ระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ ตลอดจนจนประสบการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อให้เกิดผลตอบสนองบางประการที่ตรงกับเป้าหมาย ที่วางไว้คือ การเข้าใจร่วมกัน ความร่วมมือ ความตกลงเห็นพ้องต้องกัน ความผสมผสาน ประนีประนอม เป็นต้น อันจะนำมาซึ่งความคงอยู่และการพัฒนาสังคมของมนุษย์

นอกจากนี้ จันทรทิพย์ ปาละนันท์ (2545 : 20) ได้สรุปความหมายของการสื่อสารได้ว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนและร่วมกันรับรู้เรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้ส่งสาร (sender) กับอีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel) ทั้งนี้ โดยมีความเข้าใจร่วมกันต่อสัญลักษณ์ที่แสดงเรื่องราวข่าวสารนั้นๆ

## องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

### 1. แหล่งสาร (Source)

ในการสื่อสารต้องมีแหล่งสารหรือผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบหลัก โดยแหล่งสารหรือผู้ส่งสารอาจเป็นคนที่หนึ่ง หรือคนหลายคนทำงานร่วมกันเป็นองค์กร ที่พูด เขียน หรือแสดง กิริยาท่าทางไปยังบุคคลหรือองค์กรอื่น โดยมีปัจจัยสำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ในตัวของผู้ส่งสาร ที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ และระบบของสังคม และวัฒนธรรม การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ถ้าหากว่าแหล่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะทั้ง 4 ประการนี้ คล้ายกัน

บุคคลผู้ต้องการจะติดต่อหรือถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือความต้องการไปยังบุคคลอื่น ก่อนที่จะสื่อข่าวสารข้อมูลออกไปนั้น ผู้ส่งสารจะมีกลไกอยู่ภายในคือ

- 1.1 มีข้อมูลข่าวสาร หรือสิ่งที่ต้องการสื่อ
- 1.2 คิดหาวิธีการที่จะสื่อข้อมูลออกไปให้ผู้รับ รับได้เข้าใจตรงกับที่ผู้สื่อต้องการ ในขั้นนี้ ต้องใช้ประสบการณ์ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์
- 1.3 เมื่อคิดวิธีการสื่อสารได้แล้วก็รับให้เหมาะสมพร้อมที่จะถ่ายทอดออกมาให้เหมาะสมกับผู้รับข่าวสาร โดยอาศัยทักษะต่างๆ ในการส่งข่าวสาร เช่น การพูด การเขียน การสัมผัส เป็นต้น



## 2. สาร (Message)

สาร หมายถึง สิ่งเร้าหรือเนื้อหาสาระต่างๆ ของข่าวสารข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับรับทราบ อาจเป็นข้อมูลสั้นๆ ง่ายๆ หรือเป็นข้อมูลที่ซับซ้อน มีรายละเอียดมากขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ส่งข่าวสาร ข่าวสารที่จะส่งมี 2 ลักษณะ คือ

2.1 ข่าวสารที่เป็นรหัส (code) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารนี้ออกมาในลักษณะที่ผู้รับต้องใช้ในการแปลความหมายที่มีความเฉพาะตัวของข่าวสารเอง อาจเป็นเครื่องหมายสัญลักษณ์ กิริยาท่าทาง และแม้แต่โดยภาษา โดยต้องแปลความหมายออกมาจึงจะได้ความหมาย

2.2 ข่าวสารที่เป็นเนื้อหา (content) ข่าวสารชนิดนี้เป็นข่าวสารที่ส่งออกมาตรงๆ เพื่อให้ผู้รับแปลความหมายตามข้อมูลที่ได้รับ โดยใช้ทักษะการแปลความหมาย ตามปกติต้องใช้ทักษะการแปลความที่มีความเฉพาะตัวแบบการใช้รหัส

## 3. ช่องทางการสื่อสาร หรือ สื่อ (Channel)

ช่องทางการสื่อสาร หรือ สื่อ เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร โดยเป็นพาหะ (Vehicles) หรือตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านการรับรู้จากระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การเห็น ได้ยิน สัมผัส ลิ้มรส หรือดมกลิ่นได้ ทั้งนี้ผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาตัดสินใจเลือกวิธีการที่จะส่งข่าวสารข้อมูลให้เหมาะสมกับข่าวสาร ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของผู้รับข่าวสาร โดยผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ดังนี้

### - สื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งในลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการติดต่อสื่อสารจะเป็นลักษณะตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

### - สื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียว หรือกลุ่มบุคคลสามารถที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมากที่อยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว ได้แก่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

### - สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ถูกส่งใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ เรียกว่า “สื่อเฉพาะกิจ” อาทิ เอกสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายผ้า แผ่นโปสเตอร์ เป็นต้น

#### 4. ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสาร อาจเป็น คนๆ หนึ่ง หรือคนกลุ่มหนึ่ง หรือเป็นองค์กรก็ได้ การที่ผู้รับสารจะรับสาร ได้ดีแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของ สังคม และวัฒนธรรม กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมา ผู้รับจะทำการ วิเคราะห์ ตีความ หรือแปลความหมายของข่าวสาร แล้วทำความเข้าใจกับข่าวสารที่ได้รับโดย อาศัยทักษะ ความรู้ ทักษะคิด และประสบการณ์ ฯลฯ ของตนที่มีอยู่พิจารณาหาข้อมูลที่จะส่งย้อน กลับหรือปฏิกิริยาตอบกลับให้ผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งข้อมูลที่ส่งย้อนกลับนี้สามารถเป็นตัววัดประ สติทธิผลของกระบวนการติดต่อดังกล่าวได้ว่าประสบความสำเร็จหรือไม่อย่างไร

#### 5. ปฏิกริยาตอบกลับ / สาร (Feedback)

ปฏิกริยาตอบกลับเป็นข่าวสารที่ผู้รับสารส่งให้แก่ผู้ส่งสาร ซึ่งจะเป็นข้อมูลอะไรก็ได้ขึ้นอยู่กับ การแปลความหมาย การทำความเข้าใจกับข้อมูลของผู้รับข่าวสาร รวมทั้งผลจากการคิด พิจารณาของผู้รับสารด้วยว่า ตนเองต้องการส่งข้อมูลอะไรกลับไป เช่น ถ้าผู้รับข่าวสารไม่เข้าใจ ข้อมูลที่ได้ การให้ข้อมูลย้อนกลับอาจเป็นการตรวจสอบความเข้าใจระหว่างกันให้ตรงกันแต่ผู้รับ ข่าวสารคิดว่าตนเองเข้าใจข้อมูลถูกต้อง ข้อมูลย้อนกลับอาจเป็นการตอบคำถามหรือส่งข่าวสาร ต่างๆ ซึ่งจะต่อเนื่องเป็นการสนทนากันต่อไป

#### แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร

ในการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” ซึ่งเกิดการรวมตัวกันของประชาชนในชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของสาธารณชนทั่วไป ในการดำเนินการจำเป็นจะต้องมีการสื่อสาร เพื่อเป็นเครื่องมือ ในการประสานงานและสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างประชาชนในชุมชน และประชาชนภายนอก รวมทั้งหน่วยงานภายนอก ดังนั้นจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของการสื่อสารเข้ามาพิจารณาเกี่ยวกับการ ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

การเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะส่งผลให้การ พัฒนาชุมชน จนกระทั่งการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้ เราสามารถ จำแนกรูปแบบของการสื่อสารออกเป็น 4 ลักษณะ คือ (อังกษโนนวิเศษ นงนุช, 2544: 25-31)

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
2. จำแนกตามลักษณะการใช้
3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

## 1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

### 1.1 การสื่อสารทางเดียว (One – way Communication)

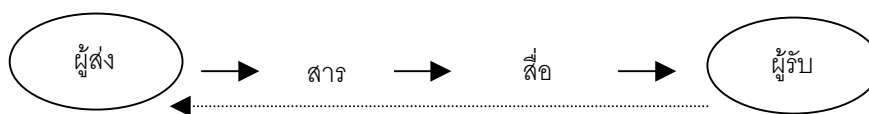
หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิกริยาโต้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพแบบจำลอง ได้ดังนี้



การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่างๆ ของผู้บริหารหรือผู้นำ โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ เช่น เสียงตามสาย เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง โดยส่วนใหญ่แล้ว การสื่อสารแบบทางเดี่ยวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการเสนอข่าวสารสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว

### 1.2 การสื่อสารแบบสองทาง (Two – way Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกัน เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้กลับ (feedback) ของผู้รับสาร ดังแผนภาพจำลอง



การสื่อสารย้อนกลับ (feedback)

ทั้งนี้ การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

ฮาโรลด์ เจ ลิฟวิท (อ้างในกรซวัลด์ หอมไกรลาส, 2540: 23) ได้กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง ปรากฏผลการทดลองว่า

1. การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทาง
2. การสื่อสารสองทางมีความถูกต้องแม่นยำกว่าการสื่อสารทางเดียว
3. การสื่อสารสองทางสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับสาร มากกว่าการสื่อสารทางเดียว
4. การสื่อสารทางเดียว มีความถูกต้องแม่นยำน้อยกว่า แต่ก็มีความเป็นระเบียบมากกว่า
5. การสื่อสารสองทาง ที่มักมีการรบกวนและยุ่งเหยิงมากกว่า

นอกจากนี้ ลิฟวิท (Leavitt) ยังได้ให้ข้อเสนอแนะว่า หากองค์กรมีความต้องการ ความรวดเร็ว และความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่า ภายในสถานการณ์ต่างๆ ในการบริหารงานย่อมต้องใช้การสื่อสารทั้งสองแบบควบคู่กันไป

## 2. จำแนกตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

### 2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารเป็นสำคัญ ตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้ง นโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

การสื่อสารที่เป็นทางการเป็นการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้โดยชัดเจน (อ้างถึงไนโซติริส ทิมพัฒนพงษ์, 2537 : 14-15) การสื่อสารของระบบราชการจะมีระเบียบแบบแผนและต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะสำคัญบางประการ ได้แก่

- เป็นการนำเอานโยบาย การสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา
- เป็นการนำกลับมายังผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้าหน่วยงาน ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ รายงาน และการสนองตอบของผู้บังคับบัญชา

- เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กรแก่ข้าราชการ พนักงาน หรือ เจ้าหน้าที่

## 2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และมีได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนมคุ้นเคยและจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน

ลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารแบบนี้ คือ ความรวดเร็วในการสื่อสารจะมีมากแต่ก็มีข้อเสียคือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อาจจะมีผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย ดังนั้น ควรจะเริ่มต้นด้วยการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการในระยะแรกก่อน แล้วจึงตามด้วยการสื่อสารแบบเป็นทางการในภายหลัง หรือใช้ควบคู่กันไป จะได้ทั้งความรวดเร็วและถูกต้อง

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเองและเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมายหรือ บังคับให้ใช้การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ แต่การสื่อสารแบบนี้จะเกิดเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารต่างๆ กัน และจะมีความรวดเร็วในการสื่อสาร แต่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อาจจะมีผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่ายจากการศึกษาของพัชณี เชนจรรยา และคณะ (2542 : 43) พบว่า เมื่อเวลาผ่านไปเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการจะค่อยๆ กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ (unstructured) ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารในเครือข่ายนอกจากนี้ยังมีผู้เสนอว่าในการปฏิบัติงานควรเริ่มจากการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการในระยะแรกเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกแล้วจึงตามด้วยการสื่อสารแบบเป็นทางการในภายหลัง หรือใช้ควบคู่กันไป (กรชวัล หอมไกรภาส, 2540 : 25)

## 3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

### 3.1 การสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำ หรือ แบบวัจนะ (Verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยคำพูด (words) หรือ ตัวเลข (number) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาษาทางคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการ



ลักษณะการสื่อสารแบบอวัจนนี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

### 3.2 การสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำหรือแบบอวัจน (Non - verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทางสีหน้า การเคลื่อนไหว ส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายตามธรรมชาติของคน ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะตนเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสภาพเช่นใด เช่น การสั่นศีรษะแสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจ หรือเห็นด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

ทั้งนี้การสื่อสารทั้งแบบอวัจน และการสื่อสารแบบอวัจน ต้องดำเนินควบคู่กันไปเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

## 4. จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

### 4.1 การสื่อสารตามแนวดิ่ง (Vertical Communication) ซึ่งมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

#### 4.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top – down หรือ Downward Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า โดยออกมาในรูปของนโยบาย แผนงาน ประกาศ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการตัดสินใจ และไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

#### 4.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom – up หรือ Upward Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า ขึ้นไปสู่ผู้รับสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ติดต่อสื่อสารกันโดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างเท่าเทียมกัน การสื่อสารรูปแบบนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมนั้นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเต็มที่

การสื่อสารแนวตั้ง จะให้ทั้งข้อมูลในทางบวกและทางลบแก่ผู้นำทางความคิด หากเป็นข้อมูลในทางบวกผู้นำก็นำไปตัดสินใจได้ แต่ถ้าเป็นข้อมูลในทางลบผู้นำจะต้องแก้ปัญหา อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในแนวตั้ง มีข้อความพิจารณา 2 ข้อ คือ หลักของการสื่อสารในแนวตั้ง และวิธีการที่ทำให้ได้รับข้อมูลจากผู้ตามไปยังผู้นำทางความคิด หลักของการสื่อสารในแนวตั้ง ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำทางความคิดกับผู้ตาม คือ

1. จะต้องมีกำหนดแผนงานการสื่อสารในแนวตั้งไว้ล่วงหน้า การกำหนดแผนการสื่อสารในแนวตั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่า ผู้นำเห็นความสำคัญและจะส่งเสริมให้ผู้ตามร่วมมือในการส่งข้อมูล
2. แผนงานเกี่ยวกับการสื่อสารในแนวตั้ง จะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และผู้นำจะต้องเต็มใจรับข้อมูล และตอบสนองโดยการดำเนินการทันที เป็นการให้ความสำคัญ และส่งเสริมให้ผู้ตามส่งข้อมูลให้ทุกครั้งตามขั้นตอนของการปฏิบัติงาน
3. ผู้นำจะต้องกำหนดช่องทางการสื่อสาร ที่ผู้ตามจะติดต่อกับผู้บริหารไว้แน่นอน โดยอาศัยวิธีการตามปกติ เพราะกำหนดให้แตกต่างจากปกติ ผู้ตามจะไม่กล้าติดต่อด้วย นอกจากนี้จะทำให้รู้ว่าเมื่อปัญหาที่จะปรึกษาควรติดต่อใคร
4. จะต้องยอมรับความคิดเห็นจากบุคคลในระดับล่าง ซึ่งอาจจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผู้บริหารจึงต้องเตรียมพร้อมที่จะรับฟัง โดยถือว่าข้อคิดและความเห็นทุกอย่างเป็นประโยชน์ เพื่อทราบถึงปัญหาที่แท้จริงจากข้อมูลที่ส่งขึ้นมาจากระดับล่าง
5. จะต้องรับฟังข้อมูลอย่างมีเป้าหมาย โดยปล่อยให้ผู้ตามแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ และพิจารณา ค้นหาให้พบว่าเป้าหมายนั้น คืออะไร
6. จะต้องปรับปรุงส่งเสริมให้มีการส่งข้อมูล จากผู้ปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลาโดยการใช้ช่องทางและวิธีการสื่อสารหลายๆ วิธี ซึ่งตามปกติวิธีที่ใช้ได้ผลมากที่สุด คือ การสื่อสารด้วยวาจาและพบหน้ากัน แต่ก็ควรส่งเสริมให้ใช้วิธีการอย่างอื่นด้วย เช่น การร้องทุกข์ การสำรวจทัศนคติ การให้คำปรึกษาแนะนำการรับประทานอาหารเช้าร่วมกัน และผู้รับความคิดเห็น เป็นต้น

วิธีการที่ทำให้ได้รับข้อมูลจากผู้ตามทางความคิด ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้คนในการติดต่อสัมพันธ์กัน คือ แรงจูงใจในตัวบุคคลนั่นเอง การที่คนติดต่อกันต่างก็มีเป้าหมายของตนเอง สนองความต้องการของตนเอง และปรับปรุงสถานที่ทำงานของตนให้น่าอยู่ ดังนั้น สิ่งที่เป็นพื้นฐานของบรรยากาศการสื่อสารคือ ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เมื่อเกิดความไว้วางใจ ผู้ตามทางความคิดก็สามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระเสรี และตรงไปตรงมา ขณะเดียวกันผู้นำทางความคิดก็รับฟังข้อมูล และแปลความหมายได้อย่างถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารตามแนวดิ่ง มีตัวแปรที่กำหนดบทบาทระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร คือ ตำแหน่ง (Status) และอำนาจ (Power) กล่าวคือ ตำแหน่ง หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดจากตำแหน่ง หน้าที่การงาน รวมทั้งการให้รางวัล หรือลงโทษ ส่วนอำนาจ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดจากความสามารถ บุคลิกลักษณะส่วนตัวในการควบคุม หรืออิทธิพลต่อคนอื่น และเหตุการณ์นั้น ในบางหน่วยงาน บุคคลที่ไม่มีตำแหน่งเหนือกว่าในฐานะผู้บังคับบัญชา อาจสามารถสร้างอำนาจบุคลิก ลักษณะจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ อย่างไม่เป็นทางการ แต่ไม่มีศักยภาพจูงใจให้ปฏิบัติงานได้

#### 4.2 การสื่อสารตามแนวนอน หรือ แนวราบ (Horizontal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือตำแหน่งที่เสมอกัน ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และเป็น การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

จากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารทางเดียว คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทาง ก็คือ การสื่อสารทั้งจากบนลงล่าง และ จากล่างขึ้นบน ทั้งนี้ การสื่อสารจากบนลงล่างหรือจากล่างขึ้นบน อาจใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในขณะที่เดียวกันระหว่างการสื่อสารอาจใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งวัจนะและอวัจนะควบคู่กันไปได้

ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ในสถานการณ์ต่างๆ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัย “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชน ซึ่งในการดำเนินการแต่ละขั้นตอน แต่ละแผนงาน แต่ละกิจกรรม ย่อมใช้รูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์ ความสามารถในการสื่อสารของผู้รับและผู้ส่งสาร ขนาดของเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณของชุมชนที่จะเลือกใช้รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ ของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนประสบผลสำเร็จ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

#### แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสาร รูปแบบหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญ ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การประชาสัมพันธ์ จะเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร พร้อมเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กร

หรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนภายนอก เพื่อหวังผลให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนภายนอกอย่างกว้างขวาง

สำหรับการประชาสัมพันธ์นั้นได้มีผู้ให้นิยามความหมายไว้มากมาย ซึ่งมีทั้งส่วนเหมือนและต่างกันดังนี้

Boone and Kurtz (1995) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า "เป็นการติดต่อสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ของบริษัทกับกลุ่มชุมชนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ชุมชนเหล่านี้ได้แก่การ ลูกค้า บัณฑิตการผลิต ผู้ถือหุ้น พนักงานของบริษัท รัฐบาล สาธารณชนทั่วไป และสังคม ซึ่งองค์การนั้นดำเนินงานอยู่

การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่สร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

ส่วนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดนั้น Thomas L. Harris ได้ให้คำนิยามไว้ว่า "การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดเป็นกระบวนการของการวางแผน, ปฏิบัติงาน และการประเมินผล ซึ่งกระตุ้นการซื้อและความพอใจของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้างการสื่อสารที่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความประทับใจ โดยระบุชื่อบริษัทและสินค้าของบริษัท ซึ่งตรงกับความต้องการ, ความเกี่ยวพัน และความสนใจของผู้บริโภค

หนังสือ The Market's Guide to Public Relations ได้ให้คำนิยามของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดไว้ว่า กระบวนการวางแผน ปฏิบัติ และประเมินผลโปรแกรมที่สนับสนุนการซื้อและความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านการสื่อสารที่น่าเชื่อถือ โดยใช้ข้อมูลและสิ่งที่น่าสนใจที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัท และสินค้า ที่เป็นความต้องการ ความปรารถนา เอาใจใส่และน่าสนใจของผู้บริโภค (อ้างใน เสรี วงษ์มณฑา , 2540)

Rene A. Herry Jr. ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดไว้ว่า คือสิ่งที่ครอบคลุมเนื้อหา โดยรวบรวมเอาไว้ทั้งหมดที่เกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชน และแสดงข้อมูลข่าวสาร หรือการรณรงค์ไปถึงคนส่วนใหญ่ หรือรับเฉพาะเจาะจง เพื่อให้มีอิทธิพลในการเพิ่มการขาย หรือการใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร Marketing Public Relations จะประสบความสำเร็จได้เกิดจากการรวมกันของเทคนิคสื่อสารที่หลากหลาย และใช้อย่างชำนาญและเป็นมืออาชีพ จะช่วยให้บริษัทบรรลุยอดขายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (อ้างใน ดารา ทีปะปาล , 2541)

Richard Weiner ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดไว้ว่า คือ การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และเทคนิคเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ Marketing Public Relations คือ เพิ่มการรับรู้ กระตุ้นยอดขาย ช่วยให้การสื่อสารได้ง่ายขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับบริษัทและตราสินค้า หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของ Marketing Public Relations คือการสื่อสารด้วยข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เป็นผู้สนับสนุนเหตุการณ์ที่สำคัญ และช่วยเหลือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ส่วนการเผยแพร่ข่าว (Publicity) หมายถึง ข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณชนเกี่ยวกับบริษัท สินค้าหรือบริการปรากฏในสื่อมวลชนต่างๆ ในรูปของข่าว โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (Lamb.Hair and McDaniel. 1992 : 436) การเผยแพร่ข่าวเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง ในบรรดาเครื่องมือต่างๆ ที่นำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ

Chris Fill ได้อธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะตัวของการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างไปจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่นๆ ดังต่อไปนี้

1. การจัดการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร หรือการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ใดๆ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือเช่าเวลาหรือพื้นที่ของสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ จึงทำให้ผู้รับข่าวสารเป้าหมายให้ความเชื่อถือในข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์มากกว่าข่าวสารจากการโฆษณา

2. ผลจากการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นค่าเช่าหรือซื้อพื้นที่หรือเวลาของสื่อ ทำให้การควบคุมการเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจนั้นทำได้ยาก ภาพข่าวแจก (Press Release) ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร ธุรกิจจัดทำขึ้นจึงอาจไม่ได้รับความร่วมมือลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ หรืออาจถูกตัดทอนข้อความบางอย่างออกไป หรืออาจถูกจัดวางตำแหน่งที่ไม่สะดุดตาผู้อ่าน เป็นต้น

3. ต้นทุนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรถือว่าต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนของเครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่นๆ เว้นเสียแต่ว่าองค์กรนั้นๆ จะใช้บริการการประชาสัมพันธ์จากตัวแทนการประชาสัมพันธ์ แต่ค่าใช้จ่ายดังกล่าวก็ยังจัดว่าต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านตัวแทนโฆษณา ต้นทุนการเข้าถึงผู้รับข่าวสารเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ (C.P.M.of Public Relations) จึงต่ำมาก เนื่องจากมีเฉพาะต้นทุนการจัดทำเอกสารข่าวแจก การผลิตวัตถุ อุปกรณ์ตกแต่ง การจัดนิทรรศการ ฯลฯ



4. การประชาสัมพันธ์สามารถนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น การจัดอบรมผู้นำเยาวชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ การสัมมนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น การอบรมเหล่านี้มักจะไม่นับค่าใช้จ่ายหรือเก็บค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อยในการเข้ารับการสัมมนา หรือการอบรม จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับต่อข่าวสารและให้ความสนใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ข้อได้เปรียบของการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวคือ เสียค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ที่กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่างๆ ยังได้รับความเชื่อถือมากกว่าเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ อีกด้วย เช่น การโฆษณา เป็นต้น

### การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่สามารถไปถึงผู้รับได้เป็นจำนวนมากอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว โดยผ่านสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งข่าวอาจจะเป็นบุคคลจำนวน 1 หรือ 2-3 คน ที่จะส่งข่าวไปยังบุคคลจำนวนมากได้

### ความหมายของสื่อมวลชน

Roger and Shoemaker , 1971 ได้ให้ความหมายของ สื่อมวลชนว่า “สื่อที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วเป็นการเพิ่มความถี่ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้ง เปลี่ยนทัศนคติที่ไม่พึงรำลึกได้” ซึ่งสื่อมวลชนของการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

คุณลักษณะของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงรำลึกได้

Klapper (1960) (อ้างในประมาะ สตะเวทิน, 2533 : 142) กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคลในสังคมว่าเป็นเพียงแรงเสริมในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วการสื่อสารมวลชนมิได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคลจึงต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการสื่อสาร บรรทัดฐานของกลุ่มการเผยแพร่ข่าวสารโดยบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็น ระบบการปกครอง และระบบการสื่อสารมวลชน

Katz และ Lazarsfeld (1995) เห็นว่าสื่อมวลชนมีความสำคัญในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

### อิทธิพลของสื่อมวลชน

Klapper (อ้างในประมว สตะเวทิน, 2533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนผู้รับสารไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อมเพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชนได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็นค่านิยมและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น แะสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เต็ม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันทีแต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดก่อนจะไปถึงประชาชนผู้นำความคิดมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนได้ดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนได้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือ เมื่อมีโอกาสเหมาะสม

## การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์ต่อบรรยากาศระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่านั้น อาจจะเป็น 3 คน หรือกลุ่มย่อย (small Group) ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะซักถามทำความเข้าใจและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลมีองค์ประกอบของการสื่อสารครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร ผลและปฏิริยาสนองกลับ Roger และ Shoemaker กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆเกิดการยอมรับสารนั้น ควรใช้การศึกษาระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารสื่อบุคคลนี้มีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น

### ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

เสถียร เขยประทับ (2528) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุคลวิถึ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถที่จะไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาย้อนสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

Lazarsfeld และ Menzel (1983) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุคลวิถึ การพูดคุยเป็นกันเอง โดยส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น

2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้

3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกที่ตนเองได้รับรางวัลในเรื่องที่ว่า สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

Roger and Shoemaker (1971) กล่าวว่า “ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับข่าวสารที่เสนอไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการตัดสินใจยอมรับข่าว

สารนั้นควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีและผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการรับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับข่าวสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับข่าวสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย”

เสถียร เขยประทับ,2528 ได้กล่าวว่า “ในกรณีสื่อสารระหว่างบุคคลนี้จำเป็นต้องใช้สื่อบุคคล (Personal Media) ซึ่งหมายถึงตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสื่อสารระหว่างตัวต่อระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป”

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวังดังเช่น

Roger ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลการวิจัยต่างๆพบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (Roger , 1978)

การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี ทั้งนี้เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทางชุมชนตลาดสามชุกจัดขึ้น เพื่อเชิญชวนให้บุคคลภายนอก ได้แก่ นักท่องเที่ยว พันธมิตร และสื่อมวลชน ได้รู้จักตลาดสามชุกเกิดความสนใจ และเข้ามาสัมผัสบรรยากาศในชุมชน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ยังมีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก ยอมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ตลอดจนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดียิ่งขึ้นด้วย

อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสาร มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะสื่อมวลชนที่จะช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อให้ประชาชนเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันสื่อบุคคลและสื่อพื้นบ้านเองก็เข้ามามีบทบาทโดดเด่นมากขึ้นในอันที่จะช่วยให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน

และประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล และการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

### 3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

#### แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนนั้น นอกจากองค์ประกอบทางการสื่อสาร อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการแล้วนั้น “ผู้นำชุมชน” ก็ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญเนื่องจากในการที่จะทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดจิตสำนึกและยอมรับแนวคิดรวมทั้งร่วมมือปฏิบัติตามนั้น สมาชิกต้องมีการปฏิบัติตามบุคคลที่พวกเขายอมรับในความสามารถ และมีความเชื่อมั่นว่าบุคคลผู้นั้นจะนำพวกเขาไปสู่ความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้บทบาทของผู้นำชุมชนจึงมีความสำคัญอย่างมากในการนำสมาชิกเข้าร่วมกระบวนการบริหารจัดการชุมชน ให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

#### ความหมายของคำว่า “ผู้นำ”

Shaw (อ้างถึงใน พฤติกรรมของผู้นำในจิตวิทยาสังคม ดร.ทรงพล ภูมิพัฒน์, 2538 : 188) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม โดยที่เขาพยายามจะมีอิทธิพลเหนือสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในในกลุ่มหรือหมายถึงสมาชิกคนใดคนหนึ่งพยายามที่จะมีอิทธิพลเหนือสมาชิกคนอื่น ๆ มากกว่าที่สมาชิกเหล่านั้นจะพยายามมีอิทธิพลเหนือเขา

ชาร์แทน (อ้างถึงใน ทรงพล ภูมิพัฒน์, 2538 : 189) ได้ให้ความหมายว่า ผู้นำ หมายถึง กระบวนการที่เป็นกิจกรรมของกลุ่ม ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับการให้คำแนะนำ การคิดริเริ่ม การออกระเบียบ ข้อบังคับ และการร่วมมือ

สมพันธ์ เตชะอธิก และ คณะ (อ้างถึงในเวทินี สตะเวทิน , 2542 : 31) ให้ความหมายว่า ผู้นำ เป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะนำชาวบ้านในด้านที่ผู้นำนั้นมีความสามารถโดยมีจิตสำนึกและอุดมการณ์ที่จะยังประโยชน์ให้เกิดแก่ชุมชน โดยไม่ต้องรอคำสั่งให้ปฏิบัติภารกิจใด ๆ จากอำนาจทางการ



ในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาชุมชนนั้น ก็จำเป็นที่จะต้องผู้นำที่เข้ามามีส่วนในการจัดการโครงการอันจะทำให้โครงการประสบความสำเร็จ โดยเรียกผู้นำในการพัฒนาชุมชนว่า “ผู้นำชุมชน”

สุเทพ สุนทรภัสส์ (2521 : 99 – 100) กล่าวว่า ผู้นำชุมชน คือ ผู้ที่มีความคิดการกระทำตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพลหรือความสามารถโน้มน้าวใจให้คนอื่นปฏิบัติตามได้หรือเป็นผู้นำในการสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจนได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งสมาชิกส่วนใหญ่ให้ทำหน้าที่ผู้นำอย่างเป็นทางการ เป็นตัวแทนของชุมชนในกิจการต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย

ประยูทธ สุวรรณโกตา (2522 : 33) กล่าวว่า ผู้นำท้องถิ่น หมายถึง บุคคลที่ช่วยให้ผู้อื่นหรือชุมชนได้มีการตกลงกัน และพยายามหาทางให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ พฤติกรรมของผู้นำท้องถิ่นจะมีอิทธิพลเหนือประชาชนในท้องถิ่นนั้น อันจะก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงาน โดยมุ่งความสำเร็จของชุมชนเป็นสำคัญ หรืออาจกล่าวได้ง่ายๆ โดยสรุปว่า ผู้นำท้องถิ่นก็คือ ผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลสามารถชักจูงคนในชุมชนได้

พัฒน์ บุญรัตน์ (2517 : 130) ให้ความหมายว่า ผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้ที่มีบุคลิกภาพเด่น ประกอบกับความสามารถพิเศษในกลุ่มชนหรือในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งในแต่ละกลุ่มย่อมประกอบด้วยบุคคลที่มีบุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถและลักษณะแตกต่างกันไปในขณะที่ทุกคนมีความผูกพันซึ่งกันและกัน ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มจะต้องยอมรับนับถือความคิดเห็นของกันและกัน ด้วยเหตุนี้เอง สถานการณ์จึงเป็นตัวหนึ่งซึ่งผลักดันให้สมาชิกกลุ่มบางคนกลายเป็นผู้นำและบางคนกลายเป็นผู้ตาม ความเป็นผู้นำจึงมักปรากฏขึ้นเพราะเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมบีบบังคับ อย่างไรก็ตามส่วนประกอบที่ทำให้บุคคลกลายเป็นผู้นำย่อมเนื่องมาจากคุณลักษณะพิเศษประจำตัวอีกด้วย เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความยุติธรรม ความโอบอ้อมอารี และความเสียสละ

นอกจากนี้ ยังกล่าวว่า ผู้นำชุมชนโดยทั่วไปอาจจำแนกได้กว้างๆ 2 ประเภท คือ

1. **ผู้นำแบบเป็นทางการ** ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ (Authority) โดยได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ประจำตำบล กรรมการหมู่บ้านและตำบล ตลอดจนข้าราชการประเภทต่างๆ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ อบต. ด้วย ผู้นำประเภทนี้มีตำแหน่งหน้าที่ค้ำจุนอยู่และประชาชนก็ตระหนักในฐานะของผู้นำ เพราะมีการเลือกตั้ง แต่งตั้ง และประกาศเป็นทางการให้ทราบ ด้วยเหตุนี้ ตำแหน่งและความรับผิดชอบของผู้นำอย่างเป็นทางการจึงเป็นที่ทราบกันของสาธารณชนทั่วไป

2. **ผู้นำทางธรรมชาติหรือแบบไม่เป็นทางการ** (Local leader or opinion leader) ได้แก่ อิทธิพล มีความสามารถ ความรู้ทันสมัย และรู้สถานการณ์ของหมู่บ้าน ไม่ได้รับมอบหมาย อำนาจหน้าที่ใดๆ จากทางราชการ ชาวบ้านก็ไม่ได้ตระหนักในความเป็นผู้นำ แต่ก็ยอมรับเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จในการทำงานของหมู่บ้าน ประชาชนเดือดร้อนมีปัญหาคืออาศัยบุคคลนี้เป็นที่พึ่งพิงได้

Gay Lumsden และ Donald Lumsden (1997 : 30 ) ได้กล่าวถึง “ผู้นำ” ว่า ผู้นำจะมี 2 รูปแบบ คือ ผู้นำที่เกิดจากการจัดตั้งและผู้นำที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์ ซึ่งผู้นำทั้ง 2 แบบนี้มักจะแตกต่างกันทั้งในแง่พฤติกรรม และตำแหน่ง โดยผู้นำจากการจัดตั้งจะได้รับการแต่งตั้ง และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ซึ่งถ้าการปฏิบัติหน้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ และจะเริ่มมองหาผู้นำคนอื่น ส่วนผู้นำที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์ มักจะเกิดขึ้นเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินงานเกิดความวุ่นวาย โดยผู้นำรูปแบบนี้จะโน้มน้าวให้สมาชิกในกลุ่มเข้าใจตรงกัน และร่วมกันแก้ไข ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ต่อไป โดยเมื่อกล่าวถึงผู้นำชุมชนนั้นก็สามรถเกิดขึ้นได้ทั้ง 2 ลักษณะดังกล่าวข้างต้น คือผู้นำที่เป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ เช่น ผู้อาวุโสในท้องถิ่น ประธาน กรรมการ เป็นต้น (อ้างถึงใน จันทรทิพย์ ปาละนันท์ ,2545)

ขณะเดียวกัน พนม ลิมอารีย์ (2523 : 23) ได้จัดลักษณะของผู้นำไว้ 5 รูปแบบคือ

1. **ผู้นำแบบอัตตาธิปไตย** เป็นผู้มีอำนาจเหนือผู้อื่น มีความก้าวร้าว มีความเชื่อมั่นในตนเองอย่างรุนแรง และจะไม่มีความเชื่อถือผู้อยู่ใต้การนำของตนเลย ผู้นำแบบอัตตาธิปไตยจะมีความสัมพันธ์แบบเป็นพิธีรีตอง มีระเบียบแบบแผนตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ได้กำหนดเอาไว้ และผู้นำชนิดนี้จะชอบใช้สัญลักษณ์ภายนอกแสดงถึงฐานะ และอำนาจของตน

2. **ผู้นำแบบประชาธิปไตย** ผู้นำประเภทนี้จะไม่มุ่งความสนใจเกี่ยวกับการมีอำนาจเหนือผู้อื่น แต่จะใช้วิธีการกระตุ้นหรือเร้าให้สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมกระทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อที่จะให้ผลงานของกลุ่มบรรลุเป้าหมาย และจะไม่แสดงอำนาจต่อสมาชิก และไม่ทำตัวเป็นจุดศูนย์กลางในการแสดงพฤติกรรมของกลุ่ม เพราะการนำกลุ่มของผู้นำประเภทนี้จะนำโดยอาศัยวิธีการเชิญชวนให้ผู้อื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการนำ เพื่อจะได้บรรลุเป้าหมาย เป็นอำนาจที่มีการแบ่งปันระหว่างสมาชิกบุคคลอื่นๆ นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มจะได้รับการสนับสนุนให้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ นโยบายและคำสั่งจะมีลักษณะเป็นของส่วนรวมโดยอาศัยเสียงข้างมาก

3. **ผู้นำแบบเสรีนิยม** จะปล่อยให้สมาชิกในกลุ่มทำทุกสิ่งทุกอย่างได้ตามสบาย ผู้นำไม่จำเป็นต้องทำอะไรเลย หรือถ้าจะต้องทำก็ทำเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่ผู้นำชนิด

จะเป็นคนเฉื่อยชาสมาชิกในกลุ่มจะหวังพึ่งพาผู้นำประเภทนี้ได้ยาก และผู้นำเกือบจะไม่มีอำนาจปกครองสมาชิกในกลุ่มและมีความสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่มน้อยมาก การใช้อำนาจในการบริหารกลุ่มมีน้อย สมาชิกในกลุ่มต่างจะทำงานตามความพอใจของตน

4. **ผู้นำแบบทางราชการ** จะมีอำนาจตามที่กฎหมายระบุไว้ และสามารถใช้อำนาจได้อย่างสมบูรณ์ตามตำแหน่งหน้าที่การงานที่ตนรับผิดชอบอยู่ ไม่ได้เป็นอำนาจที่เกิดจากการอาศัยบุคลิกภาพ หรือลักษณะท่าทางของผู้นำ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำแบบนี้กับสมาชิกในกลุ่มจะเป็นไปในรูปยอมกระทำตามโดยดุฎีกาภาพ เนื่องจากผู้นำอยู่ในฐานะผู้บังคับบัญชา ซึ่งสมาชิกในกลุ่มมีฐานะเป็นผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาจะต้องปฏิบัติตาม

5. **ผู้นำโดยกำเนิด** จะได้รับการเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลทั่วไป การเป็นผู้นำในลักษณะนี้เกิดจากการยินยอมพร้อมใจของบุคคลภายในกลุ่ม มิได้เกิดจากการได้รับการแต่งตั้งหรือเลือกตั้งความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ และสมาชิกในกลุ่มจะออกมาในรูปที่อาศัยศรัทธาที่สมาชิกมีต่อผู้นำ ซึ่งจะเป็นพลังให้สมาชิกเหล่านั้นร่วมมือกันปฏิบัติตามคำแนะนำด้วยความพร้อมเพียง

#### บทบาทและหน้าที่ของผู้นำชุมชน

ผู้นำมักใช้อำนาจหรืออิทธิพลที่จะนำทางให้สมาชิกในกลุ่มกระทำหรือไม่กระทำการต่างๆ อย่่างไรก็ตาม การมีตำแหน่งทางการในชุมชนเพียงอย่างเดียวไม่ใช่สิ่งที่จะระบุตัวผู้นำได้ หากบุคคลนั้นไม่เข้าร่วมในการตัดสินใจและเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมในชุมชน ดังนั้น ประเด็นสำคัญที่จะใช้ระบุความเป็นผู้นำได้อย่างแท้จริง คือ การเข้ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมของชุมชน (วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, 2526)

ด้วยเหตุนี้ ผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่นจึงเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับประชาชนที่สามารถเข้าใจสภาพชุมชน และมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิรัตน์ สมตน (2527) ได้กล่าวถึงบทบาทสำคัญของผู้นำท้องถิ่นดังนี้

1. ให้ความรู้แก่เพื่อนบ้าน หรือการรับความรู้จากเจ้าหน้าที่แล้วเป็นผู้ถ่ายทอดต่อให้แก่ชาวบ้าน ช่วยให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และพัฒนาทางด้านสังคม ความเป็นอยู่ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2. สร้างสามัคคีธรรมในหมู่บ้าน การประสานประโยชน์ระหว่างชาวบ้าน สร้างพลังกลุ่มขึ้นมาในการพัฒนา

3. ประสานงานพัฒนาเข้าด้วยกัน เชื่อมโยงความต้องการและความสนใจร่วมกัน วางแผนงานพัฒนาในหมู่บ้าน ในรูปคณะกรรมการที่เกิดจากการรวมตัวกันของผู้นำท้องถิ่น หรือเป็นการวางแผนร่วมกับเจ้าหน้าที่ทางราชการที่มีหน้าที่ในการพัฒนา

4. สร้างฐานรองรับการพัฒนา ก็คือ ประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้านนั่นเอง รวมทั้งการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ขึ้นมาทดแทนผู้นำรุ่นเก่า โดยเน้นที่เยาวชนในหมู่บ้าน

5. การแก้ปัญหาท้องถิ่น โดยระดมความคิดจากเพื่อนบ้าน

6. ทำหน้าที่บริการ โดยเป็นผู้กระจายข่าวสารให้ข้อมูลแก่ชาวบ้าน เป็นผู้ให้บริการชุมชน สร้างสื่อต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่

จิรพรพรรณ กาญจนะจิตรา (2522) ได้สรุปหน้าที่สำคัญของผู้นำไว้ ดังนี้

#### 1. นักรเริ่มสิ่งใหม่ (initator)

ผู้นำจะต้องมีบทบาทในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ซึ่งจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้นำจะต้องเป็นคนแรกที่มองเห็นความต้องการของสมาชิก จะต้องทำให้สมาชิกตระหนักถึงความต้องการและริเริ่มกิจกรรมในกลุ่ม

#### 2. ผู้แนะแนวทาง (guide)

ผู้นำจะต้องเป็นผู้ให้คำแนะนำผู้ตามในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ คอยช่วยเหลือในการวิเคราะห์ปัญหาและเป็นผู้กระตุ้นความต้องการของสมาชิกในกลุ่ม และผู้นำจะเป็นผู้ให้ข่าวสารด้วย

#### 3. ผู้จัดการกิจกรรมของกลุ่ม (promoter)

ผู้นำจะมีหน้าที่ในการก่อตั้งกลุ่ม บำรุงรักษากลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ เช่น เป็นผู้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิก เป็นตัวกลางในการแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างสมาชิก เป็นผู้ประสานงานกับสมาชิกเพื่อให้งานดำเนินไปด้วยความราบรื่น

#### 4. เป็นสัญลักษณ์ (symbol)

ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีความเห็นอกเห็นใจผู้ตาม และอุทิศตนในการทำงานเพื่อกลุ่ม ซึ่งจะทำให้

เป็นที่ชื่นชอบของบรรดาผู้ตาม และถือเอาผู้นำเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและพยายามกระทำตนตามแบบอย่าง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2515) ได้กล่าวถึง บทบาทของผู้นำชุมชนในการพัฒนาชุมชนไว้โดยสรุป คือ

1. ผู้นำท้องถิ่นเป็นสื่อความคิดสองทาง (Two – way Communication)
2. เป็นผู้ชักนำประชาชนเข้าร่วมโครงการพัฒนาหมู่บ้าน ซึ่งก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางด้านวัตถุและด้านพัฒนาคน
3. นำความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันในการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าต่างๆ

Keawasit (1985 อ้างใน ปัญญา สวัสดิ์เสรี, 2539 : 39) พบว่า บทบาทหน้าที่ ของกรรมการชุมชนในฐานะองค์กรประชาชนนั้นสรุปได้ 5 ประการ คือ การกระจายข่าวสารในชุมชน การนำเสนอปัญหาและการแก้ไขปัญหของชุมชน การชักจูงในให้ประชาชนมีส่วนร่วม สอบถามความคิดเห็นของประชาชนและประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

สุเทพ เชาวลิต (อ้างในปัญญา สวัสดิ์เสรี, 2539 : 39) ได้กล่าวถึงบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนว่า “ผู้นำท้องถิ่นมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนแผนการพัฒนา การประเมินผลความสำเร็จของโครงการต่างๆ ทั้งนี้ เพราะว่าผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้นำที่แท้จริงในการพัฒนาหมู่บ้าน ไม่ว่าในด้านการวางแผนหรือบริหารงานพัฒนา การจัดสรรเงินตามโครงการ ตลอดจนการดำเนินงานตามหลักการช่วยเหลือตนเองและความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าของผู้นำท้องถิ่นจะขยายไปในกลุ่มชาวบ้านของตนอย่างกว้างขวาง ทำให้ชาวบ้านเกิดความต้องการปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองตามวิธีการใหม่ ทั้งนี้มีความรับผิดชอบต่อความต้องการของชุมชนของเขาด้วยความเจริญและความมั่นคงของประเทศในอนาคตย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาหมู่บ้าน

ชูศักดิ์ ชูช่วย (อ้างในปัญญา สวัสดิ์เสรี, 2539 : 40) กล่าวสรุปถึงบทบาทของผู้นำชุมชนว่า ผู้นำท้องถิ่นเป็นกลุ่มบุคคลสำคัญกลุ่มหนึ่งที่จะเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชน ทั้งนี้ก็เพราะผู้นำท้องถิ่น เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องและใกล้ชิดประชาชน จึงสามารถเข้าใจสภาพชุมชนได้อย่างแท้จริง มีบทบาทและหน้าที่พัฒนาชุมชนนั้น ก็เพื่อพัฒนาคุณภาพของประชาชนในหมู่บ้าน หรือชุมชนในด้านการศึกษา เศรษฐกิจและอาชีพ การสาธารณสุข สังคมวัฒนธรรม และการเมืองการปกครองให้มีคุณภาพสูงขึ้น”



นอกจากนี้ จากการศึกษาของวรางคณา วงศ์มหาชัย (2535) พบว่า ผู้นำได้แสดงบทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชนในระดับที่แตกต่างกันในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการในการพัฒนากลุ่ม ได้แก่ 1. บทบาทผู้นำในขั้นการก่อตัวของกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้ให้การศึกษาในลักษณะของการประชุมให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่ม 2. บทบาทผู้นำในขั้นการดำเนินการกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้บริหารเป็นผู้วางระเบียบแบบแผนดำเนินการและจัดสรรทรัพยากรบุคคลกรให้เหมาะสมกับกิจกรรม 3. บทบาทผู้นำในขั้นตอนการขยายการเจริญเติบโตของกลุ่ม พบว่า บทบาทในการเชื่อมประสานและการติดตามประเมินผลเป็นบทบาทที่ชัดเจนในขั้นตอนนี้

ดังนั้น จึงอาจสรุปถึงบทบาทหน้าที่ทางการสื่อสารของผู้นำชุมชนได้ 5 ประการ ได้แก่ 1. การกระจายข่าวสารในชุมชน 2. การนำเสนอปัญหาและการแก้ไขปัญหาของชุมชน 3. การชักจูงให้ประชาชนมีส่วนร่วม 4. การสอบถามความคิดเห็นของประชาชน และ 5. การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

จากแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทผู้นำจากที่กล่าวมาแล้วนั้นแสดงให้เห็นว่า “ผู้นำชุมชน” ถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นผู้นำแบบใด ก็ล้วนแต่ต้องมีคุณลักษณะความเป็นผู้นำ อันได้แก่ เป็นผู้มีความกล้าหาญ ความกระตือรือร้น ทักษะในการบริหารงาน และที่สำคัญคือ ทักษะทางการสื่อสาร เนื่องจาก “ผู้นำชุมชน” จะต้องสร้างความสัมพันธ์ให้กับกลุ่มประชาชนในชุมชนให้เกิดความรู้ ความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินการพัฒนาชุมชน โดยการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนสามารถลุกขึ้นมามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เพื่อให้งานของกลุ่มสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ และต้องสามารถดำรงรักษาสภาพ และบรรยากาศที่ดีของกลุ่ม หรือทำให้กลุ่มคงอยู่ต่อไปได้ เมื่อสมาชิกในชุมชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันแล้วก็จะนำมาสู่ความร่วมมือร่วมใจกันดำเนินการจัดการ โครงการต่างๆ ของชุมชนได้เป็นอย่างดี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สนใจศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี เนื่องจากเล็งเห็นว่าชุมชนตลาดสามชุกเป็นชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีกระบวนการจัดการที่น่าสนใจ โดยเริ่มจากการรวมตัวและมีมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ในการคิดหาแนวทาง การแก้ไขปัญหาของชุมชน รวมทั้งการจัดการในด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จนปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยว สื่อมวลชนสนใจเข้าไปเยี่ยมชม ศึกษาเรียนรู้ชุมชนตลาดสามชุกกันมากมาย ในการดำเนินการดังกล่าว ย่อมต้องมีผู้นำกลุ่ม หรือผู้นำชุมชน เป็นตัวการหลักในการประสานงานสานสัมพันธ์ และการบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้ ผู้

วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ผู้นำและบทบาทของผู้นำ และแนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคล รวมทั้งผลการวิจัยของนักวิชาการ และนักศึกษาท่านอื่นๆ มาเป็นกรอบการวิเคราะห์ เพื่อตอบปัญหานำการวิจัย ข้อที่ 2 บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดสามชุก ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดร้อยปีสามชุก จ.สุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง มี 4 รูปแบบ คือ 1. การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ 2. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก 3. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบน้อย 4. การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ผู้นำของชุมชนคีรีวงมีบทบาทสำคัญ เป็นแกนนำสำคัญในการกำหนดกฎ ระเบียบแบบแผน และการแก้ปัญหาในชุมชน

ชื่นกมล ทิพยกุล (2542) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟของประชาชนในจังหวัดตรัง” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟ ประกอบด้วยบทบาทการเสวนา วิธีการเสวนา การโต้ตอบในวงเสวนา โดยผู้ร่วมวงเสวนากาแฟจะมีหลายบทบาท ทั้งบทบาทการเปิดประเด็น บทบาทการสนับสนุน บทบาทการโต้แย้ง และบทบาทของผู้รับฟัง โดยบทบาทที่แตกต่างกันจะทำให้มีวิธีการเสวนาที่แตกต่างกัน ทั้งวิธีการตั้งคำถาม วิธีการพูดเปรยๆ วิธีการอธิบายและหาเหตุผล ประกอบโดยผู้ร่วมเสวนาแต่ละคนจะมีบทบาทสรุปกันเอง ไม่ว่าจะเปิดประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นริศรา นงนุช (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” พบว่า มีรูปแบบการสื่อสาร ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ 1. การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ 2. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก 3. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบน้อย 4. การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ ในส่วนของผู้นำชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด ประกอบด้วย ผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ นายอำเภอ ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. หน่วยงานภายนอก และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ เจ้าอาวาส ผู้อาวุโส เจ้าของกิจการเรือข้ามฟาก โดยกลุ่มผู้นำเหล่านี้มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยว ตั้งแต่การก่อตั้ง การดำเนินการ รวมไปถึงกำหนด

แผนการจัดการและกฎ ระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ไขปัญหา

อริสรา ธนุแสง (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งธนาคารขยะ ประกอบไปด้วย 3 รูปแบบ คือ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะ ประกอบไปด้วย 4 รูปแบบ คือ การสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

บทบาทผู้นำชุมชนวัดกลางที่มีต่อการจัดการธนาคารขยะ แบ่งเป็นบทบาทในระยะก่อตั้งธนาคารขยะ 4 ลักษณะ คือ เป็นผู้รับนวัตกรรมใหม่เข้ามาในชุมชน เป็นผู้กำหนดแผนการดำเนินงานจัดตั้งธนาคารขยะชุมชน เป็นผู้กำหนดนโยบายและกฎระเบียบของธนาคารขยะชุมชน และเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน และบทบาทในระยะของการบริหารจัดการธนาคารขยะ มี 3 ลักษณะ คือ เป็นผู้บริหารงานทั่วไปของธนาคารขยะ เป็นผู้แสวงหาทางออกในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเป็นผู้วางแผนการพัฒนาการดำเนินงานของธนาคารขยะ

เวทินี สตะเวทิน (2542) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู” พบว่า กลไกการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู ได้จำแนกเป็นกิจกรรมในเชิงรุก ซึ่งพบรูปแบบการสื่อสารใน 3 แบบ คือ การสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ และกิจกรรมในเชิงปกป้องผลประโยชน์ของชุมชน พบว่ามีรูปแบบการสื่อสาร 2 แบบ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันใน 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ทั่วไป ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปาก การประชุมกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ การใช้สื่อบุคคล และการใช้สื่อเฉพาะกิจ ในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตัวต่อตัว การประกาศตักเตือนผ่านเครื่องกระจายเสียง และการติดยาชื่อประจักษ์ที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ และในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก ใช้การสื่อสารหลายช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต

กุลนรี แนวพนิช (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการจัดการ โครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี” พบว่า การสื่อสารจากผู้ส่งสาร คือ พระพยอม กัลยาโณ และมูลนิธิสวนแก้ว ไปยังผู้รับสาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1. สาธารณชน มีวิธีการสื่อสารประกอบด้วย พระพยอมใช้กลวิธีในการสื่อสารกับสาธารณชนผ่านการเทศน์ การปฏิบัติให้เห็นจริง และมูลนิธิสวนแก้วจัดทำสื่อเฉพาะกิจ 2. การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทั้งที่เป็นผู้ที่ตอบรับโครงการและสมาชิกของโครงการ ในส่วนของสมาชิกโครงการใช้วิธีการประชุมกับคณะกรรมการและสมาชิก, การเดินตรวจงานตามแผนก, การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้าพูดคุย และการใช้สื่อในการควบคุมการทำงานหรือสั่งการ ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นผู้ตอบรับโครงการของมูลนิธินั้น ใช้วิธีการให้ข้อมูลหรือคำแนะนำ, อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริจาค, ให้ข้อมูลแก่ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาส ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกโครงการของมูลนิธิสวนแก้วนั้น ประกอบด้วย การสื่อสารเชิงสถานภาพส่วนตัว โดยการสื่อสารแบบเป็นกันเอง ควบคุมกันเอง และอบรมสมาชิกให้มีจิตสำนึกต่อพระพยอม และการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงาน โดยไม่ถือระดับชั้นตำแหน่งงาน, ไม่ใช้อำนาจ, พุดจาไพเราะ, ใช้อารมณ์ขัน และใช้น้ำเสียงและชี้แจงด้วยเหตุผล นอกจากนี้ ผลจากการสื่อสาร ได้ทำให้กลุ่มบุคคล 3 กลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) สื่อมวลชน โดยโครงการให้การสัมภาษณ์, เขียนคอลัมน์, แจกเอกสาร และเปิดโอกาสให้เข้าเยี่ยมชม 2) หน่วยงานต่างๆ โดยโครงการให้ความร่วมมือด้วยการไปบรรยาย และให้การต้อนรับ 3) ประชาชนทั่วไป โดยช่วยประชาสัมพันธ์ และเป็นหูเป็นตาให้กับโครงการ

สิริลักษณ์ ปริณรัมย์ (2548) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการวิเคราะห์จาก 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ สำหรับสถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชน ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ และในสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ

ในการศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ประกอบด้วย 4 บทบาท คือ 1) บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการชุมชน 2) บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน 3) บทบาททางการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน 4) บทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังกล่าวข้างต้น เป็นแนวทางในการวิเคราะห์งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี”



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาวิจัยมีรายละเอียดสำคัญของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้-

1. รูปแบบการวิจัย
2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ความเชื่อถือได้ของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การนำเสนอข้อมูล

#### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกทำวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research), การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participatory Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interview) เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลเนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์มากที่สุด

#### 2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์, สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก และกลุ่มองค์กรพันธมิตรที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), มูลนิธิชุมชนไท ผู้ทรงคุณวุฒิ, นักวิชาการ นักการเมือง และสื่อมวลชนที่ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกไปสู่สาธารณชน ในการนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ เป็นจำนวน 25 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 คน
2. สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วย ชาวบ้าน, ผู้ประกอบการ จำนวน 8 คน

3. กลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไท, เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สื่อมวลชน, นักวิชาการ, ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน (ตามรายชื่อในภาคผนวก ข)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดลำดับขั้นตอนการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากสื่อและเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยดำเนินการ ค้นหาจากสื่ออินเทอร์เน็ต, นิตยสาร, วารสาร และหนังสือแนะนำตลาดสามชุก เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของชุมชน ประวัติความเป็นมาของตลาดสามชุก ลักษณะวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนตลาดสามชุก, สภาพแวดล้อมทั่วไปของชุมชน รวมถึงรายชื่อผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำวิจัยและเตรียมความพร้อมในการเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย

2. ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเบื้องต้น โดยลงสำรวจพื้นที่ของชุมชนในระหว่างการศึกษา และกล่าวแนะนำตัวกับกลุ่มเป้าหมายพอสังเขป

3. ผู้วิจัยเข้าพบกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแกนนำที่มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 ท่าน โดยการนัดหมายทางโทรศัพท์ และเดินทางไปพบในพื้นที่ด้วยตนเอง ซึ่งการเข้าพบครั้งนี้ผู้วิจัยได้แนะนำตัวโดยแสดงบทบาทนักวิจัย จากนั้นบอกถึงจุดมุ่งหมายในการวิจัย อธิบายแนวคำถามในการสัมภาษณ์ รวมทั้งขอความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมไว้แล้ว

4. ในการสัมภาษณ์กลุ่มสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก จำนวน 8 คน ผู้วิจัยได้ขอข้อมูลรายชื่อสมาชิกจากคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น จากนั้นเดินทางเข้าพบตามบ้าน หรือร้านค้าเป็นรายบุคคล โดยเริ่มจากการแนะนำตัวเอง และอธิบายบอกถึงจุดมุ่งหมายในการวิจัย เมื่อได้รับความร่วมมือแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่เตรียมไว้

5. สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกชุมชน จำนวน 7 คน ผู้วิจัยจะขอข้อมูลรายชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์จากคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จากนั้นดำเนินการติดต่อประสานงานเพื่อขอนัดหมายสัมภาษณ์ เมื่อได้รับความร่วมมือแล้ว ผู้วิจัยเดินทางเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย โดยเริ่มจากการแนะนำตัวเอง และอธิบายบอกถึงจุดมุ่งหมายในการวิจัย จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่ได้เตรียมไว้

6. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 25 คน โดยการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะให้ความเคารพ และรักษาสัมพันธภาพอันดีระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านตลอดระยะเวลาการทำวิจัย

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีการกำหนดแนวคำถามไว้ล่วงหน้า โดยใช้แนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้เล่าเรื่องและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ได้อย่างอิสระ ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะปรับคำถามไปตามสถานการณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัญหาคำถามวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป และสมุดจดบันทึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย

ในการนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในการตอบปัญหาคำถามวิจัย คือ การศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีประเด็นหัวข้อในการสัมภาษณ์ ดังนี้

#### 1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

1.1 ลักษณะการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ตามสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่

- สถานการณ์การจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน
- สถานการณ์การประสานความร่วมมือ,
- สถานการณ์เผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- สถานการณ์การแก้ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน

#### 2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

2.1 ลักษณะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

2.2 บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

ตามสถานการณ์การดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน อาทิ

- การรวมตัวกันของแกนนำชุมชน
- การจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน

- การประสานความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน
- การประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก
- การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- การดูแล และการต้อนรับนักท่องเที่ยว
- การแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน

#### 4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ที่เกี่ยวกับเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น และเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาวิเคราะห์ในการตอบปัญหานานาวิจัย โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 การศึกษาข้อมูลจากหนังสือ และเอกสารต่างๆ ที่ได้บันทึกเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วย

- หนังสือที่ทางชุมชนผลิตขึ้นเอง และหนังสือจากหน่วยงานพันธมิตรที่ให้การสนับสนุนผลิตเพื่อร่วมเผยแพร่ให้ ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท, สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ เป็นต้น

- เอกสารต่างๆ ได้แก่ เอกสารการประชุม การจัดกิจกรรมของชุมชน, แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 การศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ นิตยสาร, วารสาร และหนังสือพิมพ์

1.3 การศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) โดยการสืบค้นคำว่า “สามชุก” เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งประกอบไปด้วยข่าว และบทความที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participatory Observation) โดยผู้วิจัย จะขอเข้าเยี่ยมชมกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดขึ้น อาทิ การประชุม และการจัดกิจกรรม เพื่อสังเกตดูวิธีการสื่อสารของสมาชิกในชุมชน รวมถึงการศึกษาลักษณะของผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในบรรยากาศไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยการสัมภาษณ์จากโครงคำถามแบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ตอบคำถาม เล่า

เรื่องราวและแสดงทัศนคติเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมาของชุมชน และการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของ ชุมชนในประเด็นทั่วไปได้อย่างอิสระ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหาคำตอบ ตามประเด็นของปัญหานำวิจัย ได้แก่ รูปแบบการสื่อสาร และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

## 5. ความเชื่อถือได้ของข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบหลายวิธีด้วยกัน คือ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ การใช้สัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตต่อกับกิริยา การแสดงออกในขณะสัมภาษณ์หรือพูดคุยกับผู้นำ สมาชิกชุมชนและพันธมิตรร่วม ตลอดจนการตรวจสอบข้อมูลโดยให้กลุ่มเป้าหมายที่ได้สัมภาษณ์เป็นผู้ตรวจสอบประเด็นสำคัญต่างๆ และข้อมูลทุกส่วนมาใช้ประกอบกันในการทบทวนตรวจสอบข้อมูล

นอกจากนั้น ความเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีแนวทางปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ควบคุมสถานการณ์วิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือโดยการสร้างสัมพันธภาพ ให้ความเคารพและอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้อาวุโส และให้ความจริงใจในการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย
2. ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะอธิบายรายละเอียดและขั้นตอนในการวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความร่วมมือ สามารถให้ข้อมูลตามความเป็นจริง
3. ผู้วิจัยฝึกฝนและพัฒนาตนเองในเทคนิคการสัมภาษณ์ การสังเกต และบันทึกข้อมูล ทั้งก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อให้เกิดทักษะก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลจริง
4. ผู้วิจัยกำหนดบันทึกการสังเกต โดยการจดบันทึก หากไม่สามารถจดบันทึกได้ขณะสัมภาษณ์ จะรีบบันทึกอีกครั้งหลังการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น หากเป็นการสัมภาษณ์ เมื่อการสัมภาษณ์เสร็จ ผู้วิจัยจะถอดเทปสัมภาษณ์อย่างละเอียดตามความจริงในทันที เพื่อช่วยลำดับเหตุการณ์ได้อย่างต่อเนื่องและนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อจริยธรรมในการทำการวิจัย โดยจะพยายามไม่ให้เกิดผลเสียหายต่อกลุ่มเป้าหมายที่สัมภาษณ์

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่ต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูล



มารวบรวม แล้วจัดระบบข้อมูล และแบ่งหมวดหมู่และประเภทของข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามสัดส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัย

รายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละกรณีศึกษา โดยจะจัดเพิ่มข้อมูล เนื่องจาก การวิจัยครั้งนี้ มีการเก็บข้อมูลในหลายรูปแบบแบ่งออกเป็น ข้อมูลเอกสาร และการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพไม่สามารถแจกแจงนับได้ ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์โดยการตีความหมาย โดยนำเอา คำ วลี ประโยค อากัปกริยา พฤติกรรมการแสดงออก บริบททางสังคม นำมาจัดเป็นหมวดหมู่ตาม ความเกี่ยวข้องตามขอบเขตการวิจัย

2. การสรุปเรื่องของแต่ละกรณีศึกษา วิเคราะห์หาข้อสรุปตามสาระสำคัญของ การวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาผสมผสานกันเพื่อนำไปสู่การสรุป ประเด็นในแต่ละกรณีศึกษา

3. วิเคราะห์สรุปรวม โดยนำข้อมูลสาระสำคัญของแต่ละกรณีศึกษา มาอธิบาย ตีความหมายเพื่อสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive Method) โดยการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถาม ตามวัตถุประสงค์ และปัญหำนำการวิจัย

## 7. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Descriptive) โดยการนำเสนอ ข้อมูลตามสัดส่วนของปัญหำนำในการวิจัย ประกอบกับการบรรยายขั้นตอนหรือวิธีการต่าง ๆ โดยการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก
2. เพื่อศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดสามชุก

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก
2. เพื่อศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก รวมถึงเอกสาร การประชุม การจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ประกอบกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participatory Observation) และวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) บุคคลสำคัญ (Key Informants) ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 ท่าน ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 ท่าน สมาชิกชุมชนตลาดสามชุกจำนวน 8 ท่าน และกลุ่มพันธมิตรของชุมชน จำนวน 7 ท่าน

การนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนตลาดสามชุก
2. ผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนตลาดสามชุก

การนำเสนอผลการวิจัยในส่วนแรกเป็นการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่จะทำให้รู้จักและเข้าใจเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุกตั้งแต่ระยะเริ่มต้นในการพัฒนาชุมชน จนกระทั่งถึงระยะของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ในการนี้ผู้วิจัยขอแนะนำผลการวิจัย ดังนี้

## ความเป็นมาของชุมชนตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี

ชุมชนตลาดสามชุก เป็นชุมชนเล็กๆ ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในอดีตเป็นตลาดริมแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีการก่อตัวของชุมชนเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2437 ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ทำให้ปัจจุบันยังคงสภาพบ้านเรือนมีลักษณะเป็นอาคารไม้สองชั้นเรียงรายเป็นห้องแถวมุ่งหลังคาด้วยกระเบื้องโบราณ มีการออกแบบตกแต่งลวดลายไม้ด้วยสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นศิลปะการแกะสลักผนังบ้านด้วยลวดลายขนมปังขิงที่งดงาม นับเป็นย่านการค้าริมน้ำที่มีความงดงาม และทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ภายในตลาดสามชุกประกอบไปด้วยร้านขายสินค้าและบริการอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านกาแฟ ร้านถ่ายรูป ร้านขายของชำ ร้านขายยาสมุนไพรจีน และยาไทย ท่ามกลางบรรยากาศของตลาดเก่าที่มีอายุกว่า 100 ปี

จากการศึกษาประวัติความเป็นมา พบว่า สามชุกมีอายุกว่า 100 ปีแล้ว จากคำบอกเล่าของคณะกรรมการฯ เวลาบรรยายเรื่องราวของชุมชนและการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน รวมถึงบันทึกข้อมูลในหนังสือต่างๆ พบว่า มักจะมีการยกบทประพันธ์ของท่านสุนทรภู่ จากหนังสือ “นิราศสุพรรณ” ซึ่งเดินทางมาที่จังหวัดสุพรรณบุรี และได้ผ่านสามชุก ในปี พ.ศ. 2379 ขึ้นมาเอ่ยถึงทุกครั้ง ที่กล่าวถึงความเป็นมาของสามชุกว่า

ถึงนามสามชุกถ้ำ	ป่าดง
เกรียงไรได้ฟ้ายลง	แลกล้ำ
เรือค้าพำนั้งคง	คอยเกรียงเรียงเอย
รายจอดทอดทำน้ำ	นับฝ้ายขายของฯ

(โคลงนิราศสุพรรณฯ พ.ศ. 2379)

นอกจากนั้น ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ ยังระบุว่าสามชุกเป็นเมืองท่าที่มีการค้าขายทางน้ำที่เป็นศูนย์รวมของเรือสินค้าซึ่งมาจากหลากหลายที่ จอดเรียงรายกันเพื่อจำหน่ายสินค้าที่บรรทุกมากับเรือ และจากคำประพันธ์นี้เอง ที่เป็นหลักฐานยืนยันได้ว่าสามชุกมีมาก่อนปี พ.ศ. 2379 จวบจนปัจจุบันมีอายุกว่า 100 ปีแล้ว (อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล, รายการโทรทัศน์ “รวมพลังสร้างสุข”, 2547)

นอกจากนี้ข้อมูลในหนังสือ “สืบสานงานศิลป์ ถิ่นสามชุก” ยังได้บันทึกเรื่องราวของสามชุกในอดีตด้วยว่า เมื่อประมาณ 100 กว่าปีที่ผ่านมา บริเวณทำน้ำแถวนี้จะเป็นย่านตลาดทางน้ำ ที่มีการค้าขายกันตั้งแต่ริมน้ำออกไปถึงกลางแม่น้ำ มีพ่อค้า แม่ค้าที่มาทางเรือ และชาวบ้านที่อาศัยอยู่ใน

ละแวกนั้นแวะเวียนไปหาสิ่งของตามต้องการมากมาย แต่ตลาดน้ำแห่งนี้แน่นไปด้วยผู้คน และลำเรือที่มารอแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน

เนื่องจากชุมชนริมแม่น้ำแห่งนี้เป็ย่านการค้าทางน้ำขนาดใหญ่ ของแม่น้ำฝั่งตะวันตก เป็นศูนย์กลางของเรือที่บรรทุกสินค้ามาแลกเปลี่ยนสินค้ากันจากผู้คนหลากหลายมีทั้งชาวกระเหรี่ยง ลาว ละว้าที่นำเกวียนบรรทุกของป่ามาขายแลกเปลี่ยนสินค้าจากชาวเรือ เช่น เกลือ ปูน ส่วนชาวบ้านก็นำพืชผลจากป่า เช่น ฝ้าย แร่ ไม้ฝาง หนังสัตว์ ชันซ้อ น้ำมันยาง สมุนไพร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเรือรับส่งข้าวจากโรงสีต่างๆ ทำให้แต่ละวันมีเรือมาจอดเรียงรายกันมากมาย โดยมีจุดแลกเปลี่ยนอยู่ที่บ้านท่ายางตรงข้ามกับวัดสามชุก ซึ่งเป็นท่าเรือแรกที่เป็นท่าขนส่งสินค้าที่ใหญ่ที่สุด

ต่อมาตลาดน้ำแห่งนี้ มีการค้าขายมากขึ้น ทำให้ขยายตัวกว้างไกลออกไป จนเกิดเป็นท่าใหม่ที่บ้านสามเพ็ง ซึ่งเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำสุพรรณบุรี มีกลุ่มชาวบ้านอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จากการสันนิษฐานว่าอาจจะเป็น ชาวกระเหรี่ยง ชาวลาว ชาวจีน และชาวมอญ ที่เข้ามาหาซื้อสิ่งของ แล้วตั้งรกรากอยู่บริเวณพื้นที่ริมแม่น้ำที่บ้านสามเพ็งแห่งนี้ ต่อมาเมื่อมีผู้คนสัญจรไปมามากขึ้น ชาวเรือต่างๆ ก็เข้ามาค้าขายกลายเป็นย่านการค้าขนาดใหญ่ขึ้น ในช่วงนั้นมีการเปลี่ยนระบบการค้าขายจากระบบเดิมเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างของต่อของ เป็นระบบใหม่ที่มีการนำเงินตราหรือเบี้ยมาเป็นสื่อขายแลกเปลี่ยนสินค้าแทน เนื่องจากกระแสการพัฒนาของประเทศมีผู้คนเริ่มรู้จักการใช้จ่ายด้วยเงินตราหรือเบี้ย ซึ่งต่อมาได้หันมาค้าขายด้วยวิธีการซื้อขายแบบนี้อย่างเต็มรูปแบบ

สำหรับที่มาของสามชุกนั้น ในหนังสือ “บันทึกนิทานพื้นบ้านย่านสุพรรณ” ได้บันทึกไว้ว่า คำว่า “สามชุก” มาจากการรวมคำของคนในสมัยนั้น เนื่องจากการค้าขายในสมัยนั้น มีผู้คนชาวเรือจากทั่วสารทิศเดินทางมาร่วมค้าขาย แลกเปลี่ยนกัน ณ จุดบริเวณนี้ ตามทิศทางของแม่น้ำที่ไหลมาจากทิศเหนือ ทิศใต้ ทิศตะวันตก มาบรรจบกันเป็นทางสามแพร่ง จึงเป็นที่มาของชื่อเรียกชุมชนที่เป็นท่าเรือค้าขายว่า “สามแพร่ง” ต่อมาคำว่าสามแพร่งได้เพี้ยนตามการออกเสียงของชาวจีนที่มาค้าขายอยู่ที่นี้ว่า สามเพ็ง และสามเพ็ง บ้างก็ออกเสียงเพี้ยนเป็น ลำเพ็ง และมีเรื่องเล่าต่อว่าในช่วงระหว่างรอคอยสินค้า ผู้ค้าชาวเรือจะอาศัยเวลาวางเข้าป่าไปตัดไม้ไผ่มาสานเป็นภาชนะที่เรียกว่า กระชุก หรือ สี่ชุก ที่เป็นภาชนะขนาดใหญ่สำหรับใส่สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ข้าว และฝ้าย ชาวบ้านส่วนใหญ่จะนำมาใช้จ่ายตลาด จนทำให้มีการเรียกชื่อชุมชน ที่เกิดจากการประสมคำจนเป็นที่มาของชื่อ “สามชุก” ในปัจจุบัน

จากเอกสารการประกอบการสัมมนา “การท่องเที่ยวนิเวศ การท่องเที่ยวชุมชน” ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับสามชุกเช่นกัน โดยได้กล่าวถึงที่มาของสามชุกอีกว่า

“ในส่วนของ การปกครองนั้น ก่อนที่จะมีอำเภอสามชุก ตามหลักฐานเดิมมีชื่อว่า “อำเภอนางบวช” โดยมีการจัดตั้งเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2437 โดยมีขุนพรหมสุภา (บุญรอด) เป็นนายอำเภอ ในสมัยนั้นใช้บ้านพักในอำเภอเป็นสถานที่ราชการ ต่อมาปี พ.ศ. 2440 หมื่นยงพ่าย เป็นนายอำเภอ จึงให้ตั้งชื่ออำเภอกว่า “อำเภอนางบวช” และในปี พ.ศ. 2454 กระทรวงมหาดไทย ประกาศยกฐานะอำเภอทางฝ่ายเหนือของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีหลวงปราบประจันต์ราชภูริ (ใหม่ บุญยบุตร) เป็นนายอำเภอนางบวชสมัยนั้น ได้มีการย้ายที่ว่าการ “อำเภอนางบวช” มาอยู่บริเวณหมู่บ้านสามเพ็ง ตำบลสามชุก และในปี พ.ศ. 2457 มีการเปลี่ยนชื่อ “อำเภอนางบวช” เป็น “อำเภอสามชุก” เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อตำบลสามชุกมาจนถึงปัจจุบันนี้” (เอกสารการประกอบการสัมมนา “การท่องเที่ยวนิเวศ การท่องเที่ยวชุมชน” , 2548 หน้า 47)

ตลาดสามชุกในอดีตมีความเจริญรุ่งเรืองขึ้นตามลำดับ หลังจากที่กระแสการพัฒนาของประเทศแผ่ขยายออกสู่ชนบทรอบนอก เนื่องจากรัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการทำเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนา ปลูกข้าว และได้ตระหนักเห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ทำนามลิตข้าวที่สำคัญ มีแหล่งน้ำธรรมชาติ และคลองชลประทานที่อุดมสมบูรณ์ และอยู่ไม่ไกลกรุงเทพฯ ทำให้หน่วยงานของรัฐเลือกที่จะเข้ามาสนับสนุนการทำนา ปลูกข้าวในพื้นที่ใกล้บริเวณริมแม่น้ำสุพรรณบุรี ประกอบกับบ้านสามเพ็งมีทำเลขนาดใหญ่ เหมาะสมแก่การเป็นท่าค้าขาย ขนส่งลำเลียงข้าว และสินค้าอื่นๆ ลงเรือเพื่อนำไปขายที่อื่นต่อ ทั้งนี้จึงทำให้ท่าเรือที่บ้านสามเพ็ง เป็นท่าเรือขนส่งที่สำคัญ และได้นำความเจริญเข้ามาสู่ชุมชนมากมาย

ระยะเวลาต่อมาริมแม่น้ำสุพรรณแห่งนี้ได้กลายเป็นแหล่งทำนาที่สำคัญ จึงทำให้มีโรงสีขนาดใหญ่ขึ้นหลายแห่ง ทำให้ท่าเรือบ้านสามเพ็ง หรือตลาดสามชุกในปัจจุบัน ได้กลายเป็นตลาดค้าข้าวที่สำคัญ และมีการค้าขายสินค้าต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้ตลาดริมน้ำแห่งนี้ไม่จำกัดอยู่เฉพาะริมน้ำเท่านั้น แต่ขยายมาถึงบนฝั่ง สภาพของตลาดเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะของชุมชน ผู้ที่อาศัยอยู่เดิมเริ่มขยับขยายปลูกบ้านเรือนที่มั่นคงกว่าเดิม มีการปลูกบ้านเรือนของผู้คนที่เข้ามาอยู่อาศัย โดยปลูกลักษณะเป็นบ้านเรือนแถวทำด้วยไม้สองชั้น ตั้งเรียงรายขนานกันไป 2 ฝั่ง มีถนนเล็กๆ เป็นซอยคั่นกลาง สำหรับให้ผู้คนเดินสัญจรจับจ่ายซื้อของไปมาสวนกันได้ แต่ละบ้านจะประกอบอาชีพค้าขาย ทั้งนี้พื้นดินที่ปลูกบ้านเป็นไปตามกรรมสิทธิ์ที่ดิน ทำให้เจ้าของบ้านแต่ละหลังไม่มีสิทธิ์ครอบครองพื้นที่ดินโดยตรง ซึ่งบ้านไม้แต่ละแถวจะมีเจ้าของที่ดินเป็นผู้ให้เช่า ตามข้อมูลในหนังสือ “สืบสานงานศิลป์ถิ่นสามชุก” ที่ได้สรุปเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกไว้ว่า



“พื้นที่ตลาดสามชุกในสมัยเริ่มแรกนั้นประกอบด้วย 4 ซอยที่ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำ โดยแต่ละซอยจะมีเจ้าของ ซึ่งเป็นผู้ค้าขายรายใหญ่ฐานะร่ำรวยเข้ามาบุกเบิกปลูกบ้านเป็นเรือนแถวไม้สองชั้นสำหรับให้เช่า และเปิดกิจการค้าขายของตน ให้เจ้าของเป็นผู้ดูแลปกครองพื้นที่แต่ละซอย โดยพื้นที่ซอย 1 และห้องแถวริมน้ำเป็นของเจ้าแก้วเปี้ยว แซ่เจ็ง เปิดเป็นตลาดเจ้าแก้วเปี้ยว และด้านบนมีห้องให้เช่าสำหรับอาศัย พื้นที่ซอย 2 ของนายสุข แซ่เฮง ต่อมาได้รับตำแหน่งเป็นนายอากรคนแรกของสามชุกมีหน้าที่เก็บภาษีอากรของประชาชน และได้รับแต่งตั้งเป็นขุนจ่านางจันนารักษ์ ตำแหน่งกรมการพิเศษจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งพื้นที่ริมน้ำ ซอย 1 และซอย 2 เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีหน่วยงานราชพัสดุ กรมธนารักษ์เป็นผู้ดูแล ผู้อาศัยต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายปี แต่พื้นที่ซอย 3 และ ซอย 4 เป็นพื้นที่ของเอกชน มีเจ้าแก้วเนียม แซ่ไคว้ว หรือเจ้าแก้วเนียมเป็นเจ้าของ และดูแลผู้อาศัยไม่ต้องจ่ายค่าเช่า ชื้อบ้านแล้วได้เป็นเจ้าของตามกรรมสิทธิ์”

ในสมัยนั้นตลาดสามชุกเจริญรุ่งเรืองมาก เป็นศูนย์กลางทางการค้าขายแห่งเดียวในเขตพื้นที่อำเภอสามชุก ทำให้ชาวบ้านในเขตพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ หนองหญ้าไซ ท่าช้าง หนองผักนาก หนองโโรง บ้านสระ เป็นต้น เข้ามาซื้อของ ขายของกันที่ตลาดแห่งนี้ ทำให้การค้าขายได้กำไรดี ทางกรมจึงกำหนดให้มีการเก็บภาษีอากร เพื่อเป็นรายได้ของประเทศ โดยเฉพาะภาษีอากรสุรา ทำให้มีการแต่งตั้งนายอากรคนแรกของอำเภอสามชุกขึ้น คือ นายสุข แซ่เฮง ซึ่งเป็นชาวตลาดสามชุก เนื่องจากเป็นผู้ที่ทำการค้าขายที่เจริญรุ่งเรืองไปถึง 6 อำเภอ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ประกอบกับเป็นคนดี มีเมตตาช่วยเหลือผู้ตกทุกข์ได้ยาก เป็นผู้นำชุมชน มีคุณงามความดี ต่อมาท่านจึงได้รับบรรดาศักดิ์ เป็น ขุนจ่านางจันนารักษ์ ตำแหน่งกรมการพิเศษจังหวัดสุพรรณบุรี และได้รับศักดินา 400 ไร่ จากพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เมื่อปี พ.ศ. 2474 เมื่อรัฐบาลประกาศยกเลิกการอุปถัมภ์ ท่านจึงหันมาทำสวนทำไร่ และเสียชีวิตลงเมื่อ พ.ศ. 2517 รวมอายุได้ 83 ปี (ข้อมูลจากหนังสือ “สืบสานงานศิลป์ ถิ่นสามชุก, 2547, หน้า 15)

สำหรับประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในสมัยนั้น จากหลักฐานไม่มีปรากฏชัดเจน เนื่องจากเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก มีอายุกว่า 100 ปี ทำให้ข้อมูล หลักฐานต่างๆ จึงเป็นเพียงคำบอกเล่าของคนรุ่นเก่าที่สันนิษฐานว่า ผู้ที่มาอาศัยอยู่ที่ตลาดสามชุกในสมัยนั้นน่าจะเป็นชาวจีน เพราะมีวัฒนธรรมชอบค้าขาย ประกอบกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ที่ระบุว่าในช่วงเวลานั้นตรงกับสมัยของรัชกาลที่ 2 และรัชกาลที่ 3 มีชาวจีนอพยพเข้ามาในไทยเป็นจำนวนมาก ตามกระแสการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และได้ตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทยตามพื้นที่ต่างๆ

โดยประกอบอาชีพค้าขาย จนมีฐานะมั่งคั่ง ขยับขยายกิจการและอยู่กับสังคมไทยมาจนถึงปัจจุบัน (วารุณี โอสถารมย์, 2547, หน้า 196)

ตลาดสามชุกจึงกลายเป็นตลาดหรือชุมชนของชาวจีนไปโดยปริยาย จากความทรงจำของคนรุ่นเก่าที่บันทึกไว้ในเอกสารต่าง ๆ ระบุว่า ในสมัยนั้นคนในชุมชนตลาดสามชุกมีคนไทยแท้ๆไม่กี่คน และด้วยความเป็นชุมชนของชาวจีน ทำให้เกิดขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อและพิธีกรรมต่างๆ ของชนเชื้อสายจีน และสิ่งที่ยืนยันได้คือหลักฐาน “การสร้างศาลเจ้า” ซึ่งสร้างขึ้นภายหลังจากที่สภาพตลาดมีความมั่งคั่งอยู่ตัวแล้ว ชาวตลาดจึงได้ร่วมกันสร้างศาลเจ้าขึ้นในปี พ.ศ. 2467 เพื่อเป็นศาสนสถานของชาวจีน โดยอัญเชิญ “เจ้าพ่อหลักเมือง” จากที่เดิมอยู่ที่หน้าวัดสามชุกมาสถิตที่ศาลเจ้าของชุมชนตลาดสามชุกแห่งนี้ เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เพื่อคุ้มครองและปกป้องรักษาให้ชาวตลาดสามชุกอยู่เย็นเป็นสุข ประกอบกิจการค้าขายดีมีกำไร แคล้วคลาดจากภัยอันตราย จากคำบอกเล่าของชาวบ้านในชุมชน กล่าวถึงความศักดิ์สิทธิ์ของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองว่า

“ครั้งหนึ่งเคยเกิดเหตุการณ์ไฟไหม้ที่ตลาดสามชุก ชาวบ้านได้ไปบนบานบอกเจ้าพ่อ ให้ไฟสงบลงไปลูกหลานต่อ โดยขอท่านให้ช่วยแล้วจะนำการแสดงงิ้วมาถวายทุกปี ไฟก็ไม่ลุกกลามสามารถช่วยกันดับได้ไม่เกิดความเสียหายมาก ตั้งแต่นั้นมาทุกปีก็จะนำงิ้วมาแสดงปีละ 2 ครั้ง โดยกำหนดวันตามปฏิทินจีนที่นับเดือนแรกจากตรุษจีน ครั้งที่ 1 ช่วงต้นปีคือเริ่มเดือนพฤษภาคม และครั้งที่ 2 ในช่วงเดือนมกราคมของทุกปี ประเพณียังคงกระทำอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และสำหรับปี 2549 นี้ มีการแสดงงิ้วครั้งที่ 1 ของปีตรงกับแรม 10 ค่ำ เดือน 6 หรือวันที่ 22 พฤษภาคม 2549 การแสดงจัดขึ้นที่สมาคมชาวจีนของชุมชน”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย - สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549 )

จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองได้ตั้งอยู่ระหว่างซอย 2 กับซอย 3 หน้าออกไปยังแม่น้ำสุพรรณบุรี ตรงบริเวณทางลงท่าเรือพอดี เพื่อเป็นที่สักการะบูชาของผู้คนที่สัญจรไปมา ทั้งชาวเรือ และผู้โดยสารจะได้กราบไหว้ขอพรให้เจริญรุ่งเรือง และขอพรให้เดินทางโดยสวัสดิภาพปลอดภัย ซึ่งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวตลาดสามชุกเรื่อยมา

ตลาดสามชุกในอดีต เมื่อประมาณ 50 ปีที่ผ่านมา ยังพบว่า เป็นตลาดที่เจริญรุ่งเรืองมาก จากข้อมูลในวารสาร “ชุมชนไท” ได้บันทึกคำบอกเล่าของชาวบ้านที่ได้เห็นสภาพของชุมชนในขณะนั้นมีใจความว่า ความเป็นอยู่ของชาวชุมชนสมัยนั้น ส่วนใหญ่ชาวบ้านประกอบอาชีพค้าขาย แต่ละบ้านจะเปิดเป็นร้านของตัวเอง เช่น ร้านถ้ำยรูป ร้านขายยา ร้านเสริมสวย ร้านขายเครื่องนอน ร้านขายผ้า

และอุปกรณ์ตัดเย็บ ร้านเสื้อผ้า ร้านขายของชำ เป็นต้น ในบริเวณถนนเลียบบนที่ หน้าซอย 1 ซอย 2 บริเวณตลาดริมน้ำ ก็จะมีของขายทั้งที่เปิดเป็นร้านประจำในตลาดขายอาหารสด และแผงลอยวางขาย ของริมทางเดินโดยเฉพาะของกินมากมายตั้งเรียงต่อกันเต็มไปหมดตลอดแนวถนน แต่ละวันมีผู้คนเดินซื้อของแน่นตลาดทุกวัน ผู้คนที่มาลงเรือขึ้นเรือ ก็จะเดินลัดเลาะหาของกิน ของใช้กัน ทำให้ตลาดคึกคักมาก พ่อค้า แม่ค้าขายของได้กำไรแต่ละวันเป็นจำนวนมาก นับว่าเป็นยุคที่ตลาดเจริญรุ่งเรืองมาก ดังคำให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการฯ ท่านหนึ่ง เล่าให้ฟังว่า

“ตอนนั้นตลาดคนเดินกันเต็ม แน่นตลาดทั้งวัน พ่อค้า แม่ค้า ขายของกันไม่ได้หยุด ไม่มีเวลาได้พักผ่อนชั่วขณะเลย อย่างร้านขายของชำร้านโชคนิมิต ต้องขึ้นไปยืนบนเก้าอี้ขายของ เพราะคนแน่นร้านเลย ยิ่งถึงหน้าฤดูมะม่วงสุก แม่ค้าขายข้าวเหนียวจะนั่งข้าวเหนียววันละกระสอบ ขายดีมาก เศรษฐกิจของตลาดสามชุกช่วงนั้นเจริญมาก พ่อค้า แม่ค้าขายของได้กำไรหมุนเวียนทุกวัน ทำให้เกิดธนาคารรอบๆ ชุมชนถึง 7 แห่ง เป็นเครื่องยืนยันได้ว่าสามชุกมีแต่คนรวย”

(อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล - สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2549)

นอกจากนี้ ในวารสาร “ชุมชนไท” ได้บันทึกคำบอกเล่าของ ลุงสำราญ กลิ่นหอมหวล เจ้าของโรงแรมแห่งแรกในตลาดสามชุกไว้ว่า

“ในสมัยก่อนในแต่ละวันมีเรือมาจอดเทียบท่าตลาดสามชุกเป็นจำนวนมาก คึกคักมาก อย่างเช่น เรือสินค้าของบริษัทสุพรรณขนส่ง จำกัด แต่สมัยนั้นสามชุกยังไม่มีที่พัก ก็เลยดัดแปลงบ้านห้องแถวเปิดเป็นโรงแรม ชื่อว่า โรงแรม “สำราญรมย์” เป็นโรงแรมแห่งแรกของสามชุก สมัยนั้นค่าพักต่อคืนเพียง 12 บาท ชั้นล่างของโรงแรม ก็เปิดเป็นร้านขายกาแฟ ขายชา ซึ่งมีคนใช้บริการมาก ทั้งคนที่มาพักและชาวบ้านแถวนั้น” (ข้อมูลจากวารสาร “ชุมชนไท”, 2547, หน้า 37)

ต่อมาธุรกิจโรงแรมดี มีคนเดินทางมาพักเป็นจำนวนมาก มีคนพักเต็มเกือบทุกห้อง ส่วนใหญ่คนที่มาจะพักเป็นเซล์ลีย์ขายของจากต่างจังหวัด เพื่อมาขายของที่นี่ เตี่ยของแปะchim พิศิษฎ์ สิริภิญโญ จึงเปิดโรงแรมที่ 2 ของสามชุก คือ โรงแรมอุดมโชค ในซอย 2 ถัดจากโรงแรมสำราญรมย์ไป 2 คูหา ปัจจุบันเป็นของแปะchim พิศิษฎ์ สิริภิญโญ ที่มีอายุ 85 ปีแล้ว เมื่อราวๆ 10 ปีที่ผ่านมา ยังเปิดให้บริการอยู่ในราคา 150 – 200 บาท (ข้อมูลจากหนังสือ สืบสานงานศิลป์ ถิ่นสามชุก, 2547, หน้า 27)

ความสำคัญของตลาดสามชุก ไม่เพียงแต่เป็นเมืองท่าสำคัญเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งขนมหวาน อาหารอร่อยอยู่เป็นจำนวนมาก จากข้อมูลในวารสารชุมชนไท ได้ให้รายละเอียดไว้ว่า เมื่อราวๆ

50 ปีที่ผ่านมา ตลาดสามชุก เป็นย่านที่มีอาหารทั้งคาว และหวานมากมาย เช่น น้ำพริกและพริกแกงของแม่กิมลั้ง สุนัขชื่อสัตย์ ที่ทำมากกว่า 50 ปี เป็นน้ำพริกและพริกแกงที่ไม่ใส่สารกันบูด สารเจือปนใดๆ ทั้งสิ้น จึงทำให้เป็นที่นิยม และเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีร้านก๋วยเตี๋ยว “ปะหมี่เจ๊กอ้าว” ซึ่งเป็นที่กล่าวขานของชาวสามชุกและคนทั่วไปที่ได้ลิ้มลอง ว่าเป็นก๋วยเตี๋ยวที่อร่อยที่สุดในตลาดสามชุก เนื่องจากเป็นร้านปะหมี่ที่ทำเส้นปะหมี่ หมูแดง เครื่องผสมเอง ทำให้เส้นปะหมี่มีลักษณะไม่เหมือนใคร เป็นเส้นปะหมี่ที่เหนียวนุ่ม อีกทั้งน้ำซุ่ยยังหอมหวาน และมีรสชาติอร่อย เปิดขายมากกว่า 70 ปีแล้ว

ส่วนของหวานที่ขึ้นชื่อของตลาดสามชุกในสมัย 50 ปีที่แล้ว ได้แก่ ขนมอร่อยของป่าแม่ที่ทำข้าวเม่าขาย แป้งข้าวเม่าของป่าแม่จะกรอบมาก เด็กๆ จะชอบมาขอกินแป้งกรอบๆ ประจำ แล้วก็ยังมีขนมถ้วย ที่มีรสชาติขนมไทยแท้ๆ ขนมเทียน ขนมแข่ง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ขนมเปียะ ฯลฯ ของยายทิวา กลิ่นหอมหวล ที่ทำขนมหวานอร่อยได้ไม่แพ้กัน และถือเป็นต้นตำรับของขนมหวานอาหารอร่อยของตลาดสามชุกเลยทีเดียว

นอกจากนี้ อาหารที่ขึ้นชื่อของตลาดสามชุก ที่ปัจจุบันหารับประทานได้ยากแล้ว นั่นคือ แกงบวณ ของป่าระเบียบ ยิ่งเจริญ แกงบวณเป็นอาหารไทยโบราณที่คนส่วนใหญ่ได้กินแต่ชื่อและไม่ค่อยได้ลิ้มลองรสชาติ เพราะไม่สามารถหาซื้อได้ตามตลาดทั่วไป เนื่องจากมีกระบวนการทำที่ค่อนข้างยุ่งยาก ต้องใช้เครื่องปรุงเครื่องเทศมากมาย รวมทั้งการปรุงต้องใช้เวลาาน แต่เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ประกอบด้วย เครื่องในหมูต้ม หมูสามชั้น แถมด้วยปลาอินทรีทอดไขก และกุ้งแห้ง มีส่วนผสมของเครื่องแกง ประกอบด้วย หอมเผา กระเทียมเผา ข่า ตะไคร้ พริกไท เพิ่มสีส้มด้วยใบไม้สีเขียว อาทิ ใบมะกรูด ใบมะดัน และเครื่องปรุงรสชาติ น้ำตาลปีบ น้ำมะขามเปียก น้ำปลา ถ้าเอ่ยถึงแกงบวณทุกคนจะต้องนึกถึงป่าระเบียบ เพราะเป็นต้นตำรับแกงบวณคนเดียวในตลาดสามชุก (ข้อมูลจากวารสาร “ชุมชนไทย”, 2547, หน้า 47-48)

เมื่อกาลเวลาผ่านไปสิ่งต่างๆ ย่อมผันแปรตาม ชุมชนตลาดสามชุกแห่งนี้ ที่เคยเจริญรุ่งเรืองทางน้ำ ต้องพบกับสภาพความเปลี่ยนแปลง เมื่อกระแสการพัฒนาพาความเจริญ เข้ามาเยือนในชุมชน มีการสร้างถนนหนทาง เชื่อมต่อหัวเมืองต่างๆ หลายสาย ทำให้ผู้คนที่ต้องเดินทางสัญจรเข้าเมืองมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ท่าเรือ ณ ตลาดสามชุกเริ่มหมดความสำคัญ ผู้คนเริ่มจางหาย ตลาดที่เคยคึกคักกลายเป็นตลาดร้างไม่มีผู้คนสัญจรไปมาเหมือนเก่า อีกทั้งสภาพบ้านเรือนก็เก่าตามกาลเวลา ทำให้กรรมกรักษ์ ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินในบริเวณซอย 1 ซอย 2 และตลาดริมน้ำ พิจารณาเห็นควรให้มีการรื้อบ้านไม้ที่เก่าคร่ำคร่าออกไป แล้วเสนอให้มีการสร้างเป็นอาคารตึกที่มีความมั่นคงกว่าขึ้นมาทดแทน



แต่อย่างไรก็ตามชาวตลาดสามชุกก็ได้มองเห็นคุณค่าในรากฐานของตนเอง จึงเลือกที่จะร่วมกันฟื้นฟูบ้านเก่าแทนการรื้อทำลายไปสร้างบ้านใหม่อย่างที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ ด้วยเหตุนี้ รศ.ศรีศักร วัลลิโภดม นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ จึงกล่าวว่า “สามชุก” คือได้แซนด์วิชที่ยังเหลืออยู่ ตามความหมายคือ ขณะที่ความเจริญทำให้พื้นที่ต่างๆ ทั่วฟ้าเมืองไทย ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยใหม่ แต่สามชุกกลับไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความทันสมัยนั้น และยอมเป็นชุมชนเล็กๆ ที่ยังอนุรักษ์สภาพของชุมชนไว้ให้คงอยู่ในสภาพเดิมต่อไป จึงเปรียบได้กับได้แซนด์วิช ที่ยังหลงเหลืออยู่ ท่ามกลางความทันสมัยที่ปกคลุมล้อมรอบชุมชนแห่งนี้ไว้

ชุมชนตลาดสามชุก มีพื้นที่กว้าง แต่ในส่วนของทางชุมชนแบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว คือ บริเวณที่เรียกว่า “ตลาดร้อยปี” ซึ่งประกอบด้วย 4 ซอย เนื่องจากสภาพบ้านเรือนในบริเวณ 4 ซอยนี้ ยังคงรักษาสภาพความเป็นบ้านไม้เดิมมากที่สุด และเป็นตลาดเก่าที่มีมาแต่เดิม บริเวณด้านข้างถัดออกไป ก็มีลักษณะเป็นบ้านไม้ แต่มีปัญหาในเรื่องกรรมสิทธิ์ครอบครอง จัดการยาก ดังคำพูดของคุณพงษ์วิน ว่า

“ทำไมไปรื้อเมทแค่ 4 ซอย เพราะตลาดเก่ามี 4 ซอย ตรงตลาดแม่จู้ มีการแบ่งมรดกยุ่ง ก็เลยเอาเท่านั้นก่อน”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

ตลาดสามชุก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นจุดเด่นดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการขนานนามและตั้งเป็นคำขวัญว่า “สามชุกตลาดร้อยปี ชมวิถีชุมชนดั้งเดิม ศึกษาประวัติศาสตร์ ดูสถาปัตยกรรมโบราณ ชิมอาหารรสเด็ด”

จุดเด่นที่สำคัญของตลาดสามชุก คือ พิพิธภัณฑ์ตลาดมีชีวิต หรือบ้านพูดได้ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในซอยต่างๆ ภายในตลาดร้อยปีสามชุก เนื่องจากบ้านแต่ละหลังมีเรื่องราวชีวิตของผู้คน ที่เคยอยู่อาศัยมาตั้งแต่อดีต ได้แก่

พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจ่านางจันารักษ์ เป็นอาคาร 3 ชั้น เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่รวบรวมข้อมูลของชุมชน ตั้งแต่ประวัติความเป็นมาของชุมชน ประวัติของบ้านและเจ้าของ โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน โดยภายในบ้าน 3 ชั้น มีการแสดงข้อมูล ประกอบด้วย

ชั้นที่ 1 จัดแสดงเกี่ยวกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของสามชุก ความเป็นมาของตลาดสามชุก วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วยภาพวาดและคำบรรยายทางประวัติศาสตร์ โมเดลตลาด ภาพวาดและคำบรรยายร้านค้าที่เป็นจุดเด่นของชุมชน เป็นต้น



ขั้นที่ 2 จัดแสดงวิถีชีวิตของท่านขุนจ๋านงจ๋ินารักษ์ โดยมีเครื่องเรือนของขุนจ๋านงจ๋ินารักษ์ที่ทายาทบริจาค และสิ่งของเครื่องใช้โบราณของชาวบ้านในชุมชน เช่น ชุดรับแขก รูปถ่าย ถ้วยชามสังคโลก ข้าวของเครื่องใช้ในห้องนอน เป็นต้น พร้อมกับมีคำบรรยายประกอบสิ่งของเหล่านั้น เพื่อให้ทราบประวัติความมาของสิ่งของแต่ละชิ้น

ขั้นที่ 3 จัดแสดงภาพวาดของนักศึกษาจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง ที่เข้ามาศึกษาเรียนรู้สถาปัตยกรรมภายในชุมชน และได้วาดภาพลักษณะของอาคารบ้านเรือนและสถานที่ต่างๆ ภายในชุมชน และมอบให้กับทางชุมชนไว้ใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ บริเวณชั้น 3 ยังใช้เป็นสถานที่ประชุมหรือบรรยายเมื่อมีกลุ่มผู้สนใจติดต่อเข้ามาศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดนิทรรศการหมุนเวียนตามวันสำคัญ หรือเทศกาลต่างๆ

ในทุกๆ วันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุด จะมีมัคคุเทศก์น้อยคอยให้บริการต้อนรับ และพาชมบริเวณบ้านพิพิธภัณฑ์ พร้อมบอกเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชน และประวัติของบ้านขุนจ๋านงจ๋ินารักษ์แห่งนี้ด้วย

นอกจากนี้ บ้านเรือนในตลาดสามชุก แต่ละหลังยังมีเรื่องราวความเป็นมาตั้งแต่อดีต ที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ ซึ่งมีทั้งการจัดแสดงโชว์ข้าวของเครื่องใช้ ที่เจ้าของบ้านเก็บรักษาไว้เป็นอย่างดี และสามารถบอกเล่าเรื่องราวของสิ่งเหล่านั้นได้ เช่น แหล่งรวมร้านขายนาฬิกาโบราณในซอย 1 ซึ่งมีร้านขายนาฬิกาเก่าแก่ โบราณอยู่หลายร้าน แต่ละร้านเปิดขายมานานหลายสิบปี

ร้านกาแฟโบราณที่ซอย 1 ร้านนี้มีชื่อเสียงมากกว่า 80 ปี แต่ละวันจะมีลูกค้าหมุนเวียนเข้ามานั่งดื่มกาแฟ และจับกลุ่มพูดคุยกัน ซึ่งมีตั้งแต่วัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ แบ่งโซนที่นั่งตามมุมของแต่ละวัย สิ่งที่น่าสนใจร้านนี้เจ้าของร้านได้ทำการคั่วกาแฟเอง มีทั้งอาราบิก้า โรบัสต้า สูตรกาแฟโบราณยังใช้เครื่องคั่วกาแฟแบบดั้งเดิม ซึ่งจะคั่วให้เห็นทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ ที่บริเวณท่าน้ำ สำหรับกาแฟโบราณเปิดขายมาตั้งแต่ราคา 3 สตางค์ 5 สตางค์ จนถึงปัจจุบันแก้วละ 10 บาท

ร้านถ่ายรูป “ศิลป์ธรรมชาติ” ที่ซอย 3 เป็นร้านเก่าแก่เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี 2493 หรือกว่า 55 ปีมาแล้ว เวลานั้นสามชุกยังไม่มีไฟฟ้าใช้เวลาถ่ายภาพต้องอาศัยแสงแดดช่วย กล้องที่ยังใช้จนถึงปัจจุบันยังเป็นกล้องไม้ที่นำเข้ามาจากเยอรมันี่ ราคา 8,000 บาท เจ้าของร้านปัจจุบันบอกว่า ยังใช้อุปกรณ์ดั้งเดิมมีห้องมืด มีฉากและเครื่องแต่งกายในอดีตครบชุด ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวสวมใส่และถ่ายรูปได้

ร้านขายยาจีน และสมุนไพรไทยที่ซอย 3 และซอย 4 รักษาโรคให้กับคนทั่วไป ในสมัยที่การแพทย์ยังไม่แพร่หลายมากนัก และโรงพยาบาลก็อยู่ห่างไกล บรรยายอากาศภายในร้านอบอวนไปด้วยยาไอศกรีมสมุนไพรนับพันชนิด มีदनหน้าโบราณ เครื่องชั่งลิ้นชักใส่ยา ลูกคิด และครกตำยา ล้วนเป็นของดั้งเดิม คุณสุวิภา เหลืองศรีดี เป็นผู้สืบทอดตำรายาไทยโบราณจากผู้เป็นพ่อ อาศัยการคัดลอกตำรายาต่างๆ ด้วยการท่องจำ และความชำนาญในการจัดยา ตามตำรา และใบสั่งยา จากแพทย์โบราณที่สั่งสมมา ทำให้ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยว แวะเวียนมาที่ร้านแห่งนี้ เพื่ออุดหนุนยาสมุนไพรไปรักษาโรคต่างๆ เพิ่มขึ้นทุกวัน

นอกจากนี้ ตลาดสามชุกในปัจจุบัน ยังเป็นแหล่งรวมของอาหารอร่อย และขึ้นชื่อ ได้แก่ ร้านบะหมี่เจ๊กอ่าว ที่ทำเส้นบะหมี่ หมูแดง เครื่องส่วนผสมเอง เปิดมานานกว่า 70 ปี เกล็ดลักษณะที่สำคัญของร้านนี้คือ การเก็บรักษาเส้นบะหมี่ที่จะใส่ไว้ในลิ้นชัก เวลาทำก๋วยเตี๋ยวแต่ละชามก็จะดึงลิ้นชักหยิบเส้นขึ้นมา

ร้านข้าวห่อใบบัว ซึ่งเป็นอาหารที่เรียกความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากปัจจุบันหารับประทาน ได้ยาก สำหรับร้านนี้ทำตามสูตรดั้งเดิม ใส่ส่วนผสมเครื่องเคียงได้นำรับประทาน เวลารับประทานพร้อมกับน้ำอาดจาด นับได้ว่าเป็นอาหารที่มีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก และยังขายก๋วยเตี๋ยวยำบัก อาหารสุขภาพที่มีรสเด็ดถูกปากของผู้ที่อยากทานของแปลกใหม่ ปัจจุบันร้านตั้งอยู่บริเวณริมน้ำ ตรงบริเวณทางลงสะพานพรประชา เปิดขายเป็นประจำทุกวัน

นอกจากนี้ยังมีอาหาร และขนม สำหรับเป็นของฝากที่มากมาย ได้แก่ น้ำพริกแม่กิมลั้ง ที่ขายน้ำพริกนานาชนิด, มีเปิดอย่างจำเจิด, ปลาสด “พีจีต”, ขนมเบื้องโบราณ, ขนมไข่ ขนมหวาน และอื่นๆ อีกมากมาย ที่มีให้เลือกซื้อ เลือกชิมได้ตาม 2 ข้างทางตั้งแต่บริเวณทางเข้าตลาด จนถึงหน้าศาลเจ้าพ่อหลักเมือง หน้าซอย 3

ตลาดสามชุกในปัจจุบันเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง บรรยายอากาศในช่วงวันหยุด ตลาดคึกคักไปด้วยผู้คน ที่ส่วนหนึ่งมาศึกษาดูงาน อีกส่วนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่แวะเข้ามาชมสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และมาชิมอาหารที่ขึ้นชื่อว่าอร่อยของตลาดสามชุก และยังได้สัมผัสสัมผัสความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของตลาดสามชุก

การดำเนินการพัฒนาและจัดการชุมชนของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และสมาชิกในชุมชน นับว่าประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชน ซึ่งเป็นผลจากการตัดสินใจของคณะกรรมการอนุรักษ์ศิลป สถาปัตยกรรม และสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้

พิจารณามอบรางวัล อาคารอนุรักษ์ และบุคคลหรือองค์กรดีเด่น ด้านการอนุรักษ์ศิลปกรรม ประจำปี 2548 ประเภทองค์กรดีเด่น ให้แก่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จ.สุพรรณบุรี และจะมีพิธีการรับรางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจของชาวสามชุกที่ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาจนทำให้ตลาดร้อยปี ที่สามชุก แห่งนี้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจนถึงทุกวันนี้



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## พัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก

ในการศึกษาพัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยเป็นแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 พัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก

จากการศึกษาจากเอกสาร และการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนตลาดสามชุกมีพัฒนาการในการจัดการชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. ระยะรวมตัวในการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2543 - 2545)
2. ระยะดำเนินการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2546 - 2547)
3. ระยะการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน (พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน)

### ระยะที่ 1 : ระยะรวมตัวในการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2543 - 2545)

#### ■ ชุมชนประสบปัญหา เกิดการรวมตัวของชาวบ้าน

จากการศึกษาข้อมูลจากวารสารชุมชนไท และการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนตลาดสามชุก ได้เริ่มต้นดำเนินการพัฒนาชุมชน เมื่อประมาณปี 2543 ซึ่งขณะนั้นเป็นช่วงที่ชุมชนประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจตกต่ำ สืบเนื่องจากผลการพัฒนาประเทศที่สร้างความเจริญอย่างแพร่หลายมายังชุมชนตลาดสามชุก นั่นคือ การพัฒนาทางด้านการคมนาคม มีการสร้างถนนหนทางเชื่อมต่อหัวเมืองต่างๆ เป็นผลดีแก่ผู้คนที่ต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆ ที่เดินทางได้สะดวก และรวดเร็วขึ้น แต่ในทางกลับกันกลับส่งผลร้ายให้แก่ทางตลาดสามชุกที่เคยคึกคักด้วยผู้คนที่ต้องเดินทางสัญจรทางน้ำ จะแวะผ่านเข้ามาในชุมชนแต่ละวันเป็นจำนวนมาก พ่อค้า แม่ค้าขายของได้กำไรดี เศรษฐกิจเฟื่องฟูมาก แต่เมื่อมีถนนหนทาง เชื่อมมาถึงตลาดสามชุก ทำให้ผู้คนที่ต้องเดินทางสัญจรไปมา เปลี่ยนเส้นทางจากทางน้ำไปใช้รถโดยสารประจำทาง ที่มีความสะดวกมากกว่า ตลาดริมน้ำแห่งนี้ จึงเงียบสงบลง ผู้คนเริ่มจางหายไปทีละน้อย จนเหลือแค่ชาวตลาดสามชุกซื้อขายสินค้ากันเอง บรรยากาศตลาดขณะนั้น เป็นตลาดที่เงียบ ร้างผู้คน พ่อค้า แม่ค้าที่เคยนำของเข้ามาขายในตลาด ก็ออกไปขายตลาดด้านนอก วันธรรมดาพ่อค้า แม่ค้าปิดร้านกันส่วนใหญ่ ชาวบ้านบางรายย้ายออกไปอยู่ข้างนอก จากคำบอกเล่าของคณะกรรมการฯ ว่า

“เมื่อก่อนวันเสาร์-อาทิตย์ ร้านขายของในตลาด ปิดบ้านนอนกันเลย ยิ่งชอย 3 ชอย 4 ไม่มีผู้คนเดินผ่านเลย วันธรรมดา ร้านอาหารยังขายเจ้าหน้าที่ของอำเภอ และธนาคารได้บ้าง”

(สมชาย หงส์สุพรรณ สัมภาษณ์ – 15 พฤษภาคม 2549)

นอกจากนี้ ชุมชนตลาดสามชุก ยังต้องประสบปัญหาเรื่องการไล่อื้อบ้านเช่าของกรมธนารักษ์ เนื่องจากพื้นที่ของตลาดสามชุก บริเวณชอย 1 ชอย 2 และตลาดริมน้ำเป็นพื้นที่เช่าของราชพัสดุ เมื่อ



ประมาณปลายปี 2528 กรมธนารักษ์ได้เข้ามาสำรวจสภาพชุมชน และประเมินว่า สภาพของบ้านเรือนเริ่มพุงพัง อาจเกิดอันตราย จึงได้วางแผนเชิงนโยบายให้ชุมชนรื้อถอนบ้านไม้ แล้วปลูกเป็นอาคารตึกที่มีความมั่นคงแข็งแรงกว่า ทั้งนี้ ผู้เช่าที่จะต้องออกค่าปลูกสร้างเอง โดยกรมธนารักษ์เพียงแต่เสนอแบบแปลนให้เท่านั้น ดังนั้นจึงเป็นปัญหาสำหรับผู้เช่าบ้านเรือนในบริเวณดังกล่าว ที่ประสบปัญหานานัปการ ขายของไม่ได้ ขาดรายได้ แล้วยังต้องมาเสียค่าทำบ้านใหม่ด้วย เป็นปัญหาสร้างความหนักใจให้แก่ชาวบ้านไม่น้อย

จนกระทั่งเมื่อราวๆ ปี 2543 หลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองส่วนท้องถิ่นจากระบบ “สุขาภิบาล” เป็น “เทศบาลตำบลสามชุก” โดยมีการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และสมาชิกสภาเทศบาล ในสมัยนั้นคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้รับตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งเป็นคนในชุมชนตลาดสามชุก และเริ่มให้ความสำคัญกับปัญหาต่างๆ ของชุมชน

จากสถานการณ์ขณะนั้น ชาวบ้านในตลาดมีการรวมตัวกันพูดคุยถึงประเด็นดังกล่าว บางคนเห็นด้วยกับการรื้อแล้วสร้างใหม่ บางคนไม่เห็นด้วย เพราะรู้สึกเสียดายบ้าน และไม่มีทุนในการสร้างบ้าน ดังนั้น จึงเกิดเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งอยากให้รื้อ อีกฝ่ายอยากให้อนุรักษ์ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกเล่าให้ฟังว่า

“ตอนแรกๆ ผมอยู่ฝ่ายให้รื้อ เพราะผมไม่อยากจะเห็นตลาดมันเจียบเหงา ดูแล้วเหมือนจะไม่มีทางรอด สร้างใหม่แล้วอาจจะดีขึ้น”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2549)

#### ■ มีบุคคลภายนอกเข้ามาช่วยจุดประกายความคิด

ในวันหนึ่ง ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ซึ่งเป็นคนสามชุก ได้เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยียนชุมชน และพบปะพูดคุยกับชาวบ้าน ทำให้รับทราบปัญหาของชุมชน จากที่ชาวบ้านได้เล่าให้ฟัง ดร.สมเกียรติได้ให้กำลังใจและบอกแก่ชาวบ้านว่า ขอให้เลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาผ่านไปก่อน แล้วจะกลับมาช่วย

“วันนั้น เราพูดคุยกันตามประสาเพื่อน ก็ได้เล่าให้เขาฟังว่า ชุมชนกำลังประสบปัญหาการไถ่รื้อบ้านไม้เก่าเพื่อสร้างเป็นอาคารตึกแต่ชาวบ้านไม่ค่อยมีทุนกัน แล้วทาง ดร.สมเกียรติ เขาก็รับปากว่า รอให้เลือกตั้งเสร็จไปก่อน แล้วเขาจะกลับมาช่วย”

(คุณปิยรัตน์ สำเร็จศรี- สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

หลังจากวันนั้น เมื่อการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาผ่านไป ดร.สมเกียรติ อ่อนนิมิตได้รับเลือกตั้งเป็นสมาชิกวุฒิสภา จังหวัดสุพรรณบุรี แล้ว และได้พูดคุยกับคุณสุรพล จินดาอินทร์ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ที่มาขอคำปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดสามชุก ซึ่ง ดร.สมเกียรติ ได้มีแนวคิดอยู่ในใจแล้วเช่นกัน จึงได้กลับมาয়ิ่งชุมชนตลาดสามชุกอีกครั้ง โดยการมาครั้งนี้ ดร.สมเกียรติ เข้าไปพบกับนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก เพื่อให้เป็นกำลังช่วยเหลือชาวบ้านอีกแรง ในการพูดคุยในวันนั้น คุณพงษ์วิน ได้เชิญคณะกรรมการชุมชน และชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุกเข้าร่วมประชุมด้วย มีการพูดคุยกันที่อำเภอ เพื่อปรึกษาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดย ดร.สมเกียรติ ได้จุดประกายให้ชุมชนเห็นคุณค่าของความเป็นเมืองเก่า และได้เสนอแนะให้ชุมชนร่วมกันอนุรักษ์บ้านไม้เก่าไว้ โดยแนะนำให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อเป็นแกนนำในการดำเนินงาน ให้ใช้ชื่อว่า “คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์”

“ตอนนั้น ดร.สมเกียรติ อ่อนนิมิต เป็น สว.ของคนสุพรรณ เป็นคนสามชุก ได้เข้ามาพูดคุยกับชาวบ้าน ได้เรียกประชุมกันว่าจะทำอย่างไรดีกับตลาดสามชุก จะอนุรักษ์กันไว้ไหม แก้ให้เหตุผลไว้ว่า ถ้าอนุรักษ์ไว้ ถ้าเกิดมีคนมาเที่ยว มาจับจ่ายใช้สอย เศรษฐกิจเราก็จะดีขึ้น ทุกคนก็เห็นพร้อมต้องกันดี เราไม่ต้องลงทุนอะไรเลย เรามีทุนอยู่แล้ว ก็คิดว่าถ้าอนุรักษ์คงดี”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ –สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2549)

#### ▪ ตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เป็นแกนนำในการพัฒนา

จากนั้นในเดือนกรกฎาคม 2544 ชาวชุมชนตลาดสามชุกได้รวมตัวกันตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมา ซึ่งเกิดจากความสมัครใจของชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุก และน้ำใจของเพื่อนสมาชิกในชุมชนรอบข้างที่เป็นคณะกรรมการชุมชนอยู่ก่อนแล้ว เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ จากนั้นมีการเลือกตั้งเพื่อหาผู้ที่เหมาะสมมาดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก โดยการพิจารณาของชาวชุมชนตลาดสามชุก และคณะกรรมการฯ ผลจากการเลือกตั้ง คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ เป็นผู้ได้รับตำแหน่งประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากขณะนั้นดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และมีคุณสมบัติความเป็นผู้นำสูงด้วย

ต่อมาคุณพงษ์วิน ได้เสนอแนวคิดให้มีการเชิญชวนชาวสามชุกที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบความสำเร็จในชีวิตการงาน ทั้งที่อยู่ในชุมชน และย้ายออกไปแล้ว เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ ด้วยเพื่อร่วมระดมสมองกันวางแผนกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จดียิ่งขึ้น ทำให้ขณะนั้นมีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เข้ามาร่วมประมาณ 30 คน มาจากหลากหลายอาชีพ

อาทิ พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้านในชุมชน ครู อาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ สถาปนิกชุมชน นักธุรกิจ เป็นต้น

“การตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกก็พยายามจะสรรหา เชิญบุคคลที่มีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์ ที่จะมาช่วยพัฒนาตลาดได้ เข้ามาเป็นคณะกรรมการ ตอนนั้นจำได้ว่า มีประมาณ 20-30 ท่าน ดูแล้วก็คิดว่าประสบความสำเร็จแน่”

(พงษวีน ชัยวิรัตน์ –สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2549)

#### ■ เริ่มต้นการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์

จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากเอกสารสรุปการดำเนินงานของชุมชน พบว่า หลังจากที่ได้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์แล้ว ประธานคณะกรรมการฯ ได้เริ่มการจัดประชุมโดยเชิญคณะกรรมการฯ มาร่วมประชุม เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์ ซึ่งมีการประชุมกันหลายครั้ง ทั้งการประชุมแบบเป็นทางการที่จัดขึ้นที่เทศบาลโดยการประสานงานของนายกเทศมนตรีฯ และการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ ตามสถานที่ต่างๆ ในชุมชน โดยมีดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล เข้าร่วมประชุมด้วย ประมาณ 2 - 3 ครั้ง และช่วยจุดประกายความคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชน จนทำให้คณะกรรมการฯ เห็นเป้าหมายการทำงานชัดเจนขึ้น ซึ่งมีบทสรุปร่วมกันคือ “การทำความเจริญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตลาดสามชุก” โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อการปรับปรุงฟื้นฟูตลาดสามชุกให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาดขึ้นกว่าเดิม
2. เพื่อนำภูมิปัญญาของสามชุกมาเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ซึ่งเป็นการกระตุ้นฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชนทางหนึ่ง
3. เพื่อการอนุรักษ์สภาพความเป็นอยู่แบบเดิมให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จัก และร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์

#### ■ จัดโครงสร้างองค์กร แบ่งฝ่ายการทำงาน

คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการจัดโครงสร้างองค์กร โดยการจัดการแบ่งฝ่าย แบ่งหน้าที่การทำงาน เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำงานตามวัตถุประสงค์ที่ร่วมกันกำหนดขึ้น ดังนี้

1. คณะกรรมการอำนวยการ มีหน้าที่อำนวยการวางแผน กำหนดแนวทางการดำเนินงานให้คำปรึกษา ให้การสนับสนุนคณะกรรมการทำงานฝ่ายต่างๆ ควบคุมกำกับดูแล ตลอดจนพิจารณาแก้ไขปัญหา เพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

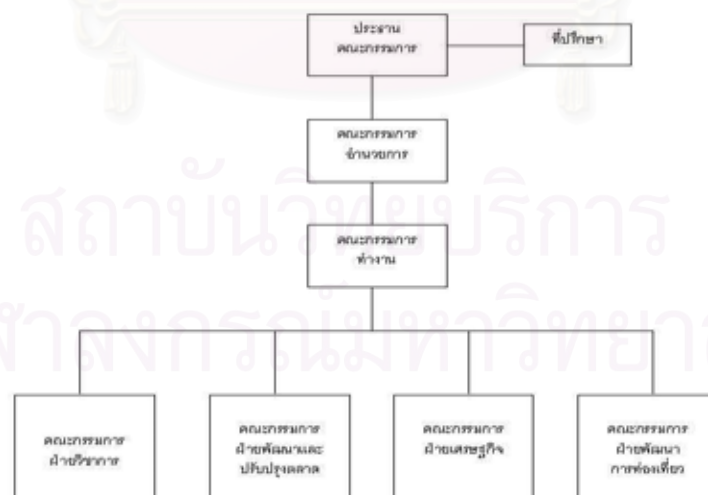
2. คณะกรรมการทำงาน มีหน้าที่กำหนดวางแผนงานแนวทางปฏิบัติงาน และกิจกรรมต่างๆ ที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการอำนวยการ โดยได้แบ่งคณะกรรมการทำงานออกเป็น 4 ฝ่าย ดังนี้

2.1 คณะกรรมการทำงานฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่จัดหาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประวัติอำเภอสามชุก และตลาดสามชุก เพื่อนำมาจัดทำเอกสาร หรือหนังสือเผยแพร่ให้กับประชาชน

2.2 คณะกรรมการทำงานฝ่ายพัฒนาและปรับปรุงตลาดสามชุก มีหน้าที่วางแผนเพื่อปรับปรุงตลาดสามชุกให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และอนุรักษ์สภาพความเป็นอยู่แบบเดิมให้อุชนรุ่นหลังได้รู้จัก และพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.3 คณะกรรมการทำงานฝ่ายเศรษฐกิจ มีหน้าที่ศึกษาสถานะเศรษฐกิจ และการผลิตสินค้าของตลาดสามชุกและใกล้เคียง โดยส่งเสริมผลผลิตของชาวบ้าน ทั้งคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่นำรายได้มาให้ประชาชนชาวตลาดสามชุก

2.4 คณะกรรมการทำงานฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยว มีหน้าที่คิดค้นรูปแบบการพัฒนาอำเภอสามชุกและตลาดสามชุก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก พ.ศ.2544

ในการศึกษาวิจัย พบว่า ทางชุมชนตลาดสามชุก มีแนวคิดในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาตั้งแต่ในระยะแรกๆ จากการสัมภาษณ์ พบว่า ในการนำเสนอแนวคิดนี้ มาจากคุณสุรพล จินดาอินทร์ ที่ปรึกษาของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้จุดประกายให้ชาวตลาดสามชุก เห็นว่า ชุมชนตลาดสามชุก เป็นตลาดเก่าที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ และวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดผู้สนใจเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนได้ จึงได้เสนอให้คณะกรรมการเข้าไปร่วมกลุ่มชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้ ทางคุณสุรพล ได้มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับสมาชิกในชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้ส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว โดยผ่านการประสานงานของคุณสุรพล จินดาอินทร์ และหลังจากนั้น ชาวตลาดสามชุก โดยคณะกรรมการฯ ได้เข้าร่วมปรึกษาหารือ หาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ร่วมกับทางชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้นมา แต่เป็นไปในลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกในระยะนี้ไม่มีความโดดเด่นมากนัก

“ผมเห็นว่าตลาดสามชุก เป็นตลาดเก่าแก่ และยังคงรักษาสภาพชุมชน และวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่พอจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ จึงได้เสนอความคิดแก่ทางคณะกรรมการฯ ให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณฯ และได้ประสานงานให้โดยให้เข้าไปร่วมปรึกษา หาแนวทางในการดำเนินการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อขอความร่วมมือ ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีด้วย ”

(สุรพล จินดาอินทร์ - สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2549)

ในการดำเนินงานในระยะเริ่มต้นนั้น จากผลการวิจัย พบว่า คณะกรรมการฯ จะมีการถกเถียงกันอย่างหนัก ร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน จนได้แนวทางปฏิบัติ แต่เมื่อนำไปดำเนินการกลับไม่ประสบผลสำเร็จเลย เนื่องจากขาดความร่วมมือจากกลุ่มชาวบ้าน ทั้งนี้ เพราะคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการพูดคุย วางแผนกันเอง โดยปราศจากความคิดเห็นของชาวบ้านในชุมชน ทำให้เวลาจัดกิจกรรมใดๆ ชาวบ้านก็จะไม่เข้าใจถึงจุดประสงค์ของคณะกรรมการฯ จึงไม่ให้ความร่วมมือ อีกทั้งคณะกรรมการแต่ละท่านก็ขาดประสบการณ์ในการทำงานกับชุมชน และขาดความสามารถในการแปรความคิดไปสู่การปฏิบัติ จึงทำให้การดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จดังกล่าว



“เราเสียเวลาไปปีกว่า ในการประชุมเพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจเพื่อให้มีคนเข้ามาเดินซื้อของในตลาดบ้าง ประชุมวางแผนจะทำอะไรต่ออะไร มันก็มีปัญหาหมดเลย เราไม่มีประสบการณ์ในการทำงานพวกนี้ ชาวบ้านก็ไม่ให้ความร่วมมือ ชาวบ้านขาดความมีส่วนร่วมไม่ให้ความร่วมมือเลย”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

■ เกิดแนวคิด การจัดกิจกรรม เพื่อดึงชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม

จนกระทั่งมาถึงช่วงปลายปี 2544 คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ซึ่งขณะนั้นเป็นทั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ได้มีแนวคิดที่จะดึงชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม จึงมาระดมสมองคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ และคณะกรรมการชุมชน ร่วมกันคิดแผนการดำเนินงานเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน จนกระทั่งได้แนวคิดมาจากการทำงานของฝ่ายวิชาการที่ได้ไปค้นหาข้อมูล ทางประวัติศาสตร์ของชุมชน จนพบว่า ชุมชนตลาดสามชุกเคยมีเอกลักษณ์ด้านอาหารอร่อย กล่าวได้ว่า อาหารของชาวสามชุกนั้นเลื่องชื่อลือชามถึงความอร่อย เป็นอาหารจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงใช้วิธีการนำจุดเด่นของชุมชนมาเป็นจุดจูงใจให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกสำนึก ภาคภูมิใจ และหวงแหนในศิลปะด้านอาหารอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จึงนำไปสู่ความคิดที่จะจัดกิจกรรมงาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ในช่วงวันที่ 31 ธ.ค. 44 – 1 ม.ค. 45 ซึ่งเป็นวันที่ครอบครัวจะได้อยู่กันพร้อมหน้า ลูกหลานที่จากบ้านไปไกลก็จะกลับมาบ้าน โดยรูปแบบการจัดงานเป็นการสังสรรค์ร่วมกันของคนสามชุกในช่วงค่ำคืนของวันสงท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ซึ่งนอกจากเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ของคนในชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก แล้วยังเป็นการฟื้นฟูสายสัมพันธ์ของสังคมให้กลับมาอบอุ่นแน่นแฟ้นกันยิ่งขึ้นด้วย

สำหรับวิธีการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้เสนอความคิดและขอความร่วมมือให้คณะกรรมการชุมชน และคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ช่วยจัดหาร้านอาหารมาร่วมในงาน โดยไปเชิญชวนพ่อค้า แม่ค้าที่ขายอาหารอยู่ในแต่ละชุมชน มาร่วมเปิดร้านในวันงาน และช่วยประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านในแต่ละชุมชนมาร่วมรับประทานอาหารในวันงาน

“กรรมการชุมชนช่วยกันไปกระจายหาร้านค้าที่ทำอาหารอร่อย หรือแม่ค้าที่กำลังขาย อยู่ก็ไปเชิญชวนให้เปิดร้านแล้วมาขายที่นี้ในวันงาน อย่างชุมชนสมเด็จพระวันรัต ขายอะไรบ้าง ขาย ส้มตำ ขายหมี่กรอบ ขนมถ้วยก็ชวนมา ชุมชนวัดสามชุก ขายอะไรบ้าง ขายขนมปะกิมไข่เต่า ก้วยจี่บ ขนมครก ก็ชวนมา 14 ชุมชนมีกรรมการ 10 กว่าคนก็รับผิดชอบกันไป”

(อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล- สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2549)

สำหรับการจัดเวที เตรียมสถานที่ และค่าใช้จ่ายต่างๆ ทางเทศบาลรับเป็นผู้ดูแล โดยได้จัดหา สปอนเซอร์ ส่วนหนึ่งได้มาจากชาวบ้านในชุมชนช่วยเรียรายลงขันกัน และส่วนหนึ่งมาจากการหา สปอนเซอร์ของคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ที่มีความสัมพันธ์กับบริษัท ห้างร้านต่างๆ ได้ขอเข้ามาช่วย สนับสนุน จากความพร้อมเพียงของการจัดงานครั้งนั้น ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการ ประสบผลสำเร็จ มีชาวบ้านให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก และชาวบ้านทุกคนก็มีความสุขกับการจัดกิจกรรมครั้งนี้ด้วย ดังคำบอกเล่าของ รศ.ราตรี โสภาส หนึ่งในคณะกรรมการ พัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ บรรยายให้ฟังว่า

“ทุกครั้งที่กลับมาเยี่ยมบ้านในตลาดก็จะรู้สึกว่ามีดีไปจากเดิมมากทั้งทางเศรษฐกิจที่ ชบเขาจนน่าใจหาย ก็มาคิดว่าเป็นเพราะคนออกไปเรียนและทำงานนอกพื้นที่กันหมด เหลือแต่คนแก่ จึงคิดว่าจะทำอย่างไรให้คนรุ่นหลังยังรักบ้านเกิด ให้กลับมาบ้านบ้าง ไม่ใช่ไปแล้วไปเลย จะทำอย่างไร ให้บ้านน่าอยู่ขึ้น ลูกหลานได้ภูมิใจ ได้ให้คนแก่ได้อยู่ที่เดิมเพราะคนแก่รักบ้าน งานอาหารอร่อยดีที่ สามชุก จึงเป็นผลผลิตของความรู้สึกห่วงหาและปรารถนาจะเต็มเต็มสิ่งที่ขาดหายในความสัมพันธ์ ทางสังคมของชุมชน”

(ราตรี โสภาส - บทสัมภาษณ์ ในหนังสือ : วารสารชุมชนไท ฉบับเดือนกรกฎาคม 2547, หน้า 12)

ตรงจุดนี้เอง ทำให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำงาน ที่จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน ทำให้เกิดความกระจำจขึ้น และนำไปสู่แผน การดำเนินงานต่างๆ ต่อมา อาทิ งานสงกรานต์ งานวันลอยกระทง และมาบรรจบที่งานวันปีใหม่ ที่ได้จัด งาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ขึ้นอีกครั้งเป็นครั้งที่ 2 เมื่อปลายปี 2545 และครั้งที่ 2 นี้ ยิ่งทำให้มีกลุ่มพ่อ ค้า แม่ค้า มาจัดร้านกว่า 50 ร้าน และมีการแสดงของนักเรียนจากโรงเรียนต่างๆ ในเขตเทศบาล ซึ่ง สามารถดึงชาวบ้านมาร่วมงานได้มากขึ้น ทางเทศบาลและคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จึงได้ยก ให้กิจกรรม “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” เป็นงานประจำปี และได้จัดอย่างต่อเนื่องมาทุกปีจนถึงปัจจุบัน

แม้ว่าการจัดกิจกรรม “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” จะได้รับการยอมรับของชาวบ้านในชุมชน ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกจัดขึ้น แต่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ก็ยังไม่พบแนวทางของการทำงานเชิงอนุรักษ์ที่แท้จริง การทำงานด้านการอนุรักษ์ชุมชนยังคงเป็นนามธรรมอยู่ ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ แต่ละคนเริ่มท้อและเกิดความเบื่อหน่ายที่จะทำงานเชิงอนุรักษ์ ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ หยุดชะงักไประยะหนึ่ง

## ระยะที่ 2 ระยะดำเนินการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2546 - 2547)

### ■ องค์การภายนอกให้การสนับสนุน ปรับกระบวนการทำงาน

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์คณะกรรมการฯ พบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เริ่มกลับมาตื่นตัวในการพัฒนาชุมชนอีกครั้ง หลังจากที่ม็อบองค์การภายนอกเข้ามาให้การสนับสนุน ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2545 มีกลุ่มเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองนำอยู่ ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และมูลนิธิชุมชนไท เข้ามาแนะนำโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองนำอยู่ ซึ่งเป็นโครงการนำพัฒนาชุมชนและเมือง โดยมีหลักการที่เริ่มจากการมีส่วนร่วมของชุมชนระดับล่าง สู่การพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม ทั้งนี้ ชุมชนตลาดสามชุกได้ผ่านการพิจารณาว่าเป็นองค์กรชุมชนที่สามารถพัฒนาได้ตามเงื่อนไขของโครงการนี้ แต่ทว่ากว่าที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะตัดสินใจเข้าร่วมงานกับโครงการฯ ได้ คณะกรรมการฯ ได้ประชุมถกเถียงกันอย่างหนัก เนื่องจากบางส่วนมองลักษณะการทำงานของมูลนิธิฯ ว่าเป็นเอ็นจีโอ และไม่รู้ความต้องการของเขา เกรงว่าจะมาเอาผลประโยชน์ของชุมชนไป แต่บางส่วนก็คิดว่า น่าจะลองดู เผื่อจะเป็นการสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนก็เป็นได้ ดังคำพูดของประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ

“ตอนแรกผมก็พะวงว่าเป็นเอ็นจีโอ ‘ไม่รู้ว่าเขาต้องการอะไร จะมาเอาผลประโยชน์อะไรจากเราหรือเปล่า’ หลังจากมานั่งพูดคุยกัน ในที่สุดก็ตกลงร่วมงานกับมูลนิธิชุมชนไท ก็ลองดูเพื่อเขาจะนำสิ่งดีๆ มาให้พวกเราบ้าง”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2549)

สุดท้ายคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ตัดสินใจร่วมงานกับโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองนำอยู่ โดยการดำเนินงานขั้นตอนแรกของโครงการฯ เจ้าหน้าที่ของโครงการ ได้เข้ามาประสานงานกับทางเทศบาลตำบลสามชุก โดยมีคุณพงษ์วิน นายกเทศมนตรีฯ เป็นผู้ประสานงานเชิญคณะกรรมการชุมชนฯ และคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เข้าร่วมประชุมกับเจ้า

หน้าที่โครงการฯ โดยทางมูลนิธิได้เริ่มแนะนำตน และบอกเล่าประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ของโครงการฯ จากนั้นทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงาน และบอกเล่าเป้าหมายในการพัฒนาของชุมชนในระยะต่อไป

เมื่อทั้งสองฝ่าย มีความเข้าใจตรงกันแล้ว และพร้อมที่ดำเนินงานพัฒนาชุมชนร่วมกัน จากนั้นเจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้ลงสำรวจพื้นที่ พูดคุยกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปของชุมชน ค้นหาประวัติความเป็นมา และพบปัญหาที่ทางชุมชนกำลังประสบอยู่ คือ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ จึงสำรวจลงลึกถึงสาเหตุและปัจจัยของปัญหา จนสามารถแยกแยะกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับเมืองนี้ได้ชัดเจนขึ้น หลังจากนั้นได้เข้าร่วมกิจกรรม “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ในช่วงปลายปี 2545 จากงานดังกล่าวทำให้เจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้มองเห็นรูปแบบการเชื่อมโยงของกลุ่มคนรุ่นต่างๆ ได้แก่ ผู้เฒ่าผู้แก่ รุ่นกลาง รุ่นหนุ่มสาว และรุ่นเด็ก ที่มาร่วมงานนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความผูกพัน และการจัดกิจกรรมนี้ ยังได้เห็นว่าชุมชนตลาดสามชุกได้แสดงออกถึงความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน มรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหาร ที่สามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจเพื่อฟื้นความชบเซาของตลาดที่กำลังเผชิญอยู่ได้ นับเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวชุมชนสามชุกได้มองเห็นคุณค่า และนำมาพัฒนาต่อยอดได้ถูกทางแล้ว (ข้อมูลจากวารสารชุมชนไท ฉบับเดือนกรกฎาคม 2547 หน้า 14)

นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้สังเกตเห็นว่า ชาวชุมชนตลาดสามชุก เริ่มมองเห็นคุณค่าของชุมชนและแนวทางการพัฒนาชุมชนเชิงอนุรักษ์แล้ว หลังจากที่ทางคณะกรรมการฯ นำโดยคุณพงษ์วินชัยวิรัตน์ ได้พาคณะกรรมการฯ และชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุก ไปดูงานที่จังหวัดนครปฐม เพื่อไปดูรูปแบบการจัดทำตลาดที่ตลาดน้ำดอนหวาย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาก และแวะไปดูงานที่บ้านพิพิธภัณฑสถานของอาจารย์เอนก นาวิกมูล ถนนพุทธมณฑล สาย 2 ซึ่งการไปดูงานที่บ้านพิพิธภัณฑสถานฯ ทำให้คณะกรรมการฯ ได้แนวคิดในการทำงานเชิงอนุรักษ์มากขึ้น ดังคำบอกเล่าของคุณปิยะรัตน์ ว่า

“เราไปดูงานกันที่บ้านพิพิธภัณฑสถานของอาจารย์เอนก นาวิกมูล แถวพุทธมณฑล ไปดูแล้วก็สนใจว่า ข้าวของ เครื่องใช้ ร้านค้าจำลองต่างๆ ในบ้านอาจารย์เอนก ที่บ้านเราชุมชนเราก็มีอย่างร้านกาแฟ ร้านทำผม ร้านนาฬิกา จึงมีความคิดที่จะมาทำบ้านเราบ้าง ซึ่งที่บ้านเราเป็นร้านค้า ที่ยังมีชีวิต และยังดำเนินการค้าขายอยู่”

(ปิยะรัตน์ สำเริงรัมย์ – สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

ในการนี้ คณะกรรมการฯ จึงเริ่มมีแนวคิดที่จะจัดทำพิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้าง แต่ยังไม่เห็นผู้ทางที่จะดำเนินการให้เป็นจริง ซึ่งทางเจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้เข้ามาเป็นพี่เลี้ยง และได้ช่วยกระตุ้นความคิดของคณะกรรมการฯ ให้ชัดเจนขึ้น โดยการพาคณะกรรมการฯ และชาวบ้านไปศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การทำงานของชุมชนและสถานที่ต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพื่อให้คณะกรรมการพัฒนาตลาด ได้มองเห็นแนวทางการทำงาน และแนวทางแก้ไขปัญหาของชุมชน ตลอดจนสามารถขยายผลไปสู่แนวทางการจัดกิจกรรมอื่นๆ อีกด้วย โดยคุณปิยรัตน์ เล่าให้ฟังว่า

“ทางมูลนิธิชุมชนไท เขาแนะนำให้เราไปดูงานตามสถานที่ต่างๆ ตอนนั้นเราได้แนวคิดการทำบ้านพิพิธภัณฑ์แล้วนะ จำได้ว่าไปบางลำพู แล้วก็ไปดูเมืองเก่า ที่สมุทรปราการ”

(ปิยรัตน์ ลำเรศรัมย์ – สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

#### ■ มูลนิธิฯ แนะนำชุมชนจัดเวทีประชาคมกระตุ้นการมีส่วนร่วม

เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2546 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้ดำเนินการจัดเวทีประชาคม ตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โครงการฯ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนต่างๆ ในชุมชน โดยมีการประกาศเชิญชวนชาวตลาดสามชุก เข้าร่วมประชุม ณ สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ มีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 100 คน การประชุมเริ่มจากการแนะนำตัวของมูลนิธิชุมชนไท โดยคุณปรีดา คงแป้น ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท เป็นผู้ชี้แจงและแนะนำเกี่ยวกับโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ และต่อด้วยคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ แนะนำคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน และที่มาของคณะกรรมการฯ จากนั้น เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมอย่างเสรี ซึ่งชาวตลาดสามชุกได้ร่วมกันเสนอความคิดเห็นตามมุมมอง และความคิดที่เป็นความต้องการที่จะพัฒนาชุมชนด้านต่างๆ อย่างหลากหลาย ทำให้การประชุมในวันนั้น ได้ข้อเสนอกที่เป็นกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนที่เป็นรูปธรรมถึง 13 เรื่อง ดังนี้

1. ร่วมกันจัดระเบียบตลาดให้น่าเดิน - น่าซื้อ
2. ระดมกำลังในการจัดการขยะ รักษาความสะอาด ท่อระบายน้ำ การทำปุ๋ยหมัก น้ำยาชีวภาพ
3. การอนุรักษ์บ้านโบราณ โดยการปรับปรุงสภาพบ้านเดิม
4. การไปศึกษาดูงาน “บ้านพิพิธภัณฑ์” เพื่อหาแนวทาง / แนวคิดในการพัฒนา
5. การพัฒนาจุดล่องเรือชมวิว / ศึกษาวิถีชีวิตริมน้ำ
6. การทำทางเดินริมน้ำและเขตเลี้ยงปลาหน้าตลาด



7. การสร้างเอกลักษณ์ของตลาดเช้า / ตลาดเย็น
8. การส่งเสริมการออกกำลังกาย / ดูแลสุขภาพ
9. การจัดงานวันสงกรานต์และระดมภาพประวัติศาสตร์
10. ดึงผู้สูงอายุเข้ามาร่วมศึกษาและให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์
11. การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว
12. การระดมเพื่อจัดตั้ง "กองทุนอนุรักษ์ฟื้นฟูบ้านที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม"
13. การประสานกับราชพัสดุ

■ ผลการระดมความคิด สู่กิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน

หลังจากการระดมสมองของชาวตลาดสามชุกผ่านไป ชาวตลาดสามชุก ได้เริ่มดำเนินการ โดยเลือกกิจกรรมทำความสะอาดตลาด ขึ้นมาทำเป็นกิจกรรมแรก ในวันที่ 30 มีนาคม 2546 ซึ่งกิจกรรมนี้ ได้รับความร่วมมือจากชาวตลาดสามชุกเป็นอย่างดี ส่วนใหญ่ออกมาช่วยกันทำความสะอาดจุดแรกคือ ตลาดเก่าแก่เปี้ยว ซึ่งเคยเป็นตลาดสดเก่าแก่ ต่อมาจมีร้านค้าขายของชำ น้ำพริก และร้านบะหมี่เจ๊ก อ้าวตั้งอยู่ แต่สภาพของตลาดปกคลุมไปด้วยยักไยร้อยละ ๖๐ คณะกรรมการฯ จึงพิจารณาให้เริ่มทำความสะอาดตรงจุดนี้ก่อน โดยได้รับการสนับสนุนแรงงานและอุปกรณ์จากเทศบาลตำบลตลาดสามชุกส่วนหนึ่ง จากนั้นเจ้าของบ้านแต่ละบ้านทำความสะอาดหน้าบ้านตัวเอง เก็บกันสาดเก่าออก ปรับภูมิทัศน์หน้าบ้านกันใหม่ ซึ่งกิจกรรมนี้นับเป็นกิจกรรมแรกๆ ที่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างมาก แม้จะมีบางคนไม่เห็นด้วย แต่ทางคณะกรรมการฯ ก็เข้าไปเจรจา บอกถึงผลประโยชน์ในอนาคต ซึ่งทุกคนก็เข้าใจและร่วมมือร่วมใจกันทำความสะอาด จนทำให้เจ้าหน้าที่โครงการฯ ตระหนักเห็นพลังความสามัคคีของชาวชุมชนตลาดสามชุก และตัดสินใจเลือกให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นโครงการนำร่อง 1 ใน 12 ชุมชน ที่จะได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้วย

“ตอนทำความสะอาดตลาดเก่าแก่เปี้ยว เราก็เข้าไปพูดคุยกับร้านค้าในตลาด เขาก็ยอมช่วยกันทำ เราจะพูดทำนองให้เห็นความสำคัญในอนาคตว่าจะเกิดอะไรขึ้น ตอนนั้นขายไม่ดีเขาก็เคืองๆ เราเหมือนกัน เราก็ค่อยๆ บอกเขาว่าใจเย็นๆ ค่อยๆ ทำเดี๋ยวมันดีเอง ผลสุดท้ายตอนนี้ก็ไม่มีอคติ พอเห็นว่าทำแล้วดีก็ไม่มีบ่นอะไร การทำความสะอาดตลาดตอนนั้น ทางมูลนิธิเข้ามาติดตามผลงาน เขาก็แปลกใจว่าเราทำงานได้รวดเร็ว เราวางแผนงานกันวันหนึ่ง ฟรุ้งนี้ดำเนินการ 2-3 วันเปลี่ยนไปแล้ว มูลนิธิเข้ามาอีกก็แปลกใจ เสรีใจไว้ดีเหลือเกิน จนกระทั่งเขาเลือกเราเป็นโครงการนำร่อง”

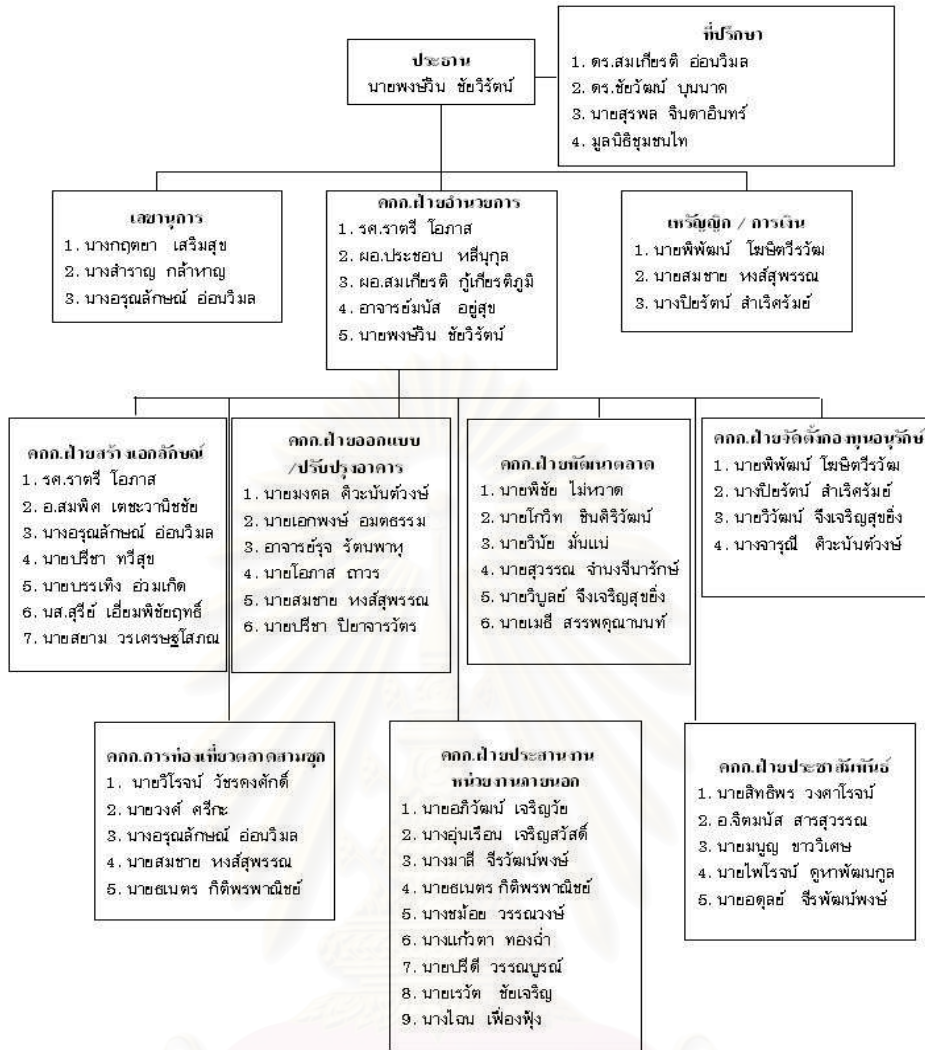
(อภิวัฒน์ เจริญวัย - สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2549)

▪ ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายในองค์กรใหม่ให้ชัดเจนขึ้น

การดำเนินการต่อมา คณะกรรมการฯ ได้แนวคิดการทำงานจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ที่คอยอยู่เป็นพี่เลี้ยง และแนะวิธีการทำงานให้ โดยเริ่มแรกทางเจ้าหน้าที่ได้แนะนำให้คณะกรรมการฯ ปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ ซึ่งที่ผ่านมา คณะกรรมการฯ มีจำนวนมากเกินไป เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน ซึ่งเวลาเชิญประชุมแต่ละครั้ง จะว่างไม่พร้อมเพรียงกัน ทำให้การขับเคลื่อนงานเป็นไปได้ช้าและไม่ต่อเนื่อง ดังนั้น เจ้าหน้าที่โครงการฯ จึงเสนอให้ถามความสมัครใจของคณะกรรมการฯ ถึงความพร้อมที่จะร่วมดำเนินงานในการพัฒนาชุมชน ซึ่งถ้าคณะกรรมการฯ คนไหน ไม่พร้อมจะสละสิทธิ์ไป จนเหลือผู้ที่ต้องการทำงานเพื่อชุมชนจริงๆ จากนั้นได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายในองค์กรใหม่ให้สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาใหม่เป็น 8 ฝ่าย ซึ่งแต่ละฝ่ายมีหน้าที่ความรับผิดชอบการทำงานตามกรอบงานที่กำหนดขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานมีความ ชัดเจน เป็นสัดส่วนตรงตามเป้าหมายของชุมชนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ แต่ละคนสามารถเลือกเข้ากลุ่มงานตามที่ตนถนัด เพื่อให้การทำงานประสบความสำเร็จดียิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการ
2. คณะกรรมการฝ่ายจัดระเบียบตลาดและการพัฒนาสิ่งแวดล้อม
3. คณะกรรมการฝ่ายการออกแบบและอนุรักษ์ฟื้นฟู
4. คณะกรรมการฝ่ายการจัดตั้งกองทุนเพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูอาคาร/บ้านโบราณ
5. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์
6. คณะกรรมการฝ่ายการสร้างเอกลักษณ์ของชาวตลาดสามชุก
7. คณะกรรมการฝ่ายการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก
8. คณะกรรมการฝ่ายการท่องเที่ยวตลาดสามชุก

ในการจัดโครงสร้างการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ชุดใหม่นี้ มีคณะกรรมการอำนวยการและกรรมการที่ปรึกษา เป็นองค์กรกลางในการเชื่อมโยงทุกฝ่าย นอกจากนี้ ยังมีฝ่ายเลขานุการ ทำหน้าที่จัดบันทึกการประชุม และฝ่ายเหรียญกษาปณ์ / การเงิน ทำหน้าที่ดูแล จัดสรรงบประมาณในการดำเนินงาน ซึ่งการจัดโครงสร้างการทำงานฯ ชุดใหม่นี้ ทำให้การดำเนินงานมีความเป็นระเบียบรัดกุมมากขึ้นด้วย



แผนภาพที่ 3 โครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ พ.ศ.2546

■ การประสานความร่วมมือ ขอให้บ้านจัดทำพิพิธภัณฑ์ของชุมชน

หลังจากปรับโครงสร้างฯ การทำงานแล้ว คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันวางแผนการดำเนินงานด้วยกันก่อน จากนั้นจึงแบ่งฝ่ายกันทำงาน ซึ่งในขณะนั้น ชาวชุมชนตลาดสามชุกเริ่มมีความต้องการที่ชัดเจนแล้ว คือการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ โดยการปรึกษาหารือร่วมกัน ทางคณะกรรมการฯ และชาวบ้านในชุมชนเห็นด้วยที่จะให้มีการใช้บ้าน 3 ชั้น ของขุนจ้านงจันารักษ์ ปรับปรุงสภาพบ้านเป็นบ้านพิพิธภัณฑ์ของชุมชน จากนั้น ทางคณะกรรมการฯ ได้ส่งตัวแทนไปเจรจาขอใช้บ้านพิพิธภัณฑ์กับเจ้าของบ้าน คือ คุณเคียวยี่ จันารักษ์ หลานสาวของท่านขุนจ้านงจันารักษ์ และได้รับการอนุญาตให้ใช้บ้านหลังนี้ได้ พร้อมเซ็นหนังสือสัญญาให้ใช้บ้านเป็นเวลา 10 ปี

“หลังจากที่คิดกันว่าจะทำบ้านสามชั้น ก็บอกกับประธานฯ ว่า ผมจะไปคุยให้ได้ ผมก็เลยจัดการประสานงาน ก็ไปกรุงเทพไปคุยกะเจ้าของบ้าน บ้านนี้แกก็ไม่ได้อยู่ ตัวแกอยู่แต่กรุงเทพ บ้านแกก็ไม่มีใครอยู่เลย ขอใช้เป็นพิพิธภัณฑสถาน และก็ขอประมาณว่า จะฟื้นฟูบ้านท่านขุนจ่านางค์ และท่านก็ให้เราใช้สถานที่ฟรี 10 ปี”

(เอกพงษ์ อมตธรรม – บทสัมภาษณ์ วิดีทัศน์ “โครงการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์”)

■ ประสานงานกับสถาปนิก ร่วมจัดปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านพิพิธภัณฑสถาน

การดำเนินงานในการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑสถาน คณะกรรมการฯ ได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ซึ่งได้ประสานงานกับสถาปนิกของมูลนิธิชุมชนไท เข้ามาช่วยในการสำรวจ ออกแบบ และดำเนินการซ่อมแซมปรับปรุงสภาพบ้าน ให้คงรูปเดิมมากที่สุด โดยการดำเนินงานร่วมกับสถาปนิกจากสถาบันราชมนฑล จ.สุพรรณบุรี และสถาปนิกของเทศบาลที่เข้ามาช่วยกันคิดวิธีการทำให้คงสภาพบ้านเดิมไว้ ตามคำบอกเล่าของ คุณมงคล ศิวะอนันต์วงษ์ คณะกรรมการฝ่ายออกแบบและปรับปรุงอาคาร ว่า

“การดำเนินการเรามีการสเกตภาพและถ่ายรูปไว้ว่า สภาพเดิมวางไว้อย่างไร และก็มีมีการวางแผน ถ้าเราได้กระเบื้องอย่างนี้ เราจะทำอย่างไร ทำรูปร่างให้เหมือนเดิมที่สุด เหลือริมที่เสียหายเล็กน้อย ก็เอาพื้นปูนเกเสริม หลังจากกระเบื้องเราเสร็จเรียบร้อยก็มาเรื่องไม้ ก็มีปัญหาเรื่องไม้พุกก็ค่อยๆ รั้วแล้วคุด พบว่าเสียหายประมาณ 5 % บานหน้าต่างเราสามารถรักษาสภาพเดิมได้ ก็เอามาขัดล้าง ทาสี ทุกอย่างให้คงสภาพเดิมที่สุด ก็ได้บ้านที่สวยงาม เหมือนกับไม่ได้ซ่อมเลย ถือว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจ”

(มงคล ศิวะอนันต์วงษ์ – บทสัมภาษณ์ วิดีทัศน์ “โครงการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์”)

ข้อมูลจากภาพถ่ายและวิดีโอของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า คณะกรรมการฯ กับกลุ่มสถาปนิก จะมีการพูดคุยปรึกษาหารือเกี่ยวกับแบบ แผนผังบ้านกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชนมากที่สุด การทำบ้านพิพิธภัณฑสถานที่มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่กลางปี 2546 – กลางปี 2547

■ จัดกิจกรรม “ฟื้นฟูประเพณี ปลูกจิตสำนึก และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน”

ในขณะที่มีการดำเนินการสำรวจ ปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านของท่านขุนจ่านางค์นั้น คณะกรรมการฯ ได้วางแผนจัดกิจกรรมต่างๆ อีกหลายกิจกรรม ซึ่งคณะกรรมการฯ แต่ละฝ่ายจะร่วมกันคิดแผน

การดำเนินงาน และนำเรื่องมาเข้าที่ประชุม โดยมีเจ้าหน้าที่โครงการฯ ร่วมพูดคุยและช่วยเสริมแนวความคิดการทำงาน โดยการพาไปศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการเมืองเก่า ที่จังหวัดระยอง และจันทบุรี ทำให้คณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุกได้เห็นแนวทางการทำงานที่หลากหลาย และส่วนหนึ่งได้นำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของชุมชน เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยคณะกรรมการฯ ได้นำแนวทางที่ได้จากการดูงาน มาร่วมพูดคุยปรึกษาหารือร่วมกัน จนได้แผนการดำเนินงานการจัดงาน “ภาพเก่าเล่าขานตำนานสามชุก” ในช่วงวันสงกรานต์ ปี 2546 โดยมีรูปแบบการจัดงานที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนตลาดสามชุกทุกเพศทุกวัย ในการจัดกิจกรรมดังกล่าว เป็นงานที่ให้ผู้สูงอายุมาเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชน จากภาพถ่ายเก่าๆ และให้คนรุ่นหลังฟัง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตที่คนปัจจุบันไม่เคยรู้ ได้รับรู้เรื่องราวความเป็นมาของชุมชนของตน ซึ่งจะทำให้ตระหนักเห็นความสำคัญ และเกิดจิตสำนึกในการร่วมฟื้นฟู อนุรักษ์ท้องถิ่นของตนในคงอยู่สืบต่อไป

ในวันสงกรานต์ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่หลากหลาย ให้ชาวชุมชนตลาดสามชุกทุกเพศทุกวัยได้มีส่วนร่วมสนุกอีกมากมาย ได้แก่ การก่อเจดีย์ทราย, รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ, การแข่งขันการละเล่นย้อนยุค, และนิทรรศการภาพบ้านไม้ที่มีคุณค่า โดยมีสถาปนิกช่วยทำด้วย ซึ่งการจัดงานนี้ทำให้ชาวสามชุกมีความตื่นตัวมาร่วมกิจกรรมกันมากมายอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ยังพบว่า คณะกรรมการฯ ได้มีการดำเนินงานจัดกิจกรรมอีกหลายกิจกรรม ซึ่งเกิดจากความคิดของคณะกรรมการฯ แต่ละฝ่าย แล้วนำมาพิจารณาร่วมกัน โดยมีการจัดกิจกรรมอื่นๆ อีกหลายกิจกรรม

- จัดกิจกรรม “อวยกันวันพุธ” ปลุกตลาดให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง

วันที่ 29 ตุลาคม 2546 คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันจัดกิจกรรม “อวยกันวันพุธ” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกฟื้นสภาพตลาดให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยการเปิดตลาดกันทุกๆ วันพุธ คณะกรรมการฯ จะประกาศเชิญชวนพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้านทั้งที่อยู่ในตลาด และในชุมชนในเขตเทศบาล ที่มีฝีมือทำอาหาร และขนมอวย เข้ามาขายของกันในวันพุธ และมาทานอาหารจับจ่ายซื้อของกันในตลาดสามชุก ขณะเดียวกันคณะกรรมการฯ ได้ประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานรอบๆ ชุมชน ได้แก่ ธนาคาร ซึ่งมีอยู่ถึง 7 ธนาคาร แต่ละธนาคารมีเจ้าหน้าที่จำนวนมาก ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้เข้าไปประสานงานกับผู้บริหารแต่ละธนาคาร เพื่อขอความร่วมมือให้เจ้าหน้าที่ธนาคารไปทานอาหารกลางวันพร้อมจับจ่ายซื้อของกันทุกๆ วันพุธ โดยมีข้อตกลงร่วมกันคือ ทางคณะกรรมการฯ จะจำหน่ายคูปองอาหารสำหรับให้เจ้าหน้าที่ธนาคาร



นำไปใช้จ่ายในตลาด แห่งละ 3,000 บาท / เดือน โดยมีระยะเวลา 6 เดือน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการช่วยอุดหนุนอาหาร และสินค้าในตลาด และเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละร้านด้วย นอกจากนี้ ทุกๆ วันอังคาร และพุธ คณะกรรมการฯ จะใช้รถประชาสัมพันธ์ไปประกาศเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมือง หนาว ให้แวะมาเที่ยวชมตลาดสามชุก เพื่อแวะชิมอาหารอร่อย และจับจ่ายใช้สอยได้ทุกๆ วันพุธด้วย ในการจัดกิจกรรม “อร่อยกันวันพุธ” นั้น ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งที่ทำให้ตลาดสามชุกที่เคย ชบเซา กลับมาคึกคักด้วยผู้คนทั้งบุคคลภายในและบุคคลภายนอก มากหน้าหลายตา เข้ามาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ตลาดกลับมาคึกคัก พ่อค้า แม่ค้า ก็มีรายได้ แต่ยังไม่เกิดความยั่งยืน เนื่องจาก ชุมชนยังไม่สามารถกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแต่ละครั้งได้ ซึ่งบางครั้งนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะ ผู้ประกอบการก็จะดีใจ ขายของได้ แต่บางครั้งที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาน้อย ข้าวของสินค้าของผู้ประกอบการก็จะเหลือ ทำให้เกิดอาการไม่พอใจ และกล่าวโทษคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ซึ่งต่อมาโครงการ “อร่อยกันวันพุธ” ก็ได้ล้มเลิกไป

#### ▪ จัดกิจกรรม ปลุกจิตสำนึกเด็กและเยาวชนในชุมชน

นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังให้ความสำคัญกับเด็ก และเยาวชน ซึ่งเป็นอนาคตของชาติ และเป็นผู้สืบทอดศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก โดยการจัดกิจกรรมเพื่อเด็กและเยาวชน ได้แก่ กิจกรรม “งานแรลลี่จักรยานเยาวชน” เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ให้กับเยาวชนได้รู้จักชุมชนและปลูกฝังความรักในท้องถิ่น มีกิจกรรมขี่จักรยานชมทัศนียภาพของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก และแวะตามฐานต่างๆ ที่กำหนดให้ แต่ละฐานจะมีวิทยากรคอยอธิบายประวัติและความสำคัญของสถานที่นั้นๆ ให้เด็กๆ ได้รับรู้ และเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน การจัดกิจกรรมนี้ ทางคณะกรรมการฯ ได้ประสานผ่านโรงเรียนช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรม และเปิดรับสมัครนักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครองที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งมีเยาวชน และผู้สนใจประมาณ 300 กว่าคน เข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้

หลังจากนั้นยังได้มีการจัดกิจกรรม “แรลลี่วิชาการ” ซึ่งเป็นแนวคิดของ อาจารย์สมเกียรติ กู้เกียรติภูมิ ผู้อำนวยการสถานศึกษาโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต หนึ่งในคณะกรรมการฯ มีความต้องการให้ชุมชนเป็นฐานในการเรียนรู้ของนักเรียน โดยให้มีการกำหนดหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 – ประถมศึกษาปีที่ 6 ให้เข้าไปศึกษาเรียนรู้เรื่องราวในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ให้นักเรียนได้ศึกษาและรู้จักสภาพของท้องถิ่นและ ชุมชนที่ตนอยู่อาศัย ได้เรียนรู้โดยใช้ภูมิปัญญาและแหล่งเรียนรู้ท้องถิ่น และได้เห็นคุณค่า และภูมิใจใน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ (ข้อมูลจากวารสาร ชุมชนไท ฉบับเดือนกรกฎาคม 2547 , หน้า 27-28)

จากการศึกษาข้อมูลในเอกสาร และคำบอกเล่าของคณะกรรมการ พบว่า การดำเนินงานของคณะกรรมการ ได้มาสะดุดลงอีกครั้ง หลังจากที่มีการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกในสมัยที่ 2 ซึ่งคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ไม่ได้รับการเลือกตั้งให้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกอีกครั้ง ส่งผลให้ประธานคณะกรรมการ เกิดความตึงเครียด จนมีความคิดที่จะหยุดทำงานด้านการพัฒนาชุมชน ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการ หยุดชะงักลงช่วงระยะหนึ่งทางคณะกรรมการ และเจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้เข้ามาปลอบใจ และให้แง่คิด ซึ่งทุกฝ่ายเห็นศักยภาพความเป็นผู้นำในตัวคุณพงษ์วิน และผลการทำงานที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับของชาวตลาดสามชุก ทำให้คุณพงษ์วิน กลับมามีกำลังใจที่จะทำงานอีกครั้งหนึ่ง

“การทำงานมาสะดุดอีกที่ตอนเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ทุกอย่างก็หยุดลงอีกครั้ง หลังจากเลือกตั้งก็หยุดแล้ว คิดจะหยุดโครงการเหมือนกัน ก็เลือกตั้งไม่ได้ก็นึกว่าชาวบ้านไม่อยากจะให้ทำ ก็เลยไม่อยากทำ หหมดแรง กรรมการถอดใจกันหมด ตอนหลังก็มานั่งคุยกัน กรรมการ มูลนิธิช่วยพูด เขาก็บอกว่าไม่เกี่ยวกับ ก็กลับมาทำกันใหม่”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2549)

แม้ว่าลักษณะการทำงานของประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จะเปลี่ยนแปลงไป คุณพงษ์วิน ไม่ได้มีอำนาจในการสั่งการเหมือนครั้งเป็นนายกเทศมนตรีฯ แต่การทำงานของคณะกรรมการ ยังคงเหมือนเดิม คณะกรรมการฯ ทุกคนยังคงให้ความเคารพประธานฯ คนเดิม การดำเนินงานยังคงเป็นการร่วมกันคิดร่วมกันทำ แต่คณะกรรมการฯ ต้องช่วยตัวเองมากที่สุด เนื่องจากนายกเทศมนตรีเทศบาลฯ คนใหม่ ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์เลย ทั้งนี้ สืบเนื่องจากเหตุผลความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างกัน

#### ■ เจ้าหน้าที่โครงการฯ ประธานนักวิชาการ ถ่ายทอดองค์ความรู้

การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ ยังคงได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ที่คอยช่วยแนะนำ และประสานงานให้ชุมชนได้รู้จักกับกลุ่มคนภายนอก ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจุดประกายความคิด ที่ทำให้คณะกรรมการฯ มีความชัดเจนเรื่องการทำงานเชิงอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น นั่นคือ รศ.ศรีศักร วัลลิโภดม นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความสนใจเกี่ยวกับชุมชน และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในเมืองด้วย

ในการประสานงานของเจ้าหน้าที่โครงการ ฯ ทำให้คณะกรรมการฯ ได้วางแผนร่วมกันจัดงาน ในรูปแบบการเสวนา ใช้ชื่องานว่า “โครงการเสวนาตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑน์มีชีวิตร” ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2547 โดยการเชิญ รศ.ศรีศักร วัลลิโภดม มาร่วมบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำพิพิธภัณฑน์ชุมชน และเชิญชวนชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุก และชุมชนในเขตเทศบาล เข้าร่วมรับฟัง และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำพิพิธภัณฑน์บ้านขุนจ่านางจันารักษ์ ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑน์ ซึ่งจะเป็แหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป

ต่อมาในวันที่ 26 มีนาคม 2547 คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันจัดกิจกรรมต่อเนื่อง คือ การจัดงาน “วันรำลึกบันทึกประวัติศาสตร์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับชาวสามชุก ได้ตระหนักถึงความสำคัญของท้องถิ่น โดยรับฟังและบันทึกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของสามชุกผ่านการบอกเล่าของผู้สูงอายุในชุมชน และการรับฟังแง่คิดจาก รศ. ศรีศักร วัลลิโภดม นักวิชาการ เกี่ยวกับการจัดการท้องถิ่นให้คงอยู่สืบต่อไป ซึ่งในการจัดงานนี้ ทางมูลนิธิชุมชนไท ได้พาสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าวด้วย ทำให้เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกเริ่มเป็นที่รู้จักของสาธารณชนภายนอกบ้างแล้ว

#### ■ ททท. เข้ามาหาเส้นทางท่องเที่ยวแบบ “Family Fun One Day Trip”

ในขณะที่มีการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านขุนจ่านางจันารักษ์ เพื่อจัดเป็นพิพิธภัณฑน์ชุมชน ดำเนินการใกล้จะเสร็จแล้ว ในช่วงต้นปี 2547 ชาวตลาดสามชุกได้มีโอกาสต้อนรับ กลุ่มผู้ประสานงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ทราบเรื่องราวของตลาดสามชุกจากนิตยสารสารคดี ที่ลงเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก จึงได้แวะเข้าไปเยี่ยมเยียนและสำรวจชุมชน พร้อมพูดคุยกับชาวบ้าน และคณะกรรมการฯ โดยขณะนั้นทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีโครงการจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบครอบครัว โดยการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวใน 1 วัน เดินทางจากกรุงเทพฯ ออกไปต่างจังหวัดในระยะทางไม่เกิน 300 กิโลเมตร และในส่วนของสายกรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี โดยมีบริษัท แพลนโมทีฟ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการจัดทำโครงการดังกล่าว และหลังจากที่ทางทีมงาน ได้เข้าไปสำรวจ และพูดคุยกับชาวชุมชน แล้วรู้สึกสนใจที่ตลาดสามชุก จึงนำแผนไปประชุมปรึกษาหารือกับทางผู้บริหาร ททท. และกลับมาประสานงานกับทางคณะกรรมการฯ อีกครั้ง โดยทางผู้บริหาร (ททท.) ได้พิจารณาเห็นว่า ชุมชนตลาดสามชุก มีศักยภาพในการจัดการชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น จึงเลือกตลาดสามชุก เป็น 1 ในเส้นทางสายกรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี และมีการมาจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือ คู่มือ “Family Fun One Day Trip” ที่บ้านขุนจ่านางจันารักษ์ เมื่อประมาณเดือนเมษายน 2547 ซึ่งนอกจากการเปิดตัวหนังสือคู่มือดังกล่าวแล้ว ทาง (ททท.) ยังต้องการประชาสัมพันธ์ ชุมชน

ตลาดสามชุก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกด้วย ทั้งนี้ มีการเชิญสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวด้วย ทำให้ชื่อเสียงของตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักของสาธารณชนกว้างขวางมากขึ้น

“โครงการ“วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” เป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบครอบครัวในระยะทางใกล้ๆ ไม่เกิน 300 กิโลเมตร จากกรุงเทพฯ ออกไป โดย ททท. ให้บริษัท แพลนโมทีฟ รับทำ ตั้งแต่หาข้อมูล และจัดทำเป็นรูปเล่ม ซึ่งจะมีการพูดคุย เสนองานกับทางผู้บริหาร ททท. ตลอด จากการสำรวจข้อมูลที่ตลาดสามชุก เห็นว่ามีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามโครงการนี้”

(วิสุทธิ มณีรัชตวรรณ – สัมภาษณ์ 20 เมษายน 2549)

“ตอนนั้นมี คุณพิชญ์ เข้ามา ก็มาคุยกับผม เขาบอกว่ามาจาก ททท. มาหาข้อมูลจัดทำหนังสือคู่มือ วันเดียวเที่ยวสนุก ตอนแรกคุยกันว่าจะให้ชาวชุมชนไปจัดนิทรรศการ ในงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือที่ ททท. กรุงเทพฯ แต่ต่อมาเขาเลือกมาจัดแถลงข่าวในชุมชน โดยใช้ที่บ้านขุนจำนงฯ มีการเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวด้วย ”

(สมชาย หงส์สุพรรณ – สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

- อาจารย์ และนักศึกษาจากลาดกระบัง เข้ามาทำโครงการ และนำไปจัดกิจกรรมเผยแพร่

จากกระแสการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทำให้ตลาดสามชุก เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการสัมภาษณ์คณะกรรมการ พบว่า ในช่วงปลายปี 2546 มีกลุ่มอาจารย์ และนักศึกษาจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ แวะเข้ามาเดินชมตลาดสามชุก และได้พูดคุยกับคณะกรรมการ ชุมชน หลังจากนั้น ทางอาจารย์ ได้ติดต่อกลับมาทางชุมชนเพื่อขอเข้ามาสำรวจ และวาดภาพตลาด พร้อมจัดทำโมเดลตลาด เพื่อนำไปจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นโครงการของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ ที่วางแผนจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ชุมชนท้องถิ่น ในครั้งนั้นนักศึกษา เข้ามาดูในชุมชนเป็นเวลากว่า 1 อาทิตย์ จนได้ภาพวาด และโมเดลผังตลาด ไปจัดงานที่มหาวิทยาลัย ในวันที่ 25 พฤศจิกายน 2547 และได้เชิญคณะกรรมการ และชาวตลาดสามชุกไปร่วมออกบูท ซึ่งทางคณะกรรมการ ได้พิจารณาว่า การดำเนินงานของนักศึกษา เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดให้ด้วย ดังนั้น จึงช่วยสนับสนุนงบประมาณในการจัดงานให้ด้วย ซึ่งภายในงานดังกล่าว ทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ยังได้ร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และมูลนิธิชุมชนไทย จัดกิจกรรม “สัมมนาเชิงวิชาการ “โครงการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์” โดยเชิญคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์, ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล , อ.ศรีศักร วัลลิโภดม , คุณปริดา คงแป้น



ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไทย และอาจารย์จากสถาบันเทคโนโลยีลาดกระบัง เป็นวิทยากร และเชิญคณะอาจารย์ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เข้าร่วมงาน ในการจัดงานดังกล่าว ทำให้ตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักของกลุ่มสถาบันการศึกษา ทั่วประเทศ และเกิดความสนใจในการศึกษาเรียนรู้เรื่องราวของชุมชน ทำให้มีมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา ติดต่อเข้ามาขอเรียนรู้และเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุกไม่ขาดสาย จนถึงปัจจุบัน

“คณะครุศาสตร์ อุดสาหกรรม ลาดกระบัง จัดสัมมนาที่มหาลัยเขา เขียวเราไปจัดบูท เราก็ช่วยสนับสนุนงบประมาณให้เขา แล้วก็มีการจัดเสวนาเชิงวิชาการ หัวข้อ การอนุรักษ์ตลาดสามชุกร้อยปี เขียว.ศรีศักร เขียว.ดร.สมเกียรติ เขียว.คุณพงษ์วิน มีหนังสือ เอกสารแจก คนที่ไปร่วมงานในวันนั้นก็มหาลัยต่างๆ ทางอาจารย์ของลาดกระบังทำหนังสือเชิญทุกมหาลัย ทำให้อาจารย์รู้จักชุมชน และก็ติดต่อเข้ามาขอดูงาน กรรมการต้องคอยต้อนรับหน่วยงานพวกนี้เยอะมาก”

(สมชาย หงส์สุพรรณ – สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

- มูลนิธิชุมชนไทย เปิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนในโครงการฯ

ขณะเดียวกันทางเจ้าหน้าที่โครงการฯ ของมูลนิธิชุมชนไทย ได้พาคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ไปร่วมเวทีสรุปบทเรียนประสบการณ์การทำงานโครงการเมืองน่าอยู่ระดับภาค ซึ่งเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่เข้าร่วมโครงการฯ จากเวทีดังกล่าวทำให้เรื่องราวของตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มชุมชนในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่จากทั่วประเทศ ที่ติดต่อเข้ามาขอศึกษาดูงาน เยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ทางคณะกรรมการฯ ยังได้รับการเชิญให้เข้าร่วมเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตามโครงการที่ทางองค์กรพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชนจัดขึ้นอีกมากมาย ทำให้ปัจจุบันคณะกรรมการฯ ทำงานกันหนักมากจนแทบตั้งตัวไม่ติด

“ทางมูลนิธิก็พาเราไปเผยแพร่ชุมชน เป็นตัวอย่างให้แก่ชุมชนอื่น พอเราเป็นที่รู้จักเราก็มีงานต้องไปบรรยายที่โน่นที่นี้เยอะขึ้น”

(สมชาย หงส์สุพรรณ – สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

- ตลาดมีชีวิต ผู้ประกอบการมีรายได้ คลายปัญหาความขัดแย้ง



การดำเนินงานดังกล่าว ได้ส่งผลดีให้แก่ชุมชนตลาดสามชุก ที่ปัจจุบันมีผู้คนเข้ามาเดินในตลาดมากขึ้น พ่อค้า แม่ค้ามีรายได้มากขึ้น จากคนที่เคยคัดค้านและไม่เห็นด้วยกับการดำเนินงานของคณะกรรมการ ก็เริ่มเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้น ผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการทั้งสิ้น ซึ่งทางคณะกรรมการ ต้องทำงานหนักและเหนื่อย แต่ทุกคนทำงานด้วยใจ ไม่มีใครหวังผลตอบแทนในการดำเนินการพัฒนาตลาดสามชุก แม้ทางคณะกรรมการ จะมีรายได้จากการเป็นวิทยากรบรรยาย แต่ส่วนใหญ่คณะกรรมการ ได้นำเงินที่ได้ไปใส่ตู้บริจาคของชุมชน เพื่อเป็นงบประมาณในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาตลาดสามชุกในด้านต่างๆ ต่อไป

### ระยะที่ 3 : ระยะการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน (พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน)

- คณะกรรมการ เริ่มวางแผนจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

หลังจากที่ชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการยอมรับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้ในหนังสือคู่มือ "Family Fun One Day Trip" และการจัดงานแถลงข่าวที่บ้านขุนจางจันจันรักษ์ ทำให้ตลาดเป็นที่รู้จักของสาธารณชนกว้างขวางขึ้น และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน และเดินเที่ยวตลาดจับจ่ายซื้อของกันเยอะมากขึ้น จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารสรุปแผนปฏิบัติการโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ พ.ศ. 2547 พบว่า คณะกรรมการ ได้ร่วมประชุมกำหนดแผนการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2547 ซึ่งประกอบด้วยแผนงานการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว โดยความรับผิดชอบของฝ่ายการท่องเที่ยวตลาดสามชุก มีหน้าที่ดำเนินงาน ดังนี้

- การจัดทำแผนที่ แนะนำสถานที่ต่างๆ ในตลาดสามชุก ได้แก่ บ้านและร้านค้าที่เป็นจุดเด่นของชุมชน ร้านอาหารอร่อย และสถานที่สำคัญๆ ในตลาดสามชุกและชุมชนรอบนอก
- จัดทำป้ายชื่อ “สามชุก ตลาดร้อยปี” บริเวณทางเข้าตลาด
- จัดทำป้ายชื่อ “บ้านพิพิธภัณฑสถานขุนจางจันจันรักษ์”
- จัดทำป้ายบอกเส้นทางเข้าตลาดสามชุก จากถนนใหญ่เข้ามาสู่ที่ว่าการอำเภอและตลาดสามชุก
- จัดทำเว็บไซต์ แนะนำตลาดสามชุก และสถานที่สำคัญในตำบลสามชุก
- จัดอบรมมัคคุเทศก์น้อย โดยการประสานงานกับทางโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต รับสมัครเด็กนักเรียน เข้าร่วมอบรมมัคคุเทศก์น้อย เพื่อคอยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว
- จัดทำโปสการ์ด รูปภาพต่างๆ เพื่อหาทุนในการอนุรักษ์เมืองเก่า

- จัดทำของที่ระลึก โดยคณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันจัดทำของที่ระลึก ซึ่งเป็นงานฝีมือที่แต่ละคนถนัด ได้แก่ พวงกุญแจ, เสื้อยืด, สติกเกอร์, ที่คั่นหนังสือ และถ้วยกาแฟ

นอกจากนี้ มูลนิธิชุมชนไทย ยังช่วยสนับสนุนงบประมาณ โดยการจัดพิมพ์วารสาร “ชุมชนไทย” ฉบับเดือนกรกฎาคม 2547 และหนังสือ “สืบสานศิลป์ ถิ่นสามชุก” รวมทั้งการจัดพิมพ์โปสการ์ด ภาพวาดตลาดในมุมต่างๆ ของนักศึกษาตลาดกระบี่มอบให้ชุมชนแล้ว เพื่อจัดทำเป็นของที่ระลึกของชุมชนตลาดสามชุก จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นทุนในการดำเนินการอนุรักษ์เมืองเก่าด้วย

#### ■ ประสานความร่วมมือสมาชิกในชุมชน ร่วมจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ในส่วนของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายคณะกรรมการฝ่ายจัดระเบียบตลาดและการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ได้ดำเนินการพัฒนา ปรับภูมิทัศน์ของตลาดให้น่าเดินมากขึ้น โดยการเก็บทำความสะอาดพื้นที่ที่กว้าง บริเวณลานโพธิ์ สำหรับเป็นจัดเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการประสานงานขอความร่วมมือผู้ประกอบการ และชาวบ้าน ช่วยกันจัดระเบียบตลาด ทำความสะอาด เก็บกวาดขยะหน้าบ้าน หน้าร้าน และจัดร้านค้าไม่ให้รูก้าลงมาในเขตถนนคนเดิน นอกจากนี้ ยังดำเนินการปรับภูมิทัศน์ตลาดหน้าอำเภอ และประสานความร่วมมือกับทางนายอำเภอ และนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ขอใช้พื้นที่หน้าอำเภอ เป็นที่จอดรถของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว และเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก

#### ■ ค้นหาจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจในชุมชน

ขณะเดียวกันคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายการออกแบบและอนุรักษ์ฟื้นฟู และคณะกรรมการฝ่ายการสร้างเอกลักษณ์ของชาวตลาดสามชุก ได้ร่วมกันดำเนินการจัดตกแต่งบ้านพิพิธภัณฑ์ชุมชนงานจันทน์รักษ์ โดยการจัดทำข้อมูล เนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชน ข้อมูลประวัติของบ้านชุมชนงานจันทน์รักษ์ ข้อมูลเรื่องราวของบ้านและร้านค้า ที่เป็นจุดเด่นของตลาดสามชุก จากการสำรวจของคณะกรรมการฝ่ายการสร้างเอกลักษณ์ของชาวตลาดสามชุก ซึ่งพบว่า ในตลาดสามชุก มีบ้านและร้านค้าที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจอยู่หลายหลัง อาทิ

ชอย 1 ได้แก่ ร้านนาฬิกาโบราณ “บุญช่วยหัตถกิจ”, ร้านกาแฟท่าเรือส่ง, ร้านนาฬิกาโบราณ “รัชพร”, ร้านตัดผม “ศรีพุทธทอง, เป็นต้น

ชอย 2 ได้แก่ บ้านพิพิธภัณฑ์ชุมชนงานจันทน์รักษ์, โรงแรมอุดมโชค, โรงแรมสำราญรมย์ เป็นต้น

ชอย 3 ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสามชุก,ร้านขายเครื่องใช้ครัวเรือน “คู่งหวอด”,ร้านถ่ายรูป “ศิลป์ธรรมชาติ”, ร้านขายยาจีน “ฮกอันโฮสถ”, บ้านลิ้มเต็กเซ็ง, ร้านขายของชำบ้านนา เป็นต้น

ชอย 4 ได้แก่ ร้านขายทองมีชัย, ร้านไพศาลสมบัติ, ร้านโชคนิมิต, ร้านขายยาจีน “ฮกจ้วนตั้ง” เป็นต้น

ชอย 6 ได้แก่ ร้านทำเคียวตรา “ซ 3”, ร้าน “ศิริทรัพย์” เครื่องหว่าย เป็นต้น

ชอย 8 ได้แก่ ร้านหยอง ทำกระดุมด้วยมือ,ร้านทันตกรรมโบราณ “ตั้งชิมซัง”, โรงตีเหล็ก ช.เจริญพานิช เป็นต้น

จากข้อมูลบ้านเด่นๆ ในชุมชนตลาดสามชุก ทางคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินถ่ายภาพ และเขียนประวัติความเป็นมาของบ้านแต่ละหลัง ที่ผ่านการบอกเล่าของเจ้าของบ้าน และนำมาจัดทำหนังสือ “สืบสานงานศิลป์ ถิ่นสามชุก” และส่วนหนึ่งนำมาจัดทำเป็นแผ่นโปสเตอร์ ประดับไว้ที่ข้างฝาบ้านบริเวณชั้น 1 บ้านขุนจ่ามจันารักษ์ เพื่อเป็นการแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจในชุมชนตลาดสามชุก

ในขณะเดียวกัน ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดประชุมชาวบ้าน และผู้ประกอบการในชุมชน เพื่อขอความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย เรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการได้ขอความร่วมมือให้ชาวบ้าน และผู้ประกอบการ กล่าวทักทายนักท่องเที่ยว พร้อมเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าห้องน้ำภายในบ้านได้ เรื่องการจัดบ้านในชุมชนเป็น “ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์มีชีวิต” โดยการขอความร่วมมือชาวบ้านที่ได้รับการคัดเลือกเป็นบ้านโดดเด่นของชุมชน ช่วยต้อนรับนักท่องเที่ยวและเล่าเรื่องราวความเป็นมาของบ้าน รวมทั้งการเชิญชวนชาวบ้านในตลาดสามชุก นำของเก่าที่ยังมีคุณค่าออกมาตั้งโชว์ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ในส่วนของผู้ประกอบการ คณะกรรมการฯ ได้ขอความร่วมมือเกี่ยวกับเรื่องการจัดระเบียบตลาด การรักษาความสะอาด และการจัดทำอาหาร และขนม ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องการรักษาภูมิปัญญาด้านอาหาร จึงได้ขอความร่วมมือผู้ประกอบการที่มีฝีมือด้านอาหาร จัดทำอาหาร และขนมโบราณ ที่หาทานได้ยาก ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของชุมชน คือ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

■ ประสานความร่วมมือในการจัดงาน “เปิดบ้านเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ อย่างเป็นทางการ”

หลังจากที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ดำเนินการจัดทำบ้านขุนจ้านงจันารักษ์ เสร็จสมบูรณ์ จัดตกแต่งบ้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมถึงการดำเนินการในการจัดระเบียบตลาดสามชุก และปรับภูมิทัศน์ ของชุมชนดีแล้ว คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันวางแผนจัดงาน เปิดบ้านพิพิธภัณฑน์ พร้อมกับการเปิดชุมชน ตลาดสามชุกเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนด้วย โดยมีกำหนดจัดในวันที่ 11 ธันวาคม 2547

ในการดำเนินการดังกล่าว คณะกรรมการฯ ได้มีการจัดประชุม เพื่อร่วมวางแผนจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในงาน โดยเชิญชาวบ้าน ผู้ประกอบการทั้งในชุมชนตลาดสามชุก และชุมชนอื่นๆ ในเขตเทศบาลตำบล สามชุก เข้าร่วมประชุมด้วย เพื่อแจ้งเรื่องการจัดกิจกรรม และร่วมระดมความคิดเห็นในการวางแผนการจัด กิจกรรม โดยคณะกรรมการฯ ได้นำเสนอแผนการจัดงาน และให้สมาชิกชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็น พร้อมขอ ความร่วมมือชาวบ้าน และผู้ประกอบการทั้งในชุมชนตลาดสามชุก และชุมชนอื่นเข้ามาร่วมมือกันต้อนรับแขก ที่มาร่วมงาน โดยมีเรื่องการจัดเตรียมสถานที่ การทำความสะอาดบ้านขุนจ้านงจันารักษ์ และการทำความสะอาด การจัดเตรียมโต๊ะ เก้าอี้ ไว้สำหรับรับแขก จัดเตรียมสถานที่สำหรับแขกนั่งทานอาหาร การจัด นิทรรศการของชุมชน และการจัดอาหารไว้สำหรับเลี้ยงแขกที่มาร่วมงาน โดยคณะกรรมการฯ ได้ขอความร่วมมือ ชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ช่วยทำอาหารเลี้ยงแขก ทั้งมือเช้า กลางวัน และเย็น ซึ่งทางชุมชนจะเปิดให้ ทานอาหารฟรีตลอดทั้งวัน

จากนั้น คณะกรรมการฯ ดำเนินการเชิญแขกเข้าร่วมงาน ซึ่งกำหนดไว้ประมาณ 500 คน ได้แก่ กลุ่มภาคีโครงการเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ทั่วประเทศ, เทศบาล และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่างๆ, นักวิชาการ, สื่อมวลชน และชาวบ้านในเขตเทศบาลตำบลสามชุก และแขกผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี, สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี, ผู้บริหารการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย และได้เชิญรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เป็นประธานในการเปิดงาน

ในการจัดงานเปิดบ้านพิพิธภัณฑน์นั้น ทางคณะกรรมการฯ ใช้ชื่องานว่า “เปิดตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑน์มีชีวิต” กำหนดจัดงานตั้งแต่วันที่ 10 ธันวาคม 2547 โดยมีพิธีเจริญพระพุทธมนต์เย็น ณ พิพิธภัณฑน์บ้านขุนจ้านงจันารักษ์ และในวันที่ 11 ธันวาคม 2547 มีพิธีทำบุญเลี้ยงภัตตาหารเช้า แต่พระภิกษุสงฆ์ 9 รูป และดำเนินการเปิดงาน โดยนายอนุรักษ์ จุริมาศ รัฐมนตรีว่าการกระทรวง วัฒนธรรม ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน และเปิดป้ายสามชุกตลาดร้อยปี และป้ายพิพิธภัณฑน์บ้านขุน จ้านงจันารักษ์ จากนั้น ได้เชิญผู้เข้าร่วมงานร่วมรับประทานอาหารที่ทางชาวชุมชนตลาดสามชุกจัด เตรียมไว้ ในบริเวณ ซอย 3 ซึ่งมีอาหารกว่า 100 ชนิดที่ชาวบ้านช่วยกันนำมาบริการให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน จัดให้รับประทานฟรีตลอดทั้งวัน และในช่วงเย็น ได้ย้ายสถานที่จัดงานไปตรงบริเวณลานเฉลิม พระ

เกียรติ พร้อมจัดซุ้มอาหารไว้คอยบริการผู้ร่วมงาน และจัดเวทีการแสดง ซึ่งทางชุมชนจัดให้มีการแสดง ศิลปวัฒนธรรม จาก 4 ภาค ได้แก่ กลองสะบัดชัย จากภาคภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ , ลิเกฮูลู จาก ภาคภาคใต้ จังหวัดปัตตานี, วงดนตรีสเลเต จากจังหวัดอุบลราชธานี, โปงลาง จากภาคอีสาน จังหวัดมหาสารคาม และเพลงอีแซว จากภาคภาคกลาง นอกจากนี้ ทางผู้อำนวยการโรงเรียนในชุมชน ยังจัดการแสดงของนักเรียนมาร่วมแสดงในงานด้วย ได้แก่ ระบายร้อยมาลัย จากโรงเรียนสามชุกรัตน โภคาราม อ.สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และระบำ 4 ภาคจากโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัตน์

บรรยากาศในการจัดงานในวันนั้น เป็นการจัดงานที่ยิ่งใหญ่มาก ทางคณะกรรมการฯ ได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชน และจากบุคคลภายนอก ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท ภาคีในโครงการ ปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ , องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น , นักวิชาการ, และสื่อมวลชน เป็นอย่างดี ทำให้การดำเนินงานในครั้งนั้นประสบความสำเร็จอย่างล้นหลาม จากคำบอกเล่าของคณะกรรมการฯ เล่าให้ฟังว่า

“เมื่องานเปิดตลาด 11 ธันวาคม 2547 คนมาเยอะมาก ประมาณ 3 – 4 พันคน บริเวณชอย 3 ตั้งร้านอาหารทั้งหมด แต่ทุกร้านก็ไม่ได้ปิดนะ ก็เปิดเป็นปกติ แต่ทุกคนจะมาช่วยกันจัดเก้าอี้ จัดเตรียมอาหารให้แขก มีอาหารตั้งเรียงรายตลอดชอย ไปตักแล้วก็มานั่งกินกัน ชอย 3 เป็นบริเวณเลี้ยงอาหารกลางวัน ตอนเย็นไปเลี้ยงที่ลานเฉลิมพระเกียรติ กินฟรีหมดทั้งวัน เข้ามีการทำบุญบ้านขุนจำนงค์ แล้วก็ทานอาหารร่วมกัน เลี้ยงแบบบุฟเฟต์ ตอนนั้นเรามีสปอนเซอร์เยอะมาก ตามร้านค้า บ้านแต่ละหลังจะทำแกงคนละหม้อ 2 หม้อ บ้านนี้ช่วยข้าว ชาวบ้านก็จะช่วยกันทำอาหาร บ้านใครไม่ได้ทำก็จะมาช่วยตัก ช่วยเสิร์ฟ บรรยากาศดีคึกคักมาก คนแน่นตลาดเลย”

(ราตรี โอภาส – สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2549)

หลังจากการจัดงานเปิดบ้าน เปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้แล้ว ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักของกลุ่มคนภายนอกมากยิ่งขึ้น ทางชุมชนได้มีโอกาสต้อนรับกลุ่มคนภายนอกที่ติดต่อขอเข้ามาดูงาน และเชิญออกไปร่วมงานข้างนอกชุมชนเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นภาคีเครือข่าย โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่, กลุ่มสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่างๆ, กลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีการติดต่อประสานกันไว้ตอนที่คุณพงษ์วิน เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และกลุ่มนักวิชาการจากองค์กร สถาบันต่างๆ ทำให้การดำเนินงานหลักของคณะกรรมการฯ จึงมีแต่การบรรยาย และไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก



■ ประสานงานกับสื่อมวลชน ร่วมงานเปิดบ้านเปิดชุมชน และช่วยเผยแพร่

ในขณะเดียวกัน ได้มีกลุ่มสื่อมวลชน เข้ามาติดต่อขอสัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการในชุมชน ตลาดสามชุกอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากชุมชนตลาดสามชุก มีจุดเด่นที่เห็นจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ นั่นคือ ความมีเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมโบราณ, การอนุรักษ์สภาพของชุมชนให้คงอยู่จนถึงปัจจุบัน, การรักษาวินัยชีวิตดั้งเดิมของคนสามชุก, ความมีชื่อเสียงเรื่องอาหารอร่อย, และความงดงามทางด้านอรรถาธิบายความมีน้ำใจของคนสามชุก ที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัว ทำให้สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก และนำไปเผยแพร่ออกสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ในรายการต่างๆ ต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ ซึ่งจากการสังเกต จากช่วงแรกๆ ทางสื่อมวลชน จะเข้ามาขอสัมภาษณ์ ทำรายการ โดยการสัมภาษณ์คณะกรรมการ และชาวตลาดสามชุก ในประเด็นของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, แนวทางการพัฒนาชุมชนเป็นชุมชนเข้มแข็ง เป็นต้น แต่ปัจจุบัน สังเกตว่า ทางสื่อมวลชน ได้ขยายเป้าหมายของรายการ โดยให้ความสนใจกับกลุ่มเด็ก และเยาวชนของชุมชน ที่เป็นภาคเทคโนโลยี ทั้งนี้ ทำให้สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่มีการจัดรูปแบบรายการ หรือ คอลัมน์ ที่แยกแต่ประเด็นออกไป ทำให้มีรายการแล้ว รายการเล่าเข้ามาทำข่าว จนถึงปัจจุบันก็ยังไม่หยุดเผยแพร่เรื่องราวของตลาดสามชุก

■ จัดกิจกรรมประจำปี “อาหารอร่อยดีที่สามชุก”

ในช่วงระยะเวลาการจัดการการท่องเที่ยวนี้ ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ บางอย่าง เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน เริ่มลดน้อยลง เนื่องจากคณะกรรมการฯ ไม่ค่อยมีเวลา ซึ่งงานส่วนใหญ่คือ การรับแขกที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน แต่การจัดงาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ซึ่งเป็นงานประจำปีของชาวสามชุก ยังคงดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 นั้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ไม่ได้ดำเนินการจัดเอง ทางเทศบาลตำบลสามชุก รับผิดชอบไปดำเนินการเอง แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ต่อมาในปี พ.ศ.2548 ทางเทศบาลตำบลสามชุก ได้มีการลงมติ โดยให้สมาชิกสภาเทศบาลออกเสียงเลือก ที่จะให้ใครดำเนินการจัดการ และสรุปว่าให้ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เป็นผู้จัดการทั้งหมด ซึ่งในปีนี้มีการจัดงานยิ่งใหญ่ ใช้ชื่อว่า “มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก ครั้งที่ 5” จัดงานตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2548 – 1 มกราคม 2549 ซึ่งในการจัดงานครั้งนี้ คณะกรรมการฯ ได้จัดเตรียมงาน เตรียมความพร้อมกันอย่างดี โดยประสานความร่วมมือกับชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปอย่างง่ายดาย เพราะชาวบ้าน และผู้ประกอบการมีใจให้การจัดงานครั้งนี้ ขณะเดียวกัน คณะกรรมการฯ บางส่วนได้จัดหาสปอนเซอร์เข้ามาสนับสนุน สำหรับ

การแสดง ทางคณะกรรมการฯ ได้เลือกการแสดงของนักเรียนจากโรงเรียนในชุมชน เนื่องจาก ต้องการ สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างครอบครัว ซึ่งเมื่อมีเด็กนักเรียนมาแสดง พ่อแม่ ผู้ปกครอง ก็ต้องตามมา ดู มาให้กำลังใจด้วย

ในการจัดงานดังกล่าว ทางคณะกรรมการฯ มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานอย่างกว้างขวาง มีการจัดทำสติ๊กเกอร์ สำหรับติดรถ และแจกจ่ายให้แก่ผู้ที่มาเยี่ยมชมชุมชน เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ต่อการจัดทำป้ายผ้า ติดตามบริเวณทางเข้าตลาด ทางด้านติดริมแม่น้ำสุพรรณบุรี และทางเข้าตลาดทางด้านติดริมคลองชลประทานด้วย นอกจากนี้ ยังได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ที่เข้ามาทำข่าวในช่วงเวลาดำเนินการของคณะกรรมการฯ และนำไปช่วยประชาสัมพันธ์เผยแพร่ต่อ ทำให้มีผู้สนใจภายนอกร่วมงานครั้งนี้ของชุมชนเป็นจำนวนมาก

■ ประสานความร่วมมือภาคีภายนอก ช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ

แม้ว่าตลาดสามชุกในปัจจุบันจะมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของสาธารณชนทั่วไปอย่างกว้างขวาง แต่ในขณะเดียวกัน ชุมชนแห่งนี้ก็ยังมีประสบปัญหาของการไร้ข้อพื้นที่เช่าของกรมธนารักษ์อยู่ เนื่องจากสภาพชุมชนนับวันยิ่งเก่าแก่ลงทุกที อาคารบ้านไม้ ที่มีอายุกว่า 100 ปีเริ่มเสื่อมโทรมลง ทางกรมธนารักษ์ ต้องการให้ชุมชนปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเป็นอาคารตึกที่มีความมั่นคงแข็งแรงกว่า ซึ่งในทางกลับกัน ขณะนี้ชุมชนตลาดสามชุก กำลังมีชื่อเสียงทางด้านอนุรักษ์ ดังนั้น ทางคณะกรรมการฯ จึงมีความเห็นที่จะทำเรื่องเสนอกกรมธนารักษ์ขอเช่าบ้านจากที่ต้องทำเรื่องเช่าปีต่อปี เป็นการเช่าในเวลายาว 30 ปี ซึ่งทางกรมธนารักษ์ ไม่สามารถดำเนินการให้ได้ เนื่องจากการประเมินสภาพบ้านเรือนแล้ว อยู่ไม่ถึง 30 ปี ปัจจุบันยังเป็นปัญหาถกเถียงกันอยู่ ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ก็ได้ดำเนินการขอเข้าพบรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ช่วยคลี่คลายปัญหาเรื่องนี้ ซึ่งทางรองผู้ว่าราชการฯ ก็ให้ความร่วมมือด้วยดี โดยมีการนัดให้ทั้งสองฝ่ายมาร่วมประชุม พูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง

ในการนี้ ทางคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุก ได้ร่วมพูดคุยกับทางรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่กรมธนารักษ์ และนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก หลายครั้ง แต่ก็ยังตกลงกันไม่ได้ จนนำสู่การจัดเวทีเสวนา “สามชุก อนาคตอยู่กับใคร” เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2549 โดยการจัดงานดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าอย่างยั่งยืน โดยทางคณะกรรมการฯ ได้เชิญรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี, เจ้าหน้าที่กรมธนารักษ์, ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท, และสมาคมสถาปนิกสยามแห่งประเทศไทย ร่วมเป็นวิทยากร และเชิญภาคีเครือข่ายในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ พร้อมด้วยนักท่องเที่ยว เข้าร่วมรับฟัง และเสนอความคิดเห็น

เห็น จากเวที่ดังกล่าว ได้แนวทางการดำเนินงานมาพอสมควร แต่ในทางปฏิบัติ ยังไม่สามารถ ทำได้ จนทำให้คณะกรรมการฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ตัดสินใจดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเรือนในชุมชนเอง โดยการสนับสนุนของมูลนิธิชุมชนไท และสถาปนิกของชุมชนเข้ามาช่วยสำรวจ และออกแบบ ขณะเดียวกัน คณะกรรมการฯ ได้ช่วยกันจัดหางบประมาณในการจัดทำบ้านไปด้วย โดยการดำเนินงานนี้ ทางคณะกรรมการฯ มีการประชุมปรึกษาหารือกับทางสถาปนิก และเจ้าหน้าที่โครงการฯ อยู่ เพื่อดูการออกแบบ ก่อนการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเรือน อย่างต่อเนื่องด้วย

■ เสริมความเข้มแข็งให้แก่สมาชิกด้วยการ “ตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าตลาดสามชุก”

จากการศึกษาข้อมูล การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จนมาถึงปัจจุบัน พบว่า ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2549 คณะกรรมการฯ ได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดสามชุก โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ เนื่องจากการดำเนินงานที่ผ่านมา คณะกรรมการฯ ดูแลได้ไม่ทั่วถึง ดังนั้นจึงอยากให้พ่อค้า แม่ค้าดูแลกันเอง นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังพิจารณาเห็นว่า การพัฒนาตลาดสามชุกในปัจจุบันตลาดสามชุก มีผู้คนเข้ามาเที่ยวชม จับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมาก ทำให้สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ทางคณะกรรมการฯ ได้เสนอให้มีการจัดหาพนักงานโบกรถ วันละ 2 คน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว แต่มีค่าใช้จ่ายเป็นค่าจ้างของพนักงาน วันละ 200 บาท ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้ผู้ประกอบการช่วยในเรื่องของการจ่ายค่าจ้างพนักงานโบกรถ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีรายได้ ซึ่งทางผู้ประกอบการ ก็เห็นด้วย และดำเนินการปฏิบัติตาม

ในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชนตลาดสามชุก ได้เริ่มก่อตัวขึ้นทันที และมีการเลือกคณะกรรมการผู้ประกอบการฯ ขึ้นมาเป็นตัวแทนของกลุ่มในการประสานงานร่วมกับทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ จากนั้นทางกลุ่มผู้ประกอบการฯ ได้มีข้อตกลงร่วมกัน คือ ในวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีการเก็บเงินร้านละอย่างต่ำ 10 บาท ซึ่งร้านไหนมีกำลังมาก ก็จ่ายเพิ่มได้ เพื่อเป็นเงินค่าจ้างพนักงานโบกรถของชุมชนในวันหยุด วันละ 400 บาท และที่เหลือทางคณะกรรมการฯ ได้เปิดบัญชีชื่อ ชมรมผู้ประกอบการร้านค้าตลาดสามชุก เพื่อไว้ใช้เป็นทุนในการดำเนินงานของชมรมต่อไป ซึ่งส่วนหนึ่ง จะนำมาใช้ดำเนินการจัดทำคู่มือร้านอาหารทั้งหมดในตลาดสามชุก ซึ่งทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เป็นผู้ดำเนินการออกแบบให้

จากการสังเกต พบว่า ในปัจจุบัน การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการยอมรับจากสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างดี ผู้ประกอบการให้ความร่วมมือ และเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

จากเมื่อก่อนมีร้านค้าเข้ามาขายในชุมชนไม่กี่ร้าน แต่ปัจจุบัน ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุด มีร้านค้าเข้ามาขายกันมากขึ้น ตลอดสองข้างทางบนถนนเลียบบนที่มีร้านค้าตั้งเต็มตั้งแต่ปากทางเข้าตลาด จนถึงบริเวณหน้าศาลเจ้า ซึ่งร้านอาหารมีเข้ามามีความหลากหลาย ซึ่งบางร้านทำอาหาร และขนมที่เป็นของโบราณ และหาทานได้ยาก เช่น ขนมกง, ขนมกะล่อจ้, ขนมเบ็องโบราณ, ข้าวห่อใบบัว เป็นต้น ทำให้บรรยากาศในช่วงวันหยุด ตลาดคึกคักไปด้วยผู้คน ที่ส่วนหนึ่งมาศึกษาดูงาน อีกส่วนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่แวะเข้ามาชมสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และมาชิมอาหารที่ขึ้นชื่อว่าอร่อยของตลาดสามชุก พร้อมทั้งต้องการสัมผัสบรรยากาศความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของตลาดสามชุก

## ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามปัญหานำการวิจัย 2 ข้อคือ

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก
2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

**ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 :** รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

ในการศึกษาวิจัย “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก” ผู้วิจัย ได้ศึกษาเฉพาะระยะการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นช่วงที่ชุมชนมีการดำเนินการพัฒนา พื้นฟูสภาพชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชนแล้ว คือในช่วงปี 2547 - 2549 โดยการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสาร ออกเป็น 4 สถานการณ์ โดยเรียงตามลำดับขั้นตอนในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ดังนี้

1. สถานการณ์การวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน
2. สถานการณ์การประสานความร่วมมือในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว
3. สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว
4. สถานการณ์การแก้ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว

## 1. สถานการณ์การวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า หลังจากที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เผยแพร่เรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ลงในหนังสือ คู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” และมีการจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือที่บ้านขุนนางเงินราษฎร์ เมื่อเดือนเมษายน 2547 ซึ่งมีการเชิญสื่อมวลชนเข้ามาร่วมทำข่าวภายในชุมชน และมีการเผยแพร่เรื่องราวของตลาดสามชุกผ่านสื่อต่างๆ ขณะเดียวกันทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แจกจ่ายนำหนังสือคู่มือฉบับนี้ไปยังประชาชนทั่วไป ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและพากันเดินทางมาเยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมากขึ้น ดังนั้น ทางคณะกรรมการฯ จึงได้ร่วมกันวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และผู้สนใจศึกษาดูงานที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน มีรูปแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

### 1.1 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

#### ▪ การจัดประชุมวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า ในช่วงแรกของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เริ่มจากคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการวางแผนจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการรวมตัวกันจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก โดยมีเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไทร่วมประชุมด้วยและช่วยเป็นที่ปรึกษาให้กับคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จากคำให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการฯ ท่านหนึ่งว่า

“ในการประชุมแต่ละครั้งนั้นจะมีเจ้าหน้าที่โครงการมาคอยแนะ คอยให้คำปรึกษา เรามีปัญหาอะไรก็จะถามเขา เขาเป็นที่เลี้ยงเราทุกอย่าง”

(กฤตยา เสริมสุข - สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2549)

ในการประชุม คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันเสนอความคิดเกี่ยวกับแผนการดำเนินงาน ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จนได้ข้อเสนอลงมาเป็นแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เรื่องของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์, การต้อนรับนักท่องเที่ยว, การจัดระเบียบตลาด, การจัดทำข้อมูลเพื่อ



เผยแพร่ในบ้านพิพิธภัณฑน์ เป็นต้น (ข้อมูลจากเอกสารแผนการดำเนินงานโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ประจำปี 2547)

เมื่อได้แผนการดำเนินงานออกมาแล้ว จากนั้น คณะกรรมการฯ ได้แบ่งหน้าที่กันทำงาน ตามความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย เพื่อนำแผนไปออกแบบกิจกรรม และนำไปปฏิบัติกับชาวตลาดสามชุก

“เมื่อประชุมเสร็จแล้ว คณะกรรมการฯ แต่ละฝ่ายก็จะรับงานในส่วนที่รับผิดชอบมาแล้วก็มาร่วมประชุมออกแบบการดำเนินงานกันอีกครั้งหนึ่ง”

(ถเนตร กิติพรพาณิชย์ – สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

จากการศึกษา พบว่า ในการประชุมเพื่อวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น เป็นการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เนื่องจากทางคณะกรรมการฯ มีการบันทึกการประชุม และจัดทำเป็นเอกสารสำหรับเป็นปฏิบัติการในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของสามชุกด้วย

## 1.2 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

### ■ การพูดคุยกลุ่มย่อย

หลังจากที่คณะกรรมการฯ จัดประชุมเพื่อร่วมกันวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวแล้ว จากนั้นคณะกรรมการฯ แต่ละฝ่ายก็จะจับกลุ่มพูดคุยกัน เพื่อออกแบบการจัดกิจกรรมหรืองานที่ฝ่ายได้รับมอบหมาย ซึ่งการทำงานของคณะกรรมการฯ เป็นลักษณะที่ช่วยกันทำ คณะกรรมการฯ แต่ละคนจะร่วมมือกันทำงาน มีการพบปะพูดคุยกันเป็นประจำตามสถานที่ต่างๆ ภายในชุมชน ดังที่คณะกรรมการฯ ท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า เมื่อก่อนคณะกรรมการฯ จะไปพบปะกันเป็นประจำในช่วงค่ำ ที่บ้านคุณเอกพงษ์ เป็นร้านค้าอยู่บริเวณริมคลองชลประทาน ซึ่งจัดว่าเป็นสถานที่ศูนย์กลางของกลุ่มคณะกรรมการฯ คณะกรรมการฯ จะพูดคุยปรึกษาหารือกันทุกเรื่อง เกี่ยวกับการวางแผนการจัดตลาด การจัดทำบ้านพิพิธภัณฑน์ การจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

“ในช่วงค่ำๆ ของทุกวัน คณะกรรมการฯ จะนัดพบกันที่บ้านคุณเอกพงษ์ เป็นบ้านขายของชำ มีอะไรก็จะไปคุยกันที่นั่น เป็นประจำ กว่าจะแยกย้ายกลับบ้านกันก็ตึกคืนแล้ว”

(กฤตยา เสริมสุข – สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2549)

จากการสังเกต ในปัจจุบัน คณะกรรมการฯ ไม่ค่อยมีเวลามาประชุมด้วยกันบ่อยเหมือนเมื่อ

ก่อน ถ้าจะมีการประชุมก็จะเป็นเรื่องของการวางแผนการจัดกิจกรรมของชุมชน โดยประธานคณะกรรมการฯ นัดหมายมาประชุมกันที่ลานโพธิ์ ในช่วงกลางวันวันเสาร์ ซึ่งเป็นการประชุมวงเล็กมีการเชิญคณะกรรมการฯ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการเข้าร่วม ใครที่ว่างในช่วงนั้นก็มาร่วมประชุม แต่ถ้าใครไม่ว่าง ก็จะใช้วิธีการบอกต่อกัน

สำหรับบรรยากาศการประชุม เป็นการพูดคุยในวงเล็กๆ มีประธานคณะกรรมการฯ เป็นคนเกริ่นนำประเด็นแล้วก็ถามความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุม ทุกคนก็ช่วยกันเสนอความเห็น และก่อนจบประชุมประธานก็จะสรุป และมอบหมายงานกันทำ ซึ่งจากการสังเกต หลังเลิกการประชุมแล้ว คณะกรรมการฯ บางส่วนก็จะไปพูดคุยกันต่อที่โรงแรมอุมมูมไซค์ หรือสำนักงานของชุมชน ซึ่งมีการพูดคุยทั้งเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว

ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ จะมีคณะกรรมการฯ บางส่วนเข้ามาดูแล และต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจดูงาน ก็จะมีการพูดคุยกันบ้าง เพื่อถามไถ่การทำงานที่เกิดขึ้นในชุมชน เนื่องจากในวันธรรมดา คณะกรรมการฯ บางส่วนต้องทำงาน จึงไม่ค่อยมีเวลามาร่วมพูดคุยกัน

#### ■ การพูดคุยตัวต่อตัว

จากการสังเกต พบว่า กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะมีการพบปะพูดคุยกันในลักษณะการสื่อสารแบบตัวต่อตัวด้วย ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการฯ ที่อยู่ฝ่ายเดียวกัน และพูดคุยเพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับงานที่ฝ่ายตนได้รับมอบหมาย

#### ■ การใช้ “โทรศัพท์” ประสานงาน

เนื่องจากคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ฯ มาจากหลากหลายอาชีพ และต้องทำงานในช่วงวันธรรมดา ดังนั้น เมื่อมีเรื่องอะไรเร่งด่วน ที่ต้องการแจ้งให้ทราบ หรือขอความร่วมมือรวมทั้งเพื่อนประชุม คณะกรรมการฯ จะใช้วิธีการสื่อสาร โดยใช้โทรศัพท์พูดคุยกัน ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว และบางครั้งถ้าต้องการความคิดเห็น ก็สามารถพูดคุยผ่านโทรศัพท์ได้ในขณะนั้น

“ถ้ามีเรื่องด่วน ต้องเชิญคณะกรรมการฯ มาประชุม จะใช้โทรศัพท์โทรตามคณะกรรมการฯ ทีละคน บางทีก็ฝากบอกต่อกัน”

(อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล – สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2549)

นอกจากนี้ บางครั้งคณะกรรมการ บางคนต้องทำงานต่างจังหวัด แต่ก็รับงานชุมชนไปทำด้วย และเมื่อมีปัญหา หรือต้องการความคิดเห็น ก็จะใช้โทรศัพท์โทรมาปรึกษาคณะกรรมการ ภายในฝ่ายด้วย

“อย่างฝ่ายผมรับงานทำแผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ เวลาทำงานผมก็จะไปหาพี่หมูที่บ้าน หรือบางครั้งก็ใช้โทรศัพท์คุยกัน เพราะผมรับงานอยู่ต่างจังหวัดบ้าง แต่ก็จะประสานกันตลอด”

(ถเนตร กิติพรพาณิชย์ – สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

## 2. สถานการณ์การประสานความร่วมมือในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว

หลังจากที่ทางคณะกรรมการ ได้ร่วมกันวางแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวแล้ว จากนั้นคณะกรรมการ ได้ดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการประสานความร่วมมือกับกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มสมาชิกภายในชุมชน และกลุ่มองค์กรภายนอก ดังนี้

### 2.1 การประสานความร่วมมือสมาชิกภายในชุมชน

การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิกในชุมชน ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มชาวบ้าน, ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภายในชุมชนตลาดสามชุก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารและวิธีการสื่อสารดังนี้

#### 2.1.2 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

##### ▪ การจัดประชุมสมาชิกในชุมชน

ในการประสานความร่วมมือกับกลุ่มสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ประการแรกคือการจัดประชุม เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบกับการขอความร่วมมือในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งในการประชุมคณะกรรมการ จะกำหนดวันเวลาประชุม และให้คณะกรรมการ ไปประชาสัมพันธ์เชิญชวนชาวบ้าน และผู้ประกอบการในตลาดสามชุกเข้าร่วมประชุม โดยใช้วิธีการสื่อสารแบบปากต่อปาก เมื่อทราบคนหนึ่งแล้วก็จะกระจายแจ้งต่อๆ กัน

ในการประชุมคณะกรรมการ จะบอกวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ และเสนอแผนการปฏิบัติงานการจัดระบบการท่องเที่ยว จากนั้นเป็นการขอความร่วมมือชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ได้แก่ เรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการกล่าวทักทาย และเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าชมของเก่าที่แต่ละบ้านสะสม, การจัดทำของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการ ได้ขอความร่วมมือชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ที่มีฝีมือด้านอาหาร และขนม รวมถึงงานด้านศิลปะ หรือศิลปินช่วยกันจัดทำของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว

“เรื่องที่ทำให้ทางชาวบ้านช่วย ก็มีเรื่อง การต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่อยากให้ชาวบ้านแสดงความมีน้ำใจ ซึ่งเป็นเสน่ห์ของชาวสามชุก แล้วก็มีเรื่องการจัดทำของที่ระลึก คณะกรรมการ ก็ร่วมกันคิด เห็นว่า ชาวตลาดมีฝีมือด้านการทำอาหาร จึงได้เชิญชวนให้ทำอาหาร และขนมมาขาย เป็นของที่ระลึกในชุมชน”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย - 11 กุมภาพันธ์ 2549)

นอกจากนี้ ยังมีเรื่องการจัดระเบียบตลาด ที่ทางคณะกรรมการ ต้องการให้ผู้ประกอบการ และชาวบ้าน ช่วยกันทำความสะอาดตลาด และจัดตลาดให้น่าเดินน่าซื้อ พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการปรับพื้นที่กร้าง เพื่อจัดเป็นที่ประชุมของชุมชน และเป็นที่นั่งพักของนักท่องเที่ยว

“ตอนนั้น ตรงบริเวณลานโพธิ์ เป็นที่ร้าง มีขยะเต็มไปหมด คุณพงษ์วิน ก็เลยเสนอให้ช่วยกันรื้อเก็บกวาดทำความสะอาด เพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจให้นักท่องเที่ยว ตอนนี่ใช้เป็นที่ประชุมของชุมชน”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย - 11 กุมภาพันธ์ 2549)

จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า ในปัจจุบันคณะกรรมการ ยังมีการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชนด้วยการประชุม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการประชุมเมื่อมีการจัดกิจกรรมของชุมชน เพื่อขอความคิดเห็น และความร่วมมือในการจัดกิจกรรมนั้นๆ

สำหรับชาวบ้าน และผู้ประกอบการคนไหนมาไม่ได้ เนื่องจากต้องขายของไม่ว่างไปประชุม เมื่อทางคณะกรรมการ มีเรื่องขอความร่วมมือมา ชาวตลาดจะใช้วิธีการสื่อสาร โดยการบอกต่อกัน ทำให้ชาวตลาดไม่พลาดการสื่อสาร และให้ความร่วมมือกับคณะกรรมการ เป็นอย่างดี

“ตอนเขาเชิญประชุม ร้านกาแฟปิดไม่ได้ ลูกค้ามากันตลอด เวลาประชุมไม่ค่อยได้ไป แต่ก็บอกคณะกรรมการ ว่า มีอะไรให้ช่วยก็มาบอกละกัน”

(เจ้าของร้านอาหารแพ – สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2549)

จากการสังเกต ผลการตอบรับของสมาชิกในชุมชน ต่อการร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นไปด้วยดี ชาวบ้านแต่ละบ้านนำของเก่าของมาตั้งโชว์ ผู้ประกอบการหลายร้าน จัดทำขนม และอาหารมาขาย ได้แก่ ขนมเบ็องโบราณ, ขนมไข่, ขนมกะล่อจี, ขนมเปียะสมุนไพโร เป็นต้น นอกจากนี้ ชาวบ้านบางคน มีฝีมือด้านการวาดรูปลงบนเสื้อ การสกรีนเสื้อ ก็นำผลงานมาจำหน่ายในชุมชนด้วย

#### ■ การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ชุมชนตลาดสามชุกมีการจัดกิจกรรม ในลักษณะของงานประจำปีของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างการมีส่วนร่วมของชาวตลาดสามชุกและชาวบ้านในเขตเทศบาลสามชุก ซึ่งกิจกรรมของชาวสามชุก ได้แก่ งานอาหารอร่อยดีที่สามชุก ในช่วงปีใหม่, งานวันสงกรานต์, งานวันไหว้พระจันทร์, งานวันลอยกระทง เป็นต้น

ในการจัดกิจกรรมแต่ละงาน คณะกรรมการฯ จะร่วมกันประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบการจัดงานก่อน แล้วจึงเชิญชาวบ้าน และผู้ประกอบการ มาร่วมประชุม เพื่อระดมความคิดเห็นในการวางแผนการจัดงาน รวมถึงการประสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้วย ซึ่งในการจัดกิจกรรมที่เป็นงานประจำปี ทางคณะกรรมการฯ ได้เชิญกรรมการชุมชนแต่ละชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก เข้าร่วมประชุมด้วย เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น และรับแผนการจัดกิจกรรมไปประชาสัมพันธ์ต่อยังชาวบ้านในชุมชนของตน เพื่อเชิญมาร่วมงาน หรือขอความร่วมมือกับชาวบ้านในชุมชนอื่น อาทิ การจัดกิจกรรม “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ทางคณะกรรมการฯ ได้ขอความร่วมมือคณะกรรมการชุมชน ไปประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนพ่อค้า แม่ค้าในชุมชนนั้น มาเปิดบูทขายอาหารในวันงาน

นอกจากนี้ ยังมีการประชุมผู้ประกอบการที่สนใจจะมาเปิดร้านขายอาหารในงาน เกี่ยวกับเงื่อนไขการรับสมัครในการจองบูทเพื่อขายอาหาร และรายละเอียดการจัดงานต่างๆ



“ในการจัดกิจกรรม จะเชิญกรรมการชุมชน และผู้ประกอบการแต่ละชุมชน มาร่วมประชุมด้วย อย่างงานอร่อยดีที่สามชุก พ่อค้า แม่ค้าจะต้องมาร่วมประชุม เพื่อรับทราบเงื่อนไข และรายละเอียดในการจองบูท”

(ยุวดี วงษ์สุวรรณ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

การจัดกิจกรรมประจำปี ในงาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” เป็นกิจกรรมที่จัดครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2544 ซึ่งได้รับการตอบรับจากชาวสามชุกเป็นอย่างดี และเป็นกิจกรรมแรกที่คณะกรรมการฯ ได้เรียนรู้การทำงานที่ต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวชุมชน ดังนั้นจึงได้กำหนดให้กิจกรรมนี้เป็นงานประจำปี ที่จัดมาจนถึงปัจจุบัน และหลังจากนั้น คณะกรรมการฯ ก็พยายามฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ของชาวสามชุก ได้แก่ งานวันสงกรานต์, วันไหว้พระจันทร์, และวันลอยกระทง และจัดเป็นงานประจำปีของชุมชนเป็นลำดับต่อมา

“ตอนนี้นางประจำปีของชุมชน ก็จะมีงานอาหารอร่อยดีในช่วงปีใหม่ งานสงกรานต์ แล้วก็มางานไหว้พระจันทร์ และปิดท้ายด้วยงานลอยกระทง ที่ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดขึ้น และให้ชาวชุมชนในเขตเทศบาลสามชุกมาร่วมด้วย”

(ยุวดี วงษ์สุวรรณ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

นอกจากนี้ จากการสังเกต พบว่า ในการจัดงานใหญ่ประจำปี ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดทำโครงการการจัดงาน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการฯ ดำเนินงานฝ่ายต่างๆ อย่างชัดเจน ซึ่งทางชุมชนได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ นักธุรกิจ นักวิชาการ ทั้งที่อยู่ในชุมชนสามชุก และที่ย้ายออกไปแล้วเข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ จัดงาน และให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดงานด้วย

## 2.1.2 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

### ▪ การจัดกิจกรรม “แฮร์รี่รอยดวงใจ”

กิจกรรม “แฮร์รี่รอยดวงใจ” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของชาวบ้านในเขตเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งเป็นความคิดของคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ที่หลังจากไม่ได้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกแล้ว ทำให้การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชนในเขตเทศบาลขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน จึงมีแนวคิด “การตั้งวงแฮร์รี่” ขึ้นมาเพื่อเป็นเวทีกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง

ชาวบ้านในชุมชนต่างๆ อีกทั้งยังเป็นเวทีในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานของตลาดสามชุกให้ชาวชุมชนอื่นๆ รับทราบด้วย

จากการเข้าร่วมสังเกตการณ์ พบว่า สมาชิกของวงแชร์ในปัจจุบันมีจำนวนกว่า 100 คน จึงมีการตั้งชื่อว่า “แชร์ร้อยดวงใจ” จะมีการพบปะกันเดือนละครั้ง เพื่อร่วมสังสรรค์ และพูดคุยกันบรรยากาศภายในงานคุณพงษ์วิน จะกล่าวทักทายสมาชิก และชวนคุย บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดสามชุก ถ้าในช่วงนั้นมีกิจกรรมก็จะประกาศให้ชาวชุมชนสามชุกทราบ และเชิญชวนมาร่วมงาน หรือเรื่องชุมชนมีปัญหาเรื่องอะไรก็แจ้ง คุณพงษ์วินก็จะมาแจ้งผลการดำเนินงานให้รับทราบโดยทั่วหน้ากัน เมื่อแจ้งข่าวเรียบร้อยแล้ว จากนั้นก็เป็นการประกาศรายชื่อผู้ได้รับแชร์ในแต่ละเดือน คนที่ได้จะไม่รับและให้คนอื่นก่อนก็ได้ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เล่นเพื่อความสนุก และตั้งใจที่จะมาสังสรรค์ร่วมกัน

นอกจากนี้ เมื่อครบรอบวงที่เล่นแล้ว คุณพงษ์วิน ได้เสนอให้มีการจัดท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้นๆ ด้วย ซึ่งสมาชิกวงแชร์ทุกคนจะมีความสุขมาก และเมื่อทางคณะกรรมการฯ มีงานหรือกิจกรรมอะไรที่ต้องการให้สมาชิกวงแชร์ช่วย ก็จะได้รับความร่วมมืออย่างดี จึงถือได้ว่า แชร์เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยประสานความร่วมมือของชาวสามชุกได้เป็นอย่างดี

“แชร์มันดีที่จะมารวมใจกันเดือนละครั้ง พบกันเดือนละครั้ง พบกันพูดคุยกัน ใครมีปัญหาที่มาเล่าสู่กันฟัง ปรับทุกข์กัน ช่วยเหลือกัน เป็นแชร์ที่จับสลาก ไม่มีดอกเบีย 11 เดือน / รอบ มีผู้เล่น 180 คน เท่ากับ 18 วง เราเอาเดือนที่ 11 มาใช้กินกัน ทั้ง 11 เดือน ที่เหลือเอาไปเที่ยว กินแล้วก็เหลือสะสมไว้ กินทุกเดือน ยอดสุดทำยาไปเที่ยว”

(สันทนา ลอยจินดารัตน์ – สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2549)

นอกจากนี้ ในส่วนของการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายในชุมชน ซึ่งได้แก่ โรงเรียน เทศบาล และอำเภอ ทางคณะกรรมการฯ มีวิธีการประสานความร่วมมือ ดังนี้

#### ■ การใช้สื่อบุคคล หรือ “การสื่อสารระหว่างบุคคล”

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายในชุมชนด้วย ได้แก่ โรงเรียน เทศบาล และอำเภอสามชุก ซึ่งในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงาน จะใช้วิธีการสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคลไปพูดคุย เจรจา เพื่อประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานภายในชุมชน

ในการประสานงานกับโรงเรียนนั้น เป็นการขอความร่วมมือเรื่องการรับสมัครเด็กนักเรียนเข้าร่วมอบรมเป็นมัคคุเทศก์น้อยของชุมชน เพื่อคอยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการประสานงาน ทางคณะกรรมการฯ ได้มอบหมายให้ อาจารย์สมเกียรติ กู้เกียรติภูมิ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต หนึ่งในคณะกรรมการฯ เป็นผู้ติดต่อประสานงานกับคณะครู อาจารย์ในโรงเรียน เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังเด็กนักเรียนที่สนใจ และรับสมัครเข้าร่วมอบรมมัคคุเทศก์น้อยของชุมชน

การอบรมจัดขึ้นที่ห้องประชุมโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต มีเด็กเข้าร่วมอบรมประมาณ 20 กว่าคน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต และมีลูกหลานของคณะกรรมการฯ ร่วมอบรมด้วย โดยมีคณะกรรมการฯ เป็นผู้ดำเนินการจัดอบรมเอง ซึ่งมีการสอนทักษะการเป็นมัคคุเทศก์ ได้แก่ การพูด ลักษณะท่าทาง และการเล่าเรื่องราวประวัติของชุมชน และมีการพานักเรียนไปดูงานในตลาดสามชุก และให้ลองฝึกการแนะนำร้านค้าไปด้วย

“ตอนนั้น คุณครูมาบอกว่าจะมีการอบรมมัคคุเทศก์น้อย และก็รับสมัคร หนูก็เลยชวนเพื่อนๆสมัครไป แล้วก็มาอบรมที่โรงเรียน มีป่าหมี อ.ราตรี และ อ.ปรีชา มาอบรมให้ อบรมวันหนึ่ง วันต่อมาจะพาเดินตลาด และให้สัมภาษณ์ชาวบ้านด้วย”

(เพชรรัตน์ สุขสราญจิต - สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

ในส่วนของการประสานงานกับเทศบาล และอำเภอสามชุกนั้น เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้กับตลาดสามชุก มีอาณาเขตติดต่อกัน โดยเฉพาะที่ว่าการอำเภอสามชุก จะเป็นจุดเด่นในการเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดสามชุก ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดทำแผนผังโดยใส่ที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอสามชุกไว้ด้วย เพื่อเป็นจุดสังเกตของการเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดสามชุก ซึ่งในการประสานงานกับทางอำเภอสามชุก เป็นประเด็นเกี่ยวกับเรื่องที่จอดรถ เนื่องจากในระยะที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะขึ้น ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดเตรียมสถานที่จอดรถไว้บริเวณหน้าอำเภอ ซึ่งจำเป็นต้องประสานงานกับทางนายอำเภอ เพื่อขอความอนุเคราะห์ใช้ที่จอดรถ โดยการประสานงาน มีคุณพงษ์วิน เป็นผู้ไปพูดคุยเจรจากับนายอำเภอ ตั้งแต่สมัยเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถจอดรถที่บริเวณหน้าอำเภอแล้วเดินเข้าตลาดสามชุกได้เลย

“นักท่องเที่ยวที่มา จะให้จอดรถที่ว่าการอำเภอสามชุก ซึ่งตอนนั้นนายกฯ พงษ์วิน ได้ขออนุญาตนายอำเภอแล้ว”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย - สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2549)

สำหรับการประสานงานกับทางเทศบาลตำบลสามชุก จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ทางคณะกรรมการ มีการประสานความร่วมมือกับทางเทศบาล ในเรื่องของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของ ชุมชน และการปรับปรุงทัศนียภาพของชุมชน เช่น การจัดบรรยากาศจุดพักผ่อน บริเวณหน้าเขื่อนริมน้ำ ซึ่งจะ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้พักผ่อนตามอัธยาศัย ซึ่งการประสานงานตรงจุดนี้นั้น ได้ผ่านทางคณะกรรมการ ที่เป็นสมาชิกสภาเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งมีอยู่ครึ่งหนึ่งของสมาชิกสภาเทศบาลทั้งหมดฯ จากนั้น ทางสมาชิกสภาเทศบาลฯ จะนำเรื่องเข้าที่ประชุม และเสนอต่อนายกเทศมนตรีฯ

“แม้คุณพงษ์วิน จะไม่ได้เป็นนายกเทศมนตรีฯ แต่ที่มัสยิดก็เสี่ยงไปครึ่งหนึ่ง การประสานงานกับเทศบาล ก็ผ่านทาง สท. ไปเสนอกับนายกฯ แล้วเขาก็จะพิจารณากัน”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย – สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2549)

นอกจากนี้ การประสานงานกับทางเทศบาล เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของชาวชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก อย่างงาน “มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก” ในปี พ.ศ.2548 ซึ่งเป็นงานใหญ่ กว่าปีที่ผ่านมา ในการดำเนินงาน พบว่า แก้วอี้สำหรับผู้เข้าร่วมงานไม่เพียงพอ ดังนั้น คณะกรรมการ ท่านหนึ่ง จึงขึ้นไปเขียนคำร้องขอเพิ่มแก้วอี้ เสนอต่อนายกเทศมนตรีฯ เพื่อขอใช้แก้วอี้ของเทศบาล แต่ทางนายกฯ ไม่ได้ตอบรับกลับมา จากนั้นคณะกรรมการ ท่านนี้มีความสนิทสนมกับทางนายกฯ ได้พบท่านนายกฯ เลยพูดคุยเจรจาเพื่อขอใช้แก้วอี้ ท่านนายกฯ ก็พยักหน้ารับรู้ แต่ผลสุดท้ายก็ไม่ได้ใช้แก้วอี้ของเทศบาลฯ ด้วยเหตุผลความขัดแย้งทางการเมือง

“เรื่องเมื่อวันจัดงานมหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุกเมื่อปีใหม่ ซึ่งปีนี้ทางชุมชนเป็นคนจัดเอง คนมาเยอะมาก แก้วอี้ไม่พอ ผมก็ขึ้นไปเขียนคำร้องขอแก้วอี้เพิ่มจากนายกฯ ขึ้นไปข้างบน ไปเขียนแล้วให้ลูกน้องเขานำเสนอ ลงมาสวนกะนาก เขาก็ถามขึ้นไปทำไม บอกว่า ทำหนังสือขอเพิ่มแก้วอี้ เขาก็พยักหน้ารับรู้ ผมก็พูดว่า ผมขออนุญาตใช้แก้วอี้ 300 ตัว เขาก็พยักหน้าอีก แต่สุดท้ายเขาก็ไม่เห็นอนุมัติให้ใช้แก้วอี้”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย – สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2549)

จากการสังเกต ในปัจจุบัน การประสานงานกับทางเทศบาลตำบลสามชุก ยังมีเรื่องเกี่ยวกับการต่อสัญญาบ้านที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ซึ่งทางคณะกรรมการ ได้ประสานงานกับทางรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี และทางรองผู้ว่าฯ ต้องการให้เกิดความสมานฉันท์ในชุมชน จึงเชิญนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกมาร่วมประชุมด้วยทุกครั้ง ซึ่งมีการประชุมกันบ่อย ทั้งที่ศาลากลางจังหวัด, ที่เทศบาล และที่ลานโพธิ์ในชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้าร่วมด้วย

จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า ในการสื่อสารภายในชุมชนตลาดสามชุก ยังมีการใช้สื่อต่างๆ ในการแจ้งข่าวสารไปยังสมาชิกในชุมชน ด้วยวิธีการดังนี้

### 2.1.3 รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

#### ▪ การใช้เสียงตามสาย

จากการเข้าไปศึกษาวิจัย พบว่า ทางคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการติดตั้ง เสียงตามสาย เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าวสารให้ชาวตลาดสามชุกรับทราบ ซึ่งทางชุมชนเรียกเครื่องนี้ว่า “เสียงตามซอย” เพราะเสียงแพร่กระจายได้แค่ 4 ซอยเท่านั้น

คณะกรรมการฯ จะใช้เสียงตามซอย เมื่อมีการแจ้งประกาศให้ชาวตลาดสามชุกทราบว่า จะมีการประชุม หรือเวลามีแขกเข้ามาเยี่ยมเยียนชุมชนให้ช่วยต้อนรับ รวมถึงการประกาศให้นักท่องเที่ยวทราบเมื่อพบปัญหา ดังคำบอกเล่าของคุณพงษ์วินว่า

“เมื่ออาทิตย์ก่อนโน้น ของมีค่าของนักท่องเที่ยวหล่นมีคนเก็บได้ก็มาให้ที่สำนักงาน เราก็ใช้เสียงตามซอยประกาศ แล้วเจ้าของก็มารับคืนไป”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

#### ▪ การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์

จากการสังเกต พบว่า บริเวณหน้าบ้านขุนจันจันารักษ์ จะมีบอร์ดประชาสัมพันธ์ ตั้งอยู่หน้าบ้าน ซึ่งเป็นบอร์ดสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อความ ประกอบด้วยรายชื่อคณะบุคคลที่ติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ในวันเวลาอะไรบ้าง ซึ่งบอร์ดประชาสัมพันธ์นี้ จะเป็นการแจ้งให้ชาวบ้าน และผู้ประกอบการทราบว่า จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในแต่ละวันมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อจะได้ดำเนินการจัดทำอาหาร และขนม เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกได้ตามปริมาณของนักท่องเที่ยว

“เราจะมีบอร์ดประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งเป็นบอร์ดต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่ก็ให้พ่อค้าแม่ค้าทราบด้วยว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาวันไหนบ้าง จะได้เตรียมข้าวของที่จะขายกันถูก”

(สมชาย หงส์สุพรรณ – สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2549)



นอกจากนี้ ยังได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์แม่ค้าในตลาดสามชุก ถึงการได้ใช้ประโยชน์จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ ว่า

“ชายของอยู่ตรงนี้ ก็จะมาเมื่อมีคนติดต่อเข้ามาดูงาน คุณสมชาย หรือคณะกรรมการฯ ท่านอื่นๆ ก็จะมาเขียนไว้ที่บอร์ด ดูแล้วก็บอกต่อๆ กัน ว่าจะมีใครมาบ้าง แล้วก็จะได้เตรียมของ ชายกันให้พอเหมาะกับนักท่องเที่ยว”

(นิรดา สุทธิแจ่มใส – สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2549)

#### ■ ใช้ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน

ในการจัดกิจกรรมของชุมชนแต่ละครั้ง คณะกรรมการฯ จะร่วมมือกันจัดทำป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม และเชิญชวนชาวตลาดเข้าร่วมงานดังกล่าว ซึ่งการติดป้ายผ้านี้ นอกจากชาวตลาดจะเห็นแล้ว นักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวชมในช่วงเวลานั้นก็จะได้เห็นด้วย ซึ่งทำให้รู้ว่า ขณะนี้ชุมชนกำลังจัดกิจกรรมอะไร และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนนั้นได้ด้วย

“เวลาจัดกิจกรรมของชุมชน จะมีการจัดทำป้ายผ้า ติดบริเวณทางเข้าอำเภอ และกลางซอย2”

(ยุวดี วงษ์สุวรรณ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

## 2.2 การประสานความร่วมมือกลุ่มองค์กรภายนอก

ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนองค์กรภายนอก ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค ซึ่งในการประสานงาน มีรูปแบบการสื่อสารและวิธีการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

### 2.2.1 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

#### ■ การจัดอบรม เสริมศักยภาพด้านการพัฒนา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เข้ามาจัดกิจกรรมในชุมชน โดยมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว มาจัดอบรมเกี่ยวกับการให้บริการของผู้ประกอบการ และภาคเอกชนน้อยเพื่อเสริมทักษะการให้บริการ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

“เมื่อเดือนเมษายน 2549 ที่ผ่านมา มีเจ้าหน้าที่จาก (ททท.) มาจัดอบรมให้กับผู้ประกอบการ และภาคเอกชน เกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยว แล้วก็พาไปดูงานที่ฟาร์มโชคชัย”

(ยศพร วรรณะอมร - สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2549)

เนื่องจากทางการท่องเที่ยวต้องการสนับสนุนให้การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากล

“เมื่อเดือนเมษายน 2549 ที่ผ่านมา ได้เข้าไปจัดกิจกรรม อบรมเสริมศักยภาพทางด้าน การบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และภาคเอกชนที่ชุมชนตลาดสามชุก เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของ ชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น”

(อุไร มุกประดับ - สัมภาษณ์ 20 พฤษภาคม 2549)

#### ■ การประชุมสรุปผลการดำเนินงานโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่

ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาจัดทำโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งในการจัดทำโครงการดังกล่าว มี เจ้าหน้าที่โครงการฯ เข้ามาช่วยชี้แนะ และเป็นทีปรึกษาในการดำเนินงานของชาวชุมชนตลาดสามชุก จนกระทั่งทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ในการดำเนินงานทางคณะกรรมการฯ มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่โครงการฯ ตลอดเวลา ทั้งในรูปแบบการจัดประชุม และการพูดคุยกลุ่มย่อย

ในการจัดประชุม เป็นการสรุปผลการดำเนินงานในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ในแผนการดำเนินงานแต่ละช่วงของโครงการ ซึ่งประเด็นที่พูดคุยเกี่ยวกับ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหา รวมถึงการเสนอแผนการปฏิบัติงานในปีต่อไป ซึ่งในแผนปฏิบัติการดังกล่าว มีแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวด้วย

การประชุมจะมีผู้จัดการของมูลนิธิชุมชนไท นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่โครงการฯ ร่วมประชุมกับคณะกรรมการฯ ส่วนใหญ่จัดประชุมกันที่ห้องประชุมโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต หรือบ้านขุนจ้านงจันนารักษ์

“เราต้องทำสรุปผลการดำเนินงานส่งให้มูลนิธิชุมชนไท ทุกปีจะต้องประชุมสรุปผลการดำเนินงาน เขาก็จะดูและก็จะประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของเรา”

(อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล - สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2549)

“ส่วนใหญ่เวลาประชุมกับมูลนิธิชุมชนไทย เพื่อสรุปโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมื่อนำอยู่ คณะกรรมการฯ จะไปประชุมกันที่ห้องประชุมโรงเรียนสมเด็จพระวันรัต”

(ยุวดี วงษ์สุวรรณ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

## 2.2.2 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

### ▪ การพูดคุยกลุ่มย่อย

จากการวิจัย พบว่า การประสานงานระหว่างคณะกรรมการฯ กับเจ้าหน้าที่โครงการฯ ของมูลนิธิชุมชนไทย มีการพูดคุยกลุ่มย่อย เพื่อปรึกษาหารือ หรือขอคำแนะนำในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน อาทิ ในการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ ทางคณะกรรมการฯ จะปรึกษากับทางเจ้าหน้าที่โครงการฯ ตลอดเวลา หรือเมื่อมีการจัดกิจกรรมของชุมชน ทางคณะกรรมการฯ ก็จะเชิญเจ้าหน้าที่โครงการฯ ร่วมปรึกษาหารือด้วย

## 3. สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลภายนอก ได้แก่ สื่อมวลชน และนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสาร ดังนี้

### 3.1 รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

#### ▪ การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันมีสื่อมวลชนเข้าไปเยี่ยมชม และทำข่าวที่ตลาดสามชุกเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลโดยการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ คณะกรรมการฯ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และในปัจจุบัน จากการสังเกต รายการโทรทัศน์ ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็ก โดยการเข้ามาสัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการกับกลุ่มมัคคุเทศน์น้อยของชุมชน

การให้สัมภาษณ์ เป็นวิธีการสื่อสารหนึ่ง ที่ทางสมาชิกของชุมชนตลาดสามชุก ได้เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ ความน่าสนใจของชุมชน ไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่เข้ามาขอสัมภาษณ์พูดคุยแบบตัวต่อตัว หรือพูดคุยเป็นกลุ่มย่อย หรือสื่อวิทยุ บางรายการที่ใช้โทรศัพท์เข้ามาขอสัมภาษณ์ออกอากาศสด เช่น รายการวิทยุของสำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.) และการให้

สัมภาษณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ที่มาถ่ายทำรายการในชุมชน บางครั้งจะมีการเชิญคณะกรรมการ สมาชิก ในชุมชน นั่งล้อมวงพูดคุย อย่างเช่น รายการ “รวมพลังสร้างสุข” ของ สปรส. ซึ่งหลังจากการ สัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชน ไปยังผู้รับสาร ซึ่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยว กลุ่มคนที่สนใจศึกษาดูงาน เป็นต้น

#### ■ การพูดคุยกับนักท่องเที่ยว

จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า คณะกรรมการฯ บางส่วนที่เข้ามาดูแลนักท่องเที่ยวในช่วง วันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุด จะมารวมตัวกันที่โรงแรมอุดมโชค ซึ่งเป็นร้านกาแฟ และมีมุมสำหรับ ให้นักท่องเที่ยวนั่งพักผ่อนได้ คณะกรรมการฯ จะช่วยกันกล่าวเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมโรง แรมเก่า และเชิญเข้าห้องน้ำได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวบางท่านสนใจก็จะเดินเข้ามาชม และนั่งพักผ่อนทาน น้ำชา กาแฟ แล้วถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องราว คณะกรรมการฯ จะแนะนำและเล่าประวัติของโรง แรม ให้นักท่องเที่ยวฟัง หรือบางคณะต้องการทานกาแฟ ก็เข้ามานั่งพัก และสนใจอยากทราบข้อมูลของ ชุมชน ก็ซักถามกับคณะกรรมการฯ คณะกรรมการฯ ก็จะเล่าความเป็นมาให้ฟัง หรือบางครั้ง กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เข้ามา มาจากชุมชนที่มีลักษณะเดียวกันกับตลาดสามชุก ก็จะซักถามแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ทำงานระหว่างกัน

#### ■ การใช้สื่อบุคคล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

##### - การใช้มัคคุเทศก์น้อย

ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก จะมีมัคคุเทศก์น้อยคอยให้ความ รู้ในการเข้าชม และให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน และแนะนำเอกลักษณ์ของชุมชนที่ เป็นจุดเด่นที่น่าสนใจ โดยมัคคุเทศก์น้อยจะคอยต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่บริเวณชั้น 1 บ้านขุนจ้านงจัน นารักษ์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามา จะกล่าวทักทาย และแจกแผ่นพับ ก่อนพาชมบ้าน โดยเริ่มบรรยายตั้ง แต่โมเดลชุมชน ประวัติของชุมชน และแนะนำบ้านเรือนที่เป็นจุดเด่นของชุมชนตามภาพวาดต่างๆ และเชิญขึ้นชั้น 2 บรรยายประวัติของบ้าน และประวัติของท่านขุนจ้านงจันนารักษ์ และพาชมห้องนอน พร้อมบรรยายของใช้ของท่านขุนจ้านงฯ ซึ่งเป็นของเก่าแก่โบราณ และพาขึ้นชั้น 3 ชมนิทรรศการของ ชุมชน ชมภาพวาดตลาดมุ่มต่างๆ และแนะนำลวดลายไม้ ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมที่หาได้ยาก ใน บ้านขุนจ้านงจันนารักษ์ จบการบรรยายในบ้านขุนจ้านงฯ มัคคุเทศก์น้อย จะถามความสนใจนักท่องเที่ยว ว่าจะต้องการให้พาชมบรรยากาศภายในชุมชนไหม ถ้าต้องการ มัคคุเทศก์น้อยจะนำนักท่องเที่ยว

เดินชมบรรยากาศในตลาด 4 ซอย พร้อมพาเข้าไปพูดคุยกับชาวบ้านที่เป็นบ้านโดดเด่นใน 22 หลัง และชมของเก่าที่แต่ละบ้านจัดโชว์ไว้ พร้อมเชิญพูดคุยกับชาวบ้านได้ตามอัธยาศัย โดยมีัคคุเทศก์น้อย จะคอยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกๆ วันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

“มีัคคุเทศก์น้อยจะคอยต้อนรับอยู่ที่บ้านขุนจำนงฯ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามา ก็จะกล่าวคำทักทาย และแจกแผ่นพับ และพาชมบ้านขุนจำนง ฯ ทั้ง 3 ชั้น จากนั้น จะถามความสมัครใจ นักท่องเที่ยวว่าต้องการให้พาเดินชมตลาดไหม ถ้าสนใจ ก็จะพานักท่องเที่ยวไป”

(เพชรรัตน์ สุขสรณจิต - สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

### ■ การแนะนำแบบบอกปากต่อปาก

จากการสังเกต พบว่า ในการเผยแพร่ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ไปยังกลุ่มคนต่างๆ จนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ผ่านวิธีการสื่อสารด้วยวิธีบอกปากต่อปาก ซึ่งมีหลายช่องทาง ดังนี้

- จากชาวสามชุกไปยังนักท่องเที่ยว

จากการสังเกต และการสัมภาษณ์ พบว่า ในการประชาสัมพันธ์เชิญนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมชุมชนตลาดสามชุก ส่วนหนึ่งมาจากคณะกรรมการฯ และคนภายในชุมชน ทั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนสามชุก และที่ย้ายออกไปแล้ว จะช่วยกันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว บอกกล่าวเล่าเรื่องของดีที่เป็นจุดเด่นของชุมชนตลาด ให้แก่ญาติ พี่น้อง เพื่อนๆ ทั้งที่เรียน และที่ทำงาน บางคนใช้วิธีพามาเที่ยวชมชุมชนด้วยตนเอง จากที่สังเกตและการสัมภาษณ์ พบว่า อาจารย์ปรีชา ทวีสุข หนึ่งในคณะกรรมการฯ จะพาคณะมาเที่ยวชมชุมชน ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ด้วยตนเอง

“อ.ปรีชา เป็นข้าราชการครูเกษียณแล้ว เป็นคนที่มีลูกศิษย์ลูกหามาก ก็จะแนะนำ และพาเข้ามาเที่ยว คณะกรรมการฯ ชาวชุมชนทุกคนช่วยกัน ใครมีพวกมีพร้อม ที่อยู่ต่างจังหวัดก็แนะนำเข้ามาเที่ยว”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย – สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2549)

- จากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว

จากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมชุมชนตลาดสามชุก แล้วเกิดความประทับใจ



ในความเป็นชุมชนของตลาดสามชุก ที่มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ถึง 3 ด้าน คือ สถาปัตยกรรมโบราณ อาหารอร่อย และวิถีชีวิตดั้งเดิม และซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวชมแล้ว เกิดความประทับใจก็จะนำไปบอกเล่าให้คนรู้จักฟังต่อๆ กันไป

- จากสื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชน

จากการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกของสื่อมวลชน ที่ปัจจุบันให้ความสนใจ ชุมชนตลาดสามชุกเป็นจำนวนมาก ซึ่งในระยะแรกๆ เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก จะถูกถ่ายทอดผ่านสื่อประจำของมูลนิธิชุมชนไท หรือ สื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหลังจากนั้น เมื่อตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักแล้ว สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ได้เห็นเรื่องราวของตลาดสามชุก จากสื่อต่างๆ แล้วก็จะพากันเข้ามาทำข่าว ทำรายการกันเป็นจำนวนมากขึ้น และมีการแพร่กระจายกันออกไปเรื่อยๆ

- จากองค์กรไปยังเครือข่าย

ในที่นี้คือ มูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาดำเนินการจัดทำโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ และมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งได้มีการประสานงานพาชุมชนเครือข่ายเข้ามาเรียนรู้ที่ชุมชนตลาดสามชุกด้วย ขณะเดียวกันทางคณะกรรมการฯ มีหน้าที่เผยแพร่เรื่องราวความเป็นมา และการพัฒนาของชุมชนไปยังกลุ่มชุมชนต่างๆ ที่สนใจเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ทำงาน

ในขณะเดียวกัน หลังจากที่ทางชุมชนตลาดสามชุก ได้มีโอกาสเข้าร่วมงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ซึ่งจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสถาบันการศึกษา และมีการนำเรื่องราวของตลาดสามชุกไปจัดนิทรรศการ และเชิญคณะกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ร่วมดำเนินการพัฒนาตลาดสามชุก ไปร่วมเวทีเสวนาเชิงวิชาการ “โครงการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์” ทำให้ตลาดสามชุก มีชื่อเสียง และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มสถาบันการศึกษาต้องการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ในชุมชนเป็นจำนวนมาก

### 3.2 รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

#### ▪ การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

จากการศึกษา พบว่า ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ไปยัง

กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจดูงาน ส่วนใหญ่เป็นการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมากที่สุด ซึ่งการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนนั้น ประกอบด้วยการสื่อสารสองรูปแบบคือ การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนแบบเป็นทางการ คือ การที่ทางคณะกรรมการฯ ได้ประสานงานเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานในวันเปิด “ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑน์มีชีวิต” เพื่อเปิดชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนที่เชิญมาจากรายชื่อที่คณะกรรมการฯ ได้เก็บบันทึกไว้ เมื่อตอนงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และ สื่อมวลชนที่เคยเข้ามาทำข่าวในชุมชน ซึ่งตรงนี้ สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนภายนอก

แต่ในขณะเดียวกัน ได้มีกลุ่มสื่อมวลชน ที่สนใจเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก แล้วเข้ามาทำข่าว หรือทำรายการเองตามธรรมชาติ ไม่ได้ผ่านการเชิญเชิญจากชาวชุมชน ซึ่งในปัจจุบัน มีสื่อมวลชนทุกแขนง ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ ให้ความสนใจเข้ามาทำข่าว หรือทำรายการเป็นจำนวนมาก จึงถือว่าการสื่อสารกับกลุ่มสื่อมวลชนนี้เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

ทั้งนี้ สื่อมวลชน จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ไปยังนักท่องเที่ยว หรือผู้สนใจดูงาน และเมื่อนักท่องเที่ยวได้เห็นข่าว หรือเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก จะเกิดความสนใจและเดินทางเข้ามาแวะเที่ยว เยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก

เนื่องจากชุมชนตลาดสามชุก มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่น่าสนใจของสื่อมวลชน ทำให้สื่อมวลชนชอบที่จะมาเขียนเรื่องราว หรือถ่ายทำรายการ เพื่อนำเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นข่าว และเรื่องราวของตลาดสามชุกอยู่เรื่อยๆ ก็ยิ่งสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะไปสัมผัสด้วยตัวเอง และยิ่งสื่อมวลชน เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกได้น่าสนใจมากเพียงใด นักท่องเที่ยวก็เกิดความต้องการที่จะไปเที่ยวมากขึ้นเท่านั้นด้วย

#### ■ การใช้แผนผังประชาสัมพันธ์

เป็นสื่อที่ทางชุมชนตลาดสามชุกผลิตขึ้น เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน และแนะนำร้านอาหารอร่อยที่ขึ้นชื่อของชาวตลาดสามชุก ซึ่งในแผนผังจะมีภาพวาดแผนผังของชุมชน และได้สัญลักษณ์ของบ้าน และร้านค้าที่เป็นจุดเด่น พร้อมใส่รายละเอียด เพื่ออธิบายความน่าสนใจของบ้าน และร้านค้าต่างๆ นักท่องเที่ยวเห็นแล้วเกิดความสนใจก็สามารถเดินทางไปยังจุดๆ นั้นได้ทันที

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อแผ่นพับของชุมชน ในปัจจุบันใช้เยอะมาก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก จึงทำให้สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนเป็นเพียงกระดาษขาว ไม่มีสี สัน ซึ่งการต้องใช้งบประมาณในการจัดทำสูงด้วย

“แผ่นพับของเราใช้เยอะมาก เคยคิดที่จะทำเป็นสี สันให้สวยงาม แต่เราไม่ค่อยมีทุนตรงนั้น ทำแล้วไม่คุ้ม เพราะนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะ”

(สมชาย หงส์สุพรรณ - สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

#### ■ การเผยแพร่ผ่านหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว

ในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวชมชุมชนตลาดสามชุกของนักท่องเที่ยว จากการสนธิฐาน คาดว่า ส่วนหนึ่งได้รับข้อมูลมาจากหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ส่วนหนึ่งได้ถูกบันทึกไว้ในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ "Family Fun One Day Trip" ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เข้ามาสำรวจ และเลือกชุมชนตลาดสามชุกเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งในเส้นทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งหนังสือดังกล่าว ได้มีการแจกให้แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ทำให้เป็นการเพิ่ม และขยายกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างตลาดสามชุกมากยิ่งขึ้น

#### ■ การเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้การสนับสนุนในการช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ผ่านเว็บไซต์ของสำนักงาน ซึ่งมีทั้งเว็บไซต์ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ทำให้ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมในชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งจากการสนธิฐานของคณะกรรมการฯ คิดว่าน่าจะรู้มาจากข้อมูลในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

“ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เข้ามาเที่ยวในชุมชน คิดว่ามาจากดูเว็บไซต์ของ ททท. เพราะเขาทำแบบภาษาอังกฤษด้วย”

(สมชาย หงส์สุพรรณ - สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ช่วยเผยแพร่ข่าวกิจกรรมของชุมชนตลาดสามชุก ผ่านเว็บไซต์ด้วย จากการค้นพบ ในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรม “มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก” ประจำปี 2548 ด้วย

ขณะเดียวกัน ในขณะนี้ ทางคณะกรรมการฯ ก็กำลังดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ [www.samchuk.com](http://www.samchuk.com) เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประวัติความเป็นมาของชุมชนตลาดสามชุก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร ที่เป็นจุดเด่นของตลาดสามชุก อีกทั้งเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้นักศึกษา หรือผู้สนใจได้เข้าไปศึกษาหาข้อมูล เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกอีกทางหนึ่ง

“ตอนนี้ผมกำลังทำเว็บไซต์อยู่ด้วย ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกได้กว้างขวางขึ้น เพราะปัจจุบันผู้คนจะสนใจศึกษาหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น”

(ธนตร กิติพรพาณิชย์ – สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2549)

#### ▪ การจัดทำป้ายบอกทางเข้าสู่ตลาดสามชุก

จากการสังเกต พบว่า เส้นทางการเดินทางไปชุมชนตลาดสามชุก เป็นเส้นทางที่ไม่สลับบัซซัน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางครั้งแรก มักจะไม่หลงทาง เพราะระหว่างทางจะมีป้ายบอกชื่อถนนเส้น 340 ตลอดเส้นทางจนถึงอำเภอสามชุก และในช่วงต่อระหว่างอำเภอศรีประจันต์ เข้าสู่ตัวอำเภอสามชุก จะมีป้ายชื่อชุมชนติดอยู่ประมาณ 2 ป้ายก่อนถึงทางเข้าอำเภอ โดยใช้ชื่อว่า “สามชุกตลาดร้อยปี” และ “พิพิธภัณฑ์สามชุกตลาดร้อยปี” และบอกจำนวนกิโลเมตรที่เหลือ จนเข้าสู่ตัวอำเภอสามชุก ก็พบกับทางเข้าตลาดสามชุก

การจัดทำป้ายบอกทาง เป็นการบอกเส้นทางการเดินทางเข้าสู่ตัวตลาดสามชุก ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว ว่าได้เดินทางมาถูกทางแล้ว และเนื่องจากตลาดสามชุก อยู่ติดกับตัวอำเภอสามชุก ยิ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ควรมีการเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทราบ เพราะป้ายบอกทางมักจะบอกสถานที่สำคัญของจังหวัด ถ้านักท่องเที่ยวทราบว่าจะตลาดอยู่ในอำเภอ ก็จะไม่หลง และจะยึดป้ายบอกทางไปอำเภอเป็นหลักได้อีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ การใช้ป้ายบอกทางจะเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้ผู้ที่ใช้เส้นทางผ่านไปมา พบเห็น ซึ่งอาจเกิดความสนใจเข้าไปแวะเยี่ยมชมชุมชนได้ด้วย

### ■ การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์

ในการเดินทางเข้าไปยังตลาดสามชุก บริเวณหน้าบ้านขุนจ่านจิณารักษ์ จะมีบอร์ดประชาสัมพันธ์ตั้งอยู่ ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้เป็นบอร์ดต้อนรับนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจ ศึกษาดูงาน ที่ได้ติดต่อเข้ามาศึกษาและเยี่ยมชมชุมชนเป็นหมู่คณะ ทางคณะกรรมการฯ ก็จะเขียน รายชื่อกลุ่มหรือคณะนั้นบนบอร์ด พร้อมบอกวัน เวลา ที่จะเข้ามาเยี่ยมชม ซึ่งบางครั้งมีกลุ่มนักวิชาการ นักการเมือง หรือผู้ทรงคุณวุฒิ และบุคคลที่มีชื่อเสียงติดต่อเข้ามาดูงานในชุมชน นักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาในวันนั้น ก็จะได้รับรู้ว่า มีใครเดินทางมาเยี่ยมชมชุมชนในวันนี้นี้บ้าง

### ■ ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน

ในการจัดกิจกรรมของชุมชน ทางคณะกรรมการฯ จะจัดทำป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน ซึ่งนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุกทราบแล้ว ทางคณะกรรมการฯ ยังต้องการให้นักท่องเที่ยว หรือกลุ่มบุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชุมชนด้วย เช่น งาน “มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก” ในช่วงระยะเวลาที่มีการจัดงาน จะมีป้ายผ้าประชาสัมพันธ์ และป้ายผ้าไววนิวส์ ติดตามเสาไฟ ทางเข้าตลาดสามชุก เป็นแถวเรียงจนสุดทาง ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรืองานของชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ด้วย

## 4. สถานการณ์การแก้ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว

### ■ การจัดประชุมสอบถามความคิดเห็น

ในการศึกษาวิจัย พบว่า คณะกรรมการฯ มีการเชิญชาวตลาดสามชุกมาร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือ ในการร่วมกันแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่งในช่วงแรกๆ ของการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว ทางคณะกรรมการฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ได้เสนอว่า จากปัญหาเรื่องการเช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ที่มีอายุการเช่าปีต่อปี ซึ่งในภายภาคหน้าไม่รู้ว่าทางกรมธนารักษ์จะให้เช่าอยู่หรือไม่ และตลาดสามชุกก็กำลังมีชื่อเสียง จึงอยากสร้างความมั่นคงให้แก่ชาวบ้านและตลาด ดังนั้น จึงได้เสนอว่า จะทำเรื่องขอยืดระยะเวลาในการเช่าที่ดินของราชพัสดุ กรมธนารักษ์เป็น 30 ปี

“เราเคยเสนอรองผู้ว่าฯ ไปว่า อยากจะให้ต่ออายุสัญญาธนารักษ์ตลาด ออกไป 30 ปี เพราะถือว่า ตลาดมันเริ่มจะฟื้นฟู ก็เลยอยากให้มีการต่ออายุไปนานๆ จะปรับปรุงบ้านชาวบ้านจะได้มีกำลังใจ ตั้งใจที่จะทำบ้านให้มันดี ถ้าต่ออายุ ปี - 3 ปีชาวบ้านเขาก็ไม่อยากจะทำ เขาคิดว่า ฉันทก็อยู่ได้ ก็อยู่กันไป”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์- สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)



จากความคิดของคุณพงษ์วินนี้ ได้มีการจัดประชุมปรึกษาหารือกับชาวตลาดสามชุกอยู่หลายครั้ง เพื่อสอบถามความคิดเห็นของชาวบ้าน และเมื่อชาวตลาดเห็นด้วยกับความคิดของคุณพงษ์วินแล้ว และนำไปดำเนินการต่อ เมื่อได้ผลการดำเนินงานมา ทางคุณพงษ์วินก็นัดชาวตลาดมาร่วมพูดคุยอีกครั้ง ซึ่งในประชุมในเรื่องของที่เช่าที่ดินของราชพัสดุ ชาวตลาดมีการคุยกันอย่างหนัก ดึงคำบอกเล่าของผู้ประสานงานชุมชน เล่าว่า

“ตอนนั้นชาวบ้านคุยกันเรื่องการเช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ ที่ทางคณะกรรมการเขาเสนอชาวบ้านว่าจะต่ออายุการเช่าออกไปเป็น 30 ปี ตอนนั้นคุยกันเยอะมาก มีประชุมกันบ่อย ในช่วงนั้น ประมาณ 4 - 5 เดือน ประชุมกันเดือนละ 3 - 4 ครั้ง”

(ยูวดี วงษ์สุวรรณ – สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

#### ■ การจัดเวทีเสวนา

จากปัญหาเรื่องการเช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ ทางคณะกรรมการฯ ได้นำมาในการศึกษาวิจัยในช่วงเดือนมีนาคม 2549 ชาวชุมชนตลาดสามชุก มีการจัดกิจกรรม “เวทีเสวนา สามชุกอนาคตอยู่กับใคร” โดยการจัดงานดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าอย่างยั่งยืน โดยทางคณะกรรมการฯ ได้เชิญรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี, เจ้าหน้าที่กรมธนารักษ์, ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท, และสมาคมสถาปนิกสยามแห่งประเทศไทย ร่วมเป็นวิทยากร และเชิญชาวบ้านในตลาด รวมถึงภาคีเครือข่ายในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ พร้อมด้วยนักท่องเที่ยว เข้าร่วมรับฟัง และร่วมเสนอความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของตลาดสามชุกต่อไป

“ตอนนี้ตลาดสามชุก ยังไม่มีความมั่นคง เนื่องจากเป็นที่เช่าของกรมธนารักษ์ มีการต่อสัญญาปีต่อปี ก็อยากให้มีอายุเช่ายาวขึ้น จึงทำเรื่องเสนอไปยังกรมธนารักษ์ แต่ยังเป็นปัญหาติดขัดอยู่ ก็เลยลองจัดเวทีเสวนานี้ขึ้นมา เพื่อขอความคิดเห็นจากทุกฝ่าย”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ - สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2549)

จากการเข้าร่วมงาน พบว่า บรรรยากาศการเสวนา วิทยากรจากองค์กรภายนอก ได้ร่วมกันนำเสนอความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ และฟื้นฟูตลาดสามชุก ในมุมมองของแต่ละหน่วยงาน และสรุปตอนท้ายว่าจะให้ความช่วยเหลือชุมชนตลาดสามชุกในเรื่องของกำหนดแผนนโยบายของจังหวัด แต่ในปัจจุบัน ทางชุมชนตลาดสามชุกก็ยังรอคอยความหวังนั้นอยู่

## ■ การจัดประชุมเชิงสัมมนา

นอกจากนี้ ยังพบปัญหาในส่วนของการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ที่ในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการไม่ค่อยมีเวลาร่วมพูดคุยกัน เหมือนก่อน ซึ่งทำให้การทำงานบางอย่างไม่ราบรื่น และบางครั้งเกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างคณะกรรมการ กันเอง ซึ่งจากปัญหาความไม่เข้าใจกัน คุณพงษ์วิน จึงได้เสนอให้มีการจัดประชุมเชิงสัมมนาระหว่างคณะกรรมการ เพื่อร่วมพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน โดยการประชุม บางครั้งไปจัดประชุมที่ต่างจังหวัด เพื่อเป็นการพาคณะกรรมการ ไปพักผ่อนด้วย

“ปัญหา ความอ่อนแรง ทดถอย หลังๆ ไม่ได้ประชุมกัน ทุกคนยุ่ง รับแขกอย่างเดียวก็แย่แล้ว ก็จัดไปประชุมสัมมนาที่ จ.นครนายก เฉพาะกรรมการ 30 –40 คน คุยกันว่าปัญหาคืออะไร ให้มานั่งประชุม โต๊ะกลม พูดทีละคน ถึงปัญหาอัดอั้นตันใจ แล้วก็เคลียร์กันได้ ”

(พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

ผลการจัดสัมมนา ทำให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจกันดีขึ้น เมื่อทุกคนรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ก็จะช่วยกันแก้ปัญหาตรงจุดนั้นๆ สุดท้ายคณะกรรมการ ทุกคนก็จะกลับมาทำงานกันเหมือนเดิม

**ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 :** บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

จากการศึกษาวิจัย พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เกิดขึ้นจากความคิดของกลุ่มผู้นำชุมชน แล้วถ่ายทอดผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังสมาชิกของชุมชน จนกระทั่งนำมาซึ่งความสนใจให้มีการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก และร่วมมือกันพัฒนาชุมชนจนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้นำชุมชนตลาดสามชุกเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

กลุ่มผู้นำของชุมชนตลาดสามชุก มีการรวมตัวกันตั้งเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแกนนำในการหาแนวทางฟื้นฟูเศรษฐกิจของตลาด และพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และแหล่งเรียนรู้ของชุมชน กลุ่มผู้นำ ชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำอย่างเป็นทางการ คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ซึ่งขณะนั้น

ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และได้รับการแต่งตั้งเป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ แต่ต่อมาเมื่อตำแหน่งนายกเทศมนตรีฯ หมดสมัยลง ชุมชนมีนายกเทศมนตรีฯ คนใหม่ แต่คุณพงษ์วิน ยังได้รับการสนับสนุนให้เป็นประธานคณะกรรมการฯ ต่อไป ในส่วนของคณะกรรมการตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เป็นผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย ชาวบ้านในตลาด ผู้ประกอบการในตลาดสามชุก และกรรมการชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก ที่แม้บางคนไม่ได้เป็นคนในชุมชนตลาดสามชุก แต่ก็สมัครใจเข้ามาร่วมทำงานเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาชุมชนให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายอาชีพ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน อาทิ ผู้อำนวยการและคณะครูจากโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต, โรงเรียนสามชุกรัตนโกศาราม, นักวิชาการ สถาปนิก, นักธุรกิจ ที่พร้อมใจเข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ ในระยะเริ่มต้นมีคณะกรรมการฯ ประมาณ 30 กว่าคน

การดำเนินการของกลุ่มผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกนั้น อาศัยการสื่อสารในการประสานงานกับบุคคลกลุ่มต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอก เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้ความร่วมมือ ตลอดจนการสร้างกระแสให้กลุ่มบุคคลภายนอกได้รู้จักชุมชนและสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ในการนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดสามชุก ดังนี้

### 1. การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน

จากการวิจัย พบว่า ในช่วงที่ชุมชนตลาดสามชุก เริ่มมีกลุ่มคนสนใจติดต่อเข้ามาศึกษาดูงานด้านสถาปัตยกรรม และด้านการพัฒนาชุมชนมากขึ้น คณะกรรมการฯ จึงร่วมกันประชุมวางแผนการดำเนินงานเพื่อคอยต้อนรับ ขณะเดียวกันได้พิจารณาเห็นว่า กลุ่มสมาชิกของชุมชน ต้องมีส่วนรับรู้ด้วย เนื่องจากเมื่อมีกลุ่มบุคคลภายนอกเข้ามา กลุ่มผู้ประกอบการก็จะขายของได้ มีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้กลุ่มผู้ประกอบการ และชาวบ้านก็เป็นสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน สมาชิกทุกคนต้องร่วมมือกัน ดังนั้น คณะกรรมการฯ ได้เชิญสมาชิกในชุมชนประกอบด้วย ชาวบ้าน และผู้ประกอบการ มาร่วมประชุม เพื่อสร้างความเข้าใจ และขอความร่วมมือในการช่วยต้อนรับ นักท่องเที่ยว และการทำอาหาร / ขนมขาย และจำหน่ายเป็นของที่ระลึก ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ ได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการ และผู้ที่มีฝีมือด้านอาหาร ทำอาหาร และขนมโบราณที่หาทานได้ยาก รวมถึงการขอความร่วมมือชาวบ้านในตลาด นำของเก่าโบราณที่มีคุณค่า มาตั้งประดับไว้ภายในบ้าน เป็น

การสร้างความสำเร็จ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนที่เน้นเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ ยังขอความร่วมมือผู้ประกอบการในการจัดระเบียบตลาดให้นำเดิน นำซื้อด้วย

จากการศึกษา ยังพบว่า คณะกรรมการฯ ได้ปรึกษาหารือกัน และมีความเห็นให้ผู้ประกอบการในตลาดสามชุก ตั้งชมรมผู้ประกอบการตลาดสามชุกขึ้นมา เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการ ให้สามารถก้าวเดินไปพร้อมกับคณะกรรมการฯ เมื่อไม่มีคณะกรรมการฯ ร้านค้าต่างๆ ก็จะสามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง รวมทั้งต้องการให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในส่วนของกาให้บริการที่จอดรถให้นักท่องเที่ยว ที่พบปัญหาเรื่องของที่จอดรถไม่พอ ซึ่งการแก้ปัญหาที่ผ่านมา ทางคณะกรรมการฯ ต้องจ้างตำรวจจราจรมาดูแล แต่ก็มีค่าใช้จ่าย ดังนั้น จึงอยากให้ทางผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการจัดหางบประมาณจ้างพนักงานโภกกรมทำหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงเชิญผู้ประกอบการมาร่วมประชุม เพื่อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการในตลาดสามชุก รวมตัวกันตั้งเป็นชมรมผู้ประกอบการตลาดสามชุก และแต่งตั้งประธานชมรมฯ คณะกรรมการชมรมฯ ขึ้นมาดำเนินงาน ตอนนั้นมีคณะกรรมการฯ จำนวน 7 คน ซึ่งจะเป็นตัวแทนผู้ประกอบการในการประสานงานกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เมื่อคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ มีเรื่องอะไรแจ้งให้ทางผู้ประกอบการทราบ ถ้าเป็นเรื่องเล็กๆ ก็จะแจ้งผ่านคณะกรรมการชมรมฯ แต่ถ้าเป็นเรื่องใหญ่จะเชิญประชุมทั้งหมด ในทางกลับกันเมื่อผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินงาน ก็จะประสานผ่านคณะกรรมการชมรมฯ ไปยังคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ซึ่งการตั้งชมรมผู้ประกอบการตลาดสามชุกขึ้นมา จะทำให้การประสานงานทำได้ง่ายขึ้น และลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างคณะกรรมการฯ กับผู้ประกอบการได้ด้วย เนื่องจากคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ลดบทบาทลง ให้ผู้ประกอบการได้ดูแลกันเอง

“หลังจากตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าแล้ว ในการประสานงานระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ กับกลุ่มผู้ประกอบการ ตอนนั้ก็จะเป็นการประสานผ่านกรรมการชมรม กับคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ซึ่งทำให้การประสานงานสะดวกและรวดเร็วขึ้น”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

นอกจากนี้ ยังพบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ที่เป็นคณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการฯ ด้วย ได้ไปเจรจาพูดคุยกับผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่ให้ความร่วมมือในช่วงแรกๆ เพื่อทำความเข้าใจกัน และชวนให้เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการฯ จนประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี ไม่ค่อยมีปฏิกิริยาเหมือนเมื่อก่อน

“ผมมองว่า พวกที่เป็นปฏิบัติกับคณะกรรมการตลาดฯ ก่อนหน้านี้ ก็อยากจะดึงเขา เข้ามามีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการ ไปพูดคุยทำความเข้าใจกับเขา เหมือนกับว่า ถ้าเราให้ความสำคัญกับเขา เห็นเขาเป็นคนสำคัญ เขาก็เต็มใจช่วยเรา”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบัน ผู้ประกอบการฯ ให้ความร่วมมือกับคณะกรรมการฯ ดีมาก หลังจากประชุมทำความเข้าใจกันแล้ว กลุ่มผู้ประกอบการฯ ก็พร้อมใจกันจัดระเบียบตลาดไม่ให้รูก้า เส้นทางเดิน ตลาดสะอาดเป็นระเบียบมากขึ้น ในส่วนของการขอความร่วมมือในการจัดหางบประมาณจ้างพนักงานโบกรถ ผู้ประกอบการทุกคนก็ให้ความร่วมมือกันดี โดยมีการกำหนดข้อตกลงร่วมกันว่า จะเก็บเงินผู้ประกอบการในวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อเป็นทุนในการจ้างพนักงานโบกรถ 2 คน คนละ 200 บาท / วัน ซึ่งกำหนดอย่างต่ำร้านละ 10 บาท แต่ถ้าร้านไหนเต็มใจช่วยก็จ่ายมากขึ้น สำหรับเงินที่เหลือในแต่ละอาทิตย์ คณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการฯ มีมติให้เปิดบัญชีออมทรัพย์ สะสมเงินไว้สำหรับใช้ในการจัดกิจกรรมของชมรมผู้ประกอบการตลาดสามชุกต่อไป

“ตั้งแต่เก็บเงินมา ได้วันละประมาณ 700 กว่าบาท จ่ายค่าจ้างพนักงานโบกรถแล้วก็เหลือวันละเกือบ 300 บาท ผู้ประกอบการ ก็ตกลงกันให้เอาฝากธนาคารไว้ใช้ในกิจกรรมของชมรม ซึ่งจะมีการจัดทำแผ่นพับแนะนำร้านค้าด้วย ก็จะเอางบจากตรงนี้ทำ”

(อภิวัฒน์ เจริญวัย – สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2549)

## 2. การประสานความร่วมมือกับภาคภายนอก

### ▪ การประสานความร่วมมือเพื่อหาแนวร่วมเป็นคณะกรรมการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มคณะกรรมการฯ พบว่า ในช่วงระยะของการรวมตัวกันของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์นั้น เริ่มแรกมีเพียงตัวแทนจากกลุ่มชาวบ้านในตลาด กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนตลาด และกรรมการชุมชนในเขตเทศบาลสามชุก ที่อาสาเข้ามาร่วมทำงานเท่านั้น ต่อมาเมื่อคณะกรรมการฯ ได้เริ่มพูดคุยกันเพื่อวางแผนการทำงานในการฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของตลาดสามชุก ประธานคณะกรรมการฯ ได้เสนอให้มีการเชิญกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายอาชีพ ที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ทั้งที่ยังอาศัยอยู่ในชุมชน และที่ย้ายออกไปแล้ว ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการทำงานด้านต่างๆ เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ เพื่อขอความคิดเห็นเห็นแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทำงาน และนำมาปรับใช้ในการดำเนินการฟื้นฟู และพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น



ในการประสานภาคีเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีคุณพงษ์วิรินทร์ เป็นผู้ประสานงานหลัก เนื่องจากขณะนั้นดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ทำให้รู้จักผู้คนมากมายหลากหลายอาชีพ และได้ไปเชิญชวนมาร่วมเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก

### ■ การประสานความร่วมมือกับมูลนิธิชุมชนไทย

คณะกรรมการฯ ยังได้มีการประสานความร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไทย ที่เข้ามาจัดทำโครงการนำร่อง “ปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่” โดยมีเจ้าหน้าที่ของโครงการฯ เข้ามาติดต่อประสานงานกับทางคุณพงษ์วิรินทร์ ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก จากนั้นคุณพงษ์วิรินทร์ ได้แนะนำให้เจ้าหน้าที่โครงการฯ รู้จักกับกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ และต่อมามีการจัดเวทีประชาคม เพื่อระดมความคิดเห็นของชาวชุมชนตลาดสามชุกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูสภาพของชุมชน ซึ่งในการจัดกิจกรรมดังกล่าว ทางเจ้าหน้าที่โครงการฯ พร้อมด้วยผู้บริหารมูลนิธิก็เข้ามาแนะนำตัวกับชาวตลาดสามชุกอย่างเป็นทางการ และเมื่อมูลนิธิชุมชนไทย ตัดสินใจเลือกชุมชนตลาดสามชุกเป็น 1 ใน 12 โครงการนำร่อง “ปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่” แล้ว เจ้าหน้าที่ฯ ก็ได้ประสานงานกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ในการดำเนินงานภายใต้โครงการดังกล่าว อย่างต่อเนื่องเรื่อยมา

ในการทำงานร่วมกับมูลนิธิชุมชนไทย ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกได้รู้จักกับกลุ่มภาคีภายนอกที่ให้การสนับสนุนอีกหลายกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มสถาปนิก กลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มชุมชนในโครงการนำร่อง “ปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่”

#### - กลุ่มนักวิชาการ

ทางมูลนิธิชุมชนไทยได้ประสานให้รู้จักกับชาวชุมชนตลาดสามชุกกับนักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ เนื่องจากขณะนั้นชาวตลาดสามชุก ยังไม่มีความชัดเจนเรื่องของการอนุรักษ์ชุมชน อีกทั้งยังไม่มี ความเข้าใจในการดำเนินงาน ดังนั้น เจ้าหน้าที่โครงการฯ จึงได้เรียนเชิญ รศ.ศรัศักร วลัยโกตม นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ ที่มีความสนใจเรื่องความเป็นชุมชน เข้ามาให้ความรู้แก่ชาวชุมชนตลาดสามชุก โดยการจัดวงเสวนาเกี่ยวกับ “ความสำคัญของการฟื้นฟูเมืองเก่า” เพื่อให้ชาวชุมชนตลาดสามชุก ได้ตระหนักเห็นความสำคัญของชุมชน และร่วมกันอนุรักษ์ และพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชน

#### - กลุ่มสถาปนิก

ในช่วงที่ทางชุมชนมีความต้องการที่ชัดเจนในเรื่องของการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ โดยใช้บ้านชุมชนจันทน์รักษ์นั้น ทางคณะกรรมการฯ ได้ร่วมปรึกษาหารือกับทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไท จากนั้น ทางมูลนิธิชุมชนไทได้ประสานงานไปยังสถาปนิก เพื่อให้เข้ามาช่วยในเรื่องของการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ของชุมชน ตั้งแต่การสำรวจสภาพบ้าน การออกแบบ และดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านจนแล้วเสร็จ โดยในช่วงระหว่างการดำเนินการปรับปรุง ซ่อมแซม คณะกรรมการฯ ได้ร่วมพูดคุยประสานงานกับกลุ่มสถาปนิก และเจ้าหน้าที่โครงการฯ ของมูลนิธิชุมชนไท ตลอดระยะเวลาดำเนินการ เพื่อร่วมกันพิจารณาแบบบ้านให้ตรงกับความต้องการของชุมชนมากที่สุด

นอกจากนี้ ยังพบว่า ในการดำเนินงาน คณะกรรมการฯ จะตั้งฝ่ายออกแบบและปรับปรุงอาคาร เพื่อร่วมทำงานกับกลุ่มสถาปนิกของมูลนิธิชุมชนไทด้วย

- กลุ่มชุมชนในโครงการนำร่อง “ปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่”

ทางมูลนิธิชุมชนไท ยังได้ประสานกับชุมชนต่างๆ ในโครงการนำร่อง เข้าร่วมเวทีสรุปบทเรียนจากการทำโครงการในแต่ละพื้นที่ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ มีการจัดกิจกรรมเยี่ยมชมศึกษาดูงานแต่ละชุมชนด้วย สำหรับการดูงานที่ชุมชนตลาดสามชุก ดำเนินการโดยกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ เป็นผู้ประสานงานจัดเตรียมต้อนรับกลุ่มผู้มาดูงาน ได้แก่ การจัดเตรียมสถานที่ การบรรยายเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชน รวมถึงการนำกลุ่มผู้มาดูงานเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในชุมชนด้วย

- กลุ่มสื่อมวลชน

ในการประสานงานกับสื่อมวลชนในช่วงแรก เป็นสื่อประจำของมูลนิธิชุมชนไท และสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) ได้แก่ สื่อ “โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่” ประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ข่าวชุมชน วารสารชุมชนไท ซึ่งเป็นสื่อที่ทางเจ้าหน้าที่จากมูลนิธิชุมชนไท เขียนบทความเผยแพร่เอง และสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการ “เมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่” ออกอากาศทางช่อง 11 และรายการ “ชุมชนคนแกร่ง” ออกอากาศทาง ช่อง ITV จะมีทีมผู้จัดทำรายการ ผู้ดำเนินรายการ มาถ่ายทำในชุมชน โดยมีคณะกรรมการพัฒนาชุมชนฯ ให้การต้อนรับ จัดสถานที่ถ่ายรับ และประสานกับกลุ่มชาวชุมชนตลาดสามชุกให้การต้อนรับ และขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนด้วย

สำหรับในปัจจุบัน มีกลุ่มสื่อมวลชนที่เข้ามาเองโดยธรรมชาติ คณะกรรมการฯ จะเป็นผู้ประสานงาน เมื่อสื่อมวลชนต้องการสัมภาษณ์ ก็จะให้ข้อมูล หรือสื่อต้องการสถานที่ถ่ายทำ ทางคณะกรรมการฯ ก็จะจัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำให้ หรือบางครั้งถ้าต้องการให้มีการจัดตลาด ทางคณะกรรมการฯ ก็จะประสานความร่วมมือกับชาวบ้าน ให้ช่วยกันเก็บกวาดทำความสะอาด และจัดระเบียบตลาดให้น่าดูขึ้น

#### ■ การประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งการท่องเที่ยวระดับจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในช่วงแรกๆ ทางคณะกรรมการฯ ต้องการประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เพื่อขอความร่วมมือในการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ลงในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยการแนะนำของคุณสุรพล จินดาอินทร์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการฯ และเป็นนักธุรกิจ ได้เสนอและประสานงานให้คณะกรรมการฯ เข้าร่วมชมรมนักธุรกิจการท่องเที่ยว จ.สุพรรณบุรี เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับฝ่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ในการร่วมกันวางแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนขอความร่วมมือให้การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีใส่ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกในแผนที่ และคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีด้วย

“ตอนนั้นเข้ามาเที่ยวที่ตลาดสามชุก แล้วเห็นว่าสามชุกยังมีเอกลักษณ์ ความงดงามของบ้านเรือน วิถีชีวิตของความเป็นชุมชนดั้งเดิม และยังมีเรื่องอาหารอร่อย ซึ่งน่าจะเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้คนอยากเข้ามาเที่ยว จึงได้เสนอให้คณะกรรมการฯ เข้าร่วมชมรมนักธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อไปร่วมพูดคุยปรึกษาหารือเกี่ยวกับแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน”

(สุรพล จินดาอินทร์ – สัมภาษณ์ 1 เมษายน 2549)

สำหรับการประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นั้น จากการสัมภาษณ์คณะกรรมการฯ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เข้ามาในช่วงปลายปี พ.ศ. 2546 ซึ่งขณะนั้น ทาง (ททท.) มีโครงการจัดทำหนังสือ คู่มือการท่องเที่ยว "Family Fun One Day Trip" หรือ “วันเดียวเที่ยวสนุก” โดยมีบริษัทผู้ผลิตหนังสือ คือ บริษัท แพลนโมทีฟ จำกัด รับงานจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งทำงานตั้งแต่การหาข้อมูล สำรวจสถานที่ท่องเที่ยว และจัดพิมพ์หนังสือ โดยมีช่างภาพอิสระ 1 คน คือคุณพิชย์ เขียวภิรมย์ เคยทำงานถ่ายภาพให้กับนิตยสารสารคดี และได้อ่านเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก จากบทความของ อาจารย์เอนก นาวิกมูล ที่ลงในนิตยสารสารคดีฉบับหนึ่ง จึงเสนอให้ทีมงานจากบริษัทแพลน

โมทีฟ จำกัด เข้าไปดูสถานที่ตลาดสามชุก และได้พูดคุยกับคณะกรรมการฯ พร้อมสำรวจสภาพของชุมชน จนทีมงานเกิดความสนใจ นำเรื่องไปเสนอแก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

หลังจากวันนั้น ทีมงานได้เดินทางมาอีก พร้อมพาผู้บริหารจาก ททท. มาร่วมพูดคุย กับทางคณะกรรมการด้วย เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ในการจัดทำหนังสือดังกล่าว ซึ่งทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ตัดสินใจเลือกตลาดสามชุก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่ง ในโครงการ "Family Fun One Day Trip"

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังได้เลือกใช้เป็นที่ชุมชนตลาดสามชุก เป็นที่แกลงข่าวเปิดตัวหนังสือ คู่มือการท่องเที่ยว "One Day Trip" โดยการร่วมกันจัดงาน ทางชุมชนจัดเตรียมสถานที่ และทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นผู้เชิญผู้เข้าร่วมงาน ประกอบด้วย ผู้บริหาร และสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน จากนั้น เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ได้ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา

ขณะเดียวกัน หนังสือ คู่มือการท่องเที่ยว "One Day Trip" ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ผลิตแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวก็แพร่ขยายไปในวงกว้าง ผู้ที่อ่านข้อมูล แล้วเกิดความสนใจเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ก็จะไปเที่ยวที่ตลาดสามชุก

หลังจากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดงานแกลงข่าวเปิดตัวหนังสือไปแล้ว เวลาต่อมา ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังส่งเจ้าหน้าที่มาช่วยประสานงาน ในการช่วยออกแบบ และจัดแต่งบ้านพิพิธภัณฑ์ โดยจัดทำแผนภาพวาดโมเดลตลาด และมอบให้ชุมชนไว้ตกแต่งบ้านพิพิธภัณฑ์ อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนในการจัดทำเว็บไซต์ของชุมชนตลาดสามชุกให้ด้วย ซึ่งเว็บไซต์นี้ช่วยสร้างชื่อเสียงให้ชาวต่างชาติได้รู้จักตลาดสามชุกอีกด้วย และหลังจากนั้นไม่นาน ชุมชนตลาดสามชุกก็ได้มีพิธีเปิดบ้านพิพิธภัณฑ์ เปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ จึงได้เรียนเชิญผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เข้าร่วมงานด้วย

และจากการสัมภาษณ์กลุ่มคณะกรรมการฯ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังให้การสนับสนุนชุมชนด้วยการส่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เข้ามาจัดอบรมให้ความรู้ เสริมทักษะด้านการให้บริการ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการ และมัคคุเทศน์น้อยในตลาดสามชุก โดยการจัดวิทยากรเข้ามาอบรม 1 วัน และพาไปศึกษาดูงานอีก 1 วัน เพื่อพัฒนาศักยภาพ และยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

“เมื่อเดือนเมษายน 2549 ที่ผ่านมา ทาง ททท. ได้เข้าไปจัดกิจกรรม อบรมเสริมศักยภาพ ทางด้านการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และมัคคุเทศก์น้อยในชุมชนตลาดสามชุก มีการอบรม 1 วัน และอีกวันพาไปดูงานที่ฟาร์มโชคชัย และประสาธหินพนมรุ้ง”

(อุไร มุกประดับ – สัมภาษณ์ 20 พฤษภาคม 2549)

### 3. การจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการดำเนินงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จะร่วมกันวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วยเรื่อง การจัดเตรียมสถานที่รองรับนักท่องเที่ยว การจัดทำข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การกำหนดข้อตกลง การจัดทำของที่ระลึก และการต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเมื่อได้แผนแล้ว คณะกรรมการฯ จะเชิญสมาชิกในชุมชนมาร่วมประชุม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความเข้าใจร่วมกัน และขอความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนด้วย

ในการดำเนินงาน คณะกรรมการฯ จะจัดแบ่งหน้าที่ตามฝ่ายต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายจัดระเบียบตลาดและพัฒนาสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่ในส่วนของการจัดเตรียมสถานที่รองรับนักท่องเที่ยว คณะกรรมการฯ ได้กำหนดให้มีการเก็บกวาดพื้นที่ที่รกร้าง เพื่อจัดเป็นศูนย์อาหาร และเป็นสถานที่พักผ่อนให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการขออนุญาตเจ้าของที่ก่อน แล้วชวนชาวบ้านช่วยกันทำ ส่วนฝ่ายการท่องเที่ยว จะดำเนินการจัดทำข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายบอกทาง ป้ายตลาด หนังสือเอกสารคู่มือต่างๆ รวมถึงการจัดทำสิ่งของที่ระลึกด้วย และฝ่ายประชาสัมพันธ์ จะดูในส่วนของการต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดอบรมมัคคุเทศก์น้อย โดยการประสานความร่วมมือกับทางโรงเรียน หออาสาสมัครเด็กนักเรียนเข้ามาอบรมมัคคุเทศก์น้อย เพื่อคอยต้อนรับ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน

นอกจากนี้ ในส่วนของการกำหนดข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกในชุมชน ได้แก่ เรื่องการใช้คู่มือในการซื้อสินค้าทุกอย่างในตลาดสามชุก สำหรับกลุ่มผู้สนใจเข้ามาดูงาน ซึ่งเป็นการตกลงระหว่างคณะกรรมการฯ กับผู้ประกอบการทุกประเภท ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระจายรายได้ และเป็นข้อมูลสถิติของผู้เข้าเยี่ยมชมชุมชนในแต่ละเดือน ขณะเดียวกัน ทางคณะกรรมการฯ ได้กำหนดข้อตกลงร่วมกับสมาชิกในชุมชน ในการขอความร่วมมือให้สมาชิกในชุมชนทุกคนกล่าวทักทาย และต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการเชิญนักท่องเที่ยวแวะชมของเก่าภายในบ้าน และเชิญเข้าห้องน้ำ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความเป็นเจ้าบ้านที่ดีด้วย



#### 4. การดูแล และต้อนรับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีบทบาทในการดูแล ต้อนรับ นักท่องเที่ยว และผู้สนใจดูงานด้วย หลังจากที่ชุมชนตลาดสามชุกเริ่มเป็นที่รู้จัก ทำให้มีหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ติดต่อเข้ามาขอดูงาน เยี่ยมชมชุมชนมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการ ต้องเตรียมการต้อนรับ และดูแลแขกที่มาเยี่ยมชมชุมชน โดยการจัดคณะกรรมการฯ สำหรับเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ แก่ผู้สนใจศึกษาดูงาน เมื่อมีคณะผู้สนใจติดต่อเข้ามาขอดูงานในชุมชน คณะกรรมการฯ จะพิจารณา จำนวนผู้เข้าร่วม และความต้องการศึกษาเรียนรู้ เพื่อพิจารณาสถานที่ประชุม ซึ่งถ้ามากันเป็นจำนวน มาก ต้องการทราบประวัติความเป็นมาของชุมชน และแนวทางการพัฒนา คณะกรรมการฯ จะจัด สถานที่รองรับที่ลานโพธิ์ แต่ถ้ามากันจำนวนน้อย และมาเพื่อขอชมสถาปัตยกรรมของบ้านเรือนโดย เฉพาะ คณะกรรมการฯ จะจัดที่รองรับที่บ้านขุนจันจันจันรักรักษ์ สำหรับรูปแบบการต้อนรับแขกคือ การ จัดเวทีเสวนา แจกแผ่นพับแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว จากนั้น คณะกรรมการฯ จะบรรยายเล่าเรื่องราว ของชุมชนให้คณะผู้สนใจฟัง จากนั้นเปิดให้ผู้ฟังซักถาม เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จากนั้น ถ้าทางคณะผู้สนใจดูงาน ต้องการเดินชมบรรยากาศในตลาด คณะกรรมการฯ จะจัดมัคคุเทศก์น้อย คอยให้ความรู้ นำพาชมสภาพบ้านเรือน และแวะพูดคุยกับชาวบ้านได้ตามอัธยาศัย

ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก คณะกรรมการฯ จะไม่ได้ให้การ ต้อนรับโดยตรง แต่จะจัดมัคคุเทศก์น้อยไว้คอยต้อนรับ ซึ่งมีมัคคุเทศก์น้อยจะรวมตัวกันอยู่ที่บ้านขุน จันจันจันจันรักรักษ์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามา จะกล่าวทักทาย และเชิญเข้ามาเยี่ยมชมภายในบ้าน จากนั้น มัคคุเทศก์น้อยจะแจกแผ่นพับ และเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชน ประวัติของบ้าน พาชมสภาพ บ้านเรือน ประกอบด้วยลายไม้ พื้นกระเบื้อง และของใช้ของทำนขุนจันจันจันจันรักรักษ์ ซึ่งเป็นของเก่าหา ชมได้ยากในปัจจุบัน จากนั้นนำพานักท่องเที่ยวเดินชมบรรยากาศในตลาด พร้อมแนะนำร้านค้าที่เป็น จุดเด่นของชุมชน ซึ่งเปิดให้บริการมานานแล้ว และปัจจุบันก็ยังคงสภาพบ้านเรือนและวิถีชีวิตดั้งเดิม อยู่ อาทิ ร้านถ่ายรูปศิลปกรรมชาติ ร้านขายยา เป็นต้น พร้อมแนะนำนักท่องเที่ยวแวะชมของเก่าที่วาง โชว์ตามบ้านด้วย

จากการสังเกต พบว่า แม้ว่าคณะกรรมการฯ จะไม่ได้ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็ มีคณะกรรมการฯ บางส่วนที่เข้ามาดูแลนักท่องเที่ยว โดยใช้พื้นที่ของโรงแรมอุดมโชค ที่ด้านบนเปิดให้ นักท่องเที่ยวขึ้นไปชมสภาพโรงแรมในสมัยก่อน ส่วนชั้นล่างเปิดเป็นร้านขายกาแฟสด มีการจัดโต๊ะ และสร้างบรรยากาศสบายๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวได้แวะเข้ามานั่งพักผ่อน ซึ่งคณะกรรมการฯ

ส่วนหนึ่งจะนั่งกันอยู่ที่นี้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินผ่านก็จะกล่าวคำทักทาย และเชิญเข้ามาชมโรงแรมเก่า หรือเข้าห้องน้ำ และเชิญนั่งพักได้ตามอัธยาศัย บางครั้งคณะกรรมการฯ ชวนพูดคุย แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนไปด้วย

## 5. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

ในส่วนของงานด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกพบว่า ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ไม่ได้ดำเนินการเขียนข่าว หรือส่งข่าวเองเลย เนื่องจากเป็นความโชคดีของชุมชนที่มีกลุ่มภาคีเครือข่ายคอยให้การสนับสนุน ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท ซึ่งมีสื่อประจำขององค์กร ดังนั้น จึงช่วยเผยแพร่เรื่องราวของตลาดสามชุกให้ เช่น วารสารชุมชนไท, รายการโทรทัศน์ “ชุมชนคนแกร่ง” ทาง ITV เป็นต้น อีกทาง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เข้ามาจัดทำโครงการผลิตหนังสือ “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” ที่ตลาดสามชุก และเลือกสถานที่ตลาดสามชุกเป็นที่แถลงข่าวเปิดตัวหนังสือ และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ สื่อมวลชนที่เข้ามาร่วมงานในวันนั้น กลับไปนำเสนอข่าวผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย สร้างความน่าสนใจให้แก่กลุ่มสื่อมวลชนอื่นๆ ทำให้อยากเข้าไปสัมผัสเรื่องราว บรรยากาศของชุมชน และนำไปเสนอให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ต่อๆ กันไป

ดังนั้น บทบาทในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของผู้นำชุมชนตลาดสามชุก จึงเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่สื่อมวลชน ที่เข้ามาทำข่าว ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ซึ่งสื่อมวลชนเหล่านี้ จะติดต่อเข้ามาขอสัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการ โดยขอข้อมูลจากทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ซึ่งคณะกรรมการฯ จะจัดแบ่งหน้าที่กัน คนไหนที่มีความสามารถในการเผยแพร่ให้ข้อมูล ก็จะไปส่งตัวแทนไปให้สัมภาษณ์ หรือร่วมรายการต่างๆ

ขณะเดียวกัน คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ยังมีหน้าที่ในการเดินสายเผยแพร่ในพื้นที่ในกรณีที่มีองค์กรด้านการพัฒนาชุมชนจัดงานประชุม เสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ทำงานในการพัฒนาชุมชน เชิญคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ไปร่วมบรรยาย และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน คณะกรรมการฯ ก็จะแบ่งหน้าที่กันไปร่วมงานต่างๆ ซึ่งจากการร่วมงานตามเวทีต่างๆ เป็นการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกให้กลุ่มคนกลุ่มอื่นๆ ได้รู้จักเรื่องราวของชุมชนได้กว้างขวางมากขึ้นด้วย

## 6. การแก้ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า เมื่อการดำเนินงานประสบปัญหา คณะกรรมการฯ จะเป็นแกนนำหลักในการประสานสมาชิกในชุมชนมาร่วมพูดคุยกัน ทำความเข้าใจกัน จากการศึกษา พบว่า ชุมชนมีปัญหาในเรื่องของการไล่อื้อที่เช่าของกรมธนารักษ์ ที่เป็นปัญหายืดเยื้อมานานกว่า 20 ปี ปัจจุบันก็ยังเป็นปัญหาอยู่ ซึ่งจากปัญหาดังกล่าว ถ้ากรมธนารักษ์ดำเนินการรื้อถอนบ้านเรือนไม่ไป แล้วสร้างตึกขึ้นมาทดแทน ความเป็นชุมชนเก่าแก่ ความงดงามของสถาปัตยกรรมก็จะสูญสิ้นไป ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้ระดมความคิดเห็นสมาชิกในชุมชน ขอความคิดเห็นในการดำเนินการทำเรื่องขอเช่าที่กรมธนารักษ์ ออกไปอีก 30 ปี เมื่อชาวบ้านเห็นด้วย คณะกรรมการฯ โดยคุณพงษ์วินชัยวิรัตน์ ได้จัดทำหนังสือถึงกรมธนารักษ์ ขอเช่าที่เป็นเวลา 30 ปี แต่ทางกรมธนารักษ์ ไม่สามารถดำเนินการให้ได้ เนื่องจากมีการประเมินค่าของสภาพบ้านเรือนที่เก่าแก่แล้ว มีอายุไม่ถึง 30 ปี ดังนั้นจึงไม่อนุญาต ต่อมาคณะกรรมการฯ จึงได้วางแผนเข้าพบ ผู้ว่าราชการจังหวัด และได้ไปติดต่อกับรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเจรจาให้ช่วยเรื่องการอนุรักษ์บ้านเก่าไว้ ซึ่งทางรองผู้ว่าฯ ก็รับปากว่าจะช่วย จากนั้นได้มีการพูดคุยกันระหว่างชาวชุมชน, รองผู้ว่าราชการฯ, กรมธนารักษ์, และเทศบาลหลายครั้ง แต่ก็ยังตกลงกันไม่ได้ จนคณะกรรมการฯ ได้ตัดสินใจที่จะดำเนินการซ่อมแซมอาคารบ้านเรือนเอง โดยการประสานงานกับทางสถาปนิกของมูลนิธิ ชุมชนไท เข้ามาช่วยประเมินสภาพบ้านเรือน และออกแบบ ปรับปรุงตัวอาคารให้แข็งแรงขึ้น พร้อมปรับภูมิทัศน์ของชุมชน ปัจจุบันคณะกรรมการฯ ยังคงได้รับความช่วยเหลือจากสถาปนิก ซึ่งมีการพูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อดูแบบบ้านตัวอาคารต่างๆ ขณะเดียวกัน คุณพงษ์วิน และคณะกรรมการฯ ก็ช่วยกันจัดหางบประมาณมาดำเนินการซ่อมแซมบ้านเรือนเองด้วย

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า กลุ่มผู้นำชุมชนตลาดสามชุก หรือ กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในทุกขั้นตอน โดยใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้การดำเนินการของชุมชนประสบความสำเร็จด้วยดี ซึ่งจะเห็นได้จากรางวัลที่ทางคณะกรรมการอนุรักษ์ศิลป์ สถาปัตยกรรม และสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้พิจารณามอบรางวัลอาคารอนุรักษ์ และบุคคลหรือองค์กรดีเด่น ด้านการอนุรักษ์ศิลปกรรม ประจำปี 2548 ประเภทองค์กรดีเด่น ให้แก่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า การดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ในการบริหารจัดการชุมชน

จนตลอดจนการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนประสบผลสำเร็จอย่างดีเยี่ยม ทำให้มีกลุ่ม  
นักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงานเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมาก



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**บทที่ 5**  
**สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**

**สรุปผลการวิจัย**

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก โดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร, การสังเกต การณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 คน สมาชิกชุมชนตลาดสามชุกจำนวน 8 คน และกลุ่มพันธมิตรที่สนับสนุนชุมชน จำนวน 7 คน รวมเป็นจำนวน 25 คน

การวิจัยครั้งนี้ มีปัญหานำวิจัย 2 ข้อ คือ

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก
2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ตลาดสามชุก

ในการนี้ ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนตลาดสามชุก**

ชุมชนตลาดสามชุก เป็นชุมชนเล็กๆ ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในอดีตเป็นตลาดริมแม่น้ำสุพรรณบุรี มีการก่อตั้งของชุมชนเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2437 ในสมัยรัชกาลที่ 5 สภาพบ้านเรือนมีลักษณะเป็นอาคารไม้สองชั้นเรียงรายเป็นห้องแถวมุ่งหลังคาด้วยกระเบื้องโบราณ มีการตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นศิลปะจากการแกะสลักผนังบ้านด้วยลวดลายขนมปังขิงที่งดงาม นับเป็นย่านการค้าที่มีความงดงาม และทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ประกอบกับมีสินค้าและบริการอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านกาแฟ ร้านถ่ายรูป ร้านขายของชำ ร้านขายยาสมุนไพรจีน และยาไทย ท่ามกลางบรรยากาศของตลาดเก่าที่มีอายุกว่า 100 ปี

ชุมชนตลาดสามชุก มีพื้นที่กว้างประมาณ 10 – 15 ไร่ แต่ในส่วนของที่ทางชุมชนจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เรียกว่า “ตลาดร้อยปี” เป็นบริเวณอาคารบ้านไม้เรียงรายเป็นแถวอยู่ติดกับแม่น้ำสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 4 ซอย เนื่องจากสภาพบ้านเรือนในบริเวณ 4 ซอยนี้ ยังคงรักษาสภาพความเป็นบ้านไม้เดิมมากที่สุด และเป็นตลาดเก่าที่มีมาแต่เดิม



ตลาดสามชุก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นจุดเด่นดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ พิพิธภัณฑ์ตลาดมีชีวิต หรือบ้านพุดได้ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในซอยต่างๆ ภายในตลาดร้อยปีสามชุก เนื่องจากบ้านแต่ละหลังมีเรื่องราวชีวิตของผู้คนที่เคยอยู่อาศัยมาตั้งแต่อดีต ได้แก่ พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจางจันนารักษ์ เป็นอาคาร 3 ชั้น เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่รวบรวมข้อมูลของชุมชน ตั้งแต่ประวัติความเป็นมาของชุมชน ประวัติของบ้านและเจ้าของบ้าน โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่รวมเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน

นอกจากนี้ บ้านเรือนในตลาดสามชุก แต่ละหลังยังมีเรื่องราวความเป็นมาตั้งแต่อดีต โดยแต่ละบ้านจะมีการจัดแสดงโชว์ข้าวของเครื่องใช้ ที่เจ้าของบ้านเก็บรักษาไว้อย่างดี และสามารถบอกเล่าเรื่องราวของสิ่งเหล่านั้นได้ รวมถึงร้านต่างๆ ภายในชุมชน ที่เปิดขายมาตั้งแต่บรรพบุรุษ สืบทอดต่อกันมาจวบจนปัจจุบัน ซึ่งมีเรื่องราวความน่าสนใจ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ เข้าไปสัมผัสบรรยากาศภายในบ้าน พร้อมพูดคุยกับเจ้าของบ้านได้ตามอัธยาศัย

จุดเด่นที่สำคัญอีกประการหนึ่งของชาวสามชุก นั่นคือ อาหารอร่อยเป็นที่เลื่องลือของชาวสามชุก ประกอบด้วย ร้านมะหมีแจ็กข้าว ที่เปิดขายมากกว่า 70 ปี เอกลักษณ์คือการทำเส้นเอง และมีวิธีการรักษาเส้นไม่เหมือนใคร, ร้านข้าวห่อใบบัว ที่เป็นสูตรดั้งเดิม ใส่เครื่องถึงใจ เป็นอาหารที่หาทานยาก มีขายเฉพาะวันหยุด นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งรวมของฝากทั้งของคาว ของหวาน ได้แก่ น้ำพริกแม็กมั้ง เปิดอย่างแจ่มชัด, ปลาสดลิต ของพิจิต , ที่เปิดขายมาก่อนที่ตลาดสามชุกจะโด่งดังถึงวันนี้ และมีขนมเบี๊องโบราณ, ขนมไข่, ขนมเปี๊ยะ, ขนมกอกกล้วย , ขนมหวาน, ขนมก่ง เป็นต้น ซึ่งเป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ได้ชมสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และยังสามารถชิมอาหาร และขนมอร่อยในตลาดสามชุก

จากจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เหล่านี้ ทำให้ปัจจุบันตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีทั้งสื่อมวลชน และนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงาน เดินทางแวะเวียนเข้ามาท่องเที่ยว และดูงานไม่ขาดสาย และในช่วงวันหยุด บรรยากาศในตลาดคึกคักไปด้วยผู้คน ทั้งพ่อค้า แม่ค้า และนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ศึกษาดูงาน ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจ ของชาวสามชุกที่ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และพัฒนาจนทำให้ตลาดร้อยปี ที่สามชุกแห่งนี้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจนถึงทุกวันนี้

### **พัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก**

จากการศึกษาวิจัย พบว่า พัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วย 3 ระยะ ดังนี้

## 1. ระยะเวลาตัวในการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2543 - 2545)

ผลการศึกษาสรุปว่า ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก จนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันนี้ ได้มีจุดเริ่มต้นจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน เนื่องจากสภาวะภายในชุมชนในช่วงปี พ.ศ. 2543 นั้น ชุมชนประสบปัญหาในเรื่องของภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำ ตลาดเก่าที่เคยคึกคักด้วยผู้คน กลับจางหาย และหมดไป ชาวบ้านที่เป็นพ่อค้า แม่ค้าในตลาดขายของไม่ได้ อีกทั้งยังพบกับปัญหาการไล่อื้อบ้านที่เช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ เนื่องจากเป็นแผนนโยบายที่ต้องการให้ชาวบ้านในชุมชน ปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเรือนไม้ ที่มีสภาพทรุดโทรม พุพัง ซึ่งเกรงว่าจะเกิดอันตรายในภายภาคหน้า ซึ่งทางกรมธนารักษ์ต้องการให้รื้อถอนแล้วสร้างใหม่ ในรูปแบบของตัวอาคารตึกที่มีความถาวร และให้เจ้าของบ้านออกทุนทรัพย์ในการซ่อมแซมเอง ซึ่งเป็นปัญหาที่ว่า ชาวตลาดสามชุก ที่เคยเป็นพ่อค้า ในช่วงนั้นก็ขายของไม่ได้อยู่แล้ว บางรายไม่มีรายได้ในการเป็นทุนสร้างบ้านใหม่ จึงได้มีการรวมตัวกันพูดคุยถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

ต่อมา ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ได้เข้ามาจุดประกายให้ชาวชุมชน ร่วมกันอนุรักษ์ชุมชนไว้ และให้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมาเพื่อเป็นแกนนำในการดำเนินการ ในครั้งนี้ ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนทั้งหมด คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาชุมชน โดยระยะแรก ชาวชุมชนได้ตั้งเป้าหมายที่จะฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของตลาดสามชุก ให้กลับมาเป็นตลาดที่มีผู้คนเข้ามาจับจ่ายซื้อของอีกครั้ง แต่ในการดำเนินการระยะแรกไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากสมาชิกในชุมชน ยังไม่ค่อยเข้าใจกระบวนการทำงานของคณะกรรมการฯ เท่าไรนัก

## 2. ระยะดำเนินการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2546 - 2547)

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2545 เมืองศิครพัฒนาชุมชน คือ มูลนิธิชุมชนไท เข้ามาสำรวจหาข้อมูล ที่ชุมชนตลาดสามชุก เพื่อจัดทำโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ โดยการประสานงานผ่านทางนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ จากนั้นคุณพงษ์วินประสานงานเชิญ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ มาร่วมพูดคุยด้วย โดยทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไทได้เสนอโครงการให้กับคณะกรรมการฯ รับทราบข้อมูล และทางคณะกรรมการฯ ได้เล็งเห็นถึงปัญหา และความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้ทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิฯ รับทราบข้อมูลเช่นกัน จนกระทั่งทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจซึ่งกันและกันแล้ว จึงเริ่มดำเนินการในการพัฒนาตลาดสามชุก โดยทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิฯ ได้มีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการฯ เป็นอย่างดี ได้แก่ การแนะนำเรื่องของกระบวนการทำงาน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน โดยมีการจัดกิจ

กรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชน คือ การจัดเวทีประชาคม เพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดสามชุก จนกระทั่งได้ข้อเสนอที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานออกมา 13 ข้อ และต่อมาสมาชิกในชุมชนได้เริ่มต้นดำเนินการกิจกรรมแรก คือ การทำความสะอาดตลาด และหน้าบ้านของตนเอง ซึ่งจุดนี้เอง ที่ทำให้ทางมูลนิธิชุมชนไท ได้เห็นศักยภาพของชาวตลาดสามชุก และให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการพัฒนาชุมชน

ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนของชาวตลาดสามชุกขับเคลื่อนต่อไปได้นั้นเกิดขึ้นจากความคิดของกลุ่มคณะกรรมการฯ นำโดยประธานคณะกรรมการฯ ที่ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ที่ได้จัดกิจกรรมพาชาวตลาดสามชุกไปดูงาน การจัดทำตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวาย และซากลับได้แวะชมบ้านพิพิธภัณฑน์ของอาจารย์เอนก จนเกิดไอเดียที่จะทำบ้านพิพิธภัณฑน์ของชุมชน และมีการสอบถามความคิดเห็นชาวตลาดก่อน เมื่อทุกฝ่ายมีความคิดเห็นร่วมกันแล้ว ทางคณะกรรมการฯ จึงเริ่มดำเนินการ โดยได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่โครงการของมูลนิธิชุมชนไท ดำเนินการประสาน กลุ่มสถาปนิกเข้ามาช่วย และประสานนักวิชาการ เข้ามาช่วยสร้างองค์ความรู้ให้แก่ชาวชุมชนตลาดสามชุก จนเกิดจิตสำนึกภายใต้การอนุรักษ์ชุมชนแห่งนี้ไว้แล้ว จากนั้น เมื่อชาวชุมชนมีความชัดเจนในเรื่องของควมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนแล้ว ก็เข้าร่วมมือกันดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ทางชุมชนต้องการ และจากจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนี้ ได้เป็นจุดสนใจให้กลุ่มผู้ที่มีใจรักทางด้านการอนุรักษ์ อย่างนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ ที่มีความสนใจเข้ามาศึกษาเรื่องราวของชุมชน และได้ไปเขียนเผยแพร่ข้อมูลลงในสื่อมวลชนแขนงต่างๆ จนทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จัก และมีองค์กรภายนอกเข้ามาให้การสนับสนุนเป็นอันดับต่อมา อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เข้ามาจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก หรือ “Family Fun One Day Trip” และสถาบันการศึกษา อย่างเทคโนโลยีราชมงคล ลาดกระบัง ที่แวะเข้ามาเที่ยวชมภายในชุมชน และเกิดความสนใจ เข้ามาวาดภาพ จัดทำผังโมเดลตลาด และนำไปจัดนิทรรศการในงานของมหาวิทยาลัย และมีการเผยแพร่ต่อไปยังสถาบันการศึกษาอื่นๆ ต่อไป ยิ่งทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักมากขึ้น

### 3. ระยะเวลาจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน (พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน)

ในปี พ.ศ. 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมให้ชุมชนตลาดสามชุก เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี และสนับสนุนด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ลงในคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก หรือ “Family Fun One Day Trip” ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จัก และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะขึ้น ทางคณะกรรมการฯ จึงร่วมกันวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ชุมชน การจัดทำป้ายบอกทาง

ป้ายชื่อตลาด และการจัดเตรียมข้อมูลในบ้านพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม เพื่อเปิดเป็นบ้านพิพิธภัณฑสถานของชุมชน และได้ประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชนให้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยว โดยการจัดบรรยากาศภายในบ้าน ด้วยการนำของเก่ามาแสดงโชว์ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และการจัดทำอาหารออกมาขายเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

หลังจากนั้น ชาวชุมชนตลาดสามชุกได้ร่วมกันจัดกิจกรรมวันเปิดบ้าน เปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นทางการ และมีการประสานงานเชิญสื่อมวลชน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ เข้าร่วม ในการจัดงานนี้ มีการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนอย่างกว้างขวาง ทำให้ปัจจุบันนี้ ชุมชนตลาดสามชุก มีสื่อมวลชน นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สนใจดูงาน เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุกได้ร่วมมือกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยดี จนทำให้เป็นที่ประทับใจของผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมชมชุมชน และมีการสื่อสารโดยการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ต่อไปเรื่อยๆ ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักของผู้คนในวงกว้างมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

#### ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยสรุปว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะในระยะเวลาดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการศึกษาภายใต้ 4 สถานการณ์ ดังนี้

1. สถานการณ์การวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยว
2. สถานการณ์การประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยว
3. สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว
4. สถานการณ์การแก้ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยว

ในแต่ละสถานการณ์มีการใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ สรุปได้ดังนี้

#### 1. สถานการณ์การวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยว

ในสถานการณ์การวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ในการร่วมกันวางแผนจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นระบบระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาและเยี่ยมชมชุมชน จากการศึกษาค้นคว้าวิจัย พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกนั้น เป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ สรุปได้ดังนี้

### 1.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดการประชุมสรุปโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ โดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้ร่วมประชุมกับเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ และ ผู้บริหารของมูลนิธิชุมชนไท และมีการปรึกษาหารือเพื่อร่วมกันวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของ ชุมชนตลาดสามชุก ทั้งนี้ การประชุมดังกล่าวเป็นการประชุมร่วมกับบุคคลภายนอก จึงเป็นการประชุมที่มีลักษณะเป็นทางการ ซึ่งทางคณะกรรมการฯ จะร่วมพูดคุยเพื่อปรึกษาหารือกันอย่างอิสระเสรี เนื่องจากมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่ฯ และผู้บริหารของมูลนิธิชุมชนไทในระดับหนึ่งแล้ว ดังนั้นการสื่อสารในสถานการณ์นี้ จึงเป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการที่มีปฏิริยาตอบโต้มาก

### 1.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การพูดคุยกลุ่มย่อย เป็นการพบปะพูดคุยกันระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ในการประสานการทำงานในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน จะมีการพูดคุยปรึกษาหารือกันตลอดเวลาทั้งที่เจอกันแบบบังเอิญ หรือการนัดพบปะพูดคุยกัน ซึ่งทางกลุ่มคณะกรรมการฯ จะมีพื้นที่พูดคุยกันเป็นประจำทุกวัน คือ บ้านของคณะกรรมการฯ ท่านหนึ่งในช่วงเวลาค่ำ
- การสนทนาตัวต่อตัว ระหว่างคณะกรรมการฯ ที่อยู่ในฝ่ายเดียวกัน และ ต้องการปรึกษาหารือเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกัน
- การใช้โทรศัพท์ในการประสานงาน ในกรณีที่มีเรื่องที่ต้องการคำปรึกษาหารือ แต่ไม่สามารถมาพบปะพูดคุยกันได้

## 2. สถานการณ์การประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน และการประสานความร่วมมือกับกลุ่มองค์กรภายนอก โดยมีรูปแบบการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

2.1 การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ กับสมาชิกในชุมชน ประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสาร ดังนี้

### 2.1.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดประชุม เพื่อสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และขอความร่วมมือสมาชิกในการร่วมกันจัดการชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว



- การจัดกิจกรรมงานประจำปี เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และการประสานความสัมพันธ์ที่ดีของชาวชุมชนตลาดสามชุก

### 2.1.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดกิจกรรม “แฮร์รี่ดวงใจ” เพื่อเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ของชาวสามชุก อีกทั้งยังเป็นเวทีในการพบปะ พูดคุยกัน เกี่ยวกับการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งสมาชิกในชุมชนจะได้มาพบปะพูดคุยกันเป็นประจำทุกเดือน

- การพูดคุยกลุ่มย่อย เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการในตลาดสามชุกที่มักจะพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว และหลังจากมีการตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดสามชุก กลุ่มผู้ประกอบการ จะมีการนัดประชุมพูดคุยกันเป็นกลุ่มย่อยเกี่ยวกับเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยว หรือเวลามีกิจกรรมอะไรที่ต้องการความร่วมมือจากผู้ประกอบการ ซึ่งการประชุมจะมีตัวแทนผู้ประกอบการมาร่วมประชุม เนื่องจากผู้ประกอบการบางคนต้องขายของมาร่วมประชุมไม่ได้ และเมื่อประชุมกันแล้วก็จะนำเรื่องไปบอกต่อๆ กันไป

- การใช้สื่อบุคคล ในกรณีที่มีการจัดกิจกรรมของชุมชน และได้เชิญชาวชุมชนอื่นๆ ในเขตเทศบาลตำบลสามชุกเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ซึ่งจะใช้วิธีการสื่อสารผ่านตัวแทนหรือกรรมการชุมชน และให้กรรมการชุมชนไปบอกต่ออย่างสมาชิกในชุมชนของตนต่อไป

### 2.1.3 การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นบอร์ดที่ทางคณะกรรมการฯ ใช้สำหรับแจ้งรายชื่อผู้ที่ติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมและขอดูงานภายในชุมชนที่มาเป็นหมู่คณะ ซึ่งจะเป็นข้อมูลให้กลุ่มผู้ประกอบการและชาวบ้านได้รับรู้ ว่า ในแต่ละวันจะมีจำนวนกลุ่มหรือบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนชุมชนมากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้เตรียมของขายให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน

- การใช้เสียงตามสาย เป็นการใช้เพื่อประกาศเมื่อมีข้อมูลข่าวสารที่ต้องการแจ้งให้สมาชิกในตลาดสามชุกรับทราบ หรือเมื่อมีการจัดประชุม ก็จะใช้ประกาศเชิญชาวบ้านและผู้ประกอบการเข้าร่วมประชุม ซึ่งการใช้เสียงตามสายของชุมชนตลาดสามชุกครอบคลุมแค่เพียง 4 ซอยในเขตแหล่งท่องเที่ยวตลาดร้อยปีเท่านั้น

2.2 การประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ กับเจ้าหน้าที่ขององค์กรที่ให้การสนับสนุน ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสาร ดังนี้

#### 2.2.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การประชุม ซึ่งเป็นการประชุมร่วมกับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไท เพื่อสรุปโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งจะมีการประชุมเป็นประจำตามแผนโครงการที่กำหนดไว้ เมื่อถึงเวลาจะมีการประชุมสรุปผลการดำเนินงาน และร่วมกันวางแผนปฏิบัติการในช่วงปีต่อไป ทั้งนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2547 ได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกด้วย

- การจัดกิจกรรม “อบรมเสริมศักยภาพด้านการให้บริการ” โดยได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เข้ามาช่วยสนับสนุน แนววิธีการจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ โดยการจัดอบรมทางด้านบริการให้แก่ภาคีเครือข่าย และผู้ประกอบการในตลาดสามชุก ทั้งนี้ เพื่อเสริมศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### 2.2.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การพูดคุยกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นการประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่โครงการฯ กับคณะกรรมการฯ ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน และการสนทนาตัวต่อตัว เมื่อมีการพบปะกันโดยบังเอิญ หรือต้องการปรึกษาหารือในเรื่องต่างๆ เป็นต้น

### 3. สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในสถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เป็นการสื่อสารระหว่างชาวชุมชนตลาดสามชุกกับกลุ่มสื่อมวลชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจดูงาน ซึ่งมีวิธีการสื่อสารตามรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ, รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของตลาดสามชุก ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างบุคคล ที่พบคือ การให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชน โดยการให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาดสามชุก จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นต้น จากนั้นสื่อมวลชนจะนำข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์ไปเผยแพร่ไปยังสาธารณชนต่อไป ทำให้ประชาชนได้รู้จักชุมชนตลาดสามชุกมากยิ่งขึ้น

#### 3.1 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน ในรูปแบบต่างๆ อาทิ โดยการสัมภาษณ์

แบบตัวต่อตัว, การสัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

- การใช้สื่อบุคคลคือ มัคคุเทศก์น้อย ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน เอกลักษณะที่สำคัญของชุมชน และพหุสถานที่เที่ยวที่เกี่ยวข้องภายในชุมชน

- การสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นการสื่อสารในลักษณะการแนะนำและเชิญ

ชวนให้เพื่อนหรือญาติพี่น้อง ให้รู้จักตลาดสามชุก โดยการสื่อสารจากผู้ที่เคยมาเที่ยวชมตลาดสามชุก และนำไปบอกต่อยังกลุ่มคนต่างๆ ที่มีความสนิทคุ้นเคยกัน จากชาวสามชุกไปยังนักท่องเที่ยว, จากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว และจากองค์กรไปยังเครือข่าย รวมถึงการรับรู้จากสื่อมวลชนและแพร่ไปยังสื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ด้วย

### 3.2 การสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การส่งจดหมายเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานในวันเปิดบ้านเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นการประสานงานกับสื่อมวลชนที่เป็นทางการ เพื่อขอความร่วมมือสื่อมวลชนให้เข้ามาร่วมทำข่าวในวันงานดังกล่าว

### 3.3 การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดสามชุกผ่านสื่อมวลชน ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจดูงาน

- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุก ได้แก่ การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ การจัดทำหนังสือเผยแพร่, การทำป้ายบอกทางเข้าตลาดสามชุก, การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว, การใช้เสียงตามสาย ในการบริการนักท่องเที่ยว เมื่อมีข้อมูลข่าวสารที่ต้องการแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบ เช่น การประกาศเชิญชวนให้นักท่องเที่ยว และผู้เข้าเยี่ยมชมชุมชน เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดขึ้น เป็นต้น

## 4. สถานการณ์การแก้ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีทั้งปัญหาระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และปัญหาเกี่ยวกับการไล่อื้อบ้านบริเวณที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ในการแก้ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว มีวิธีการสื่อสารดังนี้

### 4.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การประชุมเพื่อปรึกษาหาแนวทางในการดำเนินการจัดการกับปัญหาดังกล่าว ระหว่างชาวชุมชนตลาดสามชุก กับทางกรมธนารักษ์ โดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้ประสานงานไปยังรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาดังกล่าว และมีการจัดประชุม โดยทางรองผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นคนกลางในการประสานเชิญทุกฝ่ายเข้ามาร่วมประชุมปรึกษาหารือกัน ประกอบด้วย ตัวแทนชุมชนตลาดสามชุก ตัวแทนกรมธนารักษ์ และมีนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ร่วมรับรู้ด้วย

- การจัดเวทีเสวนา “สามชุก อนาคตอยู่กับใคร” เพื่อเป็นเวทีกลางในการร่วมพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาความเป็นอยู่ของชาวชุมชนตลาดสามชุก โดยเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องได้แก่ รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี ตัวแทนจากกรมธนารักษ์ นักวิชาการด้านการอนุรักษ์ ในการร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาของชาวตลาดสามชุก ซึ่งการจัดเวทีเสวนาเป็นการเปิดเวทีให้ชาวบ้าน และผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงาน รวมถึงนักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมรับฟัง และร่วมแสดงความคิดเห็นได้ เพื่อเป็นแนวทางในแก้ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกในการดำเนินการพัฒนาชุมชนในอนาคตต่อไป

- การจัดประชุมเชิงสัมมนาออกสถานที่ ในการแก้ปัญหาระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ในการประชุมเป็นการเปิดโอกาสให้คณะกรรมการฯ ทุกคนได้ถ่ายทอดความรู้สึกลงในการดำเนินงาน ที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน เพื่อให้ทุกคนรู้สึกสบายใจและร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดกันต่อไป

#### 4.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การพูดคุยกลุ่มย่อย ระหว่างคณะกรรมการฯ ในการจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนนั้นๆ หรือบางครั้งทางคณะกรรมการฯ มีปัญหากับทางผู้ประกอบการ ก็จะมีการร่วมพูดคุยกัน ในลักษณะการประนีประนอมกัน เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายปรับความเข้าใจกัน และร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป

**ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 :** บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

ผลการศึกษารูปว่า การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เริ่มต้นเกิดขึ้นจากความคิดของกลุ่มผู้นำชุมชน แล้วถ่ายทอดผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังสมาชิกของชุมชน จนกระทั่งนำมาซึ่งความสนใจให้มีการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก และร่วมมือกันพัฒนาชุมชนจนเป็น

แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้นำชุมชนตลาดสามชุกเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

กลุ่มผู้นำของชุมชนตลาดสามชุก มีการรวมตัวกันตั้งเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เชียงอนุรักษ์ เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2544 ซึ่งในขณะนั้นมีผู้นำอย่างเป็นทางการ คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ เป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ เนื่องจากดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ คือ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ประกอบด้วย กลุ่มชาวบ้านที่เป็นคณะกรรมการชุมชน จาก 14 ชุมชนในเขตเทศบาล ที่อาสาเข้ามาร่วมงานพัฒนาตลาดสามชุก พร้อมด้วยชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ในชุมชนตลาดสามชุก และนอกจากนี้ คุณพงษ์วิน ยังได้ประสานหาแนวร่วมจากผู้ทรงคุณวุฒิ นักการเมือง นักวิชาการ นักธุรกิจ คณะครู อาจารย์ ผู้อำนวยการโรงเรียนในละแวกชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ทำงาน มาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ เพื่อรวมพลังความคิดในการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุกให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาวิจัย สรุปว่า บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดสามชุก ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย 6 บทบาท ดังนี้

### 1. การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีบทบาทในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ด้วยการจัดประชุม ระดมความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิกในชุมชน และการประสานขอความร่วมมือในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย การต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดทำอาหาร และขนม เพื่อจำหน่ายเป็นของฝาก การจัดระเบียบตลาดให้น่าเดินน่าซื้อ เป็นต้น นอกจากนี้ ทางคณะกรรมการฯ ยังได้จัดกิจกรรมในรูปของงานประจำปี เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน รวมทั้งยังเป็นประสานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในชุมชนด้วย

### 2. การประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก

จากการศึกษา พบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เป็นผู้ที่มีบทบาทในการประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก เพื่อขอรับการสนับสนุนในการร่วมดำเนินการพัฒนาชุมชน ตลอดจนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีการประสานความร่วมมือทั้งระดับกลุ่มบุคคล ได้แก่ การประสานความร่วมมือกับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ครูอาจารย์ ผู้อำนวยการโรงเรียน และนักธุรกิจ เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ เพื่อรวมกันวางแผนการดำเนินการพัฒนาตลาดสามชุก



ในการประสานความร่วมมือกับกลุ่มองค์กรที่เข้ามาให้การสนับสนุนชุมชน ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาดำเนินการจัดทำโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งในการประสานงานกับทางมูลนิธิชุมชนไท ทางคณะกรรมการฯ ได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ทำให้การดำเนินการพัฒนาชุมชนเป็นไปได้อย่างราบรื่น และมีความชัดเจนขึ้น จนกระทั่งมีแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับการประสานงานกับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกมีความชัดเจนในเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจากทาง ททท. เลือชุมชนตลาดสามชุกเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และมีการให้การสนับสนุนโดยการจัดอบรมทางด้านบริการ เพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

### 3. การจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลการศึกษาวิจัย ยังพบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ได้มีบทบาทสำคัญในการวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการประชุมพูดคุยกันระหว่างคณะกรรมการฯ ด้วยกันก่อน เพื่อวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และเมื่อได้แผนปฏิบัติการในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนแล้ว จากนั้นคณะกรรมการฯ จะนำแผนการที่ได้ไปพูดคุย และขอความร่วมมือกับกลุ่มสมาชิกในชุมชนต่อไป

### 4. การดูแล และต้อนรับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีบทบาทในการดูแล และต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการจัดอบรมมัคคุเทศก์น้อย เพื่อคอยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว และช่วยเหลือเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน เมื่อมีนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ นักการเมืองมาเที่ยวชมตลาดสามชุก ทางคณะกรรมการฯ ก็จะมีบทบาทในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวด้วย

### 5. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีบทบาทในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทั้งภายในชุมชน และภายนอกชุมชน กล่าวคือ หลังจากที่ชุมชนได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้แล้ว มีบุคคลภายนอก กลุ่มองค์กรที่สนใจในความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ได้ติดต่อเข้ามาขอเยี่ยมชมชุมชน ซึ่งทางคณะกรรมการฯ จะเป็นผู้ดำเนินการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชน โดยการบรรยายให้แก่กลุ่มผู้สนใจดูงาน และพาชมบรรยากาศในตลาด

สามชุก นอกจากนี้ ในส่วนของการเผยแพร่ภายนอก เป็นลักษณะของกลุ่มองค์กรภายนอกที่สนใจ มีการจัดเวทีเสวนา และได้เชิญคณะกรรมการฯ ไปร่วมเวทีเสวนา พบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายการพัฒนาชุมชน ทำให้เครือข่ายชุมชนต่างๆ ได้รู้จักตลาดสามชุกไปด้วย

## 6. การแก้ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เมื่อพบปัญหาในการดำเนินการ กลุ่มคณะกรรมการฯ จะเป็นแกนนำหลักในการร่วมกันคลี่คลายปัญหานั้นๆ ซึ่งจากการศึกษาวิจัย พบว่าชุมชนตลาดสามชุก ประสบปัญหาในส่วนของที่เช่าราชพัสดุ ที่ต้องการให้ปรับปรุงซ่อมแซมอาคารบ้านเรือนให้มีความมั่นคงแข็งแรง แต่เนื่องจากทางชุมชนมีข้อเสียด้านการอนุรักษ์ ดังนั้น จึงเกิดความขัดแย้งระหว่างกรมธนารักษ์ กับทางชุมชน ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้ประสานงานไปยังรองผู้ว่าราชการจังหวัดฯ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว พร้อมกันนี้ ทางคณะกรรมการฯ ยังมีส่วนรับผิดชอบความเป็นอยู่ของชาวตลาดสามชุกที่เดือดร้อนด้วยการพยายามจัดหางบประมาณในการดำเนินการซ่อมแซมอาคารบ้านเรือนให้ด้วย

### การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย อันประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

- พัฒนาการของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
- รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
- บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
- พัฒนาการของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการดำเนินการของชุมชนตลาดสามชุกเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น เป็นผลสืบเนื่องจากแนวทางการพัฒนาชุมชน หลังจากที่ชุมชนประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม จึงทำให้สมาชิกเกิดการรวมตัว และร่วมกันวางแผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการ ชาวบ้านในตลาดสามชุก มีอาชีพ มีรายได้ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยตั้งมั่นอยู่บนแนวคิดของการอนุรักษ์สภาพและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนไว้ ทำให้ชาวชุมชนได้ตระหนักเห็นคุณค่าของชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ และได้ร่วมกันดำเนินการจัดการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ของชุมชนมาจนถึงปัจจุบัน

ในการนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก เพื่อให้รับทราบและเป็นแนวทางในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของการพัฒนาชุมชน จนกระทั่งถึงระยะการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

จากการศึกษาวิจัยข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพัฒนาการของชุมชน ผู้วิจัย พบว่า ชุมชนตลาดสามชุก ได้เริ่มก่อตัวในการพัฒนาชุมชน เมื่อประมาณ พ.ศ. 2543 ซึ่งขณะนั้นชุมชนประสบปัญหาอยู่ 2 ประการ คือ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ และปัญหาการไล่อื้อบ้านเรือนแถวไม้ในที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของชาวตลาดสามชุก ดังนั้น ชาวบ้านจึงเกิดการรวมตัวกันขึ้น เพื่อร่วมกันคิดหาแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Scott Peck (1987) ที่กล่าวว่า การรวมตัวของคนในชุมชนนั้นจะเกิดขึ้น เมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน หรือ คนในชุมชนเห็นปัญหาร่วมกันในชุมชนแล้ว จึงรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยมีนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือชาวบ้านที่กำลังเดือดร้อน และมีการจับกลุ่มพูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง จากสถานการณ์ขณะนั้นชาวตลาดสามชุกได้มีความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย และยังไม่สามารถหาข้อยุติของปัญหาได้

จนกระทั่ง ได้มีบุคคลภายนอกเข้ามาให้ความช่วยเหลือ คือ ดร. สมเกียรติ อ่อนวิมล ซึ่งเป็นคนสามชุก และดำรงตำแหน่งสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสุพรรณบุรีในสมัยนั้น ดร. สมเกียรติ ได้ให้ข้อคิดและจุดประกายชาวชุมชนตลาดสามชุกเห็นคุณค่าของความเป็นชุมชนเก่าแก่มีอาคารบ้านเรือนแถวไม้ที่ตกแต่งด้วยลวดลายสถาปัตยกรรมโบราณที่หาดูได้ยาก และได้เสนอให้ชาวชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ไว้ และเสนอให้มีการตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมาเป็นแกนนำในการดำเนินงาน ซึ่งตรงนี้ถือได้ว่า ชาวชุมชนตลาดสามชุกได้เริ่มรวมตัวกันในการพัฒนาชุมชน โดยได้รับแรงจูงใจจากบุคคลภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาของประชาคมย่านบางลำพู ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ ประสบปัญหาการไล่อื้อที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์เช่นกัน และได้รับการสนับสนุนจากบุคคลภายนอก คือ บางกอกฟอรัม เป็นผู้จุดประกายในการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อการฟื้นฟูชุมชนและดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ฟื้นฟูชุมชนเช่นเดียวกัน

ในการดำเนินงานในช่วงแรกๆ นั้น คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้ร่วมกันคิดวางแผนการดำเนินงาน และได้จัดโครงสร้างองค์การ แบ่งสายการทำงานอย่างชัดเจนในรูปแบบขององค์การประชาชน โดยมีมุ่งเป้าหมายหลัก คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนให้กลับมาเป็นตลาดที่มีชีวิตอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดิเรก เต็งจำรูญ (อ้างในสุรวิรัตน์ ฤกษ์ระวีวรรณ, 2540: 9) ที่

กล่าวว่า การรวมพลังประชาชน จัดตั้งเป็นองค์การประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ชุมชนด้วยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันคิดปรึกษาหารือ วางแผนและร่วมลงมือกระทำจนกระทั่งถึงสิ่งสุดท้าย คือ การได้รับการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนั้นด้วย

ในการวางแผนร่วมกันของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ในระยะแรกนี้ มีการคิดกิจกรรมในการสร้างการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนด้วยการจัดงาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ในช่วงวันปีใหม่ ปลายปี พ.ศ. 2544 ซึ่งนับเป็นกิจกรรมแรกที่สามารถดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ คือ สามชุกมีอาหารอร่อย เป็นตัวสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เวทีนี้ สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า ในการพัฒนาย่านบางลำพู มีการนำแนวคิดในการรวมตัวกันในการฟื้นฟูชุมชน และดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม โดยใช้วัฒนธรรมที่สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนเป็นสื่อ และสร้างกิจกรรมสนุกๆ ให้คนในพื้นที่ได้ออกมามีส่วนร่วมให้มากที่สุด

ต่อมาในระยะการดำเนินการพัฒนา ชาวชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากองค์การภายนอก คือ มูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาจัดทำโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ เนื่องจากเห็นศักยภาพของชุมชน ที่มีแกนนำในการดำเนินงานที่ชัดเจนและเข้มแข็งแล้ว และเลือกชุมชนตลาดสามชุก เป็นโครงการนำร่องในการสร้างเมืองน่าอยู่ โดยมีเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไทเข้ามาเป็นที่ปรึกษาเปรียบเสมือนเป็นที่เลี้ยงในการเสนอแนะแนวทางการทำงานในการพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีนี้ สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า การพัฒนาย่านบางลำพู ที่มีบางกอกฟอรัม ที่มีบทบาทเสมือนเจ้าหน้าที่พัฒนาที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานแต่ละฝ่ายให้เข้ามาร่วมทำความเข้าใจร่วมกัน

ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนของชุมชนตลาดสามชุก ได้มีองค์การภายนอกเข้ามาให้การสนับสนุน ในทิศทางของการประสานความร่วมมือกันพัฒนาชุมชนให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชน โดยการดำเนินงานขององค์การภายนอกไม่ได้เข้ามากำหนดนโยบายให้ชุมชนทำตามความต้องการขององค์กร หากแต่มาช่วยหนุนเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จริญญา วงษ์พรหม (2536) ที่กล่าวว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation for Development) เป็นกระบวนการของการมีส่วนร่วมที่มีได้ขึ้นอยู่กับการริเริ่ม หรือวางแผนโดยภาครัฐ เหมือนในอดีตแล้ว แต่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเอง ซึ่งความสำเร็จที่จะได้รับอยู่ที่ประชาชนในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างเป็นอิสระ เน้นการทำงานในกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน ทั้งนี้พลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานพัฒนาต่างๆ บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

ทั้งนี้ รูปแบบการพัฒนาชุมชนตามแนวทางการพัฒนาของมูลนิธิชุมชนไท ต้องการมุ่งเน้นให้ชาวชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน โดยมีการเสนอให้มีการจัดเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นของชาวชุมชนในการร่วมกันพัฒนาตลาดสามชุก ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยประชาชนในชุมชนจะร่วมกันพิจารณาค้นหาปัญหาสิ่งที่ชุมชนประสบอยู่ และค้นหาความต้องการของชุมชนที่ต้องการให้ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น จากนั้นจึงร่วมมือกันวางแผนการจัดการกับปัญหา หรือ ดำเนินการตามความต้องการของชุมชน โดยมีการตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ White (1982) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนจะสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนตั้งแต่การร่วมกันค้นหา วิเคราะห์สภาพปัญหาในท้องถิ่น และร่วมกันตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม มีการวางแผนดำเนินกิจกรรมการพัฒนา และติดตามประเมินผลของกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งขั้นตอนที่สำคัญของการมีส่วนร่วม และเป็นการแสดงการมีส่วนร่วมที่แท้จริง คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

นอกจากนี้ ในการจัดเวทีประชาคม ยังเป็นการสร้างช่องทางในการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พบปะพูดคุยกันถึงประเด็นปัญหาต่างๆ และร่วมกันคิด ตัดสินใจ ในการหาแนวทางแก้ปัญหาของชุมชนร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Robert Putnam (อ้างในฐิติวุฒิ เสนาคำ, 2540) ที่พบว่าองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คือ การมีช่องทางการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พูดคุยถึงปัญหาร่วมกันทั้งในรูปแบบของการพูดคุยที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีนิ สตะเวทิน (2542) พบว่า จุดเด่นในการรวมตัวของประชาชนย่านบางลำพู คือ การสร้างช่องทางเพื่อให้บุคคลได้เข้ามาพบปะ พูดคุยกัน จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และดำเนินกิจกรรมร่วมกันในที่สุด

ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก ในระยะที่ 2 นั้น ชาวชุมชนตลาดสามชุก โดยมีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เป็นแกนนำ ได้มองเห็นศักยภาพของชุมชน ในการกำหนดแนวทางในการฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ การพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนเป็นตลาดเก่าแก่ ที่มีอายุกว่า 100 ปี และยังคงรักษาสภาพบ้านเรือนที่เป็นบ้านไม้ และมีตลาดทางสถาปัตยกรรมที่งดงาม อีกทั้งชาวตลาดยังคง

สำหรับการดำเนินการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว นั้น ส่วนหนึ่งได้รับแนวคิดจากบุคคลภายนอกคือ คุณสุรพล จินดาอินทร์ ผู้มีบทบาทในการชักชวนให้ชาวชุมชนร่วมกันพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ซึ่งคุณสุรพลได้ แนะนำสถานที่ดูงาน คือ บ้านพิพิธภัณฑของ อาจารย์เอนก นาวิกมูล ที่พุทธมณฑล และหลังจากนั้นทางคุณพงษ์วิน นายกเทศมนตรีฯ และประธานคณะกรรมการฯ พร้อม



ด้วยชาวตลาดสามชุกได้เดินทางไปเยี่ยมชม และได้รับแนวคิดของการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑน์นั้น เนื่องจากการจัดบ้านพิพิธภัณฑน์ของอาจารย์เอนก ซึ่งประกอบด้วยสภาพของชุมชนเมือง ในยุคเมื่อ 60 ปีที่ผ่านมา มีร้านค้า สถานที่ราชการต่างๆ ซึ่งคุณพงษ์วิน และคณะ ได้มีความเห็นร่วมกันว่า ร้านค้าในบ้านพิพิธภัณฑน์ของอาจารย์เอนก ที่ตลาดสามชุกก็ยังคงมีให้เห็นอยู่ จึงมีแนวคิดในการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑน์ อีกทั้งยังได้พิจารณาเห็นว่า ในชุมชนมีบ้านของขุนจ่านางจันารักษ์ ซึ่งเป็นบ้านไม้ 3 ชั้น ที่มีการตกแต่งทางด้านสถาปัตยกรรมที่งดงาม ดังนั้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จึงนำความคิดมาปรึกษากับชาวบ้าน เพื่อขอความคิดเห็น และเมื่อชาวบ้านเห็นด้วย จึงได้เริ่มดำเนินการจัดทำพิพิธภัณฑน์ในชุมชนตลาดสามชุก โดยมีเป้าหมาย คือ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนเพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์เป็นแกนนำ และร่วมทำงานประสานกับเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ของมูลนิธิชุมชนไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไทย ได้ช่วยเป็นที่ปรึกษา สร้างความรู้ ความเข้าใจ ในรูปแบบของการสนับสนุนกิจกรรมของทางชุมชน รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาชุมชนด้วย

ในการนี้ เจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ของมูลนิธิชุมชนไทย เปรียบได้กับเจ้าหน้าที่พัฒนา ที่เข้ามาสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการประสานงานร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ร่วมกัน คือการทำให้เมืองน่าอยู่ขึ้น ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Roger (1983) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนากับกลุ่มเป้าหมายจะมีประสิทธิภาพเมื่อพวกเขามีความคล้ายคลึงกัน (Homophily) เช่น ทักษะ การศึกษา ค่านิยม ฯลฯ ดังนั้น จึงเป็นจุดเริ่มของการรวมตัวกันของคนในตลาด จากนั้นได้มีการเชื่อมโยงคนในชุมชน เพื่อหาเครือข่ายความร่วมมือ โดยการหาแนวร่วมจากการใช้ “ตัวเชื่อม” ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (Homophily) ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน คือ กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ซึ่งเป็นเสมือนผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) จากนั้นได้ประสานทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้นำชุมชนก่อนที่จะให้กลุ่มผู้นำชุมชนนำความรู้ที่ได้รับไปกระตุ้นความสนใจของคนในชุมชนต่อไป ทั้งนี้ การสื่อสารโดยผ่านคนภายในชุมชนที่เป็นที่เคารพ ศรัทธาของคนในชุมชน จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจะรับรู้ได้ดีกว่า การรับรู้ข่าวสารจากองค์การภายนอกโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีนีส ตตะเวทีน (2542) ที่มีราษฎรอาวุโส และกรรมการชุมชน เป็นเสมือนผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ของชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการก่อตัวของกลุ่ม โดยผู้นำจะทำหน้าที่กระตุ้นความสนใจของคนในย่าน ซึ่งสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับคนในย่านได้ดีกว่าองค์การภายนอก อย่างบางกอกฟอรั่ม

นอกจากนี้ ในช่วงที่ชุมชนกำลังดำเนินการพัฒนาชุมชน โดยการปรับปรุงซ่อมแซม อาคารบ้านเรือนงานจันจันรักษ์ เพื่อปรับเป็นบ้านพิพิธภัณฑ์ ทางเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชน และเมืองน่าอยู่ ได้ประสานงานให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และชาวตลาดสามชุก ได้ไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้ชาวตลาดสามชุกได้เห็นตัวอย่างการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันทางมูลนิธิชุมชนไท ยังได้ประสานนักวิชาการเข้ามาสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ชาวชุมชนตลาดสามชุก และได้พาชาวตลาดสามชุก ไปศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่นๆ ที่มีการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก ในครั้งนี้ การได้สัมผัสกับสังคมภายนอก (cosmopolitan) เป็นการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กับบุคคลภายนอก ก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Thomas E.Harris (1993) ที่กล่าวว่า การพบปะพูดคุยกันเป็นครั้งคราวระหว่างบุคคลภายในและบุคคลภายนอกชุมชน จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีนิ สเตเวทิน (2542) ที่พบว่า บางกอกฟอรัม มีส่วนในการเชื่อมโยงอาจารย์ และนักวิชาการต่างๆ มาร่วมดำเนินกิจกรรมกับประชาคม และการร่วมกันระดมสมอง และให้คำปรึกษาจากอาจารย์ นักวิชาการ และหน่วยงานพัฒนาเอกชนในการดำเนินกิจกรรม นอกจากนี้ ยังใช้เครือข่ายในการสื่อสารนี้ในการประสานขอความช่วยเหลือในเรื่องของงบประมาณ และความสะดวกรวดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตพระนคร และกรุงเทพมหานคร แต่ทั้งนี้ ในการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก ได้มีการใช้เครือข่ายการสื่อสารจากมูลนิธิชุมชนไทเช่นเดียวกัน แต่เป็นการประสานความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ ทำให้แต่ละชุมชนได้รู้จักกัน และร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันและกัน ทั้งนี้ ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย และเมื่อ ชุมชนอื่นๆ มีการเยี่ยมเยียนชุมชนตลาดสามชุก ส่งผลให้เศรษฐกิจของชาวตลาดสามชุกดีขึ้นด้วย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ชาวตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จากการจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” และได้เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ลงในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” สายกรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี เพื่อแจกจ่ายให้แก่ประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังได้ใช้สถานที่ภายในชุมชนตลาดสามชุกเป็นที่จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือดังกล่าวด้วย นับว่าเป็นการช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนตลาดสามชุก และมีการเชิญสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าว ซึ่งได้สร้างชื่อเสียง ให้แก่ชุมชนตลาดสามชุกในเวลาต่อมา

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัย พบว่า ก่อนหน้าทีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะเข้ามาดำเนินการจัดโครงการจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “One Day Trip” นั้น ทางชุมชนตลาดสามชุกได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในสมาชิกของชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่แล้ว ซึ่งได้มีการประสานความร่วมมือกันมาอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการกำหนดแผนการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ในกรณีนี้ เป็นที่สังเกตได้ว่า รูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่ระบุว่า หัวใจอยู่ที่การพัฒนา มุ่งคนเป็นศูนย์กลาง และให้เป็นการพัฒนาที่ก่อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ โดยไม่ขัดแย้งหรือทำลายสภาพแวดล้อมตลอดจนสังคมท้องถิ่น ซึ่งจำเป็น

อย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญของการจัดการระดับท้องถิ่น เพราะคนในท้องถิ่นเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนา และเป็นผู้มีส่วนในการดูแลบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม จึงควรสนับสนุนให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาภูมิศาสตร์, 2541: 4) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ที่ได้กล่าวสรุปว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการให้โอกาสแก่สมาชิกของชุมชนท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน ในการเข้าร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยถือเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเจ้าหน้าที่หรือนักวางแผน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และเข้าร่วมประชุมตัดสินใจในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องฟังความคิดเห็น ปัญหา และความต้องการของชุมชนท้องถิ่นด้วย เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการวางแผนกำกับดูแล ควบคุมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ เกิดความรัก ความหวงแหน และสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนจึงต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ในการนี้ การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ก็ได้รับโอกาสในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการของชุมชนเอง โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทุกขั้นตอน ตั้งแต่การค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว และสาเหตุแห่งปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน ตามด้วยการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ตั้งแต่ร่วมกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถแก้ไขหรือลดปัญหาของชุมชน และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ในที่นี้ คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชน ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และมีกระบวนการตัดสินใจใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกันด้วย ทั้งนี้ ภายใต้การดำเนินงาน ชาวตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค ที่ให้การสนับสนุนในการร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542)

ในการนี้ เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เริ่มเป็นรูปธรรมแล้ว หลังจาก ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้การสนับสนุนเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน ในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว และสื่อต่างๆ ขององค์การ ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวางขึ้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จึงร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุกขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจ ศึกษาดูงาน ที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ที่มากขึ้นตามลำดับ ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากมูลนิธิ ชุมชนไท

### ▪ รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

จากการศึกษาวิจัย เรื่องรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาด สามชุก พบว่า สมาชิกของชุมชนตลาดสามชุกมีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย รูปแบบการ สื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ, รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ, รูปแบบการ สื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยอื่นๆ ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว อาทิ งานวิจัย ของนพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน คีรีวง, นริศรา นงนุช (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน มอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” และงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปรีนรัมย์ (2548) ที่ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” รวมถึงงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ อาทิ งานวิจัยของอริสรา ธนูแผลง (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคาร ชยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132”, เวทีนี้ สตะเวทีน (2542) ศึกษาประเด็น “กลไกการสื่อสาร ในการจัดการประชามบางลำพู”, ปิยนุช พุทธรรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนา ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน”, และงานวิจัยของกุลนรี แนวพนิช (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการ สื่อสารในการจัดการโครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี” ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมานี้ พบว่า มีการใช้รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว และการจัดการชุมชนด้านต่างๆ ใน รูปแบบการสื่อสารที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตลาดสามชุก แต่จะมีการใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป

ในการนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลการศึกษาวิจัย รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก ในสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่ สถานการณ์การวางแผนการจัดระบบการ ท่องเที่ยวของชุมชน, สถานการณ์การประสานความร่วมมือในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว



สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และสถานการณ์การแก้ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นๆ ดังนี้

### 1. สถานการณ์การวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญ และหน้าที่หลักในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่ดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Windahl และคณะ (1922) ที่กล่าวว่า การจัดการที่ดี ควรดีทั้ง องค์กร ระบบ และประสิทธิภาพของคน จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารในสถานการณ์วางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เชียงอนุรักษ์ มีการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ โดยมีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นในการวางแผนปฏิบัติการในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน แล้วตามด้วยการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย การพูดคุยกลุ่มย่อย การสนทนาตัวต่อตัว และการใช้โทรศัพท์ เพื่อประสานความร่วมมือกันในการดำเนินการจัดการให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการต่างๆ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มคณะกรรมการ มีการพบปะพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันในช่วงค่ำที่บ้านของคณะกรรมการ ท่านหนึ่ง ซึ่งมีการพูดคุยทั้งเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยว และเรื่องส่วนตัวต่างๆ เนื่องจากกลุ่มคณะกรรมการ มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ในลักษณะความเป็นเพื่อน ที่สามารถพูดคุยกันได้ทุกเรื่อง ซึ่งในการสื่อสารตามรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการนี้ พบว่า เป็นการสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ซึ่งมีตำแหน่งที่เสมอกัน มีความสัมพันธ์ส่วนตัวในลักษณะของความเป็นเพื่อน ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกัน และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดในการร่วมกันวางแผนและดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา ธนูแสง (2544) ที่ศึกษา รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะของชุมชนวัดกลางนั้น พบว่า คณะกรรมการบริหารธนาคารขยะใช้การสื่อสารตามแนวราบ เพื่อช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิด ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกอันนำมาซึ่งการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งธนาคารขยะชุมชน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” พบว่า รูปแบบการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นการสื่อสารกันแบบ

ไม่เป็นทางการ ซึ่งคณะกรรมการฯ จะจับกลุ่มพูดคุยกันตามพื้นที่ต่างๆ ในชุมชน ในประเด็นเกี่ยวกับการร่วมกันจัดระเบียบตลาด การแบ่งหน้าที่กันทำงาน และประเด็นการประชุมครั้งต่อไป

## 2. สถานการณ์การประสานความร่วมมือในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว

หลังจากที่มีการวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกแล้ว คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะนำแผนปฏิบัติการนั้นไปดำเนินการ โดยการประสานความร่วมมือกับกลุ่มคนต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัย ขอแบ่งการอภิปรายผลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกกับสมาชิกในชุมชน และการสื่อสารระหว่างชาวตลาดสามชุกกับกลุ่มบุคคลภายนอก ดังนี้

**การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน** เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ กับกลุ่มสมาชิกในชุมชน ประกอบด้วย ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ โดยเริ่มจากการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ โดยการจัดประชุม เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งในการประสานงานกับสมาชิกในชุมชน ทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้สมาชิกในชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจในการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเออวิล วิลเลียม (อ้างในสุเมธ ทราญแก้ว, 2536 : 14) พบว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง

ผลการวิจัย พบว่า ในการประชุมสมาชิกของชุมชน คุณพงษ์วิน ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะเป็นตัวแทนกลุ่ม ในการนำเสนอแผนปฏิบัติการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นการให้ ข้อมูลกับสมาชิกในชุมชนได้รับทราบถึงแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนที่จะต้องนำไปปฏิบัติก่อนแล้วจึงเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย ในประเด็นที่เห็นสมควร และไม่เห็นสมควร ซึ่งมีสมาชิกในชุมชนบางส่วนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นที่แปลกแยกออกไป และมีการพูดคุยเพื่อหาข้อสรุปกัน แต่บางส่วนก็ได้ค่อยๆ ตามไปกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ยอมรับและพร้อมใจกันปฏิบัติตามแผนการจัดการการท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดี

จากการพิจารณาพบว่า รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ที่ใช้ในการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน มีการผสมผสานกันระหว่างรูปแบบการสื่อสารตามแนวตั้งจากบนลงล่าง (Top – down Communication) ในประเด็นที่ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ได้มีการวางแผนปฏิบัติการในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว แล้วนำแผนนั้นไปขอความร่วมมือ

กับสมาชิกในชุมชน แต่ในขณะเดียวกัน คณะกรรมการฯ ก็ไม่ได้ใช้แผนปฏิบัติการนั้นบังคับให้สมาชิกในชุมชนปฏิบัติตามเลยทีเดียว แต่หากมีการใช้วิธีการจัดประชุม เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมตัดสินใจก่อนนำแผนปฏิบัติการนั้นไปใช้ ซึ่งเป็นการสื่อสารตามรูปแบบการสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปริรัมย์ (2548) ที่พบว่า สมาชิกของชุมชนตลาดน้ำดอนหวายได้เข้าร่วมในขั้นตอนของการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผนเพียงส่วนเดียว โดยการจัดประชุมสมาชิกในชุมชน ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากคณะกรรมการฯ และนำไปปฏิบัติตามข้อสรุปของที่ประชุมเท่านั้น มิได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจแต่อย่างใด ทั้งนี้ จึงเป็นการสื่อสารตามแนวตั้ง จากบนลงล่าง (Top-down communication) ในลักษณะของการสั่งการ ให้ต้องกระทำตามด้วย

จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า ในการสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในชุมชน ประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการฯ กับสมาชิกในชุมชน และการสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชนนั้น มีการใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (two – way communication) ที่มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ (informal communication) ในลักษณะการสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อการประสานงานกับสมาชิกในชุมชนในลักษณะของความเป็นกันเอง เพื่อขอความร่วมมือในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ที่สมาชิกในชุมชนทุกคนสามารถร่วมแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2539) ที่พบว่า การสื่อสารสองทางที่มีลักษณะแนวนอน เป็นการสื่อสารที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อที่จะเรียนรู้ทำความเข้าใจและความหมายร่วมกัน ทำให้การสื่อสารมีลักษณะที่บ่งบอกถึงความเสมอภาค การเคารพศักดิ์ศรีของกันและกัน ทั้งนี้ ผลจากการสื่อสารทำให้ชาวตลาดสามชุก มีความเข้าใจที่ตรงกัน และพร้อมใจกันปฏิบัติตามแผนที่ได้ตัดสินใจร่วมกัน

ในสถานการณ์การประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน มีรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปริรัมย์ (2548) ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” ที่พบว่า ในการกระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน พบว่า มีการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ในการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น และการขอความร่วมมือในการรักษาความสะอาด การต้อนรับบุคคลสำคัญ และหาเงินกองกลางของชุมชน และการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ในการพูดคุยกันโดยตรงแบบเผชิญหน้ากัน โดยผู้นำชุมชน ได้เดินตรวจตลาดเพื่อพบปะพูดคุยกับผู้ประกอบการ ซึ่งมีทั้งการพูดคุยส่วนตัวก่อนในกรณีที่ผู้ประกอบการทำผิด และการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมภายในชุมชน ในลักษณะของการจัดงานประจำปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชาวสามชุก อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและการจัดการการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมในช่วงวันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันไหว้พระจันทร์ เป็นต้น ซึ่งได้ผลตอบรับจากการจัดกิจกรรมนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากสมาชิกในชุมชนพร้อมที่จะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ สำหรับการจัดกิจกรรมในรูปของงานประจำปีของชุมชน เป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ เนื่องจากในการจัดกิจกรรมของชุมชน เป็นการประสานความร่วมมือกับบุคคลหลายฝ่าย มีการวางแผนการดำเนินงาน มีการจัดทำเป็นโครงการแบบเป็นลายลักษณ์อักษร ดังจะเห็นได้จากการจัดงานมหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก ในช่วงปีใหม่ ได้มีการออกหนังสือแต่งตั้งคณะกรรมการฯ แบ่งฝ่ายการทำงาน และมีการประสานความร่วมมือชาวสามชุก ในการร่วมนำอาหารมาจำหน่ายในชุมชน และประสานความร่วมมือกับองค์การภายนอกในการขอรับการสนับสนุนทางด้านต่างๆ

ในการนี้ ชุมชนตลาดสามชุกยังมีการจัดกิจกรรม “วงแชร์ร้อยดวงใจ” ในลักษณะการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชาวสามชุก โดยมีการจัดกิจกรรมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้ชาวสามชุกได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกันในบรรยากาศของการพบปะสังสรรค์กันเดือนละครั้ง และยังเป็นเวทีในการประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านได้รับรู้เรื่องราวของการดำเนินการพัฒนาตลาดสามชุก ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อร่วมกันเสนอแนะความคิดเห็นและร่วมกันตัดสินใจ โดยมีนายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในชุมชนรับทราบข้อมูลข่าวสารของชุมชน

การสื่อสารด้วยวิธีการจัดกิจกรรม เป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วม ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการให้คนในชุมชนได้มีการพบปะ พูดคุยกัน ทำความรู้จักกันมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Robert Putnam (อ้างใน จีรัฐภูมิ เสนาคำ, 2540) กล่าวว่า องค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คือ การมีช่องทางการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พูดคุยถึงปัญหาร่วมกันทั้งในรูปแบบของการพูดคุยที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ซึ่งการจัดกิจกรรมเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในการพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เวทีนี้ สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า ในการรวมตัวของประชาชนในย่านบางลำพู มีการสร้างช่องทางเพื่อให้บุคคลได้เข้ามาพบปะ พูดคุยกัน จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกันในที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า ชุมชนตลิ่งชัน มีการจัดกิจกรรมใน



วันสำคัญประจำปี อย่างวันลอยกระทง และวันสงกรานต์ ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งของประชาคม เพราะในการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ทำให้สมาชิกมีการรวมกลุ่มเพื่อพูดคุยสื่อสารกันและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ก่อให้เกิดความร่วมมือและเข้าใจอันดี ตลอดจนทำให้การรวมกลุ่มสมาชิกในความเหนียวแน่นด้วย

จากการพิจารณา ผลตอบรับจากการจัดกิจกรรมของชุมชนตลาดสามชุกนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากสมาชิกในชุมชน พร้อมที่จะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “Community By Design” ของ Scott Peck (1997) ที่กล่าวว่า ชุมชนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงสามารถเกิดขึ้นได้จากการร่วมกันสร้างสรรค์ของคนในชุมชนได้โดยผ่านการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ซึ่งอาจจะเกิดจากการทำกิจกรรมร่วมกัน และให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมนั้น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชาวชุมชนเกิดความสนใจและตื่นตัวเข้าร่วม และได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉันทัส เพียรธรรม (2542) ที่กล่าวว่า การจัดกิจกรรมง่ายๆ เช่น การจัดงานสังสรรค์ในชุมชน จะเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีความสุขร่วมกัน และเกิดอารมณ์ที่จะสนทนาร่วมกันระหว่างเพื่อนบ้าน จากที่ปกติไม่เคยมีการพูดคุยกัน จนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อการร่วมกิจกรรมของชุมชน และเต็มใจที่จะเข้าร่วมในที่สุด

นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อบุคคล ในการขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ภายในชุมชน ประกอบด้วย การประสานงานกับโรงเรียน โดยมีอาจารย์สมเกียรติ กู้เกียรติภูมิ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต หนึ่งในคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เป็นผู้นำที่ประสานความร่วมมือกับครู อาจารย์ และเด็กนักเรียน ในการสรรหาเด็กนักเรียนเข้าร่วมอบรมเป็นมัคคุเทศก์น้อย การประสานความร่วมมือกับเทศบาล และอำเภอ ในเรื่องการจัดภูมิทัศน์บริเวณหน้าอำเภอ และการเตรียมสถานที่จอดรถให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีคุณพงษ์วิน และคณะกรรมการ ที่เป็นสมาชิกสภาเทศบาลตำบลสามชุก เป็นผู้เจรจาขอความร่วมมือ ซึ่งมีความสนิทคุ้นเคย และมีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการโดยการพบปะพูดคุยกันโดยตรง เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า บุคคลทั้ง 2 เป็นบุคคลที่มีความคุ้นเคยกับหน่วยงาน และได้รับความเคารพนับถือ ทำให้การสื่อสารในการเจรจาขอความร่วมมือเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า ในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งระหว่างผู้ค้าตลาดน้ำกับนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เป็นผู้นำที่ใกล้เคียงประนีประนอม เนื่องจากเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยและได้รับความเคารพนับถือจากผู้ค้าทุกคนในตลาดน้ำตลิ่งชัน



นอกจากนี้ ยังมีการสนทนาตัวต่อตัว หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่าง คณะกรรมการฯ และสมาชิกในชุมชน ซึ่งจะมีการพบปะพูดคุยกันเป็นประจำ ตามโอกาสต่างๆ อาทิ การเดินจ่ายตลาดของผู้นำชุมชน ก็จะกล่าวทักทายผู้ประกอบการไปด้วย จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ผู้นำชุมชน จะพูดคุยกับผู้ประกอบการเกี่ยวกับรสชาติของอาหาร หรือขนม โดยการติติง และแนะนำให้ผู้ประกอบการลองทำตามวิธีของผู้นำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้นำชุมชนเอาใจใส่การประกอบอาชีพของสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างดี ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ เป็นการสื่อสารสองทางโดยตรง มีลักษณะการสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลตอบรับสองฝ่ายได้รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” ที่พบว่า ผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ใช้วิธีการสื่อสารด้วยการเดินตลาด เพื่อพบปะพูดคุยกับผู้ประกอบการในตลาดแบบตัวต่อตัว ซึ่งทั้งสองสามารถสลับบทบาทเป็นผู้ส่ง และผู้รับ และเป็นไปตาม Lazarsfeld and Menzel (1986 : 97) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัวก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นได้ง่ายขึ้น การพูดคุย อย่างเห็นหน้าค่าตาในแง่จิตวิทยาแล้ว ทำให้ผู้รับสาร มีความรู้สึกที่ตนได้รับรางวัลทันที อย่างน้อยที่สุด ก็คือ ในด้านการแสดงความคิดเห็นของตนเองต่อผู้พูด นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างบุคคล ยังเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนาได้ ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่า เนื้อหาที่สนทนากัน ได้รับการต่อต้านจากผู้สนทนา

สำหรับรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการที่พบในการประสานความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน ได้แก่ การใช้ออร์ดิประกาศสัมพันธ์ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่อผู้ติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน พร้อมบอกวันเวลา และจำนวนคน ซึ่งเป็นออร์ดิที่ใช้สำหรับแจ้งให้สมาชิกของชุมชนทราบว่า ในแต่ละวันจะมีใครเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนบ้าง และมีจำนวนเท่าใด ซึ่งการใช้ออร์ดิประกาศสัมพันธ์นี้ได้เอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการในการจัดเตรียมทำอาหารและของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายได้พอเหมาะพอดีกับจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมชม ชาวของจะได้ไม่เหลือเสียหายและในขณะเดียวกัน เมื่อมีกลุ่มบุคคลสำคัญ และบุคคลที่มีชื่อเสียงติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมในชุมชน สมาชิกในชุมชนจะได้รับทราบ และจะได้ร่วมกันจัดเตรียมสถานที่ และให้การต้อนรับ

การใช้เสียงตามสาย เป็นอีกวิธีหนึ่งในการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน ซึ่งการใช้เสียงตามสายมีข้อดี คือสามารถสื่อสารกับสมาชิกในชุมชนได้ตลอดเวลา เมื่อต้องการประกาศเชิญประชุม หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้

สมาชิกในตลาดสามชุกทราบ หรือใช้เมื่อต้องการขอความร่วมมือต่างๆ แต่ในบางครั้งการใช้เสียงตามสาย อาจจะไม่ดี ประสิทธิภาพ เนื่องจากชาวตลาดสามชุกมีอาชีพค้าขาย ถ้ามีการประกาศในช่วงที่กำลังขายของ ก็อาจจะไม่ได้ยินประกาศ การสื่อสารนั้นก็อาจจะไม่สัมฤทธิ์ผล เพราะฟังไม่รู้เรื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใครและมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้ การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อม วิธีการส่งสาร เป็นต้น ซึ่งในลักษณะของชุมชนในตลาดสามชุกนั้น ผลของการรับสารแต่ละครั้งเข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง แต่ก็ไม่ถึงกับขาดการสื่อสาร เนื่องจากยังมีวิธีการสื่อสารด้วยวิธีอื่นอีก เช่น การบอกปากต่อปาก ที่ใช้เมื่อทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ มีข้อมูลข่าวสารต้องการแจ้งให้สมาชิกในชุมชนทราบ และเมื่อสมาชิกของชุมชนบางคนไม่สามารถรับข่าวสารได้ สมาชิกคนอื่นๆ ที่ทราบข้อมูลแล้วก็จะนำมาบอกต่อกัน ทำให้ชาวตลาดสามชุกได้รับข้อมูลข่าวสารค่อนข้างทั่วถึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของสิริลักษณ์ ปริณรัมย์ ที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ที่พบว่า มีการใช้เสียงตามสายในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน โดยมีการใช้เสียงตามสายประกาศเป็นเวลาทุกวัน แต่ก็พบปัญหาว่า ผู้รับสารอาจจะยังไม่มีความพร้อมในการรับสารในช่วงเวลานั้นๆ ทำให้การสื่อสารด้วยการใช้เสียงตามสายไม่ค่อยได้ผลมากนัก

นอกจากนี้ งานวิจัยของ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า มีการใช้เสียงตามสายในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน และทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

**การประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอกชุมชน** คือ มูลนิธิชุมชนไท และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรด้านการพัฒนา ที่เข้ามาให้การสนับสนุนการดำเนินการพัฒนาของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจของชุมชนเป็นหลัก ตามที่กาญจนา แก้วเทพ (2548) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างชุมชนกับองค์กรภายนอก จะแปรไปตามลักษณะความสัมพันธ์ของชุมชนภายนอก ซึ่งในที่นี้คือ การสื่อสารเพื่อประสาน สร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อร่วมมือหรือขอรับการสนับสนุนภายนอก ซึ่งต่างมีเส้นสายโยงใยสัมพันธ์กันด้วย เนื่องจากมีเป้าหมายในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน คือการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ในสถานการณ์การประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยอาศัย การสื่อสารในการจัดการ อาจกล่าวโดยสรุปว่า การใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนภายในชุมชน และการสื่อสารกับกลุ่มองค์กรภายนอกนั้น เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมใหม่ คือ “กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม” (The Alternative Paradigm of communication for social Change) ตามแนวคิดของปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2542) ที่กล่าวว่า การสื่อสารดังกล่าวเป็นการมุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของการ เปลี่ยนแปลง และแสวงหาหนทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน สังคม ประเทศ หรือ ระดับโลกต่อไป โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมอาจมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป (pluralistic / multiplicity in world) ตามความเหมาะสมของท้องถิ่นและตามความต้องการของ สมาชิกในสังคมนั้นๆ

ทั้งนี้ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งมุ่งการดำเนินการไปสู่เป้าหมาย ในเชิงการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวใช้เวลายาวนาน และให้ความสำคัญกับการ สร้างจิตสำนึกซึ่งอยู่ภายในบุคคล ควบคู่ไปกับการร่วมมือตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนา ชุมชนและสังคม และหากพิจารณาภาพของบุคคลที่สื่อสารกัน จะเป็นไปในลักษณะของการสื่อสารใน แนวระนาบ และการสื่อสารสื่อสารแบบสองทาง ระหว่างบุคคลฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสาร ในลักษณะของกระบวนการหรือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจน การร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย

นอกจากนั้น การดำเนินการดังกล่าว ยังคำนึงถึงความจะเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดย เลือกรสนิยมในการสื่อสาร และการใช้ภาษาต่าง ๆ บนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรมของชุมชน และการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้ บุคคลภายนอกมักดำเนินการบทบาทเป็นผู้ สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ ถึงอำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบต่อกิจกรรมและผล พวงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548 : 4-5)

### 3. สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า มีวิธี การสื่อสารหลายวิธีเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนไปยังสาธารณชนอย่าง กว้างขวาง สามารถจำแนกเป็นรูปแบบการสื่อสารได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทางเดียว แบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

สำหรับรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้ใช้บ่อยนัก จะใช้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีการจัดงาน หรือจัดกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกรับรู้ในวงกว้าง ซึ่งที่พบในชุมชนตลาดสามชุก คือ การจัดงานเปิดบ้านเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชน เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2547 โดยทางคณะกรรมการฯ ได้มีการส่งจดหมายเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน เพื่อร่วมทำข่าว และเผยแพร่กิจกรรมไปยังสาธารณชน ซึ่งเป็นการประสานความร่วมมือกับกลุ่มสื่อมวลชน ในลักษณะการสื่อสารที่เป็นทางการ

ในเวลาต่อมา เมื่อชุมชนตลาดสามชุกได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ มากขึ้น ทำให้สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ เกิดความสนใจในเรื่องราวของชุมชน และเข้ามาเก็บข้อมูลนำไปเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนตามช่องทางสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในลักษณะการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ คือ ประชาชนสามารถรับรู้เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ผ่านทางการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทำให้ ชื่อเสียงของตลาดสามชุกในปัจจุบันเป็นที่แพร่หลาย และมีผู้สนใจเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ในกรณีนี้ ชาวชุมชนตลาดสามชุก ได้อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนด้วย โดยการให้ข้อมูล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพบว่าชาวชุมชนตลาดสามชุกมีการใช้รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ด้วยวิธีการสื่อสารต่างๆ ประกอบด้วย การใช้สื่อเฉพาะกิจได้แก่ การใช้แผ่นพับประชาสัมพันธ์, หนังสือและเอกสารเกี่ยวกับประวัติของชุมชน, ป้ายบอกทางเข้าตลาด บอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ที่สามารถทำให้นักภายนอกได้รู้จักชุมชนตลาดสามชุกได้ดีขึ้น จากการได้อ่านข้อมูลจากแผ่นพับ และหนังสือเอกสารของชุมชน ตลอดจนการใช้ป้ายบอกทางเข้าตลาด ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งของการสื่อสารที่จะทำให้นักภายนอกรู้จักตลาดสามชุก ซึ่งมีข้อดีคือ ป้ายบอกทางจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวว่าได้เดินทางมาถูกทางแล้ว ในขณะเดียวกัน สำหรับกลุ่มคนที่ต้องการเดินทางเที่ยวชมตามสถานที่ต่างๆ และได้เห็นป้ายบอกทางเข้าตลาดสามชุกก็อาจเกิดความสนใจ และลองแวะไปเยี่ยมชมได้ ซึ่งการใช้สื่อเฉพาะกิจเหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า การสื่อสารในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้ใช้สื่อเฉพาะกิจควบคู่ไปด้วย ในฐานะสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จะกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน หรืออยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง



จากการวิจัย พบว่า ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน มีการใช้การสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งมีวิธีการสื่อสารหลายวิธี ประกอบด้วย การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน ในบางครั้งต้องใช้การพูดคุย เพื่ออธิบายและเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่น่าสนใจในตลาดสามชุก ในที่นี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ โดยมีผู้นำหลักคือ นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ หรือในบางครั้ง เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ แล้วแต่โอกาส หัวข้อการให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา สาเหตุที่ทำให้เกิดเป็นตลาดสามชุก 100 ปี หรือจุดเด่นของตลาดสามชุก ว่ามีอะไรบ้าง เป็นต้น และผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นสื่อมวลชนจากสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ที่ทำรายการ หรือคอลัมน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว, อาหาร, ประวัติศาสตร์ และที่พบในปัจจุบันมีการให้ความสนใจกับกลุ่มเด็กและเยาวชน คือ กลุ่มมัคคุเทศก์น้อยในชุมชน

นอกจากนี้ ชุมชนตลาดสามชุก ยังมีวิธีการที่เป็นจุดสนใจแก่ผู้ที่มาเยี่ยมชม คือ การใช้สื่อบุคคล คือ “มัคคุเทศก์น้อย” ในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน โดยมีมัคคุเทศก์น้อยจะช่วยให้ช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน บรรยายเอกลักษณ์ของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้เห็นคุณค่าและความงดงามของชุมชน ตลอดจนการพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ภายในชุมชน ซึ่งสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเพลิดเพลิน และเกิดความประทับใจ ในการนี้ การใช้สื่อบุคคล สอดคล้องกับ เกศินี จุฑาวิจิตร (2542) เป็นรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะเห็นหน้าค่าตา หรือเผชิญหน้ากัน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) มีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวใจและชักจูงใจ เพราะเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่แน่ใจก็สามารถที่จะซักถามหรือขอคำยืนยันจากแหล่งสารได้ทันทีในระยะเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังมีลักษณะพิเศษ คือ ที่สามารถเอื้อต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจ ได้เป็นอย่างดี

ในการสื่อสารอีกวิธีหนึ่งที่ชุมชนตลาดสามชุกเลือกใช้ คือการบรรยาย โดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จะใช้สำหรับทำการสื่อสารกับกลุ่มหรือคณะที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมศึกษาดูงาน ซึ่งการบรรยายนี้ จะจัดบรรยายภาคเป็นเวทีเสวนา โดยทางคณะกรรมการฯ จะกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของชุมชน และกระบวนการในการพัฒนาชุมชน และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมซักถาม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ตามอัธยาศัย

นอกจากนี้ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารด้วยวิธีการเผยแพร่แบบปากต่อปากที่ผ่านจากช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง ได้แก่ การเผยแพร่จากชาวสามชุกไปยังนักท่องเที่ยว การเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว



เที่ยว การเผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชน และจากองค์กรไปยังเครือข่าย ซึ่งในการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุกต่อไปยังบุคคลกลุ่มอื่นๆ ในลักษณะนี้อาจจะมีเหตุผลว่า การมาเที่ยวตลาดสามชุก แล้วเกิดความประทับใจ จึงอยากที่จะบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน หรือญาติให้ลองเข้ามาเที่ยวบ้าง

ในการสื่อสารแบบปากต่อปาก หรือ word of mouth นับว่ามีส่วนสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลของชุมชนไปยังประชาชนทั่วไปได้อย่างกว้างขวางขึ้น ตามแนวคิดของ Eliho และ ลาร์สเฟล (1968) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือให้การสนับสนุน มิใช่การอาศัยแค่อิทธิพลจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมาจากบุคคลที่ให้การยอมรับ และความเชื่อถือมากกว่าซึ่งความผูกพัน ใกล้ชิดสนิทสนมกัน ส่งผลให้เรื่องราวต่างๆ ที่จะเผยแพร่ กระจายออกไปอย่างรวดเร็ว ผ่านการสื่อสารทางเครือข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคล จากคนหนึ่งสู่คนหนึ่ง (Person to Person)

นอกจากนี้ การเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ไม่ว่าจะผ่านทางสื่อมวลชนหรือสื่อบุคคลที่ทำการสื่อสารแบบปากต่อปาก มักจะมีการนำเสนอเรื่องราวในด้านบวกเป็นส่วนใหญ่ คือ การเล่าความประทับใจในการเดินทางมาเที่ยวตลาดสามชุก หรือความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนตลาดสามชุกไปยังเพื่อน ญาติพี่น้องต่อๆ กันไป ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกให้เกิดความสนใจอยากเดินทางมาเที่ยวชุมชนตลาดสามชุกได้เป็นอย่างดี

ในการนี้ อาจกล่าวโดยสรุปว่า ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย อาทิ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปยังสาธารณชนในวงกว้าง ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยอื่นๆ พบว่า มีการใช้สื่อมวลชน ในการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชน ซึ่งมีทั้งที่เกิดจากการขอความร่วมมือในการเชิญมาร่วมทำข่าวในชุมชน และเกิดจากความสนใจส่วนตัวของสื่อมวลชนเอง แล้วได้เข้ามาเก็บข้อมูล ไปเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า ในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน มีการส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ รวมทั้งเชิญสื่อมวลชนให้มาถ่ายทำสารคดีที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และเมื่อตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นที่สนใจแล้วก็จะมียุทธศาสตร์สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ เข้าไปทำข่าวบ้าง และมีการเผยแพร่ต่อๆ กันไป ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนรี แนวพนิช (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการจัดการ โครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี” ที่พบว่า ในกระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ “สะพานบุญ” โดยการจัดทำสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณาติดตามรถรับบริจาค การผลิตเทพธรรมะ เป็นต้น

และการได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ที่สนใจนำเสนอเรื่องราวของโครงการสะพานบุญ ซึ่งเป็นโครงการที่มีความแปลกใหม่ รวมถึงการเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลในลักษณะการสื่อสารแบบปากต่อปาก ทำให้โครงการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

#### 4. สถานการณ์การแก้ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน

ผลการวิจัย พบว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบปัญหาอยู่ 2 ประการ คือ ปัญหาความขัดแย้งภายในกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเกิดจากการขาดการสื่อสารระหว่างกลุ่มคณะกรรมการฯ กันเป็นเวลานาน เนื่องจากผลจากการท่องเที่ยวของชุมชน ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้สนใจศึกษาดูงาน เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมาก ทำให้คณะกรรมการฯ ไม่มีเวลามาประชุมพูดคุยกันเหมือนเคย จนทำให้เกิดปัญหาความไม่เข้าใจกันเองภายในกลุ่ม แต่ไม่ได้เป็นปัญหาร้ายแรงอย่างใด ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นเพียงความเข้าใจผิด และไม่เข้าใจกันเองระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ แต่ปัญหาทุกอย่างก็จบลงได้ ด้วยวิธีการสื่อสารโดยการประสานงานของคุณพงษ์วิรินทร์ ชัยวิรัตน์ ประธานคณะกรรมการฯ เป็นผู้ริเริ่มในการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างคณะกรรมการฯ โดยการจัดประชุมเชิงสัมมนานอกสถานที่ ที่มีบรรยากาศดี ๆ ที่สามารถสร้างความรู้สึกผ่อนคลายให้แก่คณะกรรมการฯ ได้ เพื่อเปิดโอกาสให้คณะกรรมการฯ ได้ไปพักผ่อน คลายความตึงเครียดจากการทำงาน และในการประชุมได้มีการจัดรูปแบบการประชุมที่ทุกคนสามารถหันหน้าเข้าหากันได้ โดยการจัดที่นั่งเป็นวงกลม แล้วให้ทุกคนหันหน้าเข้าหากัน และให้แต่ละคนเล่าถึงปัญหาที่อัดอั้นตันใจออกมา โดยปัญหาที่พบส่วนมาก คือ ความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน เนื่องจากในปัจจุบัน เมื่อมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะมาก ทำให้คณะกรรมการฯ ไม่มีเวลามาพูดคุยกันเหมือนเดิม และเมื่อไม่มีการสื่อสารกันทำให้เมื่อพบปัญหา คณะกรรมการฯ จะเก็บสะสมไว้ อีกทั้งยังมีปัญหาความขัดแย้งเพราะเป็นประเด็นทางการเมือง คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ บางคน ขอบนักการเมืองแต่ละคนที่มีลักษณะแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความขัดแย้งกัน ซึ่งจากการจัดประชุมเชิงสัมมนา มีมติร่วมกันว่า ห้ามคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ พูดเรื่องการเมืองระหว่างกัน เมื่อพบปัญหาให้มาร่วมปรึกษากัน และมีการกำหนดให้มีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น

จากการใช้วิธีการสื่อสารดังกล่าว นับเป็นการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ เนื่องจาก นายพงษ์วิรินทร์ ต้องการให้คณะกรรมการฯ ทุกคนร่วมประชุมปรึกษาหารือกัน ซึ่งทุกคนต้องปฏิบัติตาม ทั้งนี้ ในการแก้ปัญหาดังกล่าว ได้ใช้วิธีการสื่อสารในลักษณะการปรึกษาหารือ และการไกล่เกลี่ยโดยสื่อกลาง โดยการปรึกษาหารือ เป็นไปตามแนวคิดของ ถิรพันธ์ อนุวัชรวิวงศ์ (2526) ได้กล่าวว่า วิธีนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่ผู้ขัดแย้งทั้งสองฝ่ายเผชิญปัญหาพร้อมกันและร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยไม่ต้องผ่านสื่อกลาง เพื่อหาข้อตกลงที่เป็นที่พอใจและยอมรับของทั้งสองฝ่าย โดย

ความตกลงกันด้วยเหตุผล ปราศจากความรู้สึกและอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง และเมื่อมีการพูดคุยปรึกษาหารือกันแล้ว คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ก็เกิดความสบายใจ และมีความเข้าใจกันเหมือนเดิม

นอกจากนี้ยังมีปัญหาร่วมของชาวตลาดสามชุก คือ การเช่าที่ของกรมธนารักษ์ ซึ่งทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้พยายามหาทางออกในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยมีแนวคิดที่จะต่ออายุการเช่าที่กับกรมธนารักษ์จากปีต่อปีเป็นระยะยาว 30 ปี เพื่อสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของชาวบ้าน และตลาดสามชุก จึงได้มีการเจรจาขอเช่าที่กับทางกรมธนารักษ์ แต่ได้รับการปฏิเสธ ดังนั้น ทางคณะกรรมการฯ จึงได้ติดต่อขอเข้าพบรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี โดยการประสานงานเจรจาตัวต่อตัว เพื่อเรียนให้ทางจังหวัดทราบถึงปัญหาของชุมชน และขอการสนับสนุนทางด้านการกำหนดนโยบายให้งบประมาณปรับปรุงซ่อมแซมสภาพชุมชน โดยทางรองผู้ว่าราชการจังหวัด ก็ได้ช่วยประสาน สร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่าง ชาวตลาดสามชุก และกรมธนารักษ์ ขณะเดียวกันได้ประสานให้ทางนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก เข้ามามีส่วนร่วมรับรู้ปัญหาดังกล่าวด้วย เนื่องจากเป็นหน่วยงานในชุมชนที่มีส่วนรับผิดชอบในการดูแลปฏิรูปทัศน์บริเวณรอบชุมชนให้น่าอยู่ น่ามองมากขึ้น โดยมีการพูดคุยกันหลายครั้ง ทั้งที่เป็นการ สื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สำหรับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ระหว่างชาวตลาดสามชุก คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ กับรองผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น เป็นไปในลักษณะของผู้ที่รู้จัก มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันมาก่อน ในสมัยที่คุณพงษ์วิน เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งสามารถพูดคุยปรึกษาหารือกันได้โดยตรง

ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารในการแก้ปัญหาด้วยวิธีการไกล่เกลี่ย ของฉัตรนันทน์ อนุวัชศิริวงศ์ (2526) ในแบบการไกล่เกลี่ยตกลงโดยผ่านสื่อกลาง โดยทางชุมชนตลาดสามชุก ได้เข้าพบกับรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นสื่อกลางในการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับกรมธนารักษ์ ในเรื่องของการเช่าที่ของราชพัสดุ ซึ่งผลการไกล่เกลี่ยจะเป็นไปด้วยความประนีประนอม โดยไม่ให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจว่าเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งลักษณะการสื่อสารในรูปแบบนี้ ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของเวทีณี สตะเวทิน (2542) ที่พบปัญหาในเรื่องของการเช่าที่ของราชพัสดุ กรมธนารักษ์เช่นเดียวกัน ซึ่งมีกลไกการสื่อสารในการจัดการภายในประชาคมบางลำพู ในสถานการณ์ความขัดแย้ง ได้ใช้วิธีการหาแนวร่วมจากบุคคลภายนอกในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง โดยการเจรจาต่อรองกับกรมธนารักษ์ โดยมีฝ่ายที่เป็นกลาง คือ กรุงเทพมหานคร เป็นผู้ร่วมในการตัดสินใจ โดยผลที่ออกมาคือ ไม่มีฝ่ายใดได้ในสิ่งที่ฝ่ายตนเรียกร้องอย่างเต็มที่ แต่เป็นการยอมเสียบางส่วนที่

ตนเรียกร้องเพื่อให้เกิดข้อยุติได้ ซึ่งวิธีการตัดสินแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการหาคนกลางที่มีอำนาจมาช่วยตัดสินนั้น เป็นวิธีที่ช่วยแก้ปัญหามาได้ดี ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับและใช้กันมากในสังคม

และในขณะที่ทางชุมชนตลาดสามชุก กำลังรอคำตัดสินใจของกรมธนารักษ์ และนโยบายของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งยังไม่มีฝ่ายใดให้คำตอบที่ชัดเจนได้นั้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ได้ใช้วิธีการจัดเวทีเสวนา “อนาคตสามชุก อยู่กับใคร” เพื่อเชิญผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมธนารักษ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัด นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการอนุรักษ์ มาร่วมพูดคุยเพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์ฟื้นฟูตลาดให้มีความมั่นคงถาวรต่อไป ทั้งนี้ เวทีเสวนาดังกล่าว ทำให้องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้มาร่วมพูดคุยกัน ซึ่งแต่ละองค์กรย่อมมีแนวคิด และนโยบายของตนเอง และเมื่อมาร่วมพูดคุยกัน ทำให้ชาวตลาดสามชุกได้แง่คิด และมุมมองในการพัฒนาชุมชนจากองค์กรต่างๆ ที่ให้การสนับสนุน ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาชุมชนต่อไปในอนาคตได้

ในการนี้ อาจกล่าวโดยสรุปว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในปัจจุบันนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการสื่อสาร ในรูปแบบต่างๆ ที่ใช้ในการประสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มสมาชิกในชุมชน และกลุ่มบุคคลภายนอก ตลอดจนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ที่มีการนำมาใช้บ่อยที่สุด ซึ่งมีอยู่ในทุกสถานการณ์ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ได้ง่าย ในกลุ่มบุคคลที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกัน เหมาะสมกับทุกสถานการณ์ อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพมากกว่า รูปแบบการสื่อสารแบบอื่น กล่าวคือ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถสลับบทบาทกัน และเห็นหน้าค่าตากันตลอดเวลา และสามารถพูดคุยตอบโต้กันได้ทันที ดังนั้น ในการนำรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการมาใช้ในการประสานงานเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน จึงประสบผลสำเร็จด้วยดี

นอกจากนี้ ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ก็มีความสำคัญ ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งจากการวิจัย พบว่า มีการใช้รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ที่สนใจลักษณะการท่องเที่ยวของชุมชน เข้ามาร่วมทำข่าว และทำรายการ เพื่อนำเสนอผ่านสื่อช่องทางต่างๆ จนทำให้ตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ทั้งนี้ ทางชุมชนตลาดสามชุก ได้เอื้อเพื่อข้อมูลแก่สื่อมวลชน โดยการให้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ คือ การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน การพาชมจุดเด่นภายในชุมชน โดยกลุ่มมัคคุเทศก์น้อย และในขณะเดียวกัน การสร้างชื่อเสียงของชุมชนตลาดสามชุกอีกทาง



หนึ่ง นั่นก็คือ การเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสาร แบบปากต่อปาก จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนแล้วเกิดความประทับใจ และมีการบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน ญาติพี่น้อง ซึ่งเป็นการแนะนำไปยังกลุ่มคนอื่นๆ ต่อไป โดยเริ่มจากคนสามชุกไปยังกลุ่มเพื่อน และญาติ จากนั้นนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว จากชุมชนหนึ่งไปยังอีกชุมชนหนึ่ง และจากสื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชน แพร่กระจายออกไป ทำให้ชุมชนตลาดสามชุก มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ทั้งนี้ การสื่อสาร นับว่ามีความสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษา เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมกับการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพสูงสุด

#### ■ บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดสามชุกในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า ผู้นำของชุมชนตลาดสามชุก คือ กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ โดยมี นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ เป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จากการแบ่งประเภทของผู้นำ ตามแนวคิดของพัฒน์ บุญยรัตพันธุ์ (2517) พบว่า ผู้นำชุมชนตลาดสามชุก จัดเป็นผู้นำทางธรรมชาติ หรือแบบไม่เป็นทางการ เนื่องจาก เป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพล มีความสามารถ ความรู้ ความทันสมัย และรู้สถานการณ์ของชุมชน และไม่ได้รับมอบหมายอำนาจใดๆ จากทางราชการ เป็นการรวมกลุ่มกันขึ้นมาด้วยความสมัครใจของชุมชน รวมทั้งเป็นผู้ที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากในชุมชนมีสถานการณ์ความวุ่นวาย หรือมีปัญหา โดยผู้นำชุมชนจะโน้มน้าวใจให้สมาชิกในกลุ่มเข้าใจกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหที่กำลังเผชิญอยู่ต่อไปได้ ตามแนวคิดของ Gay Lumsden and Donald Lumsden (1997)

นอกจากนี้ กลุ่มผู้นำชุมชน ยังเป็นผู้ที่มีความเข้าใจสภาพของชุมชนมากที่สุด และมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนในทุกๆ ด้าน รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กลุ่มผู้นำของชุมชนตลาดสามชุก ได้มีบทบาททางการสื่อสาร ประกอบด้วย 1. การประสานความร่วมมือกับกลุ่มภาคีภายนอก 2. การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน 3. การวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน 4. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว 5. การดูแล และต้อนรับนักท่องเที่ยว และ 6. การแก้ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนสอดคล้องกับ Keawasit (1985) (อ้างใน ปัญญา สวัสดิ์เสรี, 2539) ที่กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ของกรรมการชุมชนในฐานะองค์กรประชาชนนั้นสรุปได้ 5 ประการ คือ 1. การกระจายข่าวสารในชุมชน 2. การนำเสนอปัญหาและการ



แก้ไข้ปัญหาของชุมชน 3. การชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม 4. การสอบถามความคิดเห็นของประชาชน 5. การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

สำหรับผู้นำชุมชนตลาดสามชุก ที่มีบทบาทสำคัญที่สุด คือ นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ที่ได้รับแต่งตั้งเป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากในระยะของการตั้งคณะกรรมการฯ นายพงษ์วิน ได้ดำรงตำแหน่งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ประกอบกับเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และมีจิตใจเอื้อเฟื้อ เสียสละแก่ส่วนร่วม จึงเป็นที่เคารพ นับถือของชาวสามชุก และได้รับการสนับสนุนจากชุมชนให้เป็นแกนนำชุมชนคนสำคัญ และเมื่อนายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้รับตำแหน่งประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ จึงได้แสดงทักษะการสื่อสาร โดยได้ชักชวนชาวสามชุก ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อร่วมเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และร่วมกันระดมสมองในการวางแผนกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาด ซึ่งขณะนั้นมีผู้เข้าร่วม ประมาณ 30 คน ประกอบไปด้วย กลุ่มสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก สมาชิกในชุมชนอื่นในเขตเทศบาลตำบลสามชุก ที่เป็นชาวบ้าน, ผู้ประกอบการ, ครู อาจารย์, นักวิชาการ, นักการเมือง และนักธุรกิจ ซึ่งมีอาชีพที่หลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของสิริลักษณ์ ปริญญา (2548) พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้าร่วมกลุ่มเป็นคณะกรรมการฯ โดยมีการไปชักชวนบุคคลที่เป็นผู้นำในส่วนต่างๆ ที่มีศักยภาพ คือ กลุ่มผู้ค้าขายดั้งเดิม เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย และองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระพี้ เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการชุมชน

นอกจากนี้ บทบาทของนายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อชักชวนให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ ได้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า น่าจะมาจากสาเหตุ ดังนี้ 1) เป็นคนในพื้นที่ชุมชนสามชุก 2) ดำรงตำแหน่งเป็นที่เคารพ เชื่อถือของชุมชน 3) มีความรู้ความสามารถในการบริหารงาน 4) มีภาวะความเป็นผู้นำสูง 5) มีทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมตามสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูศักดิ์ ชูช่วย (อ้างในปัญญา สวัสดิ์เสรี, 2539 : 40) ที่ได้กล่าวถึงบทบาทของผู้นำชุมชนว่า ผู้นำต้องเป็นกลุ่มบุคคลสำคัญกลุ่มหนึ่ง ที่จะเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาชุมชน เนื่องจากเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับประชาชน และมีความเข้าใจสภาพชุมชนได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถดำเนินการพัฒนาชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอกนั้น พบว่า กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ มีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้น จึงมักได้รับเชิญจากหน่วยงานภายนอก ให้เข้าร่วมอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการ

จัดการการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับนักท่องเที่ยว กลุ่มนักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน และเสนอแนะแนวคิดในการดำเนินงานบ้าง ทำให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวมากกว่าชาวบ้านทั่วไป ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ นพรัตน์ มณีรัตน์ (2541) ที่ได้ศึกษาบทบาทของผู้นำชุมชนที่พบว่า ผู้นำชุมชนมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลหรือองค์กรภายนอกอยู่เสมอ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Rogers (1983) ระบุว่า คุณลักษณะของผู้นำชุมชน จะมีการติดต่อสื่อสารกับสังคมภายนอกมากกว่าสมาชิกในชุมชน ทำให้ผู้นำมีความคิดที่กว้างไกล และทันสมัยกว่า

ในการนี้ ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารในการกระตุ้นความร่วมมือสมาชิกในชุมชน โดยมีการเชื่อมโยงประสานความสัมพันธ์ ด้วยการอาศัยความคุ้นเคย และความสัมพันธ์ส่วนตัวกับกลุ่มสมาชิกในชุมชน ทำให้การประสานความร่วมมือเป็นไปได้โดยง่าย และประสบผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปรีรัมย์ (2548) ที่พบว่า แกนนำหลักคนสำคัญของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ต่างมีฐานะเป็นญาติพี่น้องกัน ทำให้ความสัมพันธ์เหนียวแน่น (bondind network) มีความซับซ้อนบทบาทหลายบทบาท จึงทำให้สัมพันธ์ภาพแน่นแฟ้น เกิดความไว้วางใจกันสูง เพราะมีความคิด ความรู้สึกที่คล้ายคลึง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Marwin E. Shaw (อ้างในหลุย จำปาเทศ, 2522) ที่กล่าวว่า ลักษณะความสัมพันธ์ส่วนตัว (Interpersonal Attraction) การติดต่อกันบ่อยๆ ความใกล้ชิดสนิทสนมกันจะมีส่วนให้การรวมกลุ่มกันได้ ซึ่งความใกล้ชิดสนิทสนมกันอาจเกิดจากความคิดทัศนคติที่ตรงกัน ความสนใจที่เหมือนกัน ความน่าเชื่อถือ ฯลฯ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความสามารถในการเชื่อมโยงกับคนใน ชุมชนของกลุ่มผู้นำชุมชน มีความสำคัญในการจูงใจให้คนในชุมชนคล้อยตามและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม

สำหรับบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า กลุ่มผู้นำชุมชน เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ในการคิดค้นแนวทางการพัฒนาชุมชน รวมทั้งยังได้มีการพบปะพูดคุยกับบุคคลภายนอก ทำให้ได้แนวคิดในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากการศึกษาดูงานจากที่อื่นๆ ทำให้ได้รับแนวคิดกลับมาปรับใช้ในชุมชน หลังจากที่ได้ไปดูงานที่บ้านพิพิธภัณฑสถานของอาจารย์เอนก นาวิกมูล จากนั้นได้นำความคิดมาปรึกษากับสมาชิกในชุมชน เมื่อทุกคนมีความเห็นที่ตรงกัน จากนั้น จึงได้เริ่มดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และเมื่อชุมชนเป็นที่ยอมรับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ให้การสนับสนุนในการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนให้แล้ว ดังนั้น ทางกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จึงได้ร่วมกันวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการประสานความร่วมมือกับกลุ่มสมาชิกภายในชุมชน และองค์กรภายนอก ในการร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของ

ชุมชน จนกระทั่งชุมชนเป็นที่รู้จัก มีกลุ่มสื่อมวลชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงานเข้ามา เยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมาก ทำให้กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ต้องมีบทบาทในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และคอยดูแลต้อนรับนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงานอีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงาน ได้รับความรู้ ความเพลิดเพลิน และเกิดความประทับใจในการมาเที่ยวเยี่ยมชมชุมชน

นอกจากนี้ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ยังมีบทบาทในการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา ธนูแสง (2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทผู้นำในการจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการเป็นผู้แสวงหาทางออกในการแก้ไขปัญหา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ มณีรัตน์ (2540) ที่ศึกษาบทบาทผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนศิวิล และงานวิจัยของ นริศรารัตน์ (2544) ที่ศึกษาบทบาทผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะเกร็ด ที่มีข้อค้นพบตรงกันว่า บทบาทของผู้นำชุมชนนั้นเริ่มต้นในระยะเวลาของการก่อตัวของกลุ่ม การกำหนดแผนการจัดการ และกฎระเบียบในการดำเนินงาน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิก รวมทั้งการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานด้วย

จากบทบาทที่สำคัญหลายประการของประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ และคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาชุมชน คอยให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนเสมอมา นอกจากนี้ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ยังมีทักษะในการสื่อสาร ในการติดต่อประสานงานกับกลุ่มคนทั้งภายในและภายนอก จนกระทั่งส่งผลทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จ ทำให้ตลาดสามชุกได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ในเชิงอนุรักษ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและสนใจของประชาชนทั่วไป ที่ได้มีการเดินทางไปสัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิม ชมสถาปัตยกรรมโบราณ และชิมอาหารอร่อย จนถึงทุกวันนี้

### **ข้อเสนอแนะสำหรับชุมชนตลาดสามชุก**

1. ในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เป็นการจัดทำกันเองของชาวตลาดสามชุก ที่ร่วมกันประสานความร่วมมือกับภาคภายนอก แต่ในขณะเดียวกันกับไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในชุมชน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ต้องให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ดังนั้น ชาวชุมชนตลาดสามชุกควรมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในชุมชน เพื่อประสานความร่วมมือกันดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

2. จากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่แวะไปเที่ยวที่ชุมชนตลาดสามชุก ส่วนหนึ่งไม่ค่อยประทับใจในการเที่ยวชมชุมชน ซึ่งจากการสันนิษฐานของผู้วิจัย พบว่า น่าจะมาจากสาเหตุของความไม่เข้าใจในการเที่ยวชมชุมชนที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้น สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการแนะนำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นความงามของสถาปัตยกรรมเก่าแก่ ให้เดินชมตลาดเพื่อสัมผัสบรรยากาศของตลาดเก่าและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวตลาดสามชุก และชิมอาหารอร่อย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลินในการเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดสามชุก

3. จากปัญหาความขัดแย้งระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการขาดการสื่อสาร ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงควรมีการพบปะพูดคุยกันเป็นประจำอย่างต่อเนื่องในลักษณะของการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ เพื่อรักษาสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน

#### ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรชุมชนอื่น ๆ

1. สำหรับกลุ่มองค์กรชุมชนท้องถิ่น ที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อจัดการชุมชน โดยการเลือกรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ผสมผสานกัน เพื่อให้การดำเนินการจัดการนั้นมีความเป็นระบบแบบแผน ขณะเดียวกันในการสื่อสารควรมีความยืดหยุ่น เป็นกันเอง เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ควรมีการตั้งกลุ่มเป็นองค์กรชุมชน มีการแต่งตั้งผู้นำชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการดำเนินการ โดยผู้นำชุมชนจะต้องมีลักษณะชอบเรียนรู้ และแสวงหาสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อจะได้นำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาพัฒนาชุมชน

3. ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ควรมีทักษะทางด้านสื่อสารในการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน และประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เพื่อขอรับการสนับสนุนในการร่วมกันดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนในด้านต่างๆ อาทิ การขอรับการสนับสนุนงบประมาณ , การเสริมสร้างองค์ความรู้ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

4. ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้นำชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน โดยการจัดเวทีประชาคม เพื่อสร้างความรู้ ความ



เข้าใจ และระดมความคิดร่วมกัน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและให้การยอมรับกับแนวทางการดำเนินงาน รวมทั้งควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี อันจะนำมาซึ่งความสามัคคีในการร่วมกันดำเนินการจัดการชุมชนให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

5. ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน สมาชิกในชุมชนควรร่วมกันค้นหาจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นจุดขายในการดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และสื่อมวลชน ซึ่งสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ชุมชน เนื่องจากสื่อมวลชนได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของชุมชนแล้ว ก็จะสนใจที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล และเผยแพร่ไปยังสาธารณชนเอง ขณะเดียวกัน การสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ก็มีความสำคัญ เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และนำเรื่องราวของชุมชนไปบอกต่อยังกลุ่มคนสนิท และมีการชักชวนกันเข้ามาเที่ยวชมชุมชนกันมากขึ้น

### **ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรที่ให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว**

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และด้านการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนกับชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว โดยการจัดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือศึกษาดูงาน กับชุมชนที่มีการจัดการอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นอื่นๆ ได้เห็นแบบอย่าง และนำแนวคิดไปปรับใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง

2. สำหรับผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ควรเปิดโอกาสให้องค์กรชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และแนวทางในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรให้การสนับสนุนองค์กรชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ด้วยการให้ความสำคัญกับการสื่อสารในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปยังสาธารณชนให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อสร้างกระแสความน่าสนใจ และดึงดูดให้คนไทยหันมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรให้การสนับสนุนองค์กรชุมชนที่มีความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ด้วยการจัดอบรมเสริมทักษะการให้บริการแก่สมาชิกในชุมชน อาทิ การให้การต้อนรับ และบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมชุมชน ทั้งนี้ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่สมาชิกในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการเสริมทักษะในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย



## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งเกิดจากการร่วมตัวกันของสมาชิกในชุมชน และร่วมมือกันดำเนินการจัดการตนเอง ในลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ เนื่องจากในปัจจุบันมีชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ดังนั้นจึงน่าจะมีการศึกษาวิจัยในบริบทการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบกัน

2. นอกจากชุมชนตลาดสามชุก จะมีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้ว ในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนก็มีความน่าสนใจ เนื่องจากในช่วงแรกชุมชนประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการไหลรูดที่เข้าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ในการนี้ จึงน่าจะมีการศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง

3. จากศึกษาข้อมูลของชุมชนตลาดสามชุกนั้น มีความน่าสนใจเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ ที่ทางชุมชนตลาดสามชุก ได้พยายามรักษาสภาพความเป็นมาของชุมชนเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปี และนำจุดนี้มาเป็นเอกลักษณ์ในการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงน่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสารในการธำรงรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ การอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเก่าแก่, ความมีชื่อเสียงด้านอาหารอร่อย, และการรักษาชีวิตดั้งเดิมของชาวตลาดสามชุก โดยมีประเด็นการวิจัยเกี่ยวกับ กลยุทธ์การสื่อสาร หรือ กระบวนการสื่อสาร เป็นต้น

4. เนื่องจากชุมชนตลาดสามชุกมีพัฒนาการที่น่าสนใจ จากที่ชุมชนมีปัญหา ชาวชุมชนได้รวมตัวกันขึ้นมาดำเนินการพัฒนาชุมชน จนประสบความสำเร็จ เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน จึงน่าจะมีการศึกษาถึง ปัจจัยการสื่อสารที่เอื้อต่อการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง หรือปัจจัยการสื่อสารที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกให้ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรรวัล หอมไกรลาส. รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงคมนาคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- กันณวัน อภิรักษ์ธนากร. การสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2544.
- กรรณิการ์ ชมดี. การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสารภี ต.ท่าช้าง อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524.
- กาญจนา แก้วเทพ. กระบวนการทัศนเรื่อง : การสื่อสารเพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 (มกราคม – มีนาคม 2542)
- กาญจนา แก้วเทพ กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. การสื่อสารชุมชน: แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 18 (เมษายน – มิถุนายน 2543)
- เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม : สถาบันราชภัฏ นครปฐม, 2542.
- จรัญญา วงษ์พรหม. การบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในสหกรณ์ร้านค้า. ในรวมบทความและข้อเขียนในวาระครบ 60 รอบ ม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2536.
- จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์. ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- จิตติ มงคลชัยอรัญญา. กระบวนการและขั้นตอนในการจัดตั้งและสนับสนุนการดำรงอยู่ของกลุ่ม. ม.ป.ป. (เอกสารอัดสำเนา)
- จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- จุมพล หนีพพานิช. นโยบายสาธารณะ. นนทบุรี : สำนักงานเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, (ม.ป.ป.)
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. การระดมประชาชนเพื่อพัฒนาชนบท. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- ฉัตรอรุณ ตันนะรัตน์. การพูดสำหรับผู้นำ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์รามคำแหง, 2524.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. พระราชรัฐกับการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพมหานคร : สถาบันนโยบายศึกษา, 2541.
- ชูชัย ศุภวงศ์ และยุวดี คาคการณีกุล, บรรณาธิการ. ประชาสังคม ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย. สำนักพิมพ์มติชน, 2540.

- ชูศักดิ์ ชูช่วย. บทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนตามการรับรู้ของผู้นำท้องถิ่นและประชาชนในหมู่บ้านพัฒนาดีเด่นและหมู่บ้านภาคใต้. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ชิตยา สุวรรณชฎ. สังคมไทยมีโครงสร้างหลวมจริงหรือ ในชุมชนเรื่องน้ำรู้. สมศักดิ์ ชูโต, บรรณาธิการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2517.
- ดารณี ประยูรวงศ์. บทบาทผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นตามนโยบายของแผนพัฒนาชุมชน อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535
- ดิเรกพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์. การสื่อสารระหว่างบุคคล. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสารมวลชน จำกัด, 2526.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภาการพิมพ์, 2527.
- ธงชัย และ ชนาธิป สันติวงษ์. องค์การกับการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- ธิดาพร มีกิ่งทอง. ปัจจัยประชากร รูปแบบการสื่อสารกับความเหนียวแน่นในการปฏิบัติงานของตำรวจจราจรสังกัดกองบังคับการตำรวจจราจร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นงลักษณ์ ศรีอัษฎาพร เจริญงาม. ความสามารถในการสื่อสาร : แนวคิดเชิงวัฒนธรรมในองค์กรไทยโลกของสื่อ. ปีที่ 1 ลำดับที่ 2 (มิถุนายน) ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นพกาญจน์ เมตตานนท์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนพัฒนาชุมชน : ศึกษากรณีชุมชนแออัดย่านนาวา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นพรัตน์ มุณีรัตน์. การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนศิ่วรง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นริศรา นงนุช. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. กลวิธี แนวทาง วิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน. ในทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร, 2527.
- บรรยงค์ ไตจินดา. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : รวมสาส์น, 2542.
- บุญเกิด มาอ่อนง. การศึกษาการรวมกลุ่มและการทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มผู้พึงวิทย์ จส.100. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

- ปณิธา รื่นบรรเทิง. กลยุทธ์การสื่อสาร อันนำไปสู่การก่อตั้งเป็นชุมชนพัฒนาของชุมชนมุสลิมภูเก็ต  
แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ปรมะ สตะเวทิน. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อ  
การพัฒนา หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 4. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2538.
- ปัญญา สวัสดิ์เสรี. ความคิดเห็นของประชาชนในเขตจอมทองที่มีต่อบทบาทผู้นำชุมชนกับการมี  
ส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21.  
วารสารนิเทศศาสตร์ 17 (กรกฎาคม – กันยายน 2542) : 71 – 79.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. จับตากระบวนการสื่อสารท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย.  
วารสารนิเทศศาสตร์ 18 (กรกฎาคม – กันยายน 2543)
- ประชุม โพธิกุล. ยุทธศาสตร์แห่งผู้นำ. สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา, 2538.
- ประภาศรี พัทธกะสินสุข. การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาชนบท ศึกษาเฉพาะกรณี  
โครงการสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต  
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- ประยูทธ สุวรรณโกตา. บทบาทของผู้นำท้องถิ่นในงานพัฒนาชุมชน. วารสารพัฒนาชุมชน.  
18 พฤษภาคม 2522.
- ปิยนุช พุทธิรัตน์. การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พงษ์ศักดิ์ ศุกรสุด. โครงสร้างอำนาจชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนบางกระบือ. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536.
- พชนี เสงี่ยมรญา เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรพันธ์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- พะยอม วงศ์สารศรี. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : คณะวิชาวิทยาการจัดการ  
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2542.
- พรธนิภา วงษ์มิตร. บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนากับการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการ  
ธรรมรักษันิเวศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2540.
- เมตตา กฤติวิทย์. การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ. บริบทการสื่อสารระดับบุคคล กลุ่มองค์กรและสื่อสารมวลชน.  
กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ใน 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

หน้า 103. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ดอกเบี๋ย, 2539.

วิจิตร เข้มศักดิ์สิทธิ์. การสื่อสารและการสร้างประชาคมหมู่บ้านปลอดยาเสพติดในพื้นที่ทุ่งครุ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

รัชณี ศุภจินทร์รัตน์. ทักษะการติดต่อสื่อสาร. สงขลา : อัลลายด์เพรส, 2531.

วรางคณา วงศ์มหาชัย. บทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน : ศึกษาเฉพาะกรณีการ

พัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิพัฒนาอีสาน. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์. ชุมชนชนบท. เอกสารการสอนชุดวิชาสังคมและวัฒนธรรมไทย หน่วยที่ 8-15.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2526.

วารสารชุมชนไท. เมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่. ฉบับที่ 14. เดือนกรกฎาคม 2547. กรุงเทพมหานคร :

มูลนิธิชุมชนไท, 2547.

วิรัช กลวิรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ 9.

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

วิรัตน์ สมตน. งานส่งเสริมการเกษตรและการพัฒนาชนบท. ม.ป.ท., 2527. (เอกสารอัดสำเนา)

เวทินี สตะเวทิน. การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เสนาะ ดิยาว. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

สนิท ขาวสะอาด. ปัจจัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับท้องถิ่น : ศึกษากรณีโครงการ

ประปาหมู่บ้าน อ.เมืองนครพนม และ อ.ธาตุพนม จ.นครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สินธุ์ สโรบล และคณะ. บทความการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใน เอกสารประกอบการสัมมนา การ

ท่องเที่ยววิถีชีวิต การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2548.

สายพิรุณ น้อยศิริ. ปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรประชาชนในชนบท : ศึกษากรณีธนาคารข้าว

บ้านโนนขุย ต.ชุมพวง อ.ชุมพวง จ.นครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

สุเมธ ทวยแก้ว. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ :

ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จ.อุดรธานี.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.

สุวีรัตน์ กฤษณะรังสรรค์. การจัดการป่าขององค์กรชุมชนในเขตอุทยานแห่งชาติ ศึกษากรณี : หมู่บ้าน

ก้อทุ่ง ต.ลี่ อ.ลี่ จ.ลำพูน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.



เสน่ห์ จามริก. นโยบาย กลวิธี การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนกรุงเทพมหานคร.

ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณะสุข, 2527.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ.กรุงเทพมหานคร :

ดอกหญ้า, 2539.

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ. ศักยภาพและเครือข่ายผู้นำชาวบ้าน คู่มือและทิศทางการพัฒนาผู้นำ

ชาวบ้านเพื่อแก้ปัญหาในชนบท. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น :

เจริญวิทย์ การพิมพ์, 2537.

หลุย จำปาเทศ. กลุ่มสัมพันธ์ : ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติ เล่ม 1. โครงการเผยแพร่การสอน

กลุ่มสัมพันธ์, 2532.

อดิน ทรัพย์พัฒน์. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย

ในทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (บรรณาธิการ), การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา.

กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภา การพิมพ์, 2527.

อริสรา ธนุแสง. รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132,

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อรุณีวรรณ นาศรี. การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อรรรณ ปิลันธนีโอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร :จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2542.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาษาอังกฤษ

- Alan, C Filley. Interpersonal conflict resolution. Glenview : Scott Foresman, 1975.
- Berlo, David K. The Process of Communication. New York : Rinehart and Winston Inc., 1960.
- Dwyer, Judith. The Business Communication Handbook. New York : Prentice Hall, 1997.
- Pfiffner, John M and Sherwood, Frank P. Administrative Organization. Prentice India, 1964.
- Rogers Everett M. Communication Technology : The New Media in Society. New York : Free Press, 1986.
- Rogers Everett M. and Lynne Svenning. Modernization Among Peasants : The Impact Of Communication. New York : The Free Press, 1971.
- Schramm, Wilbur.ed. The Process and Effects of Mass Communication. Urbana : University of Illinois Press, 1954.
- White, Shirley A., Nair, K. Sadanandan, and Ascroft, Joseph. Participatory Communication : Working for Change and Development. New Delhi : Sage Publications India Pvt Ltd., 1994.
- White, Alastair T. Why Community Participation A Discussion of the argument go, Community Participation : Current issue and lesson learned. United Nations Children' s fund, 1982.
- Windahl, Sven, Signitzer, Benno H., and Olson, Jean T. Using communication Theory : an Introduction to Planned Communication. California : SAGE Publications Inc., 1992.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ภาคผนวก ก.)

**แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย****แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก****1. คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี**

2.1 ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ได้เริ่มต้นดำเนินการอย่างไรบ้าง และใช้วิธีการสื่อสารกันอย่างไร

2.2 ในการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุกมีวิธีการสื่อสารอย่างไร เพื่อให้สมาชิกในชุมชนเกิดความตระหนัก และเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และสมาชิกให้ความร่วมมือมากน้อยเพียงใด

2.3 ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สมาชิกในชุมชน ใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร ใช้สื่ออะไรบ้าง

2.4 ในการสร้างความสัมพันธ์และประสานกับกลุ่มพันธมิตรที่เข้ามาให้การสนับสนุนชุมชน มีประเด็นอะไรบ้าง และมีวิธีการสื่อสารอย่างไรบ้าง

2.5 ในการดำเนินงาน มีปัญหาและอุปสรรคหรือไม่ อย่างไร และมีการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการสื่อสารอย่างไร

**2. คำถามเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำชุมชนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดสามชุก จ. สุพรรณบุรี**

3.1 ใครคือผู้นำกลุ่มคณะกรรมการฯ แล้วทำไมถึงเลือกท่านนี้เป็นผู้นำกลุ่มในดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว มีคุณสมบัติอย่างไร และมีบุคลิกภาพแบบไหน

3.2 ผู้นำกลุ่มท่านนี้ มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร เป็นผู้ริเริ่มจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนหรือไม่ และมีวิธีการดำเนินการอย่างไร

3.3 ท่านผู้นำ มีวิธีการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวกับสมาชิกในชุมชน ด้วยวิธีการสื่อสารอย่างไรบ้าง ในการรวมตัวของสมาชิกในชุมชน และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

3.4 ท่านผู้นำมีวิธีการสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชนภายนอกอย่างไร

3.5 เมื่อมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ทางคณะกรรมการฯมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร และใช้การสื่อสารอย่างไร

**แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก****1. คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดสามชุก จ. สุพรรณบุรี**

2.1 ท่านเข้าร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตั้งแต่แรกหรือไม่

2.2 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีวิธีการสื่อสารอย่างไร ในการ

ชักชวนให้สมาชิกในชุมชนรวมตัวกัน และร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

2.3 ท่านมีวิธีการสื่อสารอย่างไรกับเพื่อนสมาชิกในชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยว ประเด็นเรื่องอะไรบ้าง มีการพูดคุยกันบ่อยมากน้อยเพียงใด

2.4 ท่านได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ถ้ามีเป็นเรื่องอะไรบ้าง

2.5 ท่านได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมอะไรบ้าง ที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

## 2. คำถามเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำชุมชนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี

3.1 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เริ่มดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไรบ้าง

3.2 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เข้ามาชักชวนท่านให้เข้าร่วมการจัดการในชุมชนด้วยตัวเองไหม และมีวิธีการสื่อสารอย่างไร

3.3 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด และให้การสนับสนุนท่านอย่างไรบ้าง

3.4 ท่านมีปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานหรือไม่ เมื่อท่านมีปัญหา ท่านเข้าหาผู้นำหรือไม่ และคณะกรรมการฯ ได้ช่วยเหลือท่านอย่างไร

### แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์กลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน

#### 1. คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุก จ.สุพรรณบุรี

2.1 ท่านเข้ามาในชุมชนตลาดสามชุก ท่านได้ติดต่อสื่อสารกับใคร และใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร

2.2 ท่านใช้วิธีการอย่างไรในการสร้างความรู้จักและคุ้นเคยกับ ผู้นำกลุ่ม คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก และสมาชิกในชุมชน และใช้สื่ออะไรบ้าง

2.3 ท่านได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ถ้ามีเป็นเรื่องอะไรบ้าง

2.4 ท่านได้มีส่วนช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนตลาดสามชุก หรือไม่ อย่างไร

2.5 ท่านได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมอะไรบ้าง ที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

#### 2 . คำถามเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำชุมชนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี

3.1 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ได้อำนวยความสะดวกในการดำเนินโครงการของท่านมากน้อยเพียงใด และมีวิธีการสื่อสารกันอย่างไร ในการประสานความร่วมมือระหว่างท่านกับสมาชิกในชุมชน

3.2 ท่านคิดว่าคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด และท่านผู้นำเคยมาปรึกษาท่านหรือไม่ อย่างไร



**ภาคผนวก (ข)**  
**รายนามผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ**

**คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์**

คุณพงษ์วิน	ชัยวิรัตน์	ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณอรุณลักษณ์	อ่อนวิมล	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณกฤตยา	เสริมสุข	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณสมชาย	หงส์สุพรรณ	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณปิยรัตน์	สำเริงรัมย์	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
รศ.ราตรี	โอภาส	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณเมธี	สรรพคุณานนท์	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณอภิวัฒน์	เจริญวัย	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณแก้วตา	ทองคำ	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณธเนตร	กิติพรพาณิชย์	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ

**สมาชิกชุมชนตลาดสามชุก**

คุณยศพร	วรรณระอมร	ผู้ประกอบการ
คุณนิรดา	สุทธิแจ่มใส	ผู้ประกอบการ
คุณรุ่งโรจน์	ประพตดี	ผู้ประกอบการ
คุณสังเวียน	อินสว่าง	ชาวบ้าน / ผู้ประกอบการ
คุณสุนิภา	เหลืองศรีดี	ชาวบ้าน / ผู้ประกอบการ
คุณสันทนา	लयจินดารัตน์	ชาวบ้าน / ผู้ประกอบการ
ด.ญ.เพชรรัตน์	สุขสรณจิต	มัคคุเทศน์น้อย
คุณยุวดี	วงศ์สุวรรณ	เจ้าหน้าที่ประสานงานชุมชน

**กลุ่มพันธมิตรของชุมชน**

คุณทับทิม	แก้วกิ่ง	เจ้าหน้าที่ฯ จากมูลนิธิชุมชนไท
คุณพิชญ์	เยาว์ภิรมย์	ช่างภาพอิสระ
คุณสุชาดา	ภูทองคำ	สื่อมวลชน
คุณอุไร	มุกประดับ	ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ททท.
คุณวิสุทธิ	มณีรัชตวรรณ	ผู้จัดการบริหารงานโครงการบริษัทแปลนโมทีฟ จำกัด
คุณรุจ	รัตนพานู	อาจารย์จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จ.สุพรรณบุรี
คุณสุรพล	จินดาอินทร์	นักธุรกิจ / ที่ปรึกษาคณะกรรมการฯ

## ภาคผนวก (ค)

### ข้อมูลพื้นฐานและสภาพทั่วไปของเทศบาลตำบลสามชุก

#### ประวัติความเป็นมาของเทศบาลตำบลสามชุก

เทศบาลตำบลสามชุก เดิมมีฐานะเป็นสุขาภิบาล มีชื่อว่า “สุขาภิบาลสามชุก” ซึ่งได้จัดตั้งตามพระราชบัญญัติสุขาภิบาล พ.ศ. 2495 ประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่อง จัดตั้งสุขาภิบาลสามชุก ลงวันที่ 14 พฤษภาคม 2499 ต่อมาได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะจากสุขาภิบาลเป็นเทศบาล พ.ศ. 2542 ตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม 2542 ต่อมากระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศยุบรวมองค์การบริหารส่วนตำบลสามชุก กับเทศบาลตำบลสามชุก เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2547

#### สภาพโดยทั่วไปของเทศบาลตำบลสามชุก

##### 1. ที่ตั้งและอาณาบริเวณ

เทศบาลตำบลสามชุก ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดสุพรรณบุรี ตามเส้นทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 340 มีระยะทางประมาณ 37 กิโลเมตร มีพื้นที่ 33 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 3 ตำบล 11 หมู่บ้าน 20 ชุมชน ดังนี้

- |                                |                     |
|--------------------------------|---------------------|
| 1. ชุมชนตลาดบ้านทึง            | หมู่ 8 ตำบลกระเสียว |
| 2. ชุมชนวัดบ้านทึง             | หมู่ 4 ตำบลสามชุก   |
| 3. ชุมชนบ้านประตุน้ำ           | หมู่ 3 ตำบลสามชุก   |
| 4. ชุมชนดงมะลิ                 | หมู่ 5 ตำบลสามชุก   |
| 5. ชุมชนเศรษฐกร                | หมู่ 6 ตำบลสามชุก   |
| 6. ชุมชนระหารฝั่งตะวันตก       | หมู่ 2 ตำบลสามชุก   |
| 7. ชุมชนตลาดสามชุก             | หมู่ 2 ตำบลสามชุก   |
| 8. ชุมชนสมเด็จพระวันรัต        | หมู่ 2 ตำบลสามชุก   |
| 9. ชุมชนวัดสามชุกฝั่งตะวันตก   | หมู่ 1 ตำบลสามชุก   |
| 10. ชุมชนวัดสามชุกฝั่งตะวันออก | หมู่ 1 ตำบลสามชุก   |
| 11. ชุมชนท่าทอง                | หมู่ 9 ตำบลย่านยาว  |
| 12. ชุมชนท่าเรือจ้าง           | หมู่ 4 ตำบลย่านยาว  |
| 13. ชุมชนตลาดบางขวาง           | หมู่ 6 ตำบลย่านยาว  |
| 14. ชุมชนบ้านในคลอง            | หมู่ 1 ตำบลย่านยาว  |
| 15. ชุมชนวัดคลองขอม            | หมู่ 3 ตำบลสามชุก   |
| 16. ชุมชนระหารฝั่งตะวันออก     | หมู่ 2 ตำบลสามชุก   |

17. ชุมชนร่วมใจ หมู่ 6 ตำบลสามชุก  
 18. ชุมชนหลวงพ่อดีดบางแวก หมู่ 4 ตำบลสามชุก  
 19. ชุมชนอยู่เจริญไปรษณีย์สามชุก หมู่ 2 ตำบลสามชุก  
 20. ชุมชนสะพานขาว หมู่ 5 ตำบลสามชุก

#### อาณาเขตติดต่อ

- ทิศเหนือ ติดต่อกับหมู่ที่ 8 ตำบลกระเสียว  
 ทิศใต้ ติดต่อกับหมู่ที่ 4 และ 8 ตำบลย่านยาว  
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับบึงระหารหมู่ที่ 1 และ 5 ตำบลสามชุก  
 ทิศตะวันตก ติดต่อกองชลประทานหมู่ที่ 1,2,3 ตำบลสามชุก

หมู่ 8 ตำบลกระเสียว และหมู่ที่ 4 ตำบลย่านยาว

#### 2. จำนวนประชากร

- มีจำนวนประชากร จำนวน 15,791 คน  
 มีจำนวนครัวเรือน จำนวน 5,034 ครัวเรือน

#### 3. ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของเทศบาลตำบลสามชุก จะมีสภาพเป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำสุพรรณบุรี โดยมีแม่น้ำสุพรรณบุรี คลองส่งน้ำชลประทาน จากโครงการชลประทานสามชุกและทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340 ผ่านตลอดชุมชนในแนวเหนือใต้ และมีบึงน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ อันได้แก่ บึงระหาร อยู่ทางตะวันออกของชุมชน

แหล่งน้ำธรรมชาติ:

- แม่น้ำสุพรรณบุรีไหลผ่านเทศบาลสามชุก เดิมใช้เป็นทางคมนาคม และอุปโภคบริโภค เพาะปลูก ปัจจุบันใช้ในด้านเกษตรเป็นส่วนใหญ่ เพราะเทศบาลสามชุกมีประปาอุปโภคบริโภคจากการประปาส่วนภูมิภาค

- คลองส่งน้ำชลประทานใช้ประโยชน์ในด้านเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่

ทรัพยากรธรรมชาติ :

- |                       |       |   |     |
|-----------------------|-------|---|-----|
| - แม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน | จำนวน | 1 | สาย |
| - คลองส่งน้ำชลประทาน  | จำนวน | 2 | สาย |
| - บึงระหาร            | จำนวน | 1 | บึง |

#### 4. สภาพเศรษฐกิจ

##### 1. ด้านอาชีพ

- การเพาะปลูก มีพื้นที่ทำการเกษตรอยู่ 19,500 ไร่ ส่วนใหญ่ทำนา

- การปลูกสัตว์ มีการเลี้ยงสัตว์ที่ทำเป็นกิจกรรมในเชิงพาณิชย์มีฟาร์มใหญ่ และขนาดเล็ก

- การประมง เกษตรกรบางส่วนนิยมเพาะกุ้งก้ามกราม ปลาตูก ปลาชนิด ปลาตะเพียน มีขนาดพื้นที่เพาะเลี้ยงประมาณ 445 ไร่

## 2. ด้านอุตสาหกรรม

- การอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการเกษตรจำพวกโรงสีข้าว โรงงานน้ำตาล อุตสาหกรรมจำพวกซ่อมสร้างเครื่องจักร เครื่องยนต์ทางการเกษตรและรถยนต์ และโรงงานแข็ง

## 5. การเดินทาง

### 1) ทางรถยนต์

■ กรุงเทพฯ – บางบัวทอง – สุพรรณบุรี หรือ กรุงเทพฯ – นนทบุรี – บางบัวทอง – สุพรรณบุรี ระยะทาง 107 กิโลเมตร

■ กรุงเทพฯ – ปทุมธานี – ลาดหลุมแก้ว – สุพรรณบุรี ระยะทาง 115 กิโลเมตร

■ กรุงเทพฯ – อโยธยา – สุพรรณบุรี ระยะทาง 132 กิโลเมตร

■ กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – เดิมบางนางบวช – สุพรรณบุรี ระยะทาง 228 กิโลเมตร

■ กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สุพรรณบุรี ระยะทาง 150 กิโลเมตร

■ กรุงเทพฯ – นครปฐม – กำแพงแสน – สุพรรณบุรี ระยะทาง 164 กิโลเมตร

### 2) ทางรถโดยสารประจำทาง สายเหนือ (หมอชิต)

**มีรถโดยสารจากกรุงเทพฯ ไปสุพรรณบุรีหลายเส้นทางด้วยกัน รถที่ออกจากสถานีขนส่ง สายเหนือถนนกำแพงเพชร 2 มีทั้งรถธรรมดา และปรับอากาศ**

■ สายใหม่ กรุงเทพฯ – บางบัวทอง – สุพรรณบุรี

■ สายใหม่ กรุงเทพฯ – บางบัวทอง – สุพรรณบุรี – ศรีประจันต์ – สามชุก – เดิมบางนางบวช

- ท่าช้าง

■ สายเก่า กรุงเทพฯ – รังสิต – อ่างทอง – สุพรรณบุรี

### 3) ทางรถโดยสารประจำทาง สายใต้

มีรถธรรมดาและรถปรับอากาศชั้น 2

■ กรุงเทพฯ – นครปฐม – กำแพงแสน – อู่ทอง – สุพรรณบุรี

■ กรุงเทพฯ – นครปฐม – กำแพงแสน – อู่ทอง – ด่านช้าง

### 4) ทางรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทย ให้บริการรถไฟ ออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงไปสถานีรถไฟจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน วันละ 1 เที่ยว

## 6. สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในเขตเทศบาลตำบลสามชุก ประกอบด้วย

☆ **ตลาดริมน้ำร้อยปี** ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 340 แยกเข้าอำเภอสามชุก อยู่ริมแม่น้ำท่าจีนติดกับที่ว่าการอำเภอสามชุก เป็นชุมชนชาวจีนเก่าแก่ที่ยังคงรักษาสภาพบ้านเรือนและตลาดแบบดั้งเดิม สิ่งที่น่าสนใจ คือ บ้านพิพิธภัณฑสถานจีนารักษ์ เป็นอาคารไม้ 3 ชั้น เป็นแหล่งรวบรวมประวัติความเป็นมา และวิถีชีวิตของชาวตลาดสามชุก นอกจากนี้ตัวอาคารบ้านเรือนในตลาด และวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ยังคงรักษาไว้สภาพคงเดิม คนรุ่นหลังยังรับมรดกการประกอบอาชีพค้าขายมาจากบรรพบุรุษ ประกอบกับ ความมีชื่อเสียงด้านอาหารที่ขึ้นชื่อว่าอร่อย ทั้งอาหารคาว และหวาน ที่เน้นความเป็นอาหารท้องถิ่นที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน ทำให้ชุมชนแห่งนี้มีเรื่องราวดี ๆ ที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก

☆ **วัดสามชุก** ตั้งอยู่ที่หมู่ 1 เลขที่ 3 ตำบลสามชุก มีพื้นที่ 20 ไร่ อยู่เหนือที่ว่าการจังหวัดสุพรรณบุรี 34 กิโลเมตร ห่างจากถนนสุพรรณบุรี – ชัยนาท 600 เมตร เป็นวัดเก่าแก่โบราณ ไม่ปรากฏหลักฐานว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยใด มีสิ่งที่เป็นหลักฐานว่าเป็นวัดเก่า คือ รอยพระพุทธรูปจำลองประดิษฐานในมณฑป กรมศิลปากรได้จดทะเบียนเป็นวัดอุทยาน พระพุทธรูปซึ่งประดิษฐานในมณฑปเป็นพระพุทธรูปหินทรายสมัยอยุธยา ปัจจุบันปฏิสังขรณ์และนำมาประดิษฐานเป็นพระประธานบนศาลาการเปรียญ และยังมีหิงส์สัมฤทธิ์ 1 คู่ อดีตตั้งอยู่หน้ามณฑป ปัจจุบันอยู่ที่หอสวดมนต์ 1 ตัว และที่กุฎิพิพิธภัณฑสถาน 1 ตัว บริเวณหอสวดมนต์ประดิษฐานหลวงพ่อธรรมจักร พระพุทธรูปสมัยอุททอง ชาวบ้านนิยมมาสักการะบูชาเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่กับวัดมาช้านาน

☆ **วัดลาดสิงห์** ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านสระ ริมถนนเลียบคลองชลประทาน ที่แยกจากทางหลวงหมายเลข 3038 ประมาณ 7 กิโลเมตร ระหว่างดอนเจดีย์และอำเภอศรีประจันต์ เป็นวัดเก่าแก่เดิมชื่อ “วัดราชสิงห์” มีค่าเล่าสืบทอดกันมาว่าสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงสร้างวัดนี้ขึ้นมาจากที่ประสบชัยชนะในสงครามยุทธหัตถีและทรงทราบข่าวว่า พระสุพรรณกัลยาที่เป็นตัวประกันอยู่ที่เมืองพม่าถูกประหารชีวิต เป็นการล้างแค้นที่พระมหาอุปราชาสิ้นพระชนม์ด้วยพระแสงของ้าว พระองค์จึงทรงสร้างวัดเพื่ออุทิศพระกุศลให้แก่พระสุพรรณกัลยา ปัจจุบันวัดยังมีร่องรอยประวัติศาสตร์ ที่กล่าวถึงคือ “หลวงพ่อดำ” พระพุทธรูปศิลาแดง ปางสะดุ้งมาร (มารวิชัย) เกตุบัวตูม อายุประมาณ 500 ปี ภายในบริเวณเป็นที่ประดิษฐานของอนุสาวรีย์ 3 พระองค์ อันได้แก่ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สมเด็จพระเอกาทศรถ และพระสุพรรณกัลยา ให้ประชาชนทั่วไปได้กราบไหว้บูชาในพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์

☆ **บึงระหาร** อยู่ห่างจากจังหวัดประมาณ 38 กิโลเมตร เป็นบึงขนาดใหญ่ มีถนนรอบบึง มีร้านอาหาร และศาลาสำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน













บริเวณทางเข้าตลาด



บริเวณชอย 1



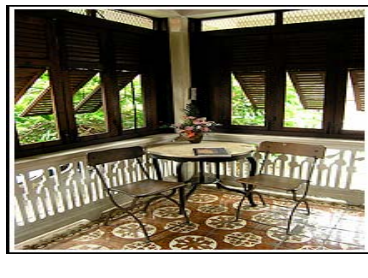
บรรยากาศริมน้ำ



ป้ายบ้านขุนจ่านจันารักษ์



บริเวณชั้น 2



บริเวณที่นั่งพักผ่อน



ร้านศิลปวัฒนธรรมชาติ ชอย 3



ร้านขายยาฮกอัน ชอย 3



ร้านกาแฟท่าเรือสง ชอย 1



โรงแรมอุดมโชค ชอย 2



ตลาดตีดแม่น้ำสุพรรณบุรี



สะพานพรประชา



ลานเรียนรู้ชุมชน

ภาพที่ 5 แสดงภาพบรรยากาศในตลาดสามช



### อาหารอร่อย



ก๋วยเตี๋ยวยากบ : ร้านหรั่งศรีโรจน์



ข้าวห่อใบบัว : ร้านหรั่ง ศรีโรจน์



บะหมี่-เกี๊ยว หมูแดง : ร้านเจ๊กฮ่าว

### ของฝากจากตลาดสามชุก



ขนมไข่



ขนมเบี๊ยะสมุนไพรมะพร้าว



ขนมเบี๊องโบราณ



ขนมไข่โบราณ



ขนมกง



ขนมเค็ก



เจี๊ตี เป็ดย่าง เป็ดพะโล้ รสเด็ด



เป็ดย่างจ่าเจ็ด



น้ำพริกแม่กิมดั่ง



พลาสติกแดดเดียว พีจีที

ภาพที่ 6 แสดงภาพอาหารและของฝากจากตลาดสามชุก



ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์



บอร์ดรายชื่อผู้ที่สนใจดูงาน



ป้ายบอกทางเข้าตลาด



การพูดคุยกลุ่มย่อย



การบรรยายให้แก่กลุ่มผู้สนใจดูงาน



การจัดเวทีเสวนา



การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 7 แสดงภาพวิธีการสื่อสาร และการใช้สื่อของชุมชน



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสมฤทัย เสือปาน เกิดเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2523 สำเร็จการศึกษาหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2544 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2547.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย