การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ปฐมภรณ์ จันทร์แก้ว

DPU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2555

COMMUNICATION FOR THE CONSERVATION AND RESTORATION OF CULTURAL TOURISM FOR SAM - CHUK MARKET, SUPANBURI PROVINCE

Patomporn Chankaew

DPU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements

for the Degree of master of Arts (Communication)

Department of Business Communication Arts

Faculty of Communication , Dhurakij Pundit University

2012

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี มีผู้คนมากมายที่อยู่เบื้องหลังที่คอยให้คำปรึกษาให้กำลังใจ และคอยให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ซึ่งจะไม่มีโอกาสสำเร็จได้หากปราศจากความช่วยเหลือของผู้คนรอบข้าง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์นี้ ขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ ที่รับเป็นประธานกรรมการ วิทยานิพนธ์นี้ และ ท่านรองศาสตราจารย์ ดร .อุษา บิ้กกิ้นส์ ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ที่รับเป็นคณะกรรมการ วิทยานิพนธ์เล่มนี้และขอขอบพระคุณพี่กุ้งเลขา นุการสาขานิเทศศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือใน เรื่องการประสานงานติดต่องานสารนิพนธ์ นัดวัดเปิดเล่มและงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวิทยานิพนธ์เสร็จลุล่วงไปด้วยดี

และขอขอบพระคุณพ่อแม่ที่สนับสนุนสำหรับกา รศึกษาในครั้งนี้ เพราะเรียนปริญญาโทได้อะไรได้มากกว่าที่คิด ทั้งเพื่อนและวิชาความรู้นอกเหนือจากนั้น คือความพยายามทำในสิ่งที่มีค่าเช่นนี้

ปฐมภรณ์ จันทร์แก้ว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....ฆ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....จ

กิตติกรรมประกาศ.....ช

สารบัญภาพ.....ญ

บทที่

1. **บทนำ**.....1

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา 1

1.2 ปัญหานำการวิจัย.....8

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....8

1.4 ขอบเขตการวิจัย.....9

1.5 นิยามศัพท์.....9

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....10

2. **แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**.....12

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของประชาชน 12

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร 19

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน.....30

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม.....36

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน.....43

2.6 แนวคิดประชาสังคม.....52

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....54

3. **ระเบียบวิธีวิจัย**.....60

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....60

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....61

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....63
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....64
3.5 การนำเสนอผลการวิจัย.....64
4. **ผลการวิจัย**.....65
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับของชุมชนตลาดสามชุก.....65
ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม
และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....103
ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน
ในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว
ของตลาดสามชุกจังหวัดสุพรรณบุรี.....122
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....131
5.1 สรุปผลการวิจัย.....131
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....141
5.3 ข้อเสนอแนะ.....165
บรรณานุกรม.....167
ภาคผนวก.....178
ประวัติผู้วิจัย.....194

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

4. 1 โครงการสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ปี 2544……80

4.2 โครงการสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ปี 2546……...88

4.3 ร้านค้าที่เป็นจุดเด่นภายในชุมชน……98

DPU

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ชื่อผู้เขียน ปฐมภรณ์ จันทร์แก้ว

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

ปีการศึกษา 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้น ฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการสำรวจเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 25 คน ประกอบไปด้วย คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก,สมาชิกชุมชนตลาดสามชุก และกลุ่มพันธมิตรของชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า

1 .กระบวนการสื่อสารเพื่อ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ย วของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามในสถานการณ์ด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านการวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า รูปแบบการสื่อสารในวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุกเน้นการสื่อสารสองทางทั้งแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ

1.2 ด้านการประสานความร่วมมือ พบว่า รูปแบบการสื่อสารใน การประสานความร่วมมือมักการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทาง ทั้งแบบที่เป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ

1.3 ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการ สื่อสารในเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวเน้นการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ร่วมกับการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.4 ด้านการแก้ปัญหา และอุปสรรคในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน พบว่า รูปแบบการสื่อสารเน้นการสื่อสารสองทางเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ

2.การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย กระบวนการของการวางแผน การติดตามประเมินผล กิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัดขึ้น การเข้าร่วมการจัด ไปศึกษาดูงานการเข้าร่วมการจัดเวทีสาธารณะ และการเข้าร่วมในการจัดสรรรายได้ของชุมชน

DPU

Thesis Title Communication for The Conservation and Restoration of Cultural Tourism for Sam – Chuk Market, Supanburi Province.

Author Patomporn Chankaew

Thesis Advisor Dr.Boonyou Khorpornpacherd

Department Business Communication

Academic Year 2011

Abstract

This master thesis was the qualitative research with the purpose on analyzing the communication for the conservation and restoration of culture tourism for Sam - Chuk Market, Supanburi province. In addition, the study was focused on the community's cooperation and communication for the conservation and restoration of culture tourism for Sam - Chuk Market, Supanburi province. The study applied the method of Documentary Research by the In-depth Interview and Non-Participant Observation. The data providers are 25 persons including the developmental sections committee, the members of community, and the people's alliance of Sam-Chuk community.

The results of the study are as follows:

1. Communication for the Conservation and Restoration of Culture tourism for Sam-Chuk Market, Supanburi province are varied depending on the variable situations as follows:

1.1 Planning of the Conservation and Restoration

The process of planning has deployed both Formal and Informal pattern of Two-way Communication.

1.2 Cooperation of Community

The cooperation of community has deployed the Informal pattern of One-way Communication and both Formal and Informal pattern on Two-way Communication.

1.3 Dissemination and Publication of Tourist Attractions

The dissemination and publication of tourist attractions have deployed the Formal and Informal patterns on One-way Communication relating to Informal pattern on Two-way Communication.

1.4 Problem-Solving and Difficulties Patterns

The problem-solving and difficulties' pattern have applied Formal and Informal pattern on Two-way Communication.

2. The community's cooperation and communication for the conservation and restoration of culture tourism for Sam - Chuk Market, Supanburi province included the significant factors as follows: the process of planning, the evaluation of events and activities, the participation of training, the participation of the public hearing discussion and the participation for the accessing of community's income.

DPU

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

โลกาภิวัตน์ทำให้โลกของการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมายมหาศาลนำพามนุษยชาติออกจากโลกใบเดิมที่จำกัดความรับรู้ ความรู้ ประสบการณ์ ฯลฯ เพียงแค่เฉพาะในชุมชนหรือสังคมที่บุคคลนั้นสังกัดอยู่เท่านั้น หากแต่โลกาภิวัตน์ยังได้ขยายการรับรู้ของประสา ทสัมผัสทั้ง 5 อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส ได้กว้างไกลมากขึ้น ผ่านสื่อสารมวลชนแขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ ฯลฯ ทำให้มนุษย์สา มารถแสวงหาความรู้จากข่าวสารต่างๆ ในแต่ละวันที่มีจำนวนมหาศาลได้อย่างง่ายดาย สังคมจึงก้าวเข้าสู่ยุคของสังคมข่าวสาร (Information Society) ทำให้ผู้ที่แสวงหาความรู้จากข่าวสารเหล่านั้นมีโลกทัศน์ที่กว้างไกลมากขึ้น ประกอบกับมีการนำเอาเทคโนโลยีโทรคมนาคมและคอมพิวเตอ ร์มาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ “คนเราสามารถนั่งทำงานอยู่กับบ้านได้มากขึ้น โดยที่ตนเองไม่จำเป็นต้องออกไปมีส่วนร่วม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ,2532 : 57) ก็ได้ เช่น การติดต่อพูดคุยผ่านโทรศัพท์ การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) การสนทนาผ่านระบบ CHAT ICQ MSN เป็นต้น นอกจากนี้สื่ออินเตอร์เน็ตยังสามารถสร้างความสมัครสมานสามัคคีให้เกิดขึ้นแก่ประชาคมโลกได้ โดยใช้การติดต่อสื่อสารผ่านเว็บไซต์ (www-world wide web) โดยการเข้าไปตั้งกระทู้ถาม -ตอบในประเด็นต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อมของ Green Peace การเมืองของคณะกรรมการ ต่อต้านคอรัปชั่น การพัฒนาของรักบ้านเกิด.คอม เป็นต้น อันเป็นการเคลื่อนไหวในรูปแบบใหม่ที่สามารถถักทอความแตกต่างด้านสีผิว เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมได้กว้างไกลเกินกว่าผลประโยชน์ของตนเอง

ดังนั้น ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม มนุษย์ก็ยังปรารถนาที่ จะติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ด้วยรูปแบบและวิธีการที่แตกต่างกันออกไป เพื่อผลทางด้านชีวิต จิตใจ และการเป็นสังคม ด้วยเหตุผลประการสำคัญก็คือ มนุษย์เป็นสัตว์สังคม “ไม่อาจจะมีชีวิตอยู่ด้วยตัวเองคนเดียวในโลก โดยไม่พึ่งพาอาศัยหรือติดต่อกับผู้อื่น ฉะนั้นมนุษย์จึงอยู่ รวมกันในสังคม” (ทัศนี อินทรสุขศรี, 2532:1) หรืออาจจะเป็นชุมชนหนึ่งชุมชนใดก็ได้ภายใต้ระบบสังคมใหญ่

ชุมชน (Community) เป็น “การรวมตัวของกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน อาจเป็นการรวมตัวกันตามพื้นที่หรือไม่ใช่พื้นที่ก็ได้ สมาชิกทุกคนมีการติดต่อสื่อสารกัน มีคว ามเอื้ออาทรกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ และมีการจัดการ เมื่อเกิดความเป็นชุมชนขึ้นมา สมาชิกจะมีความสุขและมีความสร้างสรรค์ มีศักยภาพที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาทุกด้านให้สำเร็จได้”

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าชุมชนเป็นผลพวงประการหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร กล่าวคือเมื่อมนุษย์มาอยู่รวมกันก็มุ่งที่จะสร้างสรรค์ความเข้าใจกัน เพื่อให้อยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข ทำให้มนุษย์ต้องแสวงหากลไกลหรือเครื่องมือที่จะสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้น กลไกสำคัญดังกล่าวก็คือการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพราะนอกจาก “การสื่อสารสามารถทำให้คนเราเข้าใจกันได้อยู่ร่วมกันได้สามารถช่วยกันทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดให้บรรลุ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:1)

นอกจากนี้ การสื่อสารยังช่วยให้มนุษย์สามารถสืบทอดส่งต่อวัฒนธรรม การถ่ายทอดความรู้ สิ่งที่ควรปฏิบัติ การปรับตนให้ เข้ากับธรรมชาติ การรู้จักใช้ทรัพยากรต่างๆ ตลอดจนมรดกตกทอดอื่น ๆ ที่ทำให้มนุษย์สามารถพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ต่อๆ กันไปได้ในแต่ละชั่วอายุคนด้วย โดยอาศัยวิธีการติดต่อสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน นับตั้งแต่การใช้เสียงกลอง ควันไฟ การวาดภาพบนผนังถ้ำ สัญลักษณ์ต่างๆ (อย่างเช่น สัญลักษณ์ในภาษาอียิปต์โบราณ) ภาษาพูด ภาษาเขียน ตลอดจนการประสมประสานวิธีการติดต่อสื่อสารแบบเดิมเข้ากับช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ฯลฯ เป็ นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อระหว่างกัน ต่อความเข้าใจกัน ต่อการดำรงเผ่าพันธุ์ ต่อการบรรลุจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ และที่สำคัญคือ ลดปัญหาการเข้าใจผิดหรือความล้มเหลวในการติดต่อสื่อสารนั่นเอง

การติดต่อสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อคนทุกคน ทุกชุมชน ทุกสังคม และทุกปร ะเทศ เพราะการที่คนและสถาบันเหล่านี้จะบรรลุจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดได้นั้น ทั้งผู้นำและสมาชิกของสถาบันจะต้องมีความเข้าใจกันและมองไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้การติดต่อสื่อสารในแต่ละครั้งมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดผลประการหนึ่งประการใดเสมอ ซึ่งผู้นำอาจจะมีวั ตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้สมาชิกได้ทราบ (to in from) ถึงเป้าหมายของชุมชนตนเอง เช่น การเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองได้ เป็นต้น หรือบอกกล่าวให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (to teach or to educate) เพื่อให้ความบันเทิง เพลิดเพลิน สบายใจ (to entertain) หรือเพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (to propose or persuade) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:15-17) สมาชิกให้กระทำตาม เป็นต้น ส่วนสมาชิกเองก็มีความต้องการเพื่อที่จะทราบ (to know or understand) เพื่อเรียนรู้

(to learn) เพื่อหาความพึงพอใจ (to enjoy) หรือเพื่อการทำหรือตัดสินใจ (to dispose or decide) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช, 2529:12-13) ทั้งนี้ผลที่จะได้จากสื่อสารขึ้นอยู่กับ “การให้ความหมายต่างๆ ซึ่งจะเป็นไปตามประสบการณ์ ความรอบรู้ เพศ วัย อาชีพ ระบบวัฒนธรรม ฯลฯ ที่ผู้นั้นได้รับ รู้ สั่งสมมาเป็นเวลานาน จึงทำให้แต่ละคนเกิดความเข้าใจผิดหรือให้ความหมายแก่สารแตกต่างกันออกไป” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:5)

จากข้อความข้างต้นทำให้ทราบว่า “มีการให้และรับอยู่ในกระบวนการสื่อสาร การให้และการรับสารที่ส่งถึงกันและกันนี้ ทำให้ทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจตามทรรศนะของตนเองเกิดขึ้น ” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:5) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า “การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ เพราะว่าการสื่อสารมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ดำเนินต่อไปตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง ไม่มีจุดเริ่มต้น ไม่มีจุดสิ้นสุด ” ทั้งยัง “เป็นกระบวนการที่เป็นข้อเท็จจริงที่ตรงไปตรงมาที่สุด โดยประกอบด้วยตัวแหล่งสารหรือตัวผู้ส่งสาร สารที่ส่งออกไปเพื่อการสื่อประสบการณ์และความหมาย ช่องทางในการสื่อสารหรือตัวสื่อที่นำสารไป ตัวผู้รับสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสารนั้น”

สำหรับงานการพัฒนาชุมชน องค์ประกอบภายในกระบวนการติดต่อสื่อสาร นั่นก็คือ ผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้นำ ซึ่งอาจเป็นผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ ครู สมาชิกภายในชุมชน อาจเป็นชาวบ้านทั่วไปหรือสมาชิกกลุ่มหรือองค์กรชุมชนต่างๆ ได้ส่งข่าวสารภายในชุมชนและ /หรือข่าวสารจากภายนอกชุมชน ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ภายในชุมชน อาทิเช่น สื่อบุคคลระหว่างผู้นำกับผู้นำ ผู้นำกับสมาชิก สมาชิกกับสมาชิก หรือผู้นำกับกลุ่ม /องค์กรชุมชนภายในชุมชน เสียงตามสาย หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน ป้ายประกาศ จดหมายเชิญ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ เท่าที่ชุมชนพึงมีช่องทางการสื่อสารและเป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหาและสื่อที่จะใช้ เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารมากที่สุด ซึ่งอาจจะเป็นผู้นำด้วยกันเอง สมาชิกกลุ่ม /องค์กรชุมชน ชาวบ้านทั่วไป ครู พระ เพื่อผลประการหนึ่งประการใดดังที่ได้กล่าวมาแล้ว (แจ้งให้ทราบ ความรู้ การเรียนรู้ ความเข้าใจ การตระหนัก) ทั้งนี้ทั้งนั้น ไม่ว่าใครจะเป็นคนส่งสารหรือผู้รับสาร บทบาททั้งสองสามารถสลับกันได้ด้วยการติดต่อสื่อสารนั้นเป็นกระบวนการ จึงไม่มีใครเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสารแบบถาวร ทุกคนที่อยู่ในกระบวนการติดต่อสื่อสารจึงมีความสำคัญเท่าเทียมกัน

บนความเสมอภาคและความเท่าเทียมในกระบวนการติดต่อสื่อสารดังกล่าว สามารถสะท้อนให้เห็นนัยของการสื่อสารที่ดีประสิทธิภาพได้เช่นเดียวกัน เพราะการสื่อสารที่ดีอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า “การสื่อสารที่มีปฏิกิริยาตอบสนองถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ... การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นถ้าเราถือว่า การมีปฏิกิริยาตอบสนองเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร ไม่ใช่ฝ่ายหนึ่งมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ” (เสถียร เชย

ประทับ, 2529: 34-35) การสื่อสารรูปแบบนี้ “เป็นการสื่อสารแบบยุคลวิถี หรือการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)” (กิติมา สุรสนธิ, 2532:11) ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารที่คำนึกถึงการมีส่วนร่วม (Participation) ของบุคคลแต่ละฝ่ายนั่นเอง เพราะว่าการสื่อสารดังกล่าวนั้น “มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน” (เสถียร เชยประทับ อ้างถึง นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541:30-34) ทั้งนี้การสื่อสารแบบทุกคนได้มีส่วนร่วมยังทำให้คู่สื่อสาร (ผู้ส่งสารและผู้รับสาร) มีทัศนคติ ที่ดีต่อกัน เห็นว่าทุกคนก็มีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกันจึงลดอคติ (Bias) ที่มีต่อกันและกันได้อย่างไรก็ดี แม้ว่าการสื่อสารแบบสองทางจะให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า แต่ก็มิใช่ละเลยการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ไปเสียทีเดียว เนื่องจากว่าการสื่อสารแบบทางเดียวช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

การสื่อสารเป็นกลไกลที่สำคัญ ที่เข้ามามีบทบาทในการรวมตัวกันของคนในชุมชนเป็นองค์กรประชาชนหรือประชาคม ที่เน้นการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมในการตระหนักถึงปัญหา เพราะการรวมกลุ่มของประชาชนจะต้องอาศัยความเข้าใจที่ตรงกัน จิตสำนักร่วมกันในการร่วมกันแก้ไข และทำงานร่วมกัน โดยการสื่อสารจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้คนในสังคมหรือชุมชน เกิดจิตสำนักร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับรู้ปัญหาร่วมกัน และประสานงานกันในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน และยังรวมไปถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นทางรัฐหรือองค์กรเอกชนต่างๆ เพื่อนำไปสู่การเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและพัฒนาการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน (เวทินี สตะเวทิน, 2542: 4)

แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดซึ่งจะสะท้อนให้เห็นว่าชุมชนสามชุกนี้เป็นชุมชนที่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ความเป็นชุมชนดั้งเดิม และวิถีชีวิตของคนสมัยโบราณไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้และช่วยกันอนุรักษ์และหวงแหนไว้ได้ ก็คือ การที่คนภายในชุมชนนั้น “คิดเป็น ทำเป็น และการแก้ไขปัญหาได้” การที่คนจะคิดเป็น ทำเป็น แก้ไขปัญหาได้คนเหล่านั้นจะต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพเหล่านั้น โดยใช้การสื่อสารเป็นกลไกลสำคัญ เพื่อให้สมาชิกทุกคนภายในชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นซึ่งกันและกันร่วมกันอย่างแท้จริง ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมติดตาม ร่วมตรวจสอบ เป็นต้น เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไปในแนวทางเดียวกัน โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารและวิธีการสื่อสารที่จะสร้างความเข้าใจร่วมกันได้เป็นอย่างดี เติมเต็มให้กระบวนการสื่อสารนั้นบรรลุผลตามเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายที่วางไว้ จนนำไปสู่การ

เป็นชุมชนที่ได้รับรางวัลอนุรักษ์ระดับดี หรือ "Award of Merit" จากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก

ตลอดช่วงระยะเวลา 4-5 ปี ที่ผ่านมา ย่าน ตลาดสามชุกจังหวัดสุพรรณบุรีเริ่มเป็นที่รู้จักของคนมากหน้าหลายตาในสถานะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจและ เป็นศูนย์รวมอาหารพื้นบ้านที่อร่อย ๆ หลากหลาย จนเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่สะท้อนมาจากกิจกรรมและวิถีชีวิตชุมชน ตลอดจนสถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้างที่บาง ส่วนเผยออกมาให้เห็น วิถีชีวิตในอดีตของคนริมน้ำ ย่านตลาดชุมชนที่พบเห็นได้ทั่วไปในแถบที่ลุ่มริมน้ำภาคกลาง (สักรินทร์ แซ่ภู่ , 2550 :1)

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของชุมชน พบว่า ตลาดสามชุก เป็นตลาดเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี ตั้งอยู่ติดริมแม่น้ำท่าจีน พัฒนาการขึ้นจากตลาดเล็กๆ มาเป็นชุมชนขนาดใหญ่ เป็นเมืองท่าที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ เป็นทั้งสถานที่แลกเปลี่ยนซื้อขาย ตลอดจนเป็นจุดที่พักพ่อค้าในการล่องเรือขึ้นลงกรุงเทพฯ หรือเมืองต่างๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี มีท่าเรือจอดรับส่งสินค้า เรือโดยสาร เรือเมล์ เรือแดง เรือขนส่งสินค้า เช่น เรือขนข้าว เรือขนถ่าน เรือขนผัก ผลไม้ พืชไร่ สัตว์น้ำและสินค้านานาชนิด ด้วยเหตุนี้จึงดึงดูดให้คนต่างถิ่นเข้ามาทำมาหากินที่นี่โดยเฉพาะคนจีน โครงสร้างทางสังคมของเมืองสามชุกจึงประกอบด้วยคนหลากหลายเชื้อชาติเผ่าพันธุ์มารวมกัน

หมู่อาคารไม้สองชั้นเรียงรายเป็นแถวบนเนื้อที่กว้างขวาง สะท้อนถึงชุมชนที่พัฒนาจากการเป็นศูนย์ กลางการแลกเปลี่ยนค้าขายทางน้ำที่เคยรุ่งเรืองมากแห่งหนึ่ง เป็นที่รวมของผู้คนหลากหลาย โดยเฉพาะชาวจีนที่เข้ามาทำการค้า มีศาสนสถาน เช่น ศาลเจ้า วัดในฝั่งตลาด โรงมหรสพ ร้านกาแฟโรงแรม ร้านค้าทองคำ ร้านถ่ายรูป ร้านขายยาโบราณ ร้านเสริมสวย ร้านค้าต่างๆ มากมายที่ขึ้นชื่อว่านำสมัยในระยะนั้น หลายคนรู้สึกผูกพันกับสถานที่แห่งนี้ในฐานะเป็นที่อยู่อาศัยที่ทำมาหากิน เลี้ยงชีวิตคนในชุมชนมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ

ตลาดสามชุกประกอบด้วยห้องแถวไม้ 2 ข้างอยู่ระหว่า งทางเดินหรือเรียกว่าซอย มีทั้งหมด 4 ซอย และส่วนหนึ่งสร้างอยู่บนที่ดินสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีสภาพและรูปแบบควรค่าต่อการอนุรักษ์ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ภายในย่านชุมชนมีการผสมผสานการใช้พื้นที่โดยประกอบไปด้วยกลุ่มกิจกรรมที่หลากหลา ยอันได้แก่ พื้นที่พักอาศัยและค้าขาย พื้นที่สาธารณะต่าง ๆ พื้นที่ส่วนงานราชการ ฯลฯ ซึ่งพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ นี้ได้ประกอบรวมตัวเป็นกลุ่มก้อนโดยปรากฏให้สังเกตในตัวสถาปัตยกรรมตามลักษณะของบ้านเรือนและอาคารต่าง ๆ เอกลักษณ์ทางกายภาพเหล่านี้ของย่านชุมชนตลาดสามชุกยังเป็นประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต สัมผัสได้ และเห็นเป็นประจักษ์ทางสายตาแก่ผู้มาเยือนในปัจจุบั น ด้วยตัวบ้านและอาคารในตลาดสามชุกที่สร้างมาตั้งแต่สมัยของรัชกาลที่ 5 มีศิลปะการแกะสลักไม้ที่งดงามเรียงรายเป็น

ย่านการค้าที่มีความงดงามและมีคุณค่าทางสถาปัต ยกรรมยังคงทำหน้าที่เป็นตลาดเพื่อการค้าอย่างสมบรูณ์ให้กับชุมชน (มูลนิธิชุมชนไท,2542: 18)

ชุมชนตลาดสามชุก " จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนที่ได้มีการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาทางด้านการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของสมาชิกในชุมช น ที่ได้ตระหนักถึงศักยภาพและความสำคัญของชุมชน ที่มีของดีที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ชาวชุมชนตลาดสามชุกรวมตัวกันพัฒนาฟื้นฟู ปรับปรุงสภาพชุมชน จนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่มีความน่าสนใจ และเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้าไปเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง

ชุมชนตลาดสามชุก ได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2547 มีชื่อเรียกว่า "สามชุกตลาดร้อยปี " เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากสภาพชุมชนมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจคือ ความเป็นชุมชนเก่าแก่ มีลักษณะอาคารบ้านเรือนที่ยังคงรักษาสภาพเดิมที่มีมาตั้งแต่สมัยราชกาลที่ 5 ที่เป็นอาคารไม้สองชั้นเรียงรายเป็นห้องแถวมุงหลังคาด้วยกระเบื้องโบราณ มีการตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรม และมีศิลปะจากการแกะสลักผนังบ้านด้วยลวดลายขนมปังขิง นับเป็นย่านการค้าที่มีความงดงาม และทรงคุณค่าทาง สถาปัตยกรรม อีกทั้งยังเป็นตลาดริมน้ำติดกับแม่น้ำท่าจีน ชาวตลาดสามชุกส่วนใหญ่เป็นคนจีนมีอาชีพค้าขายทำให้ตลาดสามชุกเป็นย่านการค้าที่มีสินค้าและบริการอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านกาแฟ ร้านถ่ายรูป ร้านขายของชำ ร้านขายยา และโรงแรมเก่าแ ก่ ซึ่งร้านค้าภายในตลาดสามชุกเป็นร้านที่เปิดกิจการขายของมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ จนกระทั่งจนมาถึงปัจจุบันมีอายุมากกว่า 80 ปี จากสถาปัตยกรรม อาคารไม้โบราณที่พบเห็นได้ตลอดแนวทางเดิน 2 ข้างทางเดินในตลาดแล้ว วิถีชีวิตบรรยากาศภายในตลาดการค้าขายที่ยังคงรักษาวิถีแ บบดั้งเดิมเช่นในอดีต บรรยากาศเป็นแบบตลาดเก่ามีข้าวของเครื่องใช้แบบเก่าๆ ที่ยังคงสภาพดีที่ไม่ค่อยได้เห็นกัน เช่น ของเล่นไขลาน , ตุ๊กตาไม้ไผ่, โมเดลรถและเครื่องบิน เป็นต้น ส่วนร้านค้าหลายร้านในตลาดสามชุกยังคงเอกลักษณ์บ้านเรือนที่สร้างด้วยไม้เก่าแก่นับร้อยปี โ ดยแต่ละร้านยังคงรักษาสภาพค้าขายแบบเดิมๆ ทำให้ตลาดแห่งนี้มีบรรยากาศของความเป็นตลาดโบราณ

นอกจากนี้ ตลาดแห่งนี้ยังมีชื่อเสียงทางด้านความอร่อยของอาหารการกิน ที่มีผู้มีฝีมือทางด้านการทำอาหารเป็นจำนวนมาก และความเป็นจุดเด่น คือ อาหารที่ตลาดสามชุกจะเน้นความเป็นอาหารและขนมไทยโบราณที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน ซึ่งชาวสามชุกได้พยายามรื้อฟื้นอาหารและขนมไทยโบราณขึ้นมาเป็นจุดเด่นของชุมชนที่สามารถดึ งดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2529:1)

ดังนั้น ในปี 2552 องค์การ ยูเนสโก ประกาศให้สามชุกตลาดร้อยปี "เป็นองค์กรภาคประชาชนที่อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมประเภท "ดี" ในเขตภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก " ที่ชุมชนเข็มแข็ง จนสามารถพลิกฟื้นคืนชีวิตให้แก่วิถีชีวิต และเศรษฐกิจจนกลับคืนมาได้สำเร็จ ต่อมาที่นี่ได้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นที่ยอมรับของนานาชาติ จนได้รับรางวัลอนุรักษ์ระดับดี หรือ "Award of Merit" จากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก

เมื่อตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นอาคารเรือนไม้เก่าแก่ตลาดโบราณเล็ก ๆ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีนที่มีร่องรอยความเจริญรุ่ งเรืองในอดีตของวิถีชีวิต พ่อค้า แม่ขาย ชาวสุพรรณบุรีที่ผูกพันกับลำน้ำสายนี้ ได้รับรางวัลมรดกโลกได้นั้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าวิถีชีวิตในอดีต พ่อค้า แม่ขาย ที่เป็นตลาดเก่าแก่โบราณตลอดริมแม่น้ำท่าจีนของจังหวัดสุพรรณบุรี ไหลผ่าน ย่อมมีคุณค่าทางจิตใจต่อมวลมนุษยชา ติ และควรได้รับการอนุรักษ์ไว้เช่นเดียวกัน เป็นที่น่าภาคภูมิใจสำหรับชาวสุพรรณบุรีเป็นอย่างยิ่ง ที่มีตลาดโบราณร้อยปีสามชุกได้รับรางวัลมรดกโลก ประเภทอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม แห่งเอเชียแปซิฟิก จากองค์การยูเนสโก (http://www.codi.or.th,18 มกราคม 2553)

ความสำเร็จจากการดำเนินงานการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จะไม่สามารถสำเร็จได้หากขาดการทำงานที่สอดคล้องกันทั้งภาครัฐและเอกชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน โดยการเปิดให้ช าวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การก่อให้เกิดจิตสำนึก (Civic Consciousness) ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่ม หรือองค์กร (Civic Group / Organization) เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุปร ะสงค์ร่วมกัน ภายใต้ระบบการ จัดการโดยเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (Civic Network) (ชูชัย ศุภวงศ์ ,2541 :165) และกลไกหลักที่สำคัญที่ใช้ในการจัดการ และเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ก็คือ “ การสื่อสาร ” (Communication)

ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ชุมชนได้เรียนรู้แนวทางการพัฒนาด้านการอนุรักษ์จากสังคมภายนอก และจากหน่วยงานต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชน โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งทำให้สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุกได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของชุมชนที่มีของดีมากมาย และร่วมมือกันพัฒนาศักยภาพของชุมชน กำหนดแบบแผน และบริหารจัดการชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในปัจจุบัน ซึ่งต้องผ่านกระบวนการการจัดการหลายขั้นตอน ทั้ งนี้ในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนนั้น “การสื่อสาร ” ถือเป็นกลไกลสำคัญดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ชุมชนต้องการ โดยใช้การสื่อสารเป็นเครื่อ งมือ

สร้างความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักและเห็นคุณค่าสิ่งดี ๆ ในชุมชน และทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดควา มเข้าใจกันได้ และอยู่ร่วมกันได้ สามารถช่วยกันทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งในอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้บรรลุเป้าหมาย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:1)

ชุมชนตลาดสามชุก เป็นชุมชนหนึ่งที่มีการบริหารจัดการโดยคนภายในชุมชน มีผู้นำชุมชนและคณะทำงานที่มีวิสั ยทัศน์ มีพื้นที่สาธารณะเพื่อใช้เป็นเวทีในการสื่อสารแลกเปลี่ยนทางความคิดขอคนในชุมชน เปิดโอกาสให้ทุกคนได้มี ส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาและอนุ รักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก มือ งค์กรที่มีกิจกรรมต่อเนื่องและจัดการตนเองให้แก่สมาชิกในชุมชน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ย ว องตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และ ศึกษาการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีจนเป็นที่ประสบความสำเร็จ ว่ามีลักษณะและกระบวนการดำเนินการอย่างไร ซึ่งการศึกษาจะทำให้ได้เกิดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารที่ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้หลักการมีส่วนร่วมของชุมชน อันจะเป็นแนวทางใ ห้ชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเกิดการเรียนรู้และนำแนวทางดังกล่าวนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นแบบอย่างในการร่วมมือของชาวบ้านในการดูแลรักษาวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชน

1.2 ปัญหานำการวิจัย

1.กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีลักษณะเป็นอย่างไร

2.การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อส ร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษา กระบวนการสื่อสาร โดยการวิเคราะห์จากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร /สื่อ ผู้รับสาร ผลสะท้อนกลับ ปฏิกิริยาโต้ตอบ รูปแบบการสื่อสารและ วิธีการสื่อสารเพื่ อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม แ ละการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของต ลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุ รี พื้นที่ทำการศึกษา คือ ชุมชนตลาดสามชุก ตั้งแต่ปี 2544 ถึงปัจจุบัน เนื่องจากเป็นช่วงที่ชาวตลาดสามชุกมีการรวมตัวกันและมีการแต่งตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเพื่อการอนุรักษ์ขึ้นมา เพื่อดำเนินการพัฒนาไปสู่การพัฒนาศักยภาพของตนเอง ฟื้นฟู อนุรัก ษ์ศิลปวัฒนธรรมและสภาพของชุมชนตลาดสามชุก จนเป็นชุมชนที่ได้รับรางวัลอนุรักษ์ระดับดี หรือ "Award of Merit" จากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ องค์กรยูเนสโก United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO) และได้รับการยกย่องให้เป็น “ชุมชนต้นแบบ” ในการพัฒนาประเทศทางด้านวัฒนธรรม จนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทยในปัจจุบัน

1.5 นิยามศัพท์

ศิลปวัฒนธรรมหมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ ขนบ ธรรมเนียม ประเพณี ภาษา ศิลปกรรม วรรณกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ต่าง ๆ ในชุมชนที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษในอดีตจนถึงปัจจุบัน

กระบวนการสื่อสารหมายถึง ขั้นตอนการแสดงข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการสื่อสารและวิธี การสื่อสารที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกกับชาวตลาดสามชุก ชาวตลาดสามชุกกับชาวตลาดสามชุก (ผู้ส่งสาร /Sender) แจ้งข้อมูลข่าวสาร ปัญหา และความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ (สาร / Message) ที่เกิดขึ้นในชุมชน ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ (ช่องทางการสื่อสาร /สื่อ Channel/Media) เพื่อให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกและชาวตลาดสามชุก ได้แลกเปลี่ยนทัศนะ ความคิดเห็น ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ผ่านมาสู่กันและกัน (ปฏิกิริยาโต้กลับ /Feedback) เกิดความเข้าใจกัน เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และร่วมกันแสวงหาแนวทาง (ผล/Effect) ในการพัฒนา

ชุมชนของตนเองอันนำไปสู่การเป็นชุมชนที่ได้รับรางวัลอนุรักษ์ระดับดี หรือ "Award of Merit" จากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก

รูปแบบการสื่อสารหมายถึง ประเภทขอ งการติดต่อสื่อสารซึ่งประกอบด้วยทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) และการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ตามลักษณะการใช้ที่เป็นการสื่อสารแบบทางการ และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ และตามทิศทางการไหล่ของข่าวสารตามแนวดิ่ง (Vertical Communication) ที่มีทั้งการสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down Communication) จากล่างขึ้นบน (Bottom-up Communication) และการสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication)

วิธีการสื่อสารหมายถึง การใช้สื่อและกิจกรรมเพื่อการสื่อสาร ได้แก่ สื่ อบุคคลที่เป็นกลุ่มย่อย/กลุ่มเล็ก สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นใบประกาศ ใบปลิว แผ่นพับ สื่อเฉพาะกิจที่เป็น หอกระจายข่าว เสียงตามสาย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นวิทยุชุมชน และกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันแหละกัน เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อความห มายระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกด้วยกันเองและชาวตลาดสามชุกด้วยกันเองรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ เข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามที่ผู้ส่งสาร

การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการสื่อสาร ที่รูปแบบและวิธี การสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการสนับสนุนในการดำรง รักษา ฟื้นฟู ดูแล ศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ให้คงสภาพหรือปรับปรุงในส่วนที่ดีงามของสิ่งเหล่านั้นไว้อย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เ พื่อให้คนในชุมชน และนอกชุมชนเห็นคุณค่ารวมถึงการมีความรู้ความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมดังกล่าวและเพื่อให้คงอยู่สำหรับคนรุ่นหลังได้ศึกษาค้นคว้า

การมีส่วนร่วมหมายถึง กระบวนการเพื่อการพัฒนาชุมชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ในลั กษณะของการเข้าร่วมการจัดการตั้งแต่ การเข้าร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผลในรูปของชุมชนที่ได้รับผลประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงกระบวนการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ทราบถึงการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

3. ทราบถึงสภาพทั่วไปของชุมชนที่ส่งเสริ มการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ประสบความสำเร็จ

4. ผลการศึกษาจะใช้เป็นข้อมูลสำหรับชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในการบริหารจัดการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒ นธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

5. ผลการศึกษาอาจใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะการดำเนินการในทำนองเดียวกัน ต่อไป

6. ผลการศึกษาเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ จะศึกษาวิจัยต่อในเรื่องเกี่ยวกับชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกันต่อไป

DPU

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของประชาชน

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับประชาสังคม

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของประชาชน

ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก โดยมีการตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ขึ้นมาเป็นแกนนำในการดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรมในการพัฒนาชุมชน ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ งให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชน เพื่อร่วมกันจัดตั้งองค์กรตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในการจัดตั้งองค์การของชุมชนตลาดสามชุก มีจุดเริ่มต้นจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนเพื่อร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้ นฟู สภาพของชุมชน จนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่น่าสนใจ

การรวมกลุ่มของประชาชน ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน อาทิ

Edger Schein (1992) ได้ให้คำจำกัดความของกลุ่มว่า กลุ่ม เป็นบุคคลจำนวนหนึ่งที่ติดต่อสื่อสารระหว่างกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และมีจำ นวนน้อยพอที่จะทำให้บุคคลแต่ละคนติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ทั้งหมด และเป็นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า

Feldmars and Arnold (อ้างถึงใน บุญเกิด มาอ่อง , 2537 : 8) ให้คำนิยามไว้ว่า “กลุ่ม” หมายถึง คนตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มารวมตัวกัน โดยมีลักษณะสำคัญคือ มีควา มสัมพันธ์กันรับรู้ว่า

ตนเองมีความสนใจและเป้าหมายร่วมกัน และมารวมตัวกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

Marvin E. Shaw (1971) ได้ให้ความหมายว่า กลุ่มคือ บุคคลสองคนหรือมากกว่า ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในลักษณะที่บุคคลแต่ละคนมีอิทธิพลและได้รับอิทธิ พลซึ่งกันและกัน และจากการที่กลุ่มบุคคลมีการปะทะสัมพันธ์ซึ่งกันและกันนี่เอง ทำให้กลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างจากการรวมตัวกันเฉย ๆ

ฑิตยา สุวรรณชฎ (2517 : 17) กล่าวถึงกลุ่มในลักษณะที่เรียกว่า “กลุ่มสังคม” หมายถึงกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปได้มีปฏิกิริยาโต้ตอบ ในทางสังคมซึ่งกันและกัน (Social Interaction) พฤติกรรมทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการกระตุ้น หรือ เร้าใจอีกฝ่ายหนึ่ง ปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นการตอบสนองอีกฝ่ายหนึ่งได้ การแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบกันในกลุ่มนี้อาจมีได้ทั้งลักษณะติดต่อทางตรง หรือ ทางอ้อ มสมาชิกของกลุ่มแต่ละคนจะต้องมีสิทธิ์ (Right) และความรับผิดชอบในหน้าที่ จะสามารถแยกผู้ที่เป็นสมาชิกออกจากผู้ที่มิได้เป็นสมาชิกและสามารถใช้เป็นแนวทางให้สมาชิกของกลุ่มคาดหวังท่าที บทบาทของสมาชิกแต่ละคนได้ ตลอดจนอาจจะทำให้เกิดมีการบังคับโดยตรง หรือ ทางอ้อม ที่ จะให้สมาชิกแต่ละคนยอมรับและประพฤติตนตามสิทธิและหน้าที่ของตนอีกด้วย การที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเองนั้นจะต้องอาศัยการรวมพลังกันของทุกฝ่ายในชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดซึ่งกันและกันและร่วมกันหาทางออกในการแก้ไขปัญหา นั้นก็คือ การรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนนั้นเอง

ดังคำกล่าวของ ดิเรก เต็งจำรูญ (อ้างถึงในสุรีรัตน์ กฤษณะรังสรรค์ , 2540 : 9) ว่าการรวมพลังประชาชน จัดตั้งเป็นองค์ประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของชุมชน ด้วยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน คิดปรึก ษาหารือ วางแผนและร่วมกันลงมือกระทำจนกระทั่งถึงสิ่งสุดท้าย คือ การได้รับการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนั้น ซึ่งรวมตัวกันเป็นองค์การประชาชนนั้นจึงไม่ใช่เป็นการรวมตัวกัน เพื่อต้องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น แต่จะต้องครอบคลุมทุกด้านที่เกี่ยวข้ องกับมนุษย์ในการพัฒนาชุมชน จึงถือได้ว่า กลุ่มเป็นหัวใจสำคัญในการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่ชุมชน

จะเห็นได้ว่า ลักษณะของกลุ่ม คือ ต้องประกอบด้วยคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมตัวกัน การรวมตัวกันของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กัน มีความสนใจร่วมกัน หรือการแสด งออกร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอย่างสมัครใจ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดและร่วมกันหาทางออกในการแก้ไขปัญหาให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

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

1. ความน่าสนใจอันเกิดจากความสัมพันธ์ส่วนตัว (Interpersonal Attraction) Show ได้เน้นถึงกลุ่มคนที่รวมกันว่ามีส่วนสร้างความใกล้ชิดสนิทสนมกัน การติดต่อกันบ่อย ๆ จนกระทั่งเกิดผลแห่งการปฏิกิริยาร่วมกันในการปฏิบัติแก่กัน เกิดความรักชอบกันเป็นส่ วนตัวอันเกิดจากความเหมือนกันในทัศนคติ รูปร่าง ความสามารถ ฯลฯ การมีลักษณะท่าทาง และบุคลิกที่น่าศรัทธาก็เป็นได้

2.กิจกรรมของกลุ่ม (Activities) การที่คนเราเข้าร่วมกลุ่ม กิจกรรมของกลุ่มมีความสำคัญไม่น้อย กิจกรรมของสมาชิกกลุ่ม หรือผู้เข้าไปร่วมกับกิจกรรมที่กลุ่ มจัดนั้น สอดคล้องพ้องกับความสนใจของผู้เข้าร่วม ความสนใจในกิจกรรมในที่นี้มิจำเป็นว่าผู้เข้ากลุ่มจะต้องมีความสามารถ แต่เขามีความสนใจในกิจกรรมนั้น

3.เป้าหมายของกลุ่ม (Group Goal) การมีเป้าหมายของกลุ่มที่น่าสนใจ หรือเป้าหมายเดียวกันในคนอาชีพเดียวกัน มีความ สนใจเหมือนกัน แม้คนต่างอาชีพกันแต่หากมีงานอดิเรกที่มีเป้าหมายตรงกันก็คบกันและรวมกลุ่มกันได้ เป้าหมายของกลุ่มที่ทำให้คนรวมกันหรือเข้ากลุ่มกันก็เพราะเขามีความชอบในเป้าหมายของกลุ่มที่วางไว้เหมือนกัน

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

5.การเอาความเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นเครื่ องมือหาผลประโยชน์ (Instrumental Effects of Group Membership) จากการศึกษาเรื่องกลุ่มได้ค้นพบว่า สมาชิกบางคนเข้ากลุ่มเพื่อหวังผลประโยชน์บางประการ ที่มิใช่เป็นเป้าหมายของการรวมกลุ่ม การเข้าสมาคมที่มีชื่อเสียง เพราะจะได้มีโอกาสสนิทสนมกับผู้ใหญ่ อันจะเป็นประโย ชน์ต่อหน้าที่การงาน หรือธุรกิจที่ประกอบอยู่ เพราะคนที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็อยากให้กลุ่มได้บรรลุถึงเป้าหมายเหมือนกัน แต่หากเป้าหมายส่วนตัวของคนในกลุ่มยังไม่บรรลุ การเห็นอกเห็นใจกันจะเกิดขึ้น การช่วยเหลือส่วนตัวมักจะเกิดขึ้น

นอกจากนี้ Scott Peck (1987) ได้เสนอว่าการที่จะเกิดการรวมตัวของในชุมชนได้เมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน หรือ คนในชุมชนเห็นปัญหาร่วมกันในชุมชนแล้ว จึงรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหา และเมื่อปัญหาต่าง ๆ หมดไปการรวมตัวของคนในชุมชนจะลดลงไปด้วยเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตา ม เราสามารถที่จะสร้างสรรค์การรวมตัวของคนในชุมชนขึ้นมาได้ โดยจะเรียกการรวมตัวในลักษณะนี้ว่า “Community By Design” โดยได้เสนอพื้นฐานต่าง ๆ ในการรวมตัวของประชาชนในลักษณะนี้ไว้ 6 ประการ คือ

1. มีกระบวนการในการรวมตัว ซึ่งในกระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้จะใช้การสื่อ สารเป็นกลไกหลักในกระบวนการต่าง ๆ

2. มีการสื่อสารระหว่างบุคคลต่าง ๆ ที่เข้ามารวมตัวกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการรวมตัว และควรมีการสื่อสารที่ดีเป็นพื้นฐานในการรวมตัวกัน

3. ควรมีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้คนที่เข้าร่วมได้มีการเรียนรู้ เพื่อที่จะนำไปสู่การสนใจเข้าร่วมในที่สุด

4. การรวมตัวกันเป็นชุมชน สามารถที่จะถ่ายทอดให้ คนในชุมชนได้รู้ได้ในวิธีการต่างๆ

5. การสื่อสารในการสร้างชุมชนควรจะมีการเรียนรู้จากความเคยชิน

6. คนในชุมชนส่วนใหญ่ จะรับรู้ว่าการทำตามกระบวนการเข้าร่วมเป็นอย่างไร แต่ถ้าพวกเขารู้ว่าการเข้าร่วมเป็นไปเพื่ออะไร จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง

นอกจากนี้ การที่กลุ่มมีการพัฒนาจนเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้นั้น ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการที่ประสบกับสถานการณ์ปัญหาหรือความกดดันร่วมกัน จนทำให้บุคคลที่เข้ามารวมตัวกันเกิดสำนึกร่วมกัน มีความศรัทธาในการมารวมตัวและเห็นผลประโยชน์ในการรวมตัวกัน หรืออาจเกิดจากความสัมพันธ์ฉันเครือญาติภายในองค์กรประชาชนที่มีต่อกัน โดยมีพื้นฐานทางวัฒนธรรม ศาสนา ประเพณีอันเดียวกัน (กองบรรณาธิการ “เครือข่าย : จุดหักเหแห่งการรวมตัว ” อ้างถึงใน นริศรา นงนุช , 2544 : 40)

นอกจากนี้ Robert Putnam (ฐิรวุฒิ เสนาคำ แปล , 2540 : 5) พบว่า องค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดประชาสังคมที่เข้มแข็ง คือ โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ และช่องทางการสื่อสาร โดยได้ค้นพบว่า ชุมชนที่เข้มแข็งจะต้องมีสถานที่ที่ผู้คนสามารถพูดถึงปัญหาร่วมกัน ทั้งเป็นการพูดคุยแบบเป็นทางการ เช่น เวที หรือ การประชุมของเมือง และการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ เช่น การสนทนาของคนสองคน หรือการสนทนาของคนกลุ่มเล็กซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีความสำคัญต่อการเกิดความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาร่วมกันและจะช่วยสร้างความเป็น “พลเมือง ” ให้กับประชาชน

โครงสร้ างพื้นฐานสาธารณะที่คนในชุมชน จะได้มีโอกาสมาพบปะกันแยกได้เป็นหลายระดับ คือ

- ระดับพื้นฐานที่สุด คือ การพบปะของผู้คนเป็นครั้งคราว (ad hoc associations) การพบปะนี้อาจจะเป็นการพบปะกันในสภาการพัฒนาท้องถิ่น หรือ การพบปะของเพื่อนบ้าน ซึ่งเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีความสัมพันธ์กัน

- ระดับถัดมา คือ การรวมตัวกันเป็นกลุ่มที่เน้นงานด้านใน ด้านหนึ่ง หรือเป็นองค์กรกระตุ้น เช่น มูลนิธิชุมชน

- ระดับสูงสุด คือ การเป็นองค์กรเครือข่าย ทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน หรือช่วยเหลือแก่องค์กรสมาชิก (องค์กรร่ม) ซึ่งเป็นการเชื่อมองค์กรสมาชิก และสมาชิกเข้าหากัน

ดังนั้น การพบปะหรือองค์กรทุกประเภทข้างต้นเป็นช่องทางการสื่อสาร (Channel of communication) ซึ่งเราจะเห็นได้ว่า โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะกับโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารเป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะจะอิงอยู่กับระบบสังคมที่ไม่เป็นทางการ เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ เป็นการดึงผู้คนให้เข้ามาพบปะพูดคุยกัน ซึ่งการพูดคุยดังกล่าว อาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันจนไปถึงประเด็นลึก ๆ เช่น ปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองไปด้วยก็ได้

นอกจากนี้ การพบปะสมาคมจำเป็นต้องมีลักษณะพิเ ศษ คือ จะเป็นการพบปะสมาคมกัน ที่วางอยู่บนความซื่อสัตย์ ความเชื่อถือกันและกันของเพื่อนบ้าน คนในครอบครัว และคนแปลกหน้าที่เข้ามาทำงานในชุมชนด้วย ซึ่งเป็นการรู้จักกันในฐานะที่เป็นปัจเจกชน และประชาชนทุกคนจะต้องมีโอกาสในการเข้าร่วมในการพูดถึงปัญหาความเป็นอยู่ของ ชุมชนด้วยไม่ว่าจะเป็นในเวทีวงเล็กหรือเวทีสาธารณะขนาดใหญ่ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้รู้จักกับคนที่สนใจในเรื่องเดียวกัน

ในการจัดการด้านต่าง ๆ ภายในชุมชน ประชาชนในชุมชนจะมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อรวมพลังกันในการพัฒนาชุมชน และในงานวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาตั้งแต่ก ารรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก เพื่อร่วมมือกันพัฒนา การจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มไม่มีการหยุดนิ่ง แต่จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงภาวะภายในอยู่ตลอดเวลา Tuckman ได้พยายามชี้ให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงภาวะภายในกลุ่ม จากทฤษฎีของการพัฒนาของกลุ่ม (Theory of Group Development) โดยสรุปว่า ในกลุ่มปฏิบัติงานและกลุ่มพัฒนา จะมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการในกลุ่มเป็น 4 ระยะคือ

ระยะที่หนึ่ง ระยะจัดตั้ง (Forming)

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

ระยะที่สอง ระยะขัดแย้ง (Storming)

จากการที่ต่างคนต่างแข่งขันกันเป็นผู้นำในเรื่องต่าง ๆ จะทำให้เกิดการไม่พอใจขึ้นอย่างแพร่หลาย ทั้งผู้ที่จะพยายามนำและผู้รับฟัง ทั้งนี้ เพราะต่างคนต่า งไม่ค่อยจะยอมกันง่าย ๆ

หากปรากฏมีผู้นำเป็นทางการขึ้นในกลุ่มระยะนี้ สมาชิกแต่ละคนมักจะคอยจับผิด ในแง่ของความไม่สามารถ หรือข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่ปรากฏ และเกิดความข้องคับใจ การนึกคิดในทางต่อต้านต่อกลุ่มจะมีในระยะนี้ ถ้ากลุ่มใหญ่จะใช้เวลาในระยะนี้นานกว่ากลุ่มเล็ ก เป็นระยะที่จะตกลงในเรื่องต่าง ๆ ได้ยาก ทั้งนี้ ก็เพราะว่า สมาชิกยังไม่รู้จักสนิทสนมกันมาก่อน จึงมักจะไม่ค่อยยอมกันง่าย ๆ ทางที่ดีควรให้สมาชิกได้ทำความรู้จักสนิทสนมกันเสียก่อนที่จะเริ่มประชุมปฏิบัติงาน

ระยะที่สาม ระยะยินยอม (Naming)

เป็นระยะที่สมาชิกชั กจะเรียนรู้ว่าอะไรเป็นอะไรจากลุ่มมากขึ้น เช่น ชักจะรู้สึกตัวว่าต่อต้านเขามากเกินไป หรือพูดมากไป หรือใช้อารมณ์มากไป หรือรู้สึกเหนื่อย หรือได้ข้อคิดจากการอภิปรายของสมาชิกคนอื่น ๆ มากขึ้น จนจำนนด้วยเหตุผล ภาวะของกลุ่มก็ชักจะเข้ารูปเข้ารอย ตามจุดมุ่งหมายที่วาง ไว้ สมาชิกส่วนใหญ่จะยอมรับปทัสถานของกลุ่ม หรือข้อตกลงต่าง ๆ ง่ายดายขึ้น ถึงแม้จะมีบางคนยังไม่ยอม ก็ต้องยอมตามความคิดส่วนใหญ่

ระยะที่สี่ ระยะดำเนินการ (Performing)

ระยะที่กลุ่มจะมีอิทธิพลโดยสมบูรณ์ พลังของกลุ่มจะบังคับสมาชิกทุกคนให้ดำเนินการตามเป้าหมายขอ งกลุ่ม เป็นระยะที่ทำให้เกิดมีผลงานของกลุ่มขึ้น การขัดแย้งต่าง ๆ จะสอดคล้องต้องกัน (consensus) ระยะนี้อาจมีสมาชิกที่ไม่ยอมใครอาจจะมีการออกไปจากกลุ่ม อิทธิพลของกลุ่มจะสอนให้สมาชิกทุกคนต้องยอมอดทนต่อความนึกคิดขัดแย้ง เป็นการพัฒนาตนเองอีกแบบหนึ่งที่ได้รับจากอิทธิพลของกลุ่ม

Judith Dwyer (1997 : 140) ได้เสนอพัฒนาการอีกระยะหนึ่งของกลุ่ม คือ ระยะเปลี่ยนแปลง (Adluming) เป็นระยะที่กลุ่มเริ่มมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ หลังจากที่กลุ่มได้ทำงานสิ้นสุด หรือ บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มแล้ว หรือ ผู้บริหาร คณะกรรมการของ กลุ่มหมดวาระลง จะเกิดความชัดเจนในเรื่องผลงาน และความสัมพันธ์กันของสมาชิก สมาชิกจะตรวจสอบถึงผลการดำเนินงาน และวางแผนการทำงานครั้งต่อไป และจะละทิ้งออกจากกลุ่มไปในที่สุด

นอกจากนี้ ได้มีการสรุปกระบวนการเกิดกลุ่มของนักวิชาการหลายท่านไว้ในแนวเดียวกัน (อ้างถึงใน สุรีรัตน์ กฤษณะรังสรรค์ , 2540 : 1) ดังนี้

ขั้นก่อตัวของกลุ่ม ที่เกิดจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจนกระทั่งกลายเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกถึงสิ่งที่เผชิญอยู่

ขั้นดำเนินการเคลื่อนไหว หรือ การรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่ม หลังจากที่พูดคุยตกลงกันจึงต้องมีการวางแผนงาน วางระเบียบและวางแนวทางในการทำงานกลุ่ม

ขั้นเจริญเติบโตและการขยายกิจกรรมของกลุ่ม ระดมทรัพยากรจากภายในและภายนอกชุมชน ใช้กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ในการสร้างเครือข่ายกลุ่ม

นอกจากนี้ จุมพล หนิมพานิช , (มปป. : 4 - 8) ได้กล่าวถึงการจัดตั้งกลุ่มและขั้นตอนต่าง ๆ ในการพัฒนากลุ่ม สรุปได้ว่ามี 4 ขั้น คือ

1.ขั้นพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Orientation)

2.ขั้นการแก้ปัญหาภายใน (Internal Solving)

3.ขั้นเจริญก้าวหน้าและประเมินผล (Growth and Productivity)

4.ขั้นการควบคุมและประเมินผล (Control and Evaluation)

การที่ประชาชนจะรวมตัวกันเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้น กลไกหนึ่งที่สำคัญคือ การสื่อสารที่จะทำหน้าที่เชื่อมโยง ประสานความสัมพันธ์ เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้สึกของประชาชน จนกระทั่งหลอมรวมความเป็นหนึ่งอันเดียวกันในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งให้ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่สมาชิกของกลุ่มนั้นต้องการให้เกิดขึ้น

การสื่อสารนับเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญประการหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องในการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารเ ปรียบเสมือนสายใยของสังคมที่ประสานหน่วยงานต่าง ๆ ของสังคมให้รวมเข้าด้วยกัน การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคมได้นั้น เกิดจากการที่มนุษย์ทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสร้างกฎระเบียบของสังคมให้เป็นที่ยอมรับระหว่างสมาชิก

นอกจากนี้ การสื่อสาร จะเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชนให้เข้ามารวมกลุ่มกัน โดยผ่านกระบวนการพบปะพูดคุย การประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้เกิดแผนการดำเนินการในการพัฒนาชุมชน

ในการนี้ Everett M. Roger (1983) ได้เสนอว่า การสื่อสารจะมีประสิท ธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่น คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใคร จะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่น เมื่อผู้ส่งสรมีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน (Homophile) เช่น ทัศนคติ ค่านิยม การศึกษา สถานะสังคม ฯลฯ โดยบุคคลส่วนใหญ่จะมีความสบายใจที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกับตนเองมากกว่า การพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกับตน ซึ่งต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำให้สื่อสารประสบผล เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รั บสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterophony) อาจทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้ และผู้รับสารเองอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวก หรือไม่สบายใจที่จะทำการสื่อสาร

สำหรับ การ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อเกิดการรวมตัวกั นของประชาชนภายในชุมชน เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ตลอดจนร่วมกันวางแผนและจัดการปัญหา เพื่อไปสู่ความต้องการของชุมชนร่วมกันนั้น ต้องใช้ "การสื่อสาร" เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา และเข้ามามีส่วนร่วมในก ารหาทางออกของปัญหาที่กำลังประสบในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการ (Process) ที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ในด้านการดำเนินชีวิต สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการ ศึกษา จนอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นฟันเฟืองของเครื่องจักรกลแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้อย่างไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือ (Instrument) และวิธีการ (Means) ในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการสื่อสารเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งจนไม่อาจละเลยได้ (กิติมา สุรสนธิ, 2541:1)

2.2.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการที่มนุษย์ทำการสื่อสารกันนั้น จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่าง ใดในการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ ซึ่งสามารถสรุปวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:15-17)

1.วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้ส่งสารในกา รทำการสื่อสาร ได้แก่

1.1เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) โดยผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะบอกแจ้งหรือชี้แจงข่าวสารเรื่องราว เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบหรือเกิดความเข้าใจ

1.2เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (to teach or educate) ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะสอนวิชาความรู้หรือเรื่องราวที่มีลักษณะเป็นวิชาการเพื่อให้ผู้รับสารได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิม

1.3เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (to please or entertain) ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรื่นเริงบันเทิงใจจากสารที่ตนส่งออกไป ไม่ว่าจะในรูปของการพูด การเขียนหรือการแสดงกิริยาท่าทาง

1.4เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (to propose persuade) ผู้ส่งสารได้เสนอแนะสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสารและมีความต้องการชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมรับ

ปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

2.วัตถุประสงค์ขอผู้รับ ในส่วนของผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสารกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งผู้รับสารก็มีวัตถุประสงค์หรือความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากการสื่อสารนั้นๆ กล่าวโดยสรุปวัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้รับสารในก ารทำการสื่อสารได้แก่

2.1 เพื่อทราบ (to know or understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราวข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่มีผู้แจ้งหรือรายงานหรือชี้แจงหากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นของใหม่ ก็ทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารเพิ่มเติม หากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นของใหม่ ก็ทำให้ผู้รับข่าวสารได้ข่าวสารเพิ่มเติม หากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นสิ่งที่ตนได้เคยทราบมาก่อน ก็เป็นการยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่ตนมีอยู่ให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น ในทาง ตรงกันข้าม หากข่าวสารที่ได้มาใหม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่ตนมีอยู่เดิม ผู้รับสารก็จะได้ใคร่ครวญว่าข่าวสารใดมีความน่าเชื่อถือหรือมีความถูกต้องมากกว่ากัน

2.2 เพื่อเรียนรู้ (to learn) การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสารลักษณะของสารในกรณีนี้ มักจะเป็นสา รที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้และวิชาการ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติม และเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

2.3 เพื่อหาความพอใจ (to enjoy) โดยปกติคนเรานั้นนอกจากต้องการจะทราบข่าวคราว เหตุการณ์ และศึกษาหาความรู้แล้ว ยังต้องการควา มบันเทิงต้องการการพักผ่อนหย่อนใจด้วย

2.4 เพื่อการทำหรือตัดสินใจ (to dispose or decide) ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น สิ่งหนึ่งที่เราต้องกระทำอยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจการทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการตัดสินใจของเรานั้น มักจะได้รับการเสนอแนะหรือชักจูงใจใ ห้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราขึ้นอยู่ที่ว่าข้อเสนอแนะนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือและเป็นไปได้เพียงใด รวมทั้งอาศัยจากข่าวสาร ข้อมูลความรู้ และความเชื่อที่เราสั่งสมมาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของเรา

จะเห็นได้ว่า ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ของตนเอง มีความต้องการของตนเอง เมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้งสองฝ่ายสอดคล้องต้องกัน การสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ทั้งสองฝ่ายได้สิ่งที่ตนต้องการ ในทางตรงกันข้าม เมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์ หรือความต้องการของทั้งสองฝ่ายไม่สอดคล้องต้องกันหรือขัดแย้งกัน การสื่อสารก็จะประสบความล้มเหลว

2.2.2 กระบวนการของการสื่อสาร

สืบเนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการ และภายในกระบวนการสื่อสารนั้นก็มีองค์ประกอบย่อยๆ ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ สามารถที่จะพิจาร ณาองค์ประกอบเหล่านั้นได้ดังต่อไปนี้ (กิติมา สุรสนธิ, 2540: 6-17; บุญเลิศ ศุภดิลก, 2523:16-18)

1. ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นองค์ประกอบแรกในกระบวนการสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการ ผู้ส่งสาร หมายถึง ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องก าร มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งการเลือกข้อมูลข่าวสาร สารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะทำให้สารไปถึงผู้รับ รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่ตนสื่อสารด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือสังคม เป็นต้น

2. สาร (Message Codes) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Code) และรหัสของสารที่ไม่ใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Non- verbal Message Codes)

2.1 รหัสสาร (Message Codes) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Massage Code) และรหัสของสารที่ไม่ใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Non-verbal Massage Code)

2.2 เนื้อหาของสาร (Message Content) หมายถึง เรื่องราวต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท หลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดย ทั่วไป และเนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่ากับเนื้อหาประเภทความคิดเห็นเนื้อหาบันเทิงและเนื้อหาชักจูงใจ เป็นต้น

2.3 การเรียงลำดับสาร (Massage Treatment) หมายถึง รูปแบบวิธีการในการนำรหัส สารมาเรียบเรียง เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะ

โครงสร้างของภาษา (Structure) และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลซึ่งส่วนใหญ่จะจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลา (Styles) ส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้ส่งแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร เช่น คนที่อารมณ์เย็น มักพูดจาด้วยวิธีการที่สุภาพ สุขุม เยือกเย็น ในขณะที่คนอารมณ์ร้อนมักพูดรวบรัดสรุป เพื่อให้จบเร็วๆ เป็นต้น

3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) หมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสาร จึงอาจหมายถึง ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัสและการลิ้มรส เป็นต้น นอกจากนี้ ช่องสารหรือสื่อยังอาจหมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวคนเราด้วย สื่อแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1) สื่อที่เป็นมนุษย์ หรือสื่อบุคคล (Personal Media) อันได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้นำสารไปยังผู้รับสาร หรือ ในอีกแง่หนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารนั่นเองที่ทำการเข้ารหัสสาร (Encode) ให้ผู้รับสารได้รับรู้และเข้าใจในสิ่งที่ตนต้องการ

2) สื่อที่ไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอาจหมายถึง สื่อธรรมชาติ หรือสื่อที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น อันได้แก่ สื่อมวลชล (Mass Media) และสื่อระยะไกล (Telecommunication) สำหรับสื่อที่เป็นสื่อมวลชลนี้แบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) อันได้แก่ หนังสือพิมพ์นิตยสาร หนังสือแผ่นพับ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (กิติมา สุรสนธิ, 2540, น. 6-17)

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงอาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็น สมาชิกของกลุ่ม หรือไม่ก็เป็นมวลชน

5. ผล (Effect) ผลของการสื่อสาร หมายถึง การเปลี่ยนแปลง หรือ ข้อแตกต่าง (Change or discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อันเนื่องจากข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสามารถแยกเป็นระดับบุคคลหรือระดับส่วนรวม หรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้ ในระดับบุคคล ซึ่งเป็นระดับจุลภาพ (micro-individual level) ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม

6. ปฏิกิริยาโต้ตอบ (Feedback) หมายถึง วิธีการหรือกิริยาท่าทางที่ฝ่ายผู้รับสารใช้หรือแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ ทั้งนี้สืบเนื่องจากผล (Consequence) ของข่าวสาร ปฏิกิริยาโต้ตอบนับว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งทราบว่าข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้รับผลตามเป้าหมายหรือไม่เพียงไร ลักษณะของปฏิกิริยาโต้ตอบอาจเป็นไปโดยตั้งใจและโดยสำคัญก็ได้ และมีลักษณะที่เป็นทั้งผลดีและผลเสียได้เช่นเดียวกัน ปฏิกิริยาโต้ตอบนั้นมีหน้าที่

สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ เป็ นกลไกควบคุม (Control or Cybernetic Mechanism) ของกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปฏิกิริยาโต้ตอบที่เป็นผลเสียหรือเชิงลบ มีบทบาทสำคัญมากเพราะจะคอยแจ้งให้ผู้ส่งสารทราบว่าการส่งสารผิดพลาด ล้มเหลว หรือบกพร่องแค่ไหนเพียงไร เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น

2.2.3 รูปแบบการสื่อสาร

ทั้งนี้โดยอาศัยรูปแบบของการสื่อสารลักษณะต่างๆ ซึ่งได้มีการจำแนกรูปแบบการสื่อสารในหลายลักษณะตามหลักเกณฑ์ ที่ใช้ในการพิจารณาที่แตกต่างกันไป ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบของการสื่อสาร 3 ลักษณะ คือ (นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541:30-34)

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1.1 การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกิริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงปราศจากการคำนึงถึงปฏิกิริยาโต้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย

1.2 การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่งในขณะเดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่งจึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้กลับ (Feedback) ของผู้รับสาร

2. จำแนกตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญตามระเบียบแบบแผนที่กำ หนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้งนโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และมิได้ดำเนินไปตามร ะเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนมคุ้นเคย และจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็น

การสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน

3. จำแนกตามทิศทางการไกลของข่าวสาร การสื่อสารในลักษณะนี้ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

3.1 การสื่อสารตามแนวดิ่ง(Vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น

3.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down หรือ Downward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำ กว่า โดยออกมาในรูปของนโยบาย แผนงาน ประกาศ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งตำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการตัดสินใจ และไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

3.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up หรือ Upward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า ขึ้นไปสู่ผู้รับสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ติดต่อสื่อสารกัน โดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างเท่าเทียมกัน การสื่อสารรูปแบบนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมนั้น มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเต็มที่

3.2. การสื่อสารตามแนวนอน หรือ แนวราบ (Horizontal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือตำแหน่งที่เสมอกัน ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนฝูงญาติพี่น้องการสื่อสารรูป แบบนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

2.2.4 วิธีการของการติดต่อสื่อสาร

1. การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำหรือแบบวัจนะ (Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยคำพูด หรือ ตัวเลข เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปขอ ง ภาษาพูด ภาษาเขียน หรือ ภาษาทางคณิตศาสตร์ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ลัก ษณะการสื่อสารแบบวัจนะได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

2. การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำหรือแบบอวัจนะ (Non-Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทางสีหน้า การเคลื่อนไหวส่วนใด

ส่วนหนึ่งของร่างกายตามธรรมชาติของคน ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะตนเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสภาพเช่นใด เช่น การสั่นศีรษะแสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจ หรือเห็นด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้ นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสาร รูปแบบหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวั ตถุประสงค์ขององค์การ การประชาสัมพันธ์ จะเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร พร้อมเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนภายนอก เพื่อหวังผลให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนภายนอกอย่างกว้างขวาง

สำหรับการประชาสัมพันธ์นั้น ได้มีผู้ให้นิยามความหมายไว้มากมาย ซึ่งมีทั้งส่วนเหมือนและต่างกัน ดังนี้

Boon and Kurtz (1995) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นการติดต่อสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ของบริษัทกับกลุ่มชุมชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษั ท ชุมชนเหล่านี้ ได้แก่การ ลูกค้า ปัจจัยการผลิต ผู้ถือหุ้น พนักงานของบริษัท รัฐบาล สาธารณชนทั่วไป และสังคม ซึ่งองค์การนั้นดำเนินงานอยู่

การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากจากวางแผนล่วงหน้าในการที่สร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

ส่วนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดนั้น Thomas L. Harris ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดเป็นกระบวนการของการวางแผน , ปฏิบัติงาน และการประเมินผล ซึ่งกระตุ้นการซื้อและความพอใจของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้างการสื่อสารที่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความประทับใจ โดยระบุชื่อบริษัทและสินค้าของบริษัท ซึ่งตรงกับความต้องการ , ความเกี่ยว พันและความสนใจของผู้บริโภค

หนังสือ The Market’s Guide to Public Relations ได้ให้คำนิยามของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดไว้ว่า กระบวนการวางแผน ปฏิบัติ และประเมินผลโปรแกรมที่สนับสนุนการซื้อและความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านการสื่อสารที่น่าเชื่อถือ โดยใช้ข้อมูลแล ะสิ่งที่น่าประทับใจที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัท และสินค้าที่เป็นความต้องการ ความปรารถนา เอาใจใส่และน่าสนใจของผู้บริโภค (อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2540)

Rene A. Herry Jr. ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดไว้ว่า คือ สิ่งที่ครอบคลุมเนื้อหา โดยรวบรวมเอาไว้ทั้งหมดที่เกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชน และแสดงข้อมูลข่าวสาร หรือการรณรงค์ไปถึงคนส่วนใหญ่ หรือรับเฉพาะเจาะจง เพื่อให้มีอิทธิพลในการเพิ่มการขาย หรือการใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร Marketing Public Relations จะประสบความสำเร็จได้เกิดจากการรวมกันของเทค นิคสื่อสารที่หลากหลาย และใช้อย่างชำนาญและเป็นมืออาชีพ จะช่วยให้บริษัทบรรลุยอดขายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (อ้างถึงใน ดารา ทีปะปาล, 2541)

Richard Weiner ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดไว้ว่า คือ การใช้ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และเทคนิคเพื่อ การบรรลุวัตถุประสงค์ของ Marketing Public Relations คือ เพิ่มการรับรู้ กระตุ้นยอดขาย ช่วยให้การสื่อสารได้ง่ายขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับบริษัทและตราสินค้า หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของ Marketing Public Relations คือ การสื่อสารด้วยข้อมูลที่น่าเชื่อ อถือ เป็นผู้สนับสนุนเหตุการณ์ที่สำคัญ และช่วยเหลือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ส่วนการเผลแพร่ข่าวสาร (Publicity) หมายถึง ข่าวสารที่เผยแพร่ต่อ สาธารณชนเกี่ยวกับบริษัทสินค้าและบริการปรากฏในสื่อมวลชนต่าง ๆ ในรูปของข่าว โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (Lamb.Hair and McDaniel. 1992 : 436) การเผยแพร่ข่าวเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง ในบรรดาเครื่องมือต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ

Chris Fill ได้อธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะตัวของการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างไปจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

1. การจัดการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นการใช้ข่าวสาร หรือการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ใด ๆ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือเช่าเวลาหรือพื้นที่ของสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ จึงทำให้ผู้รับข่าวสารเป้ าหมายให้ความเชื่อถือในข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์มากกว่าข่าวสารจากการโฆษณา

2. ผลจากการเผยแพร่ข่าวสารประสัมพันธ์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นค่าเช่าหรือซื้อพื้นที่หรือเวลาของสื่อ ทำให้การควบคุมการเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์ธุรกิจนั้นทำได้ยาก ภาพข่าวแจก (Press Release) ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร ธุรกิจจัดทำขึ้นจึงอาจไม่ได้รับความร่วมมือลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ หรืออาจถูกตัดทอนข้อความบางอย่างออกไปหรืออาจถูกจัดวางตำแหน่งที่ไม่สะดุดตาผู้อ่าน เป็นต้น

3. ต้นทุนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรถือว่าต่ำมากเ มื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนของเครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่น ๆ เว้นเสียแต่ว่าองค์กรนั้น ๆ จะใช้บริการการประชาสัมพันธ์จาก

ตัวแทนการประชาสัมพันธ์ แต่ค่าใช้จ่ายดังกล่าวก็ยังจัดว่าต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านตัวแทนโฆษณาต้นทุนการเข้าถึงผู้รับข่าวสารเป้าหมายของการป ระชาสัมพันธ์ (C.P.M. of Public Relations) จึงต่ำมาก เนื่องจากมีเฉพาะต้นทุนการจัดทำเอกสารข่าวแจก การผลิตวัตถุ อุปกรณ์ตกแต่ง การจัดนิทรรศการ ฯลฯ

4. การประชาสัมพันธ์สามารถนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น การจัดอบรมผู้นำเยาวชนของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย การจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ การสัมมนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น การอบรมเหล่านี้มักจะไม่เก็บค่าใช้จ่ายหรือเก็บค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อยในการเข้ารับการสัมมนา หรือการอบรม จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับต่อข่าวสารและให้ความสนใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ข้อได้เปรียบของการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว คือ เสียค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว นอกจากนั้นข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ยังได้รับความเชื่อถือมากกว่าเครื่องมือสื่อสารอื่ น ๆ อีกด้วย เช่น การโฆษณา เป็นต้น

2.2.6 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารหรือปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่านั้น อาจจะเป็น 3 คน หรือกลุ่มย่อย (small Group) ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสา มารถที่จะซักถามทำความเข้าใจและมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลมีองค์ประกอบของการสื่อสารครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร ผลและปฏิกิริยาสนองกลับ Roger และ Shoemaker กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับสา รนั้น ควรใช้การศึกษาระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารสื่อบุคคลนี้มีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสิน ใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น

2.2.6.1 ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

เสถียร เชยประทับ (2528) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ ดังนี้

1.สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถที่จะไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งส ารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนองหรือปฏิกิริยา

ย้อนสะท้องกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำสารได้

2.สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ Lazarsfeld และ Menzel (1983) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

1.สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถี การพูดคุยเป็นกันเอง โดยส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น

2.การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้

3.การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าตนเองได้รับรางวัลในเรื่ องที่ว่า สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

Roger and Shoemaker (1971) กล่าวว่า “ในกรณีต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับข่าวสารที่เสนอไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการตัดสินใจยอมรับข่าวสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการรับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับข่าวสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับข่าวสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย”

เสถียร เชยประทับ , 2528 ได้กล่าวว่า “ในกรณีสื่อสารระหว่างบุคคลนี้จำเป็นต้องใช้สื่อบุคคล (Personal media) ซึ่งหมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสื่อสารระหว่างตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป”

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวังดังเช่น

Roger ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่ างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (Roger, 1978)

การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี ทั้งนี้เนื่องจากเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทางชุมชนตลาดสามชุกจัดขึ้น เพื่อเชิญชวนให้บุคคลภายนอก ได้แก่ นักท่องเที่ยว พันธมิตร และสื่อมวลชน ได้รู้จักตลาดสามชุกเกิดความสนใจ และเข้ามาสัมผัสบรรยากาศในชุมชน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ยิ่งมีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก ย่อมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ตลอดจนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดียิ่ง ขึ้นด้วย

อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสาร มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะสื่อมวลชนที่จะช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้ง เพื่อให้ประชาชนเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันสื่อบุคคลแล ะสื่อพื้นบ้านเองก็เข้ามามีบทบาทโดดเด่นมากขึ้นในอันที่จะช่วยให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน

วัฒนธรรมชุมชน เป็น แบบแผนการดำรงชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของคนในแต่ละชุมชน

2.3.1 ความหมายของวัฒนธรรมชุมชน

คำว่า วัฒนธรรมชุมชน หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นคำที่มีความหมายบ่งบอกถึงความเจริญงอกงามในแต่ละชุมชน ซึ่ งส่งผลให้แก่ชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น และลักษณะของวัฒนธรรมท้องถิ่นเหล่านี้ก็มีส่วนเกี่ยวพันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมชุมชน มีนักวิชาการและหน่วยงานได้ให้ความหมายวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

เดวิดสัน (Davison.1978:30) ให้ความหมาย วัฒนธรรมชุมชน ห มายถึง วัฒนธรรมของสามัญที่ปรากฏว่าในรูปของความคิด ความเชื่อ และการปฏิบัติ รวมทั้งวัตถุที่ชุมชนประดิษฐ์คิดสร้างขึ้นมาแล้วมีการเอาแบบอย่างสืบทอดกันมา มีการสืบทอดทั้งที่เป็นด้วยความจงใจและไม่จงใจเพื่อให้สภาพหรือคงคุณภาพไว้ จนปรากฏให้เห็นเป็นประเพณีหรือเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้

ยิ่งยง เรืองทอง (2542:21) ได้กล่าวถึงความหมายของวัฒนธรรมระดับชุมชนไว้ดังนี้

1. เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือท้องถิ่นหนึ่งแตกต่างจากคนกลุ่มใหญ่ของประเทศชาติ

2. เป็นแนวปฏิบัติของกลุ่มในท้องถิ่นนั้น มีเอกลักษณ์หรือแนวปฏิ บัติของตน

โดยเฉพาะ

3. วัฒนธรรมท้องถิ่นมีลักษณะเด่นเฉพาะตนก็จริงแต่ยังมีลักษณะสอดคล้องกับวัฒนธรรมระดับชาติ

กรมศิลปากร (2542:25) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมชุมชน หมายถึง วัฒนธรรมของประชาชนโดยทั่วไป ประชาชนหรือชาวบ้านกำหนดหรือสร้างขึ้นมา เอเป็นเครื่องมือในกา ร แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมบ้านพ้นบ้าน ซึ่งสังคมย่อยในสังคมไทย

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543:17) ให้ความหมายของวัฒนธรรมชุมชนว่า หมายถึง วัฒนธรรมที่เป็นชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านทั่วไป สามารถมองเห็นได้จากพฤติกรรมผลงานทั้งมวลที่สร้างสรรค์เป็นความคิด ความเชื่อ ความรอบรู้ในการประกอบอาชีพละงานฝีมือช่างสรุปได้ว่า วัฒนธรรมชุมชน หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตของชาวบ้าน ในชุมชนร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตได้ทั่วไปมีการสืบทอดสู่ชนรุ่นหลัง

2.3.2 ประเภทของวัฒนธรรมชุมชน

วัฒนธรรมชุมชนมีการสืบทอดต่อๆกันมาด้วยวิธีการต่างๆซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมมีนักวิชาการแบ่งประเภทของวัฒนธรรมชุมชน ดังนี้

ประเทือง คล้ายสุบรรณ์ (2531:7) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. ประเภทมุขปาฐะ หมายถึง การสืบทออดที่สามารถรับรู้โดยประ สาทสัมผัสด้วยการฟัง เนื่องจากใช้การถ่ายทอดด้วยวาจาเป็นสำคัญเพราะวัฒนธรรมเหล่านี้มีลักษณะที่จำเป็นต้องใช้การบอกเล่าซึ่งอานทำได้ด้วยการพูด การสวด การร้องเป็นทำนอง วัฒนธรรมชุมชนที่สืบทอดแบบมุขปาฐะ ได้แก่ นิทานพื้นบ้าน ความเชื่อ ภาษิต ปริศนาคำทาย

2. ประเภทอมุขปาฐะ หมายถึง การถ่ายทอดที่สามารถรับรู้ได้ด้วยประสารทสัมผัสต่างๆที่นอกเหนือไปจากการรับรู้ด้วยการใช้การสังเกต และปฏิบัติฝึกฝน ได้แก่ จิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรม ศิลปกรรม งานช่างต่างๆ การแต่งกาย กิริยาท่าทาง อาหารพื้นบ้าน

3.ประเภทสืบทอดวัฒนธรรมแบบผสมผสมผสาน ซึ่งเป็นการสืบทอดที่สามารถกระทำได้ทั้งประเภทมุขปาฐะและอมุขปาฐะประกอบกัน ซึ่งได้แก่ การละเล่นพื้นบ้าน การแสดงพื้นบ้าน กีฬาพื้นบ้าน

อร เฉลิมพงษ์ (2543:38) ได้แบ่งวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นชุมชน ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. วัฒนธรรมระดับท้องถิ่นภาคเหนือ
2. วัฒนธรรมระดับท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. วัฒนธรรมระดับท้องถิ่นภาคกลาง

4. วัฒนธรรมระดับท้องถิ่นภาคใต้

5. วัฒนธรรมระดับท้องถิ่นภาคตะวันออก

กรมศิลปากร (2544:63-64) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. วัฒนธรรมการดำรงชีวิติ (Cultural Life) ได้แก่ การทำมาหากิน อาหาร เสื้อผ้า ยารักษาโรค ละที่อยู่อาศัย

2. วัฒนธรรมด้านภาษา (Language) ที่สามารถสร้างสื่อสารกันเข้าใจสร้างความสามัคคีและพัฒนาความรู้

3. วัฒนธรรมด้านศาสนา (Religion) ที่สามารถสร้างสันติสุข ความเข้าใจให้แก่สังคมมนุษย์

4. ศิลปะและการละเล่น (Aesthetics) คือ ความงอกงามทางสุนทรียภาพ ความสะอาดร่มรื่น ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

5. สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง คือ รูปแบบการอบรมต่อครอบครัว ชุมชน หรือ ร่วมสุขร่วมเสพในสภาพแวดล้อมและทรัพยากรอย่างเอื้ออาทร ตลอดจนการแก้ไข้ความยุติธรรมในสังคม

ประชิด สกุณะพัฒน์ (2546:9-10) ได้แบ่งวัฒนธรรมชุมชนออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. วัฒนธรรมชุมชนในเมือง จากการที่สังคมในเมืองที่อัตราการเพิ่มประชากรเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ประสบปัญหาทางด้านการดำรงชีวิตและด้านการประกอบอาชีพที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จนทำให้กลายเป็นวัฒนธรรมชุมชนไว้เช่นเดิม

2. วัฒนธรรมชุมชนในชนบทแม้ว่าในปัจจุบันการดำรงชีวิตของคนในชนบทมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้น แต่การใช้ชีวิตส่วนใหญ่ของชุมชนชนบท ยังคงผูกผันอยู่กับอาชีพการเกษตรโดยทั่วไป ทีเรียกว่า วัฒนธรรมชุมชนเป็นวัฒนธรรมของชาวบ้านในชุมชนชนบทนั่นเอง

จากที่กล่าวมาสามารถแบ่งประเภทของวัฒนธรรมชุมชน โดยยึดหลักการสืบทอดด้วยวาจาและการรับรู้จากการฟัง การใช้การสังเกตและปฏิบัติฝึกฝน จนทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบผสมผสาน มีผลให้วัฒนธรรมระดับท้องถิ่น ประจำภาคต่างๆ มีความแตกต่างในด้านการดำรงชีวิต ภาษา ศาสนา ศิลปะ และการละเล่น สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

2.3.3 ลักษณะของวัฒนธรรมชุมชน

นักวิชาการได้แบ่งลักษณะของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (2525: 3-12) ได้กล่าวถึงลักษณะของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. วัฒนธรรมชุมชนมีลักษณะที่เป็นตัวร่วมมากกว่าตัวแปร ลักษณะที่สำ คัญที่สุดของ

วัฒนธรรมชุมชน คือลักษณะที่เป็นมรดกร่วมของกลุ่มชน

2. วัฒนธรรมชุมชนมีการสืบทอดด้วยวิธีมุขปาฐะ

3. วัฒนธรรมชุมชนมีธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงและการประสมประสาน

4. วัฒนธรรมชุมชนมีลักษณะเป็นวิทยาการ

ประเทือง คล้ายสุบรรณ์ (2531:4) ได้อธิบายลักษณะของวัฒนธรรมชุมชนว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นสิ่งที่รับทอดกันต่อมามาจากบรรพบุรุษชั่วอายุคนหนึ่งๆต่อๆกันมา

2. เป็นอมตะหรือสิ่งที่ไม่ตาย

3. ไม่ปรากฏว่าใครเป็นผู้คิด ผู้ประดิษฐ์หรือผู้แต่ง

4. รับทอดกันมาด้วยการบอกเล่า หรือมุขปาฐะ

5. รักษาไว้ด้วยการจดจำหรือป ฏิบัติกันต่อๆมา มากกว่าจะรักษาไว้ด้วยการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร

ยิ่งยง เรืองทอง (2542:21-25) ได้กล่าวถึงลักษณะของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. กำเนิดหรือที่มาของความคิดในการผลิต จะมีลักษณะเป็นแบบประเพณีหรือมีแรงบันดาลใจจากความเชื่อทางศาสนาในท่องถิ่นชนบทที่ห่ างไกลความเจริญทางวัตถุ ย่อมมีความยึดมั่นในประเพณีหรือศาสนาซึ่งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว ผลงานทางศิลปหัตถกรรมส่วนใหญ่จึงมีลักษณะเป็นแบบประเพณีซึ่งสร้างขึ้นตามความเชื่อความศรัทธาที่มีต่อศาสนา

2. มีลักษณะเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตนเองหรือพึ่งตนเองได้ เศรษฐกิจหมู่บ้านไท ยในอดีตเป็นเศรษฐกิจพอยังชีพผลิตเพื่อกินเพื่อใช้เองไม่ต้องพึ่งโลกภายนอก คือ มีการปลูกข้าวเพื่อใช้กินเอง การทอผ้าพื้นเมือง การตำข้าว ไม่มีแรงงานรับจ้างและไม่ใช้แรงงานรับจ้าง

3. ศิลปินหรือปัจเจกชนที่ผลิตหรือสร้างสรรค์งานพื้นบ้านและพื้นเมือง มิได้ผลิตงานโดยทำเป็นอาชีพ ตีจะทำงานนั้นๆในเวลาว่างจากอาชีพหลัก คือการทำไร่ทำนา

4. เป็นสังคมเคร่งประเพณีและพิธีกรรมที่ยังคงดำรงรักษาวัฒนธรรมแบบท้องถิ่นไว้ได้ เป็นสังคมที่อยู่ห่างไกลความเจริญทางวัตถุโดยอาศัยเกษตรกรเป็นเครื่องยังชีพ วิถีชีวิตของชาวชนบทจึงพึ่งพาและผูกพันกับธ รรมชาติ ให้ความสำคัญกับประเพณี พิธีกรรมในฐานะเป็นสื่อที่อบรมสั่งสอนมนุษย์ให้ตระหนักในความสำคัญของสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติอันเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชีวิต

5. สังคมในท้องถิ่นมิได้อยู่โดยโดดเดี่ยวแยกออกจากสังคมอื่น แต่จะมีความสำคัญกับสังคมใหญ่ที่มีอารายธรรมพัฒนามากกว่า ในขณะที่ยังรักษาลักษณะบางอย่างของวัฒนธรรมดั่งเดิมที่เคยรับจากเผ่าพันธุ์ดั่งเดิมไว้ได้ แต่ก็ยอมรับและต้องการนำรูปแบบของวัฒนธรรมแบบเมืองเข้ามา

ผสมผสาน และเปลี่ยนแปลงรูปแบบเดิมของตนอยู่เรื่อยๆ

6. ผลงานนั้นๆ ต้องดำรงอยู่ในชุมชน มีความเกี่ยวข้องกับชุมช น และมีบทบาทหน้าที่ทั้งยังเป็นเครื่องแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น ผลงานในท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นลักษณะความเป็นอยู่สภาพเศรษฐกิจ สังคมของท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ลักษณะของวัฒนธรรมชุมชน คือ ลักษณะที่มีการถ่ายทอดด้วยปากเปล่า ไม่มีการจดบันทึก และเป็นสิ่งที่รับทอดต่อๆกั นมาจากรุ่นก่อนสู่คนรุ่นหลัง เป็นสิ่งที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของบุคคลในชุมชนนั้นๆ ไม่ทราบว่าใครเป็นผู้คิดค้นขึ้นเป็นคนแรก เป็นสิ่งที่ยั่งยืน ไม่มีสูญหาย และเป็นมรดกร่วมของกลุ่มชนในสังคมนั้นๆ

2.3.4 ความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชน

วัฒนธรรมชุมชนเป็นสิ่งที่มีความสำคั ญและมีคุณค่าสำหรับมนุษย์และสังคมเป็นอย่างยิ่งได้มีผู้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (2525:224) กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. ช่วยผดุงเสถียรภาพและเป็นกำลังสนับสนุนการแผ่ขยายของแบบอย่างดำเนินชีวิตเป็นแบบของ การควบคุมความประพฤติและให้ศึกษาแก่เยาวชน เป็นเครื่องกระตุ้นให้มวลชนรวมพลังและทำให้สังคมเพิ่มความมั่นคงขึ้น

2. มีบทบาทสำคัญในการสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจ และถ้ามีวิธีการที่ดีแล้ว วัฒนธรรมชุมชนจะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจทั้งลดประมาณการบริโภค และยังเพิ่มพูนรายได้ และผ ลผลิตการฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชนจะลดข้อขัดแย้งและเกิดความสำนึกว่าคนเป็นเจ้าของวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความห่วงแหนและปกป้องวัฒนธรรมชุมชน ดังนั้นวัฒนธรรมชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญต่อความมั่นคงของชาติเพราะได้ส่งเสริมความเป็นชาตินิยมมากกว่าสากลนิยม

ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์ (2529:100-111) ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนพอสรุปได้ดังนี้

1. ในด้านให้ความบันเทิง หน้าที่แรกที่เห็นเด่นชัดวัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ การให้ความบันเทิง วัฒนธรรมชุมชนประเภทนิทาน เพลงที่ร้องในโอกาสต่างๆ เช่น เพื่อกล่อมเด็ก เพื่อทำงาน เป็นต้น เป็นสิ่งที่ช่วยให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกรื่นเริง ทำให้งานที่น่าเบื่อหน่ายกลายเป็นงานที่ทำให้เพลิดเพลินได้

2. ช่วยให้อารมณ์เก็บกดและคับข้องใจของชาวบ้านคลี่คลายไป

3. ช่วยให้วัฒนธรรมเข้มแข็งขึ้นวัฒนธรรมของสังคมดำเนินไปอย่างถูกต้อง เมื่อชาวบ้านเกิดความสงสัยในการปฏิบัติทางพิธีกร รม การจัดระเบียบทางสังคม เช่น การลำดับวงศ์ญาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เคยทำกันมาแต่ก่อน เป็นต้น ก็ได้อาศัยการปฏิบัติเหล่านั้นจาก

วัฒนธรรมชุมชน

4. ทำหน้าที่ให้การศึกษาวัฒนธรรมชุมชนมีบทบาทในการให้การศึกษาแก่ชาวบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมซึ่งไม่รู้หนังสือ ความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนในด้านนี้เห็นได้ชัดเจนจากนิทานต่างๆของไทยมักจะมีจุดมุ่งหมายชี้ให้เห็นค่านิยมของสังคม เช่น การทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว เป็นต้น เพลงกล่อมเด็กก็แทรกคำสั่งสอนต่างๆเอาไว้สอนให้มีความกตัญญูต่อพ่อพ่อแม่หรือผู้ที่เลี้ยงดูเรามา

5.ทำหน้าที่รักษาแ บบแผนพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับกันแล้วในสังคม วัฒนธรรมชุมชนบางประเภทมีความสำคัญในฐานะที่เป็นกลไกสร้างความกดดัน และการควบคุมทางสังคม โดยการควบคุมบุคคลที่พยายามประพฤติตนเบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานทางสังคม เพลง สุภาษิต ปริศนาหรือนิทาน อาจใช้ไปในลักษณะของการแสดงควา มไม่ยอมรับผิดชอบพฤติกรรมดังกล่าว นอกจากนั้นวัฒนธรรมชุมชนยังสามารถใช้ไปในทางการยอมรับ ส่งเสริม และให้กำลังใจแก่บุคคลที่ประพฤติตนตามแบบของสังคม เช่น ให้การยกย่องสรรเสริญสดุดีบุคคลที่แสดงวีรกรรม เป็นต้น มักเป็นวิธีการที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในสังคมต่างๆวัฒนธรรม ชุมชนจึงมีหน้าที่ควบคุมและชักนำพฤติกรรมของบุคคล เริ่มตั้งแต่บุคคลนั้นๆได้ฟังเพลงกล่อมเด็กเป็นครั้งแรกคือตั้งแต่อยู่ในวัยทารกเลยทีเดียว

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (255:1) ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. เป็นเครื่องแสดงลักษณะเฉพาะของกลุ่มชน

2. ทำให้เกิดความรักและผูกพันต่อท้องถิ่น

3. เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในวิทยาการแขนงต่างๆ

สุจริต บัวพิมพ์ (2539:13-14) ได้สรุปความความสำคัญองวัฒนธรรมชุมชนในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่ควนแก่การศึกษาดังนี้

1. เป็นเครื่องให้ความบันเทิงแก่มนุษย์มา แต่ดั้งเดิม ทุกวัย ทุกโอกาส ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมชุมชนให้ความบันเทิงกับทุกวัย ก็คือ วัยเด็กก็มีการละเล่น มีการทายปริศนา ฟังนิทาน เป็นต้น พอเป็นหนุ่มสาวก็มีเพลงปฏิพากย์ มีการละเล่นต่างๆมีประเพณีเนื่องในเทศกาล เช่น ลอยกระทง เวียนเทียน สงกรานต์ เป็นต้น วัยชรา ก็มี การเล่านิทานให้ลูกหลานฟัง กล่อมเด็กหรือการเที่ยวสนุกในกาลต่างๆตลอดจนการละเล่นโขนละคร หนัง ลิเก

2. เป็นเครื่องมือช่วยให้มนุษย์เข้าใจสภาพชีวิตมนุษย์โดยทั่วไปดียิ่งขึ้น เพราะเป็นที่ประมวลความรู้สึกนึกคิด ความน่าเชื่อ ความกลัว ความนิยมระเบียบแบบแผน และอื่นๆ

3. เป็นเสมือนกรอบล้อมให้ชีวิตอยู่ในเขตที่นิยมกันว่าดีและถูกต้อง แม้กฎหมาย

บ้านเมืองก็ยังไม่บังคับจิตใจ หรือมีอิทธิพลเหนือจิตใจมนุษย์ได้เท่า เพราะได้ยิน ได้ฟัง ได้รับ การอบรมอยู่กับวิถีชีวิตแบบนั้นตั้งแต่เกิด

4. เป็นมรดกหรือสมบัติของชาติ ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมประจำชาติ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตของมนุษย์แต่ละภาษา และถือปฏิบัติกันต่อๆมา

5. ทำให้รู้จักสภาพชีวิตในท้องถิ่น โดยพิจารณาตามหลักที่ว่า วัฒนธรรมชุมชนเป็นพื้นฐานชีวิตของคนชาติหนึ่งๆหรือกลุ่มเช่นนั้นอันจะเป็นทางนำไปสู่ความเข้าใจในมวลมนุษย์

6. มีคุณค่าทั้งในทางศิลปะ ทางศาสตร์ เป็นต้นเค้าแห่งศิลปะชั้นสูง และช่วยให้การศึกษาในสาขาวิชาการอื่นๆกว้างขวางลึกซึ้งยิ่งขึ้น

7. ทำให้เกิดความนิยม ภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน เป็นเครื่องชี้ให้เห็นสภาพของตนว่าคล้ายคลึงกับที่อื่นๆทั่วโลก จะไม่สร้างความรู้สึกแบ่งแยกและขณะเดียวกันก็สร้างความภาคภูมิเนื้อใจในท้องถิ่นของตนว่ามิได้ด้อย หรือผิดแปลกไปจากท้องถิ่นอื่นใดในโลก

ประชิด สกุณะพัฒน์ (2546:10-11) ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชน ไว้ดังนี้

1. เป็นเครื่องมือก่อให้เกิดความรัก ความส ามัคคี เสริมสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันตลอดจนการรวมกลุ่มรวมพลังสร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ

2. สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของกลุ่มชนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปตามสภาพและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้นๆ โดยที่มีวัฒนธรรมชุมชนเป็นตัวกำหนด

3. ให้ความบันเทิงแก่กลุ่มชนในสังคม เช่น การฟังเพลง การร้องเพลง การแสดงมหรสพต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงพิธีกรรมที่สืบเนื่องมาจากประเพณีในเทศกาลต่างๆ

4. ป็นเครื่องมือให้การศึกษา ซึ่งเป็นหลักฐานที่สำคัญยิ่งของชีวิต วัฒนธร รมชุมชนได้ทำหน้าที่ให้การศึกษาและอบนมคนในสังคม โดยการสอนให้รู้จักถูกผิด รู้จักรับผิดชอบ ตลอดจนการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมต่างๆและสอนให้ทุกคนประพฤติดี เว้นความชั่ว เพื่อเป็นบรรทัดฐานของสังคม

5. เป็นเครื่องฝึกพัฒนาการด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคมให้ แก่เยาวชนทั่วไป ซึ่งวัฒนธรรมชุมชนมีส่วนช่วยได้มากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องของกีฬาและการเล่นของเด็กที่มุ่งเน้นให้เด็กออกกำลังกายและบางอย่างมุ่งให้รู้จักสังเกตและมีไหวพริบ นอกจากนี้ยังฝึกพัฒนาการทางสังคมด้วย

6. เป็นเครื่องมือการควบคุมของสังคม การที่มนุษย์อยู่ร่ วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อความอยู่รอด จำเป็นต้องมีระเบียบแบบแผนและกฎเกณฑ์เพื่อเป็นแนวปฏิบัติร่วมกันของสังคม

กิตติกุล ศรีสว่าง (2531:8-9) ได้แบ่งความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนไว้ดังนี้

1. เป็นมรดกที่สำคัญของสังคมที่ได้รับการถ่ายทอดและปฏิบัติสืบต่อกันมา

2. เป็นกระจกสะท้อนให้เห็นวิถีการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่น

3. เป็นเครื่องมือควบคุมสังคม เพื่อให้ทุกคนรู้จักการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่เอารัดเอาเปรียบ เช่น ภาษิต ความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆนิทาน เป็นต้น

4. เป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดความสามัคคี คว ามเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน เช่น การทอดกฐิน การทอดผ้าป่า การแต่งงาน เป็นต้น

5. เป็นเครื่องมือในการศึกษาการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรม โดยถ่ายทอดในรูปแบบต่างๆ เช่น การเล่านิทาน สุภาษิต คำพังเพย เป็นตัน

6. เป็นเครื่องมือให้ความบันเทิงแก่คนในสังคม ซึ่งมีผลเกี่ ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ตรุษสงกรานต์ ลอยกระทง งานบวช การแต่งงาน เป็นต้น

7. เป็นเครื่องพัฒนาทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สติปัญญาและสังคมในรูปแบบกีฬาและการละเล่นของเด็ก เช่น การเล่นเตย การทายปริศนา การเล่นซ่อนแอบ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า วัฒนธรรมชุมชนมีความสำคัญในการกำหนดแนวทางในการดำเนินของชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นเป็นไปตามปทัสถาน พิธีกรรม ความเชื่อ และประเพณีของสังคมได้อย่างถูกต้อง ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญ และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ตลอด จนแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติสามารถนำสิ่งแวดล้อมในธรรมชาติมาใช้ในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสม และยังเป็นการเพิ่มพูนรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอีกด้วย

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นการแสดงออกถึงวิถีชีวิตของคนในแต่ละสังคม ที่แสดงให้เห็นถึ งคุณค่าความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่ให้สูญหาย และช่วยให้คนในชาติเกิดความร่วมมือร่วมใจในการดูแลรักษาแหล่งศิลปวัฒนธรรมให้มีชื่อเสียงระดับประเทศส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจและพัฒนาสังคมให้มีความรุ่งเรืองต่อไป

2.4.1 ความหมายของการอนุรักษ์วัฒนธรรม

มีนักวิชาการและหน่วยงานให้ความหมายของกานอนุรักษ์วัฒนธรรมไว้ดังนี้

สุธีรา เผ่าโภคสถิต (2537:11)กล่าวว่า การอนุรักษ์ หมายถึง การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หาดูได้ยากหรือกำลังจะสูญหายไป และไม่สามารถคลี่คลายพัฒนาได้อีก เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังในการที่จะติดตามศึกษาค้นคว้าหาร่องรอยความเจริญทางวัฒนธรรมในอดีต

คณะอนุกรรมการและประสานงานวันอนุรักษ์มรดกไทย (2244:45) กล่าวว่าการ

อนุรักษ์ หมายถึง การตามรักษาโดยการรักษาที่รับช่วงกันมาตามลำดับนับตั้งแต่แรกในอดีตถึงผู้รับผิดชอบในปัจจุบัน และจะส่งผลให้อนุชนรุ่นหลังได้รับช่วงต่อไป

สรุปได้ว่า การอนุรักษ์วัฒนธรรม หมายถึง การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่กำลังจะสูญหายไว้ให้คนรุ่นหลังศึกษาค้นคว้าหาร่องรอยความเจริญในอดีต

2.4.2 นโยบายการอนุรักษ์วัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แสดงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเป็นรากฐานของการสร้างสรรค์ความสามัคคี และความมั่นคงของชาติอันเป็นการแสดงออกถึงศักดิ์ศรี เกียรติภูมิและความภาคภูมิใจร่วมกันของคนไทยทั้งประเทศที่ได้ประพฤติในสิ่งที่ดีงาม มีคุณธรรมเพื่อพัฒนาตนองพัฒนาสังคมและพัฒนาประเทศชาติ มีนักวิชาการและหน่วยงานกล่าวถึงนโยบายการอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนี้

เสาวภา ไพทยวัฒน์ (2538:27) ได้กล่าวถึง การกำหนดนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติของคณะรัฐมนตรีเพื่อเป็นหลักให้หน่วยงานของรัฐ และเอกชน ช่วยกันรักษาละส่งเสริมวัฒนธรรมดังนี้

1. ส่งเสริมการบำรุงรักษาวัฒนธรรมไทยทุกด้านให้เจริญด้วยการศึกษาค้นคว้าวิจัย ฟื้นฟูและพัฒนาวัฒนธรรมไทย ให้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการแก้ปัญหาการดำเนินชีวิต การพัฒนาประเทศด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และป้องกันการทำลายวัฒนธรรมและศาสนาและทำนุบำรุงศาสนาให้บริสุทธิ์ เพื่อเป็นหลักในการพัฒนาจิตใจ

2. เผยแพร่วัฒนธรรมไทยทุกด้านนำไปสู่ประชาชนถึงขั้นปฏิบัติให้ แพร่หลายยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีต่อเอกลักษณ์ ศักดิ์ศรี ความสามัคคี และความมั่นคงแห่งชาติ ตลอดจนเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

3. ส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน และวัฒนธรรมของกลุ่มชนในท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจเห็นคุณค่าและยอมรับวัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งกันและกันก่อให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมอันจะนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในชาติ และมีความรักหวงแหนวัฒนธรรมไทยยิ่งขึ้น

4. สนับสนุนส่งเสริมให้มีแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าประเทศรวมทั้งรู้จักเลือกสรรวัฒนธรรมของต่างชาติที่เผยแพร่เข้ามาในประเทศไทยหรือผลจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโดยนำมากลั่นกรอง ปรับปรุง ดัดแปลงให้เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยและความมั่นคงปลอดภัยของชาติ

5. สนับสนุนส่งเส ริมให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ดำเนินงานด้านวัฒนธรรมได้ประสานงานอย่างใกล้ชิดเป็นพื้นฐานของการดำเนินชีวิตของประชาชนตลอดจรร่วมกันแก้ไข

ปัญหาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมเพื่อให้วัฒนธรรมมีบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 (2540 : 12.96) ได้กำหนดมาตราที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมไว้ดังนี้

มาตรา 46 บุคคลซึ่งรวมตัวกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ หรือวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นและของชาติและมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

มาตรา 69 บุคคลมีหน้าที่ป้องกันประเทศ รับราชการทหาร เสียภาษีอากร ช่วยเหลือราชการ รับการศึกษาอบรม พิทักษ์ ปกป้องละสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

มาตรา 81 รัฐต้องจัดการศึกษาอบรมและสนับสนุนให้เอกชนจัดการศึกษาอบรมให้เกิดความรู้คู่คุณธรรม จัดให้มีกฎหมายที่เกี่ยวกับการศึกษาแห่งชาติปรับปรุงการศึกษาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม สร้างเสริมความรู้และปลู กฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข สนับสนุนการศึกษาค้นคว้าวิจัยใน ศิลปะวิทยาการต่างๆเร่งรัดพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อกาพัฒนาประเทศ พัฒนาวิชาชีพครู และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ

มาตรา 289 องค์กรปกครองท้องถิ่น ย่อมมีหน้าที่บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ย่อมมีสิทธิจะจัดการศึกษาอบรมละการฝึกอาชีพตามความเหมาะสมและความต้องการภายในท้องถิ่นนั้น และเข้าไ ปมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาอบนมของรัฐแต่ต้องไม่ขัดต่อมาตรา 43 และมาตรา 84

การจัดการศึกษาอบรมภายในท้องถิ่นตามวรรคสององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องคำนึงถึงการบำรุงรักษาศิลปะจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นด้วย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2544:5) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และรักษาสภาพแวดล้อมชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวให้เกื้อหนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน โดยรักษาศิลปกรรมโบราณคดี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า นโยบายการอนุรักษ์วัฒนธรรมของไทย มุ่งส่งเสริมให้มีการบำรุงรักษาวัฒนธรรมไทยทุกด้าน ควบคู่กับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมให้

องค์กรท้องถิ่นมีส่ วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้วยการสร้างความตระหนัก การจักการศึกษา อบรมด้านวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งการอนุรักษ์วัฒนธรรมนี้ไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบเฉพาะภาครัฐหรือเอกชนเท่านั้น ควรเป็นความร่วมมือกันของประชาชนในชาติและรัฐบาลชุดปัจจุบันให้ความสำคั ญต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมเพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย จึงได้มีการจัดตั้งกระทรวงวัฒนธรรมขึ้นในปี พ .ศ.2546 เพื่อให้มีการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมอย่างเข้มแข้งและจริงจัง ซึ่งกรมศิลปากร (2544 :23-24) ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรท้องถิ่นและชนชาวไทยทุกคนปฏิบัติหน้าที่ในการดำเนินงานวัฒนธรรมในลักษณะต่างๆอันจะทำให้วัฒนธรรมนั้นดำรงอยู่แสดงถึงความเป็นชาติต่อไป

2.4.3 วิธีอนุรักษ์วัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นมรดกที่สำคัญยิ่งของชาติบ้านเมือง จึงเป็นเรื่องที่คนไทยทุกคนและองค์กรต่างๆต้องร่วมกันปกป้องรักษาไว้ มีนักวิชาการและหน่วยงาน ได้กล่าวถึง วิธีในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนี้

กรมศิลปากร (2544:165-166) กล่าวถึงวิธีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนี้

1. การส่งเสริมและสนับสนุน (Promotion) คือ การปรับปรุงเครื่องอำนวยความสะดวกทางวัฒนธรรมการดำเนินการให้มีการร่วมมือในกา รดำเนินการอย่างกว้างขวาง การส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมทุกประเภท การส่งเสริมวัฒนธรรมอันเป็นส่วนร่วมของชาติ (งานประเพณีและเทศกาลฯลฯ) การอุปถัมภ์ศิลปินและการทำให้ผลงานหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมมีคนรู้จักแพร่หลาย

2. การทำนุบำรุง (Preservation) คือ การปกป้องและสง วนรักษาอนุสาวรีย์และแหล่งประวัติศาสตร์ การจัดตั้งและการบำรุงรักษาหอสมุด หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์และสถานที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมต่างๆเพื่อการสงวนรักษาและการบันทึกหลักฐานทางศิลปวัฒนธรรมที่กำลังจะสูญหายการสงวนรักษาผลงานและการแสดงของศิลปินที่มีชื่อเสียง เช่น นักร้อง นั กแสดง และนักดนตรี เป็นต้น

3. การแพร่กระจาย (Diffusion) คือ การแบ่งและจัดสรรเนื้อหาที่ในหนังสื่อพิมพ์และวารสสาร สำหรับผลงานทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า การแบ่งการจัดสรรเวลาของรายการวิทยุและโทรทัศน์สำหรับเรื่องวัฒนธรรม การจัดพิมพ์หนังสือออกเผยแพร่ การนำเรื่องวัฒ นธรรมเข้าสู่หลักสูตรและวิชาเรียนในสถานศึกษา การจัดนิทรรศการ การจัดให้มีการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมในสิ่งก่อสร้างต่างๆ เช่น ภาพผนังและการออกแบบที่เป็นวัฒนธรรม

4. การเสริมสร้างความเข้าใจและความซาบซึ้ง (Satisfaction) คือ การเพิ่มความสามารถในการอ่านหนังสือของประชา ชน การลดจำนวนผู้ไม่รู้หนังสือ การส่งเสริมการศึกษาผู้ใหญ่และ

การศึกษาภาคบังคับให้สูงขึ้น จัดให้มีวิชาศิลปะแขนงต่างๆในโรงเรียนการสอนวิชาศิลปะทางโทรทัศน์ สนับสนุนการมีห้องหนังสือในครัวเรือน เพิ่มจำนวนผู้ยืมหนังสือโดยการจัดห้องสมุดสาขาหรือห้องสมุดเคลื่อนที่ ส่ง เสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การปรับปรุงการท่องเที่ยวและกิจการโรงแรมสำหรับผู้มีรายได้น้อย

5. การเสริมสร้างความเป็นประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม (Empowerment) คือ การกระจายอำนาจและการตัดสินใจในเรื่องวัฒนธรรมให้ภูมิภาคและท้องถิ่นตามความเหมาะสม การจัดตั้งองค์กรระดับภูมิภาคและท้องถิ่น พร้อมด้วยทรัพยากรสำหรับการพัฒนาวัฒนธรรม มีกิจกรรมส่งและช่วยเหลือหน่วยงานอาสาสมัครระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ช่วยเหลือให้ประชาชนได้มีส่วนรู้ส่วนเห็นและร่วมมือในกิจกรรมวัฒนธรรม

6. การเสริมสร้างความเป็นประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม (Social Justice) คือ การรวบรวมและจัดพิมพ์และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการทางกิจกรรมวัฒนธรรมของประชาชน การกำจัดช่องว่างและความแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้โอกาสชนกลุ่มน้อยมีส่วนร่วมมือในกิจกรรมวัฒนธรรม และการช่วยเหลืองานวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยมีส่วนรู้เห็ น และร่วมมือในกิจกรรมวัฒนธรรม และการช่วยเหลืองานวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย

7. การจัดการศึกษาเพื่อวัฒนธรรม (Education) คือ การเพิ่มเนื้อหาสาระทางวัฒนธรรมในหลักสูตร จัดสรรอุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกให้เพียงพอสำหรับการศึกษาและการฝึกอบรมทางศิลปะละวัฒนธรรม ส่งเสริมกิจกรรมศิลปะของเยาวชน

8. การดำรงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของวัฒนธรรม (Quality) คือ การจัดกิจกรรมหรือดำเนินการให้ประชาชนรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ และมาตรฐานของความดีงามทางวัฒนธรรมด้วยการจัดประกวดการแข่งขันและวิธีการอื่นๆ รวมทั้งการป้องกันสิ่งเลวร้ายไม่ให้เข้ ามาบ่อนทำลายความดีงามเหล่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้วัฒนธรรมนั้นดำรงอยู่และเจริญยิ่งๆขึ้นไป

9. การเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชาติ (International Relations) คือ การจัดกิจกรรมหรือดำเนินการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับนานาประเทศส่งเสริมการศึกษาภาษาต่างประเทศและวรรณกรรมต่ างชาติ รวมทั้งศึกษาภาษาไทยและวรรณกรรมของชนเผ่าไทยในประเทศต่างๆ แลกเปลี่ยนกิจกรรมและบุคลากรทางวัฒนธรรม สนับสนุนให้มีการศึกษาวัฒนธรรมของชาติอื่นเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชาติ

10. การสร้างสรรค์ (Creation) กล่าวคือ วัฒนธรรมที่เจริญก้าวหน้าและเรี ยกว่ามีการพัฒนานั้น จะต้องมีภาวการณ์สร้างสรรค์ การคิดค้น และการพัฒนาวัฒนธรรมเก่าๆให้เกิดประโยชน์และเหมาะสมกับสังคมปัจจุบันและอนาคตอย่างต่อเนื่อง อาทิ มีการสร้างสรรค์งานใหม่ทางศิลปะ การคิดค้นวิจัยเรื่องราวต่างๆของวัฒนธรรม มีการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ให ม่ๆและ

การพัฒนาของที่เคยใช้แต่เดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

11. การปรับปรุงวัฒนธรรมไทยในชีวิตประจำวัน (Daily Life) คือ การปรับปรุงวิถีชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เสื้อผ้า สุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม เครื่องอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค รวมทั้งการบริ การอนามัย การเพิ่มพูนสิ่งที่ดีงาม สิ่งบันเทิงในชีวิตประจำวันให้แก่ประชาชน การจัดระบบและสิ่งแวดล้อมในสำนักงาน โรงแรมและสถานที่ประกอบการต่างๆ ให้เรียบร้อยสวยงามมีความเพียงพอทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ

สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม (2541:17) ได้กล่าวถึง วิธี อนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. เร่งรัดและกระตุ้นให้หน่วยงานของรัฐและประชาชนเอาใจใส่ ควบคุม ดูแล และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปวัฒนธรรมอย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. แก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้เหมาะสมและได้ผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง

3. ป้องกันมิให้การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม วัฒนธรรม

4. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่บุคลากรในท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันในการคุ้มครองและรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีให้แก่แหล่งศิลปวัฒนธรรม

5. ส่งเสริมให้มีการอบบรมและส ร้างสามัญสำนึกให้ประชาชนเกิดความรู้สึกหวงแหนและเห็นค่าของศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งศิลปวัฒนธรรม

6. พัฒนาวิธีการอนุรักษ์มาดกทางวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตามแผนพัฒนาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม

กรมศิลปากร (2544:30) กล่าวถึง วิธีอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนี้

1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และจัดทำวัฒนธรรมไทยให้เป็นวิชาการและเป็นลายลักษณ์อักษร สามารถไว้ให้ลูกหลานได้ศึกษาสมัยใหม่ได้

2. ช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมที่เสื่อมไปแล้ว หรือกำลังทรุดโทรมมีทีว่าจะฟื้นไม่ไหวแล้ว ไว้ให้ลูกหลานได้ศึกษาและเป็นหลักฐานในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

3. ช่วยกันส่งเสริมการประพฤติปฏิบัติและการดำเนินการใดๆที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมด้วยการให้กำลังใจ การสนับสนุนทางการเงิน วัสดุ อุปกรณ์และแรงกายเมื่อมีโอกาส

4. ช่วยกันเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพ าะเยาวชนในชาติควรจะได้รับทราบเรื่องราวประวัติความเป็นมาและคุณประโยชน์ของวัฒนธรรมต่างๆของไทย

5. ช่วยกันพัฒนาวัฒนธรรมไทยในส่วนที่พัฒนาได้ให้เหมาะสมกับยุคสมัยและให้บังเกิดผลต่อการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม การเมืองและความมั่นคงของชาติ

6. ช่วยกันกลั่นกรองและรับเอา วัฒนธรรมต่างชาติ ที่จะมาช่วยทำให้วัฒนธรรมไทยเจริญขึ้น

สรุปได้ว่า วิธีอนุรักษ์วัฒนธรรม ทำได้หลายวิธี ไม่มีข้อกำหนดตายตัว โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาของประชาชนในท้องถิ่น สิ่งสำคัญในการอนุรักษ์วั ฒนธรรมคือรัฐบาล ควรให้การสนับสนุนทั้งด้านปัจจัยและนโยบาย เพื่อให้ประชาชนแต่ละท้องถิ่นดำเนินการอนุรักษ์วัฒนธรรมตามความเหมาะสมและดำรงอยู่ต่อไป

2.4.4 ประโยชน์ของการอนุรักษ์วัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ดีงามที่ต้องบำรุงรักษาไว้คู่กับสังคมไทยเพื่อความเจริญรุ่ง เรืองของชาติบ้านเมือง ซึ่งมีผู้กล่าวถึงประโยชน์ของการอนุรักษ์วัฒนธรรม ไว้ดังนี้

ณรงค์ เส็งประชา (2537:10) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการอนุรักษ์วัฒนธรรมไว้ดังนี้

1. เป็นการสร้างความเจริญให้แก่สังคม เพราะเมื่อวัฒนธรรมได้พัฒนาขึ้นได้วัฒนธรรมที่ดี สังคมก็จะพัฒนาขึ้น

2. ช่วยรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของชาติเอาไว้ เช่น สยามเมืองยิ้ม

3. ช่วยให้วัฒนธรรมมีการสืบทอด ไม่สูญหาย และพัฒนาขึ้นโดยลำดับ

4. ช่วยแก้ไขปัญหาอันเกิดจากวัฒนธรรมและช่วยสนองความต้องการของสังคม

สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม (2541:17-18) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของกานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. ช่วยเสริมคุณค่าและความสำคัญของแหล่งศิลปกรรม ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้เด่นชัดขึ้น

2. ช่วยให้เกิดความภาคภูมิใจในอารายธรรมอันเก่าของชาติ

3. ช่วยให้เกิดความสามัคคีร่วมมือร่วมใจดูแลปกป้องและรักษาแหล่งศิลปกรรมอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่ต่อไป

4. ช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงทางด้านศิลปวัฒนธรรมให้แก่ประเทศชาติ

สรุปได้ว่า การอนุรักษ์วัฒนธรรมมีประโยชน์ในการช่วยรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ทำให้มีการสืบทอดวัฒนธรรมไม่ให้สูญหาย และช่วยให้คน ในชาติเกิดความร่วมมือร่วมใจในการดูแลรักษาแหล่งศิลปวัฒนธรรมให้มีชื่อเสียงแก่ประเทศชาติ ส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจและพัฒนาสังคมให้มีความเจริญรุ่งเรืองต่อไป

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน

ปัจจุบันแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา (People Participation for

Development) ได้รับการยอมรับละใช้เป็นแนวทาง ปฏิบัติในงานพัฒนา กระบวนการของการมีส่วนร่วมนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับการการเริ่มหรือการวางแผนโดยรัฐ แต่ความสำเสร็จนั้นอยู่ที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างอิสระ เน้นการทำงานใ นรูปกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน พลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้งานต่างๆบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

2.5.1 การให้นิยามและความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชน มีคำในภาษาอังกฤษหลายคำที่ใช้สื่อความหมายทำนองเดียวกันได้แก่ People's Participation, Citizen involvement, Popular Participation, Grass – roots Participation เป็นต้น และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายที่แตกต่าง ดังต่อไปนี้

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2531 : 17) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงเข้าร่วมอย่างแข็งขัน และอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของโครงการหรืองานพัฒนาชนบทโดยเฉพ าะอย่างยิ่งการมีส่วนได้ส่วนเสียต้องการมากที่สุดนั้น จักได้การรับรองการตอบสนองและทำให้มีความเป็นไปได้มากขึ้น สิ่งที่ทำไปนั้นจะ ตรงกับความต้องการแท้จริง และมั่นใจมากขึ้นว่าผู้เข้าร่วมทุกคนได้รับประโยชน์เสมอกัน และผู้มีส่วนร่วมจะต้องมีความรู้สึกเจ้าของโครงการนั้นด้วย วันรักษ์ ยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ความรู้สึกเป็นเจ้าของเนื้อที่ทำให้ การมีส่วนแตกต่างจากการร่วมมือ และการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบ วนการพัฒนา อันได้แก่ การศึกษาและวิเคราะห์ชุมชน การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การเลือกวิธีและวางแผนในการแก้ปัญหา การดำเนินงานตามแผน และการติดตามประเมินผลจึงจะถือได้ว่าประชาชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

สุวัฒนา ธาดานิติ (2543 : 91) กล่าวว่าการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นหรือแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรเข้าร่วมในกระบวนการนี้ตั้งแต่เริ่มแรก เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้-เรียนรู้ การปรับเปลี่ยนโครงการร่วมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

โชคดี อมรรัตน์ (2537 : 5) ได้อธิบายว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงกา ร โดยโครงการพัฒนาดังกล่าว จะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

จากความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชนตามทรรศนะของนักวิชาการต่าง ๆ ดังกล่าวมาข้างต้นนี้ จะเห็นว่า ได้มีนักวิชาการให้ความหมายแตกต่างกันออกไป สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้ความหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ในลักษณะของการเข้าร่วมการจัดการตั้งแต่ การเข้าร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเ มินผลในรูปของชุมชนที่ได้รับผลประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนา

2.5.2 ช่องทางการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

ช่องทางการมีส่วนร่วมจะประกอบด้วยหลายรูปแบบ แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษา ในเรื่องวิธีการ ลักษณะ ปัจจัยและเงื่อนที่ประชาชนอาศัยเป็นช่องทางเข้ ามามีส่วนร่วมผ่านนโยบายรัฐ

2.5.2.1 วิธีการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527 : 179) กล่าวไว้ว่า ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมหลายวิธีด้วยกันคือ

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct Participation) โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน (Inclusive Organization)

2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม (Indirect Participation) โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน (Representative Organization) เช่น กรรมการของกลุ่มหรือชุมชน

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ (Open Participation) โดยผ่านองค์กร ที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน (Non – representative Organization) เช่น สถาบัน หรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อไหร่ก็ได้ทุกเวลาหรือกลุ่มประชาสังคม

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า วิธีการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนนั้นมี 3 ลักษณะที่กล่าวโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารในการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งการติดต่อสื่อสารนั้นประกอบไปด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารทั้ง 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channel) เป็นวิถีทางในก ารถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

2. ช่องทางสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channel) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร เช่น การให้ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยถึงข้อดี และข้อเสีย การเข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การฝึกอบรม เป็นต้น (เทียมรัตน์ อินทรีย์ : 2542 : 14)

Mike Douglass and Malian Zoghin (อ้างถึงใน เทียมรัตน์ อินทรีย์ : 2542 : 13) กล่าว

ว่าในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนซึ่งเป็นวิธีการเข้ามามีส่วนร่วมใน ขั้นตอนหนึ่งนั้น ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านวิธีการต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การเข้าร่วมประชุม รับฟังมาตรการและวิธีแก้ไขปัญหา
2. รับทราบจากทางสื่อทางวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์
3. ตอบแบสอบถาม
4. ให้สัมภาษณ์
5. การเข้าร่วมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

2.5.2.2 ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน

Chapin (1977 : 317) ได้แบ่งลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 3 ลักษณะไว้ดังนี้

1. มีความสนใจและเข้าร่วมประชุม ได้แก่ การให้ความสนใจ ติดตามข่าวสารต่าง ๆ ของส่วนรวม และการเข้าร่วมประชุมเสนอแนะต่าง ๆ ในที่ประชุมกิจกรรมของส่วนรวม
2. ให้ความสนับสนุนและช่วยเหลือ เช่น การอุทิศเงิน เวลา ให้แก่ส่วนรวม
3. เข้าเป็นสมาชิกหรือกรรมการ ได้แก่ การอุทิศแรงงานในการทำกิจกรรมของส่วนรวมโดยการสมัครเป็นสมาชิก หรือเป็นกรรมการของชุมชน

ถ้าหากนำลักษณะการมีส่วนร่วมมาจัดลำดับขั้นตอนตาม Abeyant (อ้างถึงในประภาพร ศรีสถิตธรรม : 2543 : 23) จะได้ลักษณะต่าง ๆ ของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การร่วมประชุม
2. การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
3. การตีความปัญหา
4. การออกเสียงสนับสนุน หรือคัดค้านปัญหา
5. การออกเสียงเลือกตั้ง
6. การบริจาคเงิน
7. การบริจาควัตถุ
8. การช่วยเหลือด้านแรงงาน
9. การใช้ประโยชน์จากโครงงานให้ถูกต้อง
10. การทำนุบำรุงดูแลโครงการให้ถูกต้อง
11. การทำงานร่วมกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง

2.5.2.3 ปัจจัยและเงื่อนไขที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมว่า ประกอบไปด้วย

John และ Norman ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมว่า ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยด้านกายภาพ ประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยด้านกายภาพ ลักษณะภูมิประเทศ การตั้งถิ่นฐาน การคมนาคม

1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ฐานะทางเศรษฐกิจ รายได้

1.3 ปัจจัยด้านการเมือง บรรยากาศทางการเมือง อุดมการณ์ อุดมการณ์ อุดมคติทางการเมืองของประชาชน

1.4 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยมที่แตกต่างกันแต่ละพื้นที่

1.5 ปัจจัยทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของเชื่อชาติ เผ่าพันธุ์ กำเนิดของชุมชน

1.6 ปัจจัยด้านบุคคล คนเมือง คนชนบท กลุ่มอาชีพ ระดับความรู้ การมีบทบาทในฐานะต่าง ๆ ของสังคม

2. ปัจจัยด้านลักษณะโครงการ ประกอบไปด้วย

2.1 ความยากง่ายของเทคโนโลยีที่ใช้ในงาน

2.2 ทรัพยากรที่ใช้ ความยากง่ายในการหา

2.3 ลักษณะของผลประโยชน์ที่ได้รับ

2.4 ความเชื่อมโยงของโครงการกับโครงการอื่น ๆ

2.5 ความยืดหยุ่นของโครงการ

2.6 การเข้าถึงการบริหารโครงการ (John และ Norman:1977 : 17-19)

สากล สถิตย์ยิทยานนท์ (2532 : 166-167) ให้ความเห็นว่า การมีส่วนร่วมเกิดจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน เกิดจากความสนใจและ ความกังวลส่วนบุคคลซึ่งบังเอิญเหมือนกัน กลายเป็นสำนึกแห่งพลเมือง

2. ความเดือนร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ผลักดันให้ไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผนและการลงมือกระทำร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึ งปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงและมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น ๆ

Good enough (1966 : 12)กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นเมื่อพวกเขาเรียนรู้ถึงประโยชน์ที่เขาได้ รับจากการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้เข้าร่วม

ด้วยกันหรือการได้รับความช่วยเหลือจากผู้เข้าร่วมคนอื่น ๆ ด้วย

นอกจากนี้ Cohen และ Uphoff (1977 : 59-78) กล่าวว่า ลักษณะส่วนบุคคลนั้นก็คือส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมด้วย ได้แก่

1. อายุและเพศ
2. สถานภาพในครอบครัว
3. ระดับการศึกษา
4. สถานภาพทางสังคม
5. อาชีพ
6. รายได้และทรัพย์สิน
7. ระยะเวลาในท้องถิ่นและระยะเวลาที่อยู่ในโครงการ
8. พื้นที่ดินถือครอง และสถานภาพการทำงาน

ในส่วนของเงื่อนไขที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่ว มนั้น อาจกล่าวได้ว่าระบบการเมือง และการปกครอง สังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม จัดได้ว่าเป็นเงื่อนไขที่สำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะระบบดังกล่าวเป็นโครงสร้างระดับใหญ่ในสังคมไทย การกระจายอำนาจทางการเมืองออกไปในทุกระดับจะช่วยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่ว นร่วมมากขึ้นในการตัดสินใจกำหนดกิจกรรมการพัฒนา

ปริชาติ วลัยเสถียร (2543 : 25) กล่าวว่า เงื่อนไขที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทดังนี้

1. เงื่อนไขทางการเมืองการปกครอง สังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม

- การกระจายอำนาจทาง การเมืองออกไปในทุกระดับและกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้กับประชาชน
- สถานภาพทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและกายภาพของชุมชนเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วม
- สิทธิความเป็นพลเมือง

2. เงื่อนไขของโครงการพัฒนา

- โครงการพัฒนามีความสะดวกกับประชาชนที่จะเข้าร่วม
- มีการกระจายความรับผิดชอบ
- ประชาชนร่วมกันเป็นเจ้าของ
- มีการพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำและมีการส่งเสริมด้านวิทยาการแก่สมาชิกกลุ่ม

3. เงื่อนไขของนักพัฒนา

- ความตั้งใจ ความมุ่งมั่นในการทำงานพัฒนา และความพร้อมทั้งกายและใจที่จะทำงานกับประชาชน

- การรับฟังปัญหาและการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับประชาชน

- การสนับสนุนด้านกำลังใจ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในการแก้ปัญหา

- การสนับสนุนด้านวิชาการและเทคโนโลยี

4. เงื่อนไขของผู้นำ

- มีประวัติการทำงานเพื่อส่วนรวม

- มีความจริงใจ และตั้งใจในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของชุมชน

- ได้รับการยอมรับนับถือจากประชาชน

- มีความสามารถในการกระตุ้นประชาชนให้เห็นถึงปัญหา

5. เงื่อนไขทางการบริหารจัดการ

- การประสานการดำเนินการกับองค์การต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชนและภาคเอกชน

- ศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการ

- การมีกองทุน หรือทรัพย์สินที่สมาชิกในกลุ่มร่วมกันเป็นเจ้าของ

6. เงื่อนไขทางสังคม – จิตวิทยา

- ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน

- ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกัน

- การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนในทิศทางที่ปรารถนา

- การเห็นประโยชน์ในการเข้าร่วม

- การมีอิสรภาพและการมีเวลาที่จะมีส่วนร่วม

- แรงจูงใจจากความสำเร็จของกลุ่ม

2.5.3 กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการซึ่งสาธารณะชนมีความห่วงกังวลมีความต้องการ และทัศนะที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐในการตัดสินใจ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่มีเป้าหมาย โดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึง กระบวนการตัดสินใจของประชาชน รูปแบบขั้นตอนการมีส่วน ร่วมในนโยบายของรัฐ และความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในนโยบายของรัฐ

2.5.3.1 กระบวนการตัดสินใจ

ทุก ๆ องค์กรของรัฐมีประสบการณ์ในการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดการต่อต้าน ทำให้องค์กรนั้น ๆ หรือผู้มีบทบาทในการตัดสินใจถูกเปลี่ยนไป ซึ่งไม่เพียงแต่การตัดสินใจเท่านั้น แต่ถ้าต้องการให้การตัดสินในนั้นมีคุณค่า การตัดสินใจนั้นจะต้องมีความชอบธรรม ซึ่งต้องเป็นกระบวนการที่ยุติธรรมเปิดเผย และเป็นประชาธิปไตย โดยสามารถสรุปกระบวนการตัดสินใจได้ดังนี้

1. การได้รับข้อมูลจากสื่อสารมวลชน ซึ่งจะทำให้ได้รับคำบอกเล่า เกี่ยวกับการตัดสินใจ

2. การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมอย่างเป็นทางการ โดยประชาชนจะได้มีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มโครงการ ได้รับรู้ก่อนการตัดสินใจ

3. การปรึกษาหารือระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชนโดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ จะทำให้ประชาชนมีบทบาทในการตัดสินใจ

4. การสร้างฉันทามติ ทำให้เกิดความเห็นชอบด้วยในการตัดสินใจ

Creighton (1992 : 22) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจที่เป็นกระบวนการที่เปิดเผยโปร่งใส และ ยุติธรรม จะทำให้คนหรือกลุ่มคนที่มีส่วนและอิทธิพลในหลาย ๆ ด้านต่อการตัดสินใจนั้นยอมรับการตัดสินใจที่ชอบธ รรมที่เกิดจากการสร้างฉันทามติที่เขาไม่ได้รู้สึกชอบทั้งหมด

2.5.3.2 รูปแบบขั้นตอนในการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากการสำรวจแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบและขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชน จะเห็นว่า ทรรศนะของนักวิชาการต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2526 : 272 - 273)ได้แยกการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

Cohen และ Uph off (1980 : 145) ได้สร้างกรอบพื้นฐานเพื่อการอธิบายและวิเคราะห์การมีส่วนร่วม โดยแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมตัดสินใจ (Decision - Making) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากเพราะเป็นการระบุถึงปัญหา ความต้องการของชุมชน ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ

- การริเริ่มตัดสินใจ

- ดำเนินการตัดสินใจ

- ตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วย

- การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรและข่าวสาร

- การเข้าร่วมในการบริหาร

- การประสานขอความร่วมมือ

- การประสานขอความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็น

- ผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ

- ผลประโยชน์ทางด้านสังคม โดยการให้บริการที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีคุณภาพที่ชีวิตที่ดีขึ้น

- ผลประโยชน์ส่วนบุคคล จะเป็นผลประโยชน์ด้านจิตใจ

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป โดยรัฐควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมประเมินผลด้วย

2.5.3.3 ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ในเรื่องความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนนี้ ได้มีนักวิชาการต่าง ๆ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมดังต่อไปนี้

ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ (2521 : 24 - 30) กล่าวว่า ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน เมื่อมองในแง่ของการบริหารงานพัฒนาจะพบว่า

1. ช่วยทำให้ประชาชนยอมรับโครงการมากขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชน

2. ประชาชนจะมีความรู้สึกผูกพัน รู้สึกเป็นเจ้าของโครงการมากขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชน

3. การดำเนินโครงการจะราบรื่นได้รับความร่วมมือจากประชาชนมากขึ้น

4. โครงการจะให้ประโยชน์แก่ประชาชนมากขึ้น และมีการระดมทรัพยากรเพื่อการพัฒนามากขึ้นช่วยพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนมากขึ้น

2.5.4 แบบจำลองระดับขั้นของการมีส่วนร่วม

Sherry Aronstein ได้สร้างแบบจำลองระดับขั้นของการมีส่วนร่วมในประเทศกำลัง

พัฒนามีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะปร ะเมินระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชน พิจารณาโดยรัฐ กลุ่ม องค์กร เอกชน (NGO) และชุมชน โดยแบ่งระดับขั้นของการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ขั้นพื้นฐาน (ระดับที่ 7 - 8) วัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วมเป็นเพียงการให้ความรู้ประชาชนเท่านั้น

2. ขั้นกลาง (ระดับที่ 4 -6) ประชาชนจะมีส่วนร่วมมากขึ้นมาอีกในเรื่องของการให้ข้อมูลและคำปรึกษาแต่ประชาชนก็ยังไม่มีอำนาจตัดสินใจและดำเนินการ

3. ขั้นสุดท้าย (ระดับที่ 3-1) ประชาชนจะมีอำนาจตัดสินใจและดำเนินการเอง

ต่อมา Chagall ได้นำเอาหลักแนวคิดของ Sherry Aronstein มาปรับเปลี่ยนสร้างแบบจำลองระดับขั้นของการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับประเทศด้อยพัฒนา ซึ่งมีแนวคิดว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนไม่ได้มีความหมายเพียงความเป็นไปในการตัดสินใจของประชาชนในเรื่องการเมืองที่มีผลกระทบต่อพวกเขาเท่านั้นแต่ยังหมายถึงการช่วยเหลือซึ่งกันและกั น (Mutual - Help) ในขั้นเริ่มแรกและอาจจะตามมาซึ่งความช่วยเหลือจากภายนอกตามความจำเป็นขั้นพื้นฐานต่าง ๆ โดยจัดเป็น 8 ระดับดังนี้

1. การที่ชุมชนมีอำนาจส่วนใหญ่ในการวางแผนและตัดสินใจ
2. การร่วมมือกับภาครัฐบาลในการตัดสินใจ โดยผ่านโครงสร้างตามนโยบาย
3. การให้ชุมชนตัดสินใจในบางส่วนจากโครงการหรือแผนของรัฐที่มีอยู่แล้ว
4. การแต่งตั้งให้ชุมชนเป็นกรรมการพัฒนาแต่ไม่มีโอกาสออกความคิดเห็น
5. การศึกษาโครงการที่มีแต่รูปเล่มแต่ไม่มีดำเนินงานการจริง
6. การให้ข่าวสารทางเดียวจากรัฐ
7. การเสนอแผนของรัฐโดยปฏิเสธทุก ๆ ความคิดที่จะช่วยเหลือคนจน

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับประชาสังคม

นักวิชาการในสังคมไทยหลายๆท่าน ได้ให้ความหมายของคำว่า “ประชาสังคม” (Civil Society) ที่กลมกลืนกับบริบทสังคมไทยอยู่มากมาย ดังนั้น

ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ประเวศ วะสี กล่าวว่า ประชาสังคม คือสังคมที่เต็มไปด้ว ย ความเป็นชุมชน (Community building) ซึ่งความเป็นชุมชนนั้น หมายถึง การมี่ประชาชนจำนวนหนึ่งมีวัตถุประสงร่วมกัน มีอุดมคติร่วมกัน หรือความเชื่อร่วมกันในบางเรื่อง มีการติดต่อสื่อสารกันหรือมีการร่วมกลุ่มกัน จะอยู่ห่างกันก็ได้ มีความอื้ออาทรต่อกันมีเรื่อจิตใจเข้ ามาด้วย มีความรัก มีมิตรภาพ มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ ในการปฏิบัติบางสิ่งบ่างอย่างจะเรื่องใดก็แล้วแต่และมีการจัดการ (ประเวศ วะสี,2540)

อาจารย์ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม ให้ความหมายของคำว่าประชาสังคม ว่าหมายถึงสังคมที่ประชาชนทั่วไปมีบทบาทสำคัญในการจัดการ เรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชนโดยอาศัยองค์กร กลไก กระบวนการ และกิจกรรมอันหลากหลายที่ประชาชนจัดขึ้น โดยเป็นส่วนของสังคมไม่ใช่ภาครัฐ (ซึ่งดำเนินโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย) และไม่ใช่ภาคธุรกิจ (ซึ่งดำเนินงานโดยมุ่งหวังกำไร) (ไพบูลย์ วัฒนธรรมศิริ,2540)

สามัญ วิสัย ให้ความหมายว่า ประชาสังคม ก็คือการร่วมมือของหลายฝ่ายในสังคมเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหา

นายแพทย์ชูชัย ศุภวงศ์ อธิบายว่า “ประชาสังคม” หมายถึง การที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤตการณ์หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนที่ยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสง ค์ร่วมกันซึ่งนำไปสู่การก่อจิตสำนึก (Civic consciousness) ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร (Civic group / organization) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นห้างหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือการกระทำบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ด้วยความรัก ความสมานฉันท์ ความเอื้ออาทรต่อกัน ภายใต้ระบบการจัดการ โดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (Civic network) (ชูชัย ศุภวงศ์,2540)

จากความหมายตามความคิดของนักวิชาการข้างต้นนั้นสามารถสรุปได้ว่า ประชาสังคม หมายถึง สังคมที่ประชาชนในสังคมนั้นมีจิตสำนึกร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้วิกฤติการณ์อันไม่พึงปรารถนาทั้งสังคม เศรษฐกิจ แลการเมืองด้วยความพอใจและมีความสุข

2.6.1ลักษณะหรือองค์ประกอบที่สำคัญของประชาสังคม

นัยยะของคำจำกัดความและการตีควา มของคำว่า “ประชาสังคม” อันเป็นแนวทางในการศึกษาถึงความเป็นชุมชน มีลักษณะและองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. มีความหลากหลาย เช่น มีความหลากหลายของการรวมตัว พื้นที่ รูปแบบของกิจกรรมประเด็นความสนใจ / ปัญหา และกลุ่มคนที่มารวมตัวกัน

2. มีความเป็นชุมชน ที่อาจมีอาณาบริเวณหรือ บริบทขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงติดต่อกันในทางใดทางหนึ่ง หรือความเป็นชุมชนขนาดเล็ก ที่รวมตัวด้วยความรักความผูกพัน ความเอื้ออาทรความสนใจ และหรือผลประโยชน์ร่วมกัน

3. บนสำนึกสาธารณะ ด้วยจิตสำนึกของความเป็นพลเมือง (Pubic Consciousness)ของสังคมแห่งการเรียนรู้(Learning Society)

4. การมีกิจกรรมและการต่อเนื่อง บนพื้นฐานของกระบวนการกลุ่มและด้วยพื้นฐานแห่งการเรียนรู้จากการปฏิบัติร่วมกัน (Interactive Learning Through Action) ที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน

5. มีเครือข่ายและการติดต่อสื่อสาร ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อสาร และเครือข่ายเพื่อกลุ่มประชาสังคมจะมีความยั่งยืน (Communication and Network)

2.6.2.1 แนวทางการสร้างประชาสังคม

การที่จะทำให้ประชาสังคมเกิดขึ้นได้นั้น จะต้องหารือดำเนินการดังต่อไปนี้

1 .ศึกษาปัญหาของสังคม หรืออาจเป็นความทุกข์ร่วมกัน

2. พัฒนาความรู้ร่วมกันต่อสภาพปัญหาหรือวิกฤตร่วมของสังคม

3. กำหนดจุกมุ่งหมายบางอย่าง หรือมีอะไรบางอย่างร่วมกัน ซึ่งอาจเป็นความทุกข์ร่วมกัน ความสุขร่วมกัน และมีความรู้สึกร่วมกันว่าถึงเวลาที่ต้องรวมตัวกัน

4. กำหนดผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งอาจไม่ใช่อยู่ในรูปของข้างของเงินทอง

5. จัดเวทีสม่ำเสมอ

6. จัดกิจกรรมร่วมกัน

7. แสวงหารูปแบบ

8. สร้างระบบบริหารจัดการ

9. ผู้นำประชาสังคม

จะเห็นได้ว่าแนวคิดในเรื่องของประชาสังคมจะเน้นการมีส่วนร่วมของประชาสังคมจะเน้นการมีส่วนร่วมของสังคม ในการออกความเห็น วิเคราะห์ถึงปัญหาต่ างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน และร่วมกันแก้ไขโดยคนในชุมชนนั้นเองซึ่งกระบวนการต่างๆที่เกิดขึ้นนั้น ได้อาศัยการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันของคนในชุมชนเพราะการมีส่วนร่วม หรือการพบปะกันของคนในชุมชนจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารนั้นเอง

ผลของการเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันแก้ปัญญาของคนในชุมชนนั้น จะก่อให้เกิดกระบวนการแก้ไขปัญหา หรือวิธีการในการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบใหม่ คือ “กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสา รเพื่อการเปลี่ยนแปลทางสังคม ” (The Alternative Paradigm of communication for Social Change) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล ,2542) โดยมุ้งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาหนทางที่จะทำเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน สังคมประเทศ หรือระดับโลกทั่ วไป โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงสังคม อาจมีความหลากหลายและมีความแตกต่างกันไป (Pluralistic/ Multiplicity in World) ตามความเหมาะสมของท้องถิ่น และตามความต้องการของสมาชิกในสังคมดังกล่าว

อาจกล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจะต้องอาศัยการร่วมกลุ่มของคนในชุมชนเอง เพื่อเป็นการเริ่มต้นในการตระหนักรู้ถึงสิ่งที่ชุมชนประสบอยู่ โดยมีการวางแผนจัดการกับปัญหาชุมชนจากความร่วมมือของคนในชุมชน และเมื่องานหรือกิจกรรมบรรลุวัตถุประสงค์แล้วก็จะมีการขยายผล สร้างกิจกรรมใหม่ๆ จนกระทั้งมีการปรับเปลี่ยนและสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือประสบการณ์กัน จากแนวคิดเรื่องประชาสังคม ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของประชาชนโดยรอบพื้นที่ ตลาดสามชุก เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และร่วมกันเสนอแนวคิดและดำเนินการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการท่องเ ที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีวีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง มี 4 รูปแบบ คือ 1.การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ 2.การสื่อสารสองทางที่เป็นทาง การและมีปฏิกิริยาโต้ตอบมาก 3.การสื่อสารสองทางที่เ ป็นทางก ารแต่มีปฏิกิริยาโต้ตอบน้อย 4.การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ผู้นำของชุมชนคีรีวงมีบทบาทสำคัญ เป็นแกนนำสำคัญในการกำหนดกฎ ระเบียบแบบแผน และการแก้ปัญหาในชุมชน

ชื่นกมล ทิพยกุล (2542) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟของประชาชนในจังหวัดตรัง” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟ ประกอบด้วยบทบาทการเสวนา วิธีการเสวนาการโต้ตอบในวงเสวนา โดยผู้ร่วมวงเสวนากาแฟจะมีหลายบทบาท ทั้งบทบาทการเปิดประเด็น บทบาทการสนับสนุน บทบาทการโต้ตอบ และบทบาทของผู้รับฟัง โดยบทบาทที่แตกต่างกันจะทำให้มีวิธีการเสาวนาที่ แตกต่างกัน ทั้งวิธีการตั้งคำถาม วิธีการพูดเปรย ๆ วิธีการอธิบายและหาเหตุผล ประกอบโดยผู้ร่วมเสวนาแต่ละคนจะมีบทสรุปกันเอง ไม่ว่าจะเป็นประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นริศรา นงนุช (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่ อสารในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” พบว่า มีรูปแบบการสื่อสาร ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ 1. การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ 2. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิกิริยาโต้ตอบมาก 3. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิกิริยา โต้ตอบน้อย 4. การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ ในส่วนของผู้นำชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด ประกอบด้วย ผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ นายอำเภอ ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต . หน่วยงาน

ภายนอก และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ เจ้าอาวาส ผู้อาวุโส เจ้าของกิจการเรือข้ามฟาก โดยกลุ่มผู้นำเหล่านี้มีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยว ตั้งแต่การก่อตั้ง การดำเนินการ รวมไปถึงกำหนดแผนการจัดการและกฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ไขปัญหา

อริสรา ธนุแผลง (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการรวมกลุ่ม เพื่อจัดตั้งธนาคารขยะ ประกอบไปด้วย 3 รูปแบบ คือ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะ ประกอบไปด้วย 4 รูปแบบ คือ การสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

บทบาทผู้นำชุมชนวัดกลางที่มีต่อการจัดกา รธนาคารขยะ แบ่งเป็นบทบาทในระยะก่อตั้งธนาคารขยะ 4 ลักษณะ คือ เป็นผู้รับนวตกรรมใหม่เข้ามาในชุมชน เป็นผู้กำหนดแผนการดำเนินงานจัดตั้งธนาคารขยะชุมชน เป็นผู้กำหนดนโยบายและกฎระเบียบของธนาคารขยะชุมชน และเป็นผู้เผยแพร่นวตกรรมใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน และบทบาทในระยะของการบริหารจัดการธนาคารขยะ มี 3 ลักษณะ คือ เป็นผู้บริหารงานทั่วไปของธนาคารขยะ เป็นผู้แสวงหาทางออกในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเป็นผู้วางแผนการพัฒนาการดำเนินงานของธนาคารขยะ

เวทินี สตะเวทิน (2542) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู ” พบว่า กลไกการ สื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู ได้จำแนกเป็นกิจกรรมในเชิงรุก ซึ่งพบรูปแบบการสื่อสารใน 3 แบบ คือ สารสื่อสารทางเดียว 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 และการติดรายชื่อประจานที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ และในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรร มเชิงรุก ใช้การสื่อสารหลายช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต

กุลนรี แนวพานิช (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการจัดการ โครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี ” พบว่า การสื่อสารจากผู้ส าร คือ พร ะพะยอม กัลยาโณ และมูลนิธิสวนแก้ว ไปยังผู้รับสาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. สาธารณชน มีวิธีการสื่อสารประกอบด้วย พระพะยอมใช้กลวิธีในการสื่อสารกับสาธารณชนผ่านการเทศน์ การปฏิบัติให้เห็นจริง และมูลนิธิสวนแก้วจัดทำสื่อเฉพาะกิจ 2. การสื่อสารกับกลุ่มเป้ าหมายเฉพาะทั้งที่เป็นผู้ที่ตอบรับโครงการและสมาชิกของโครงการ ในส่วนของสมาชิกโครงการใช้วิธีการประชุมกับคณะกรรมการและสมาชิก , การเดินตรวจงานตามแผนก , การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้าพูดคุย และการใช้สื่อในการควบคุมการทำงานหรือสั่งการ ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นผู้ตอบรับโครงการของมูลนิธินั้น ใช้วิธีการให้ข้อมูลหรือคำแนะนะ , อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริจาค , ให้ข้อมูลแก่ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาส ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นสมาชิกโครงการของมูลนิธิสวนแก้วนั้น ประกอบด้ว ย การสื่อสารเชิงสถานภาพส่วนตัว โดยการสื่อสารแบบเป็นกันเอง ควบคุมกันเอง และอบรมสมาชิกให้มีจิตสำนึกต่อพระพะยอม และการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงาน โดยไม่ถือระดับชั้นตำแหน่งงาน , ไม่ใช้อำนาจ, พูดจาไพเราะ, ใช้อารมณ์ขัน และใช้น้ำเสียงและชี้แจงด้วยเหตุผล นอกจากนี้ ผล จากการสื่อสาร ได้ทำให้กลุ่มบุคคล 3 กลุ่ม เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) สื่อมวลชน โดยโครงการให้การสัมภาษณ์, เขียนคอลัมน์, แจกเอกสาร และเปิดโอกาสให้เข้าเยี่ยมชม 2) หน่วยงานต่าง ๆ โดยโครงการให้ความร่วมมือด้วยการไปบรรยาย และให้การต้อนรับ 3) ประชาชนทั่วไป โดยช่วยประชาสัมพันธ์ และเป็นหูเป็นตาให้กับโครงการ

สิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ” พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการวิเ คราะห์จาก 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ สำหรับสถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุ มชน ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ

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

นฤนาท พุทไธสง (2541 : 95) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของป ระชาชนในท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมโบราณสถาน : ศึกษาเฉพาะกรณีโบราณสถานในบริเวณเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมโบราณสถานในระดับปานกลาง

ณัฐนาท เนตรนิยม (2541 : 112-117) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเพณีกับความตระหนักด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ของนักเรียน : กรณีศึกษาเปรียบเทียบนักเรียนเขตจังหวัดสุโขทัยกับนักเรียนเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่ าวสารเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดีจากสื่อหนังสือเรียนมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อบุคคล คือ คุณครู และอันดับสามคือ จากสื่อโทรทัศน์

2.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดีในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

3.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนค ติเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดี มนระดับปานกลางค่อนข้างสูง โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยสูงสุดในเรื่องของสื่อประเพณีในแง่การให้ความรู้และการสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่นตน

4.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการปฏิบัติตน ที่เหมาะสมแก่สถานการณ์ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดี ในระดับค่อนข้างสูง

วิวัฒน์ชัย บุญญานุพงศ์ (2542 : 128-134) วิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนชาวมอญบ้านเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า

ชาวมอญเริ่มเข้าม าอยู่บ้านเกาะเกร็ด ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ประกอบอาชีพการทำเครื่องปั้นดินเผา มีนิสัยรักสงบ เลื่อมใสพระพุทธศาสนา ซึ่งจะเห็นได้จาการสร้างวัดขึ้นมาอย่างสวยงาม และเป็นมรดกทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ชาวมอญยังชอบงานประเพณี

ลักษณะการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนในกิจกรรมการทำบุญในวันสงกรานต์เป็นประจำ สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ เพราะเป็นประเพณีที่แสดงออกได้ถึงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษและขอพรผู้ใหญ่ ซึ่งถือว่างานบุญใหญ่ประจำปีของชาวมอญเกาะเกร็ด นอกจากนี้ยังมีประสิ ทธิภาพงานศพ ชาวมอญทุกคนต้องไปร่วมงานโดยไม่ต้องบอกกล่าว

ระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนมอญโดยรวม พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางซึ่งแสดงให้เห็นว่าชาวมอญยังคงมีการสืบทอดทางวัฒนธรรมไว้ทามกลางสังคมที่กำลังมีความเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัฒน์

แพรวพรรณ แย้มไทย (2544) ศึกษาเรื่อง กระบวนการเกิดประชาคมและผลกระทบต่อชุมชนบางลำพูน ศึกษากรณี : โรงพิมพ์คุรุสภา พบว่า ผลของการเกิดประชาคมต่อชุมชนบางลำพู ทำให้คนในชุมชนบางลำพูมีความเป็นกลุ่มเป็นก้อนหรือความเป็นชุมชนมากขึ้น จากเดิมที่แต่ละชุมชนแยกย่อยกันทำงาน เมื่อมีการติดต่อสื่อสารกัน ทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน นำไปสู่การมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะร่วมกัน เกิดการเรียนรู้จากการทำกิจกรรมร่วมกันมีความเอื้ออาทรต่อกันและคิดถึงประโยชน์สาธารณะมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประชาคมได้ดำเนินการเพื่อสนองต่อความต้องการของชุมชน โดยใช้สวนติชัยปราการเป็นเวทีสาธารณะ

นอกจากนี้ ยังพบว่า การสื่อสารประชาคมมีทิศทางการไหลของข่าวสารจากหลายทิศทางการไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้าสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังชุมชนภายนอก และการใช้สื่อสารเพื่อเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนด้วยกันเอง การไหลของข่าวสารมาจากหลายทิศทางจะช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออก ซึ่งเป็นตัวตนของชุมชนกลับกลายมาเป็นชุมชน มีการปฏิสัมพันธ์ (Communication Action) ขึ้นภายในชุมชน ทำให้ชุมชนกลับกลายมาเป็นชุมชนที่มีพลัง ซึ่งเกิดจากพลังจากคนภายในชุมชน (Insiders) และอาศัยพลังจากคนนอกชุมชน (Outsiders)

พันธุ์วดี จิระชัย (2544) ศึกษาเรื่อง บทบาทในการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านของครูสังคมศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ควรมีการสอดแทรกและบู รณาการ เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าไปในรายวิชาสังคมศึกษา ในการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียน

2. ควรจัดตั้งชุมชนอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยจัดกิจกรรมทางวิชาการในโรงเรียน

3. ควรกำหนดแผนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมทางวิชาการในโรงเรียนไว้ในแผนงานและโครงการของโรงเรียน

4. ควรจัดให้มีการประชุม สัมมนา เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านแก่ครูอย่างจริงจัง เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

5. ควรจัดงบประมาณให้ชุมแก่ครู หรือบุคลากรในโรงเรียน เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน

6. ควรสนับสนุนให้ครูและนักเรียนเห็นความสำคัญ ในประเพณีของท้องถิ่นเพื่อสร้างจิตสำนึกต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

ธิดา สุบรรนาจ (2544) ศึกษาเรื่อง โปรแกรมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 เพื่อส่งเสริมความตระหนักในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า

1. ค่าเฉลี่ยของคะแนนความตระหนักในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของนักเรียนหลังการเข้าร่วมโปรแกรม สูงกว่า ก่อนการเข้าร่วมโปรแกรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมทุกคนมีพฤติกรรมการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับดีมาก

3. นักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมทุกคนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมโดยภาพรวมทั้งในด้านความเหมาะสม ด้ านความพอใจ และด้านประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความเหมาะสมของระยะเวลาของกิจกรรมก่อนและหลังการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อยู่ในระดับปานกลาง

สุธีรา เผ่าโภคสถิต (2537) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของคนเชื้อสายมอญเกี่ยวกับบทบาทของสื่อบุคคล สื่อ ประเพณี และสื่อมวลชน ในการอนุรักษ์วัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนเกาะเกร็ด ปากลัด และบางกระดี่ พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ในกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) อันได้แก่ สามี ภรรยา บุตร บิดา มารดา พี่น้อง ญาติสนิท และเพื่อน หรือความสัมพันธ์ในกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) อันได้แก่ กลุ่มที่สามารถอ้างอิงได้ เช่น ครู พระสงฆ์ ผู้นำชุมชน ฯลฯ ที่สามารถติดต่อสัมพัน ธ์กันลักษณะเผชิญหน้า (face-to-face) นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังให้แนวคิด และกระตุ้นเร่งเร้าได้ดีกว่าการถ่ายทอดข่าวสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็วกว่าอีกด้วย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษากระบวนการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของคนใน ชุมชนในการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิจัยครั้งนี้เป็นการ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)ที่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกทำวิจัยโดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research)การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation)และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลเนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน สมบรูณ์มากที่สุด

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ มีส่วนเกี่ยวข้องในการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ , สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก และกลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุนในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มูลนิธิชุมชนไท ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และสื่อมวลชนที่ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกไปสู่สาธารณะชน ในการนี้ ผู้วิ จัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นจำนวน 25 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

1.คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 คน ได้แก่

คุณพงษ์วิน	ชัยวิรัตน์	ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณอรุณลักษณ์	อ่อนวิมล	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณกฤตยา	เสริมสุข	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณสมชาย	หงส์สุวรรณ	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณปิยรัตน์	สำเริศรัมย์	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
รศ.ราตรี	โอภาส	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณเมธี	สรรพคุณานนท์	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณอภิวัฒน์	เจริญวัย	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ

คุณแก้วตา	ทองฉ่ำ	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ
คุณธเนตร	กิติพรพาณิชย์	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ

2.สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วย ชาวบ้าน , ผู้ประกอบการ จำนวน 8 คน ได้แก่

คุณยศพร	วรรธนะอมร	ผู้ประกอบการ
คุณนิรดา	สุทธิแจ่มใส	ผู้ประกอบการ
คุณรุ่งโรจน์	ประพฤติดี	ผู้ประกอบการ
คุณสังเวียน	อินสว่าง	ชาวบ้าน / ผู้ประกอบการ
คุณสุนิภา	เหลืองศรีดี	ชาวบ้าน / ผู้ประกอบการ
คุณสันทนา	ลอยจินดารัตน์	ชาวบ้าน / ผู้ประกอบการ
ด.ญ.เพชรรัตน์	สุขสราญจิต	มัคคุเทศน์น้อย
คุณยุวดี	วงษ์สุวรรณ	เจ้าหน้าที่ประสานงานชุมชน

3.กลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่ งประเทศไทย (ททท.), มูลนิธิชุมชนไท, ผู้ทรงคุณวุฒิ, นักวิชาการ และสื่อมวลชน จำนวน 7 คน ได้แก่

คุณทับทิม	แก้วกิ่ง	เจ้าหน้าที่ฯ จากมูลนิธิชุมชนไท
คุณพิชญ์	เยาว์ภิรมย์	ช่างภาพอิสระ
คุณสุชาดา	ภู่ทองคำ	สื่อมวลชน
คุณอุไร	มุกประดับ	ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ททท.
คุณรุจ	รัตนพาหุ	อาจารย์สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จ.สุพรรณบุรี
คุณสุรพล	จินดาอินทร์	นักธุรกิจ / ที่ปรึกษาคณะกรรมการ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยเป็นกำหนดคำถามแบบกว้างๆ ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการทราบ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูลสามารถพูดได้อย่างเต็มที่ตามที่ประเด็นที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ และยืดหยุ่นในประเด็นแนวคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก

1. ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ได้เริ่มต้นดำเนินการอย่างไรบ้าง และใช้วิธีการสื่อสารกันอย่างไร

2. ในการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนตลาดสามชุกมีวิธีการสื่อสารอย่างไร เพื่อให้สมาชิกในชุมชนเกิดความตระหนัก และเข้ามาร่วมใน การดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนและสมาชิกให้ความร่วมมือมากน้อยเพียงใด

3. ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สมาชิกในชุมชน ใช้วิธีการสื่อสาร อย่างไร ใช้สื่ออะไรบ้าง

4. ในการสร้างความสัมพันธ์และประสานกับกลุ่มพันธมิตรที่เข้ามาให้การสนับสนุน ชุมชน มีประเด็นอะไรบ้าง และมีวิธีการสื่อสารอย่างไรบ้าง

5. ในการดำเนินงาน มีปัญหาและอุ ปสรรคหรือไม่ อย่างไร และมีการแก้ไขปัญหานั้น ด้วยวิธีการสื่อสารอย่างไร

แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก

1. ท่านเข้าร่วมในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตั้งแต่แรกหรือไม่

2. คณะกรรมการการพัฒนาตลาดสามชุก มีวิธีกา รสื่อสารอย่างไรในการชักชวนให้ สมาชิกในชุมชนรวมตัวกัน และร่วมกันดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน

3. ท่านมีวิธีการสื่อสารอย่างไรกับเพื่อนสมาชิกในชุมชน ในการดำเนินการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน ประเด็นเรื่องอะไรบ้าง มีการพูดคุยกันบ่อยมาก น้อยเพียงใด

4. ท่านได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นต่อดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนมากน้อยเพียงใด ถ้ามีเป็นเรื่องอะไรบ้าง

5. ท่านได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมอะไรบ้าง ที่เป็นการส่งเสริมการอนุรั กษ์ ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์กลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน

1. ท่านเข้ามาในชุมชนตลาดสามชุก ท่านได้ติดต่อสื่อสารกับใคร และใช้วิธีการการ สื่อสารอย่างไร

2. ท่านใช้วิธีการอย่างไรในการสร้างความรู้จักและคุ้นเคยกับ คณะก รรมการพัฒนา ตลาดสามชุก และสมาชิกในชุมชน และใช้สื่ออะไรบ้าง

3. ท่านได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นต่อดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนมากน้อยเพียงใด ถ้ามีเป็นเรื่องอะไรบ้าง

4. ท่านมีส่วนช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนตลาดสามชุก หรือไม่ อย่างไร

5. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมอะไรบ้าง ที่เป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ที่เกี่ยวกับเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น และเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาวิเคราะห์ในการตอบปัญหาในการวิจัย โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ และเอกสารต่าง ๆ ที่ได้บันทึกเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วย

- หนังสือที่ชุมชนผลิตขึ้นเอง และหนังสือจากหน่วยงานพันธมิตรที่ให้การสนับสนุนผลิตขึ้นเพื่อช่วยเผยแพร่ให้ ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท , สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ เป็นต้น

- เอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารประชุม การจัดกิจกรรมของชุมชน แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 ศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ นิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์

1.3 ศึกษาข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต โดยการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ www.google.com โดยการสืบค้นคำว่า “สามชุก” เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งประกอบไปด้วยข่าว และบทความที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

2. เก็บรวบรวมข้อมู ลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participatory Observation) โดยผู้วิจัย จะขอเข้าเ ยี่ยมชมกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดขึ้น อาทิ การประชุม และการจัดกิจกรรม เพื่อสังเกตดูวิธีการสื่อสารของสมาชิกในชุมชนใน ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - Depth Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ โดยการสัมภาษ ณ์จากโครงคำถามแบบไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ตอบคำถามเล่าเรื่องราวและแสดงทัศนะเกี่ยว กับประวัติความเป็นมาของชุมชน และการสื่อสารใน การส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนในประเด็นทั่วไปอย่างอิ สระและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหาคำตอบ ตามประเด็นปัญหานำวิจัย ได้แก่ กระบวนการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัด

สุพรรณบุรี

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analytical) เพื่ออธิบายกระบวนการสื่อสาร รูปแบบ และวิธีการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยวิเคราะห์ชุมชนภายใต้บริบททางด้านสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

3.5 การนำเสนอผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในแบบ พรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Description) โดยการนำเสนอตามสั ดส่วนของปัญหานำการวิจัย ประกอบกับการบรรยายขั้นตอนหรือวิธีการต่าง ๆ โดยการนำเสนอข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุกอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และ ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก รวมถึงเอกสาร การประชุม การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ป ระกอบกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และวิธี การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 25 คน อันประกอบไปด้วย คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จำนวน 10 คน สมาชิกชุมชนตลาดสามชุก จำนวน 8 คน และกลุ่มพันธมิตรของชุมชน จำนวน 7 คน ทั้งนี้ในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนตลาดสามชุก

2. กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

3. การมีส่วนร่วมและการสื่ อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนตลาดสามชุก

1.1 ความเป็นมาของชุมชนตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี

ชุมชนตลาดสามชุก เป็นชุมชนๆ ตั้งอ ยู่ที่หมู่ 2 ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในอดีตเป็นตลาดริมแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีการก่อตัวของชุมชนเมื่อประมาณปี พ .ศ. 2437 ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ทำให้ปัจจุบันยังคงสภาพบ้านเรือนมีลักษณะเป็นอาคารไม้สองชั้น เรียงรายเป็นห้องแถวมุงหลังคาด้ว ยกระเบื้องโบราณ มีการออกแบบตกแต่งลวดลายไม้ด้วย

สถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นศิลปะการแกะสลักผนังบ้านด้วยลวดลายขนมปังขิงที่งดงาม นับเป็นย่านการค้าริมน้ำที่มีความงดงาม และทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ภายในตลาดสามชุกประกอบไปด้วยร้านขายสินค้าและบริการอย่ างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านกาแฟ ร้านถ่ายรูป ร้านขายของชำ ร้านขายยาสมุนไพรจีน และยาไทย ท่ามกลางบรรยากาศของตลาดเก่าที่มีอายุกว่า 100 ปี

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

ถึงนามสามชุกถ้า ป่าดง
เกรียงไร่ได้ฟ่ายลง แลกล้ำ
เรือค้าเท่านั้นคง คอยเกรียงเรียงเอย
รายจอดทอดท่าน้ำ นับฝ้ายขายของฯ

(โคลงนิราศสุพรรณฯ พ.ศ.2379)

นอกจากนั้น ยังระบุว่าสามชุกเป็นเมืองท่าที่มีการค้าขายทางน้ำที่เป็นศูนย์รวมของเรือสินค้าซึ่งมาจากหลากหลายที่ จอดเรียงรายกันเพื่อ จำหน่ายสินค้าที่บรรทุกมากับเรือและจากคำประพันธ์นี่เอง ที่เป็นหลักฐานยืนยันได้ว่าสามชุกมีมาก่อนปี พ .ศ.2379 จวบจนปัจจุบันมีอายุกว่า 100 ปีแล้ว และจากข้อมูลในหนังสือ “สืบสานงานศิลป์ ถิ่นสามชุก” ยังได้บันทึกเรื่องราวของสามชุกในอดีตด้วยว่า เมื่อประมาณ 100 กว่าปีที่ผ่านมา บริเวณท่าน้ำแถวนี้จะเป็นย่านตลาดทางน้ำ ที่มีการค้าขายกันตั้งแต่ริมน้ำออกไปถึงกลางแม่น้ำ มีพ่อค้า แม่ค้าที่มาทางเรือ และชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้นแวะเวียนไปหาสิ่งของตามต้องการมากมาย แต่ละวันตลาดน้ำแห่งนี้แน่นไปด้วยผู้คน และลำเรือที่มารอแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน

เนื่องจากชุมชนริมแม่น้ำแห่งนี้เป็นย่านการค้าทางน้ำขนาดใหญ่ ของแม่น้ำฝั่งตะวันตกเป็นศูนย์กลางของเรือที่บรรทุกสินค้ามาแลกเปลี่ยนสินค้ากันจากของผู้คนหลากหลายมีทั้งชาวกระเหรี่ยงลาว ละว้าที่นำเกวียนบรรทุกของป่ามาขายแลกกับสิ นค้าจากชาวเรือ เช่น เกลือ ปูน ส่วนชาวบ้านก็จะนำพืชผลมาจากป่า เช่น ฝ้าย แร่ ไม้ฝาง หนังสัตว์ ชันช่อ น้ำมันยาง สมุนไพร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเรือรับส่งข้าวจากโรงสีต่างๆ ทำให้แต่ละวันมีเรือมาจอดเรียงรายกันมากมาย

โดยมีจุดแลกเปลี่ยนอยู่ที่บ้านท่ ายางตรงข้ามกับวัดสามชุก ซึ่งเป็นท่าเรือแรกที่เป็นท่าขนสินค้าที่ใหญ่ที่สุด

ต่อมาตลาดน้ำแห่งนี้ มีการค้าขายมากขึ้น ทำให้ขยายตัวกว้างไกลออกไป จนเกิดเป็นท่าใหม่ที่บ้านสามเพ็ง ซึ่งเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำสุพรรณบุรี มีกลุ่มชาวบ้านอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จากการสันนิษฐานว่าอาจจะเป็น ชาวกระเหรี่ยง ชาวลาว ชาวจีน และชาวมอญ ที่เข้ามาหาซื้อสิ่งของ แล้วตั้งรกรากอยู่บริเวณพื้นที่ริมแม่น้ำที่บ้านสามเพ็งแห่งนี้ ต่อมาเมื่อมีการเปลี่ยนระบบการค้าขายจากระบบเดิมเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้ าระหว่างของต่อของ เป็นระบบใหม่ที่มีการนำเงินตราหรือเบี้ยมาเป็นซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าแทน เนื่องจากกระแสการพัฒนาของประเทศมีผู้คนเริ่มรู้จักจากการใช้จ่ายด้วยเงินตราหรือเบี้ย ซึ่งต่อมาได้หันมาค้าขายด้วยวิธีการซื้อขายแบบนี้อย่างเต็มรูปแบบ

สำหรับที่มาของส ามชุกนั้น ในหนังสือ “บันทึกนิทานพื้นบ้านย่านสุพรรณ ” ได้บันทึกไว้ว่า คำว่า “สามชุก” มาจากการรวมคำของคนในสมัยนั้น เนื่องจากการค้าขายในสมัยนั้นมีผู้คนชาวเรือจากทั่วสารทิศเดินทางมาร่วมค้าขาย แลกเปลี่ยนกัน ณ จุดบริเวณนี้ ตามทิศทางของแม่น้ำที่ไหลมาจากทิศเหนือ ทิศใต้ ทิศตะวันตก มาบรรจบกันเป็นทางสามแพร่ง จึงเป็นที่มาของชื่อเรียกชุมชนที่เป็นท่าเรือค้าขายว่า “สามแพร่ง” ต่อมาคำว่าสามแพร่งได้เพี้ยนตามการออกเสียงของชาวจีนที่มาค้าขายอยู่ที่นี่ว่า สามแผ็ง และสามเพ็ง บ้างก็ออกเสียงเพี้ยนเป็น สำเพ็ง และมีเรื่องเล่าต่อว่าในช่วงระหว่างรอคอยสินค้า ผู้ค้าชาวเรือจะอาศัยเวลาว่างเข้าป่าไปตัดไม้ไผ่มาสานเป็นภาชนะที่เรียกว่า กระชุก หรือ สีชุก ที่เป็นภาชนะขนาดใหญ่สำหรับใส่สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ข้าว และฝ้าย ชาวบ้านส่วนใหญ่จะนำมาใช้จ่ายตลาด จนทำให้ มีการเรียกชื่อชุมชน ที่เกิดจากการประสมคำจนเป็นที่มาของชื่อ “สามชุก” ในปัจจุบัน

จากเอกสารการประกอบการสัมมนา “การท่องเที่ยวนิเวศ การท่องเที่ยวชุมชน ” ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับสามชุกเช่นกัน โดยได้กล่าวถึงที่มาของสามชุกอีกว่า

“ในส่วนของการปกครองนั้น ก่อนที่จะมีอำเภอสามชุก ตามหลักฐานเดิมมีชื่อว่า “อำเภอนางบวช” โดยมีการจัดตั้งเป็นอำเภอเมื่อปี พ .ศ. 2437 โดยมีขุนพรมสุภา (บุญรอด) เป็นนายอำเภอ ในสมัยนั้นใช้บ้านพักในอำเภอเป็นสถานที่ราชการ ต่อมาปี พ .ศ. 2440 หมื่นยงพ่ายเป็นนายอำเภอ จึงให้ตั้งชื่ออำเภอว่า “อำเภอนางบวช” และในปี พ.ศ. 2454 กระทรวงมหาดไทยประกาศยกฐานะอำเภอทางฝ่ายเหนือของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีหลวงปราบประจันต์ราษฎร์ (ใหม่ บุณยบุตร) เป็นนายอำเภอนางบวชสมัยนั้น ได้มีการย้ายที่ว่าการ “อำเภอนางบวช” มาอยู่บริเวณหมู่บ้านสามเพ็ง ตำบลสามชุกและในปี พ.ศ. 2457 มีการเปลี่ยนชื่อ “อำเภอนางบวช” เป็น

“อำเภอนางบวช” เป็น “อำเภอสามชุก” เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อตำบลสามชุกมาจนถึงปัจจุบันนี้ ” (สินธ์ สโรบล และคณะ,2548: 47)

ตลาดสามชุกในอดีตมีความเจริญรุ่งเรืองขึ้นตามลำดับ หลังจากที่ กระแสการพัฒนาของประเทศแผ่ขยายออกสู่ชนบทรอบนอก เนื่องจากรัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการทำเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนา ปลูกข้าว และได้ตระหนักเห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ทำนาผลิตข้าวที่สำคัญ มีแหล่งน้ำธรรมชาติ และคลองชลประทานที่อุดมสมบูรณ์ และอยู่ไม่ไ กลกรุงเทพฯ ทำให้หน่วยงานของรัฐเลือกที่จะเข้ามาสนับสนุนการทำนา ปลูกข้าวในพื้นที่ใกล้บริเวณริมแม่น้ำสุพรรณบุรี ประกอบกับบ้านสามเพ็งมีท่าเรือขนาดใหญ่ เหมาะสมแก่การเป็นท่าค้าขายขนส่งลำเลียงข้าว และสินค้าอื่น ๆ ลงเรือเพื่อนำไปขายที่อื่นต่อ ทั้งนี้จึงทำให้ท่าเรือที่บ้านสามเพ็งเป็นท่าเรือขนส่งที่สำคัญ และได้นำความเจริญเข้ามาสู่ชุมชนมากมาย

ระยะเวลาต่อมาริมแม่น้ำสุพรรณแห่งนี้ได้กลายเป็นแหล่งทำนาที่สำคัญ จึงทำให้มีโรงสีขนาดใหญ่ขึ้นหลายแหล่ง ทำให้ท่าเรือบ้านสามเพ็ง หรือตลาดสามชุกในปัจจุบัน ได้กลายเป็นตลาดค้าข้าวที่สำคัญ และมีการค้าขายสินค้าต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้ตลาดริมน้ำแห่งนี้ไม่จำกัดอยู่เฉพาะริมน้ำเท่านั้น แต่ขยายมาถึงบนฝั่ง สภาพของตลาดเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะของชุมชน ผู้ที่อาศัยอยู่เดิมเริ่มขยับขยายปลูกป้านเรือนที่มั่นคงกว่าเดิม มีการป ลูกบ้านเรือนของผู้คนที่เข้ามาอยู่อาศัย โดยปลูกลักษณะเป็นบ้านเรือนแถวทำด้วยไม้สองชั้น ตังเรียงรายขนานกันไป 2 ฝั่ง มีถนนเล็ก ๆ เป็นซอยคั่นกลาง สำหรับให้ผู้คนเดินสัญจรจับจ่ายซื้อของไปมาสวนกันได้ แต่ละบ้านจะประกอบอาชีพค้าขายทั้งนี้พื้นดินที่ปลูกบ้านเป็นไปตามกรรมสิทธิ์ที่ดินทำให้เจ้าของบ้านแต่ละหลังไม่มีสิทธิ์ครอบครองพื้นที่ดินโดยตรง ซึ่งบ้านไม้แต่ละแถวจะมีเจ้าของที่ดินเป็นผู้ให้เช่า ตามข้อมูลในหนังสือ “สืบสวนงานศิลป์ถิ่นสามชุก ” ที่ได้สรุปเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกไว้ว่า

“พื้นที่ตลาดสามชุกในสมัยเริ่มแรกนั้นประกอบด้วย 4 ซอยที่ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำ โดยแต่ละซอยจะมีเจ้าของ ซึ่งเป็นผู้ค้าขายรายใหญ่ฐานะร่ำรวยเข้ามาบุกเบิกปลูกบ้านเป็นเรือนแถวไม้สองชั้นสำหรับให้เช่า และเปิดกิจการค้าขายของตน ให้เจ้าของเป็นผู้ดูแลปกครองพื้นที่แต่ละซอย โดยพื้นที่ ซอย 1 และห้องแถวริมน้ำเป็นของเถ้าแก่เบี้ยว แซ่เจ็ง เปิดเป็นตลาดเก้าแก่เบี้ยว และด้วนบนมีห้องให้เช่าสำหรับอาศัย พื้นที่ซอย 2 ของนายฮุย แซ่เฮง ต่อมาได้รับตำแหน่งเป็นนายอากรคนแรกของสามชุกมีหน้าที่เก็บภาษีอากรของประชาชน และได้รับแต่งตั้งเป็นขุนจำน งจีนารักษ์ ตำแหน่งกรมการพิเศษจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งพื้นที่ริมน้ำ ซอย 1 และซอย 2 เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีหน่ายงานราชพัสดุ กรมธนารักษ์เป็นผู้ดูแล ผู้อาศัยต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายปี แต่พื้นที่ซอย 3 และ ซอย 4 เป็นพื้นที่ของเอกชน มีเถ้าแก่ เนี้ยม

แซ่โค้ว หรือเถ้าแก่เนี้ยมเป็นเจ้าของ และดูแลผู้อาศัยไม่ต้องจ่ายค่าเช่า ซื้อบ้านแล้วได้เป็นเจ้าของตามกรรมสิทธิ์"

ในสมัยนั้นตลาดสามชุกเจริญรุ่งเรืองมาก เป็นศูนย์กลางทางการค้าขายแห่งเดียวในเขตพื้นที่อำเภอสามชุก ทำให้ชาวบ้านใน เขตพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ หนองหญ้าไซ ท่าช้าง หนองผักหนาม หนองโรงบ้านสระ เป็นต้น เข้ามาซื้อของ ขายของกันที่ตลาดแห่งนี้ ทำให้การค้าขายได้กำไรดี ทางการจึงกำหนดให้มีการเก็บภาษีอากร เพื่อเป็นรายได้ของประเทศ โดยเฉพาะภาษีอากรสุรา ทำให้มีการแต่งตั้งนา ยอากรคนแรกของอำเภอสามชุกขึ้น คือ นายฮุย แซ่เฮง ซึ่งเป็นชาวตลาดสามชุก เนื่องจากเป็นผู้ที่ทำการค้าขายที่เจริญรุ่งเรืองไปถึง 6 อำเภอ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ประกอบกับเป็นคนดี มีเมตตาช่วยเหลือผู้ตกทุกข์ได้ยาก เป็นผู้นำชุมชน มีคุณงามความดี ต่อมาท่านจึงได้รับบรรดาศักดิ์ เป็นขุนจำนงจีนารักษ์ ตำแหน่งกรมการพิเศษจังหวัดสุพรรณบุรี และได้รับศักดินา 400 ไร่ จากพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เมื่อปี พ.ศ. 2474 เมื่อรัฐบาลประกาศยกเลิกการสูบฝิ่น ท่านจึงหันมาทำสวนทำไร่ และเสียชีวิต ตลงเมื่อ พ.ศ. 2517 รวมอายุได้ 83 ปี (มูลนิธิชุมชนไท, 2547: 15)

สำหรับประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในสมัยนั้น จากหลักฐานไม่มีปรากฏชัดเจน เนื่องจากเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก มีอายุกว่า 100 ปี ทำให้ข้อมูลหลักฐานต่าง ๆ จึงเป็นเพียงคำบอกเล่าของคนรุ่นเก่าที่สันนิษฐานว่า ผู้ที่มาอาศัยอยู่ที่ตลาดสามชุกในสมัยนั้นน่าจะเป็นชาวจีน เพราะมีวัฒนธรรมชอบค้าขาย ประกอบกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่ระบุว่าในช่วงเวลานั้นตรงกับสมัยของรัชกาลที่ 2 และรัชกาลที่ 3 มีชาวจีนอพยพเข้ามาในไทยเป็นจำนวนมาก ตามกระแสการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และได้ตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทยตามพื้นที่ต่าง ๆโดยประกอบอาชีพค้าขาย จนมีฐานะมั่งคง ขยับขยายกิจการและอยู่กับสังคมไทยมาถึงปัจจุบัน (วารุณี โอสถารมย์:196)

ตลาดสามชุกจึงกลายเป็นตลาดหรือชุมชนของชาวจีน ไปโดยปริยาย จากความทรงจำของคนรุ่นเก่าที่บันทึกไว้ในเอกสารต่าง ๆ ระบุว่า ในสมัยนั้นคนในชุมชนตลาดสามชุกมีคนไทยแท้อยู่ไม่กี่คนแล้วด้วยความเป็นชุมชนของชาวจีน ทำให้เกิดขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมความเชื่อและพิธีกรรมต่าง ๆ ของชนเชื่อสายจีน และสิ่งที่ยืน ยันได้คือหลักฐาน "การสร้างศาลเจ้า" ซึ่งสร้างขึ้นภายหลังจากที่สภาพตลาดมีความมั่งคงอยู่ตัวแล้ว ชาวตลาดจึงได้ร่วมกันสร้างศาลเจ้าขึ้นในปี พ.ศ. 2457 เพื่อเป็นศาสนาสถานของชาวจีน โดยอัญเชิญ "เจ้าพ่อหลักเมือง" จากที่เดิมอยู่ที่หน้าวัดสามชุกมาสถิตที่ศาลเจ้าของชุมชนตลาดสามชุกแห่งนี้ เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เพื่อคุ้มครองและปกปักรักษาให้ชาวตลาดสามชุกอยู่เย็นเป็นสุข ประกอบกิจการค้าขายดีมี

กำไร แคล้วคลาดจากภยันอันตราย จากคำบอกเล่าของชาวบ้านในชุมชน กล่าวถึงความศักดิ์สิทธิของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองว่า

“ครั้งหนึ่งเคยเกิดเหตุการณ์ไฟไหม้ที่ตลาดสามชุก ชาวบ้านได้ไปบนบานบอกเจ้าพ่อให้ไฟสงบลงไปลุกลามต่อ โดยของท่านให้ช่วยแล้วจะนำการแสดงงิ้วมาถวายทุกปี ไฟก็ไม่ลุกลามสามารถช่วยกันดับได้ไม่เกิดความเสียหายมาก 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 2554)

จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองได้ตั้งอยู่ระหว่างซอย 2 กับซอย 3 หันหน้าออกไปยังแม่น้ำสุพรรณบุรี ตรงบริ เวณทางลงท่าเรือพอดี เพื่อเป็นที่สักการ ะบูชาของผู้คนที่สัญจรไปมา ทั้งชาวเรือ และผู้โดยสารจะได้กราบไหว้ขอพรให้เจริญรุ่งเรือง และขอพรให้เดินทางโดยสวัสดิภาพปลอดภัย ซึ่งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวตลาดสามชุกเรื่อยมา

ตลาดสามชุกในอดีต เมื่อประมาณ 50 ปีที่ผ่านมา ยับพบว่า เป็นตลาดที่เจริญรุ่งเรืองมากจากข้อมูลในวารสาร “ชุมชนไท” ได้บันทึกคำบอกเล่าของชาวบ้านที่ได้เห็นสภาพของชุมชนในขณะนั้นมีใจความว่า ความเป็นอยู่ของชาวชุมชนสมัยนั้น ส่วนใหญ่ชาวบ้านประกอบอาชีพค้าขาย แต่ละบ้านจะเปิดเป็นร้านของตัวเอง เ ช่น ร้านถ่ายรูป ร้านขายยา ร้านเสริมสวย ร้านขายเครื่องนอน ร้านขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็น ร้านเสื้อผ้า ร้านขายของชำ เป็นต้น ในบริเวณถนนเลียบนที หน้าซอย 1 ซอย 2 บริเวณตลาดริมน้ำ ก็จะมีของขายทั้งที่เปิดเป็นร้านประจำในตลาดขายอาหารสด และแผงลอยวางขาย ของริมทางเดินโดยเฉพาะของกินมากมายตั้งเรียงต่อกันเต็มไปหมดตลอดแนวถนน แต่ละวันมีผู้คนเดินซื้อของแน่นตลาดทุกวัน ผู้คนที่มาลงเรือขึ้นเรือ ก็จะเดินลัดเลาะหาของกิน ของใช้กัน ทำให้ตลาดคึกคักมาก พ่อค้า แม่ค้าขายของได้กำไรแต่ละวันเป็นจำนวนมาก นับว่าเป็นยุค ที่ตลาดเจริญรุ่งเรืองมาก ดังคำให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการฯ ท่านหนึ่ง เล่าให้ฟังว่า

“ตอนนั้นตลาดคนเดินกันเต็ม แน่นตลาดทั้งวัน พ่อค้า แม่ค้า ขายของกันไม่ได้หยุด ไม่มีเวลาได้พักทานข้าวกันเลย อย่างร้านขายของชำร้านโชคนิมิต ต้องขึ้นไปยืนบนเก้าอี้ขายของเพร าะคนแน่นร้านเลย ยิ่งถึงหน้าฤดูมะม่วงสุด แม้ค้าขายข้าวเหนียวจะนึ่งข้าวเหนียววันละกระสอบขายดีมาก เศรษฐกิจของตลาดสามชุกช่วงนั้นเจริญมาก พ่อค้า แม่ค้าขายของได้กำไร

หมุนเวียนทุกวัน ทำให้เกิดธนาคารรอบ ๆ ชุมชนถึง 7 แห่ง เป็นเครื่องยืนยันได้ว่าสามชุกมีแต่ คนรวย" (อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล , สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ ในวารสาร "ชุมชนไท " ได้บันทึกคำบอกเล่าของ ลุงสำราญ กลิ่นหอมหวน เจ้าของโรงแรมแห่งแรกในตลาดสามชุกไว้ว่า

"ในสมัยก่อนในแต่ละวันมีเรือมาจอดเทียบท่าตลาดสามชุกเป็นจำนวนมาก คึกคักมา กอย่างเช่น เรือสินค้าของบริษัทสุพรรณขนส่ง จำกัด แต่สมัยนั้นสามชุกยังไม่มีที่พัก ก็เลยดัดแปลงบ้านห้องแถวเปิดเป็นโรงแรม ชื่อว่า โรงแรม "สำราญรมย์ " เป็นโรงแรมแห่งแรกของสามชุก สมัยนั้นค่าพักต่อคืนเพียง 12 บาท ชั้นล่างของโรงแรม ก็เปิดเป็นร้านขายกาแฟ ขายชา ซึ่งมีคนใช้บริการมาก ทั้งคนที่มาพัก และชาวบ้านแถวนั้น" (มูลนิธิชุมชนไท,2547: 37)

ต่อมาธุรกิจโรงแรมดี มีคนเดินทางมาพักเป็นจำนวนมาก มีคนพักเต็มเกือบทุกห้อง ส่วนใหญ่คนที่มาจะพักเป็นเซลล์ขายของจากต่างจังหวัด เพื่อมาขายของที่นี่ เตี่ยของแปะซิ ม พิศิษฎ์ สิริภิญโญจึงเปิดโรงแรมที่ 2 ของสามชุก คือ โรงแรมอุดมโชค ในซอย 2 ถัดจากโรงแรมสำราญรมย์ไป 2 คูหา ปัจจุบันเป็นของแปะซิม พิศิษฎ์ สิริภิญโญ ที่มีอายุ 85 ปีแล้ว เมื่อราว ๆ 10 ปีที่ผ่านมา ยังเปิดให้บริการอยู่ในราคา 150-200 บาท ความสำคัญของตลาดสามชุกไม่เพียงแต่เป็นเมืองท่าสำคัญเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งขนมหวาน อาหารอร่อยอยู่เป็นจำนวนมาก จากข้อมูลในวารสารชุมชนไท ได้ให้รายละเอียดไว้ว่า เมื่อราว ๆ 50 ปีที่ผ่านมา ตลาดสามชุกเป็นย่านที่มีอาหารทั้งคาว และหวานมากมาย เช่น น้ำ พริกและพริกแกงของแม่กิมลั้ง สนธิซื้อสัตย์ ที่ทำมากว่า 50 ปี เป็นน้ำพริกและพริกแกงที่ไม่ใส่สารกันบูด สารเจือปนใด ๆ ทั้งสิ้น จึงทำให้เป็นที่นิยม และเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีร้านก๋วยเตี๋ยว "บะหมี่เจ๊กอ้าว" ซึ่งเป็นที่กล่าวขานของชามสามชุกและคนทั่วไปที่ได้ลิ้มลอง ว่าเป็นก๋วยเตี๋ยวที่อร่อยที่สุดในตลาดสามชุก เนื่องจากเป็นร้านบะหมี่ที่ทำเส้นบะหมี่ หมูแดง เครื่องผสมเองทำให้เส้นบะหมี่มีลักษณะไม่เหมือนใคร เป็นเส้นบะหมี่ที่เหนียวนุ่ม อีกทั้งน้ำซุปยังหอมหวาน และมีรสชาติ อร่อย เปิดขายมากกว่า 70 ปีแล้ว

ส่วนของหวานที่ขึ้นชื่อของตลาดสามชุกในสมัย 50 ปีที่แล้ว ได้แก่ ขนมอร่อยของป้าแม้นที่ทำข้าวเม่าขาย แป้งข้าวเม่าของป้าแม้นจะกรอบมาก เด็ก ๆ จะชอบมาขอกินแป้งกรอบ ๆ ประจำ แล้วก็ยังมีขนมถ้วย ที่มีรสชาติขนมไทยแท้ ๆ ขนมเทียน ขนมเข่ง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ขนมเปี๊ยะ ฯลฯ ของยายทิวา กลิ่นหอมหวน ที่ทำขนมหวานอร่อยได้ไม่แพ้กัน และถือเป็นต้นตำรับของขนมหวานอาหารอร่อยของตลาดสามชุกเลยทีเดียว

นอกจากนี้ อาหารที่ขึ้นชื่อของตลาดสามชุก ที่ปัจจุบันหารับประทานได้ยากแล้ ว นั่นคือ แกงบวน ของป้าระเบียบ ยิ่งเจริญ แกงบวนเป็นอาหารไทยโบราณที่คนส่วนใหญ่ได้ยินแต่ชื่อ

และไม่ค่อยได้ลิ้มลองรสชาติ เพราะไม่สามารถหาซื้อได้ตามตลาดทั่วไป เนื่องจากมีกระบวนการทำที่ค่อนข้างยุ่งยากต้องใช้เครื่องปรุงเครื่องเทศมากมาย รวมทั้งกา รปรุงต้องใช้เวลานาน แต่เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ประกอบด้วย เครื่องในหมูต้ม หมูสามชั้น แถมด้วยปลาอินทรีทอดโขลก และกุ้งแห้ง มีส่วนประสมของเครื่องแกง ประกอบด้วย หอมเผา กระเทียมเผา ข่า ตะไคร้ พริกไท เพิ่มสีสันด้วยใบไม้สีเขียว อาทิ ใบมะกรูด ใบมะดัน และเครื่องปรุงรสชาติ น้ำตาลปี๊ด น้ำมะขามเปียก น้ำปลา ถ้าเอ่ยถึงแกงบวนทุกคนจะต้องนึกถึงป้าระเบียบ เพราะเป็นต้นตำรับแกงบวนคนเดียวในตลาดสามชุก (มูลนิธิชุมชนไท, 2547: 47-48)

เมื่อกาลเวลาผ่านไปสิ่งต่าง ๆ ยอมผันแปรตาม ชุมชนตลาดสามชุกแห่งนี้ ที่เคยเจริญรุ่งเรืองทางน้ำ ต้องพบกับสภาพความเปลี่ยนแปลง เมื่อกระแสการพัฒนานำพาความเจริญเข้ามาเยือนในชุมชน มีการสรางถนนหนทาง เชื่อมต่อหัวเมืองต่าง ๆ หลายสาย ทำให้ผู้คนที่ต้องเดินทางสัญจรเข้าเมืองมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ท่าเรือ ณ ตลาดสามชุกเริ่ มหมดความสำคัญ ผู้คนเริ่มจางหาย ตลาดที่เคยคึกคักกลายเป็นตลาดร้างไม่มีผู้คนสัญจรไปมาเหมือนเก่า อีกทั้งสภาพบ้านเรืองก็เก่าตามกาลเวลา ทำให้กรมธนารักษ์ ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินในบริเวณซอย 1 ซอย 2 และตลาดริมน้ำ พิจารณาเห็นควรให้มีการรื้อบ้านไม้ที่เก่าคร่ำ คร่าออกไป แล้วเสนอให้มีการสร้างเป็นอาคารตึกที่มีความมั่นคงกว่าขึ้นมาทดแทน

แต่อย่างไรก็ตามชาวตลาดสามชุกก็ได้มองเห็นคุณค่าในรากฐานของตนเอง จึงเลือกที่จะร่วมกันฟื้นฟูบ้านเก่าแทนการรื้อทำลายไปสร้างบ้านใหม่อย่างที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ ด้วยเหตุที่ รศ. ศรีศักร วัลลิโภดม นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ จึงกล่าวว่า “สามชุก” คือไส้แซนด์วิชที่ยังเหลืออยู่ตามความหมายคือ ขณะที่ความเจริญทำให้พื้นที่ต่าง ๆ ทั่วฟ้าเมืองไทย ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยใหม่ แต่สามชุกกลับไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความทันสมัย นั้น และยอมเป็นชุมชนเล็กๆ ที่ยังอนุรักษ์สภาพของชุมชนไว้ให้คงอยู่ในสภาพเดิมต่อไป จึงเปรียบได้กับไส้แซนด์วิช ที่ยังหลงเหลืออยู่ ท่ามกลางความทันสมัยที่ปกคลุมล้อมรอบชุมชนแห่งนี้ไว้

ชุมชนตลาดสามชุก มีพื้นที่กว้าง แต่ในส่วนที่ทางชุมชนแบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว คือ บริเวณที่เรียกว่า “ตลาดร้อยปี” ซึ่งประกอบด้วย 4 ซอย เนื่องจากสภาพบ้านเรือนในบริเวณ 4 ซอยนี้ ยังคงรักษาสภาพความเป็นบ้านไม้เดิมมากที่สุด และเป็นตลาดเก่าที่มีมาแต่เดิม บริเวณด้านข้างถัดออกไป ก็มีลักษณะเป็นบ้านไม้ แต่มีปัญหาในเรื่องกร รมสิทธิ์ครอบครอง จัดการยาก ดังคำพูดของคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์

“ทำไมโปรโมทแค่ 4 ซอย เพราะตลาดเก่ามี 4 ซอย ตรงตลาดแม่จู มีการแบ่งมรดกยุ่ง ก็เลยเอาเท่านี้ก่อน” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์,สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

ตลาดสามชุก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็ นจุดเด่นดึงดูดใ จนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการขนามนามและตั้งเป็นคำขวัญว่า “สามชุกตลาดร้อยปี ชมวิถีชุมชนดั้งเดิม ศึกษาประวัติศาสตร์ ดูสถาปัตยกรรมโบราณ ชิมอาหารรสเด็ด”

จุดเด่นที่สำคัญของตลาดสามชุก คือ พิพิธภัณฑ์ตลาดมีชีวิต หรือบ้านพูดได้ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในซอยต่าง ๆ ภายในตลาดร้อยปีสามชุก เนื่องจากบ้านแต่ละหลังมีเรื่องราวชีวิตของผู้คน ที่เคยอยู่อาศัยมาตั้งแต่อดีต ได้แก่

พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เป็นอาคาร 3 ชั้น เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่รวบรวมข้อมูลของชุมชนตั้งแต่ประวัติความเป็นมาของชุมช น ประวัติของบ้านและเจ้าของ โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนโดยภายในบ้าน 3 ชั้น มีการแสดงข้อมูล ประกอบด้วย

ชั้นที่ 1 จัดแสดงเกี่ยวกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของสามชุก ความเป็นมาของตลาดสามชุกวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชุมชน ซึ่งประกอบไ ปด้วยภาพวาดและคำบรรยายทางประวัติศาสตร์โมเดลตลาด ภาพวาดและคำบรรยายร้านค้าที่เป็นจุดเด่นของชุมชน เป็นต้น

ชั้นที่ 2 จัดแสดงวิถีชีวิตของท่านขุนจำนงจีนารักษ์ โดยมีเครื่องเรือ นของขุนจำนงจีนารักษ์ที่ทายาทบริจาค และสิ่งของเครื่องใช้โบราณของชาวบ้านในชุมชน เช่น ชุดรับแขก รูปถ่าย ถ้วยชามสัง คโลกข้าวของเครื่องใช้ในห้องนอน เป็นต้น พร้อมกับมีคำบรรยายประกอบสิ่งของเหล่านั้น เพื่อให้ทราบประวัติความเป็นมาของสิ่งของแต่ละชิ้น

ชั้นที่ 3 จัดแสดงภาพวาดของนักศึกษาจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง ที่เข้ามาศึกษาเรียนรู้สถาปัตยกรรมภายในชุมชน และได้วาดภาพลักษณะของอาคารบ้านเรือนและสถานที่ต่าง ๆ ภายในชุมชนและมอบให้กับทางชุมชนไว้ใช้ประโยชน์ นอกจากนี้บริเวณชัน 3 ยังใช้เป็นสถานที่ประชุมหรือบรรยายเมื่อมีกลุ่มผู้สนใจติดต่อเข้ามาศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดนิทรรศการหมุนเวียนตามวันสำคัญ หรือเทศกาลต่าง ๆ

ในทุก ๆ วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุด จะมีมัคคุเทศก์น้อยคอยให้บริการต้อนรับ และพาชมบริเวณบ้านพิพิธภัณฑ์ พร้อมบอกเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชน และประวัติของบ้านขุนจำนงจีนารักษ์แห่งนี้ด้วย

นอกจากนี้ บ้านเรือนในตลาดสามชุก แต่ละหลังยังมีเรื่องราวความเป็นมาตั้งแต่อดีตที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ ซึ่งมีทั้งการจัดแสดงโชว์ข้าวของเครื่องใช้ ที่เจ้าของบ้านเก็บรักษาไว้อย่างดี และสามารถบอกเล่าเรื่องราวของสิ่งเหล่านั้นได้ เช่น แหล่งรวมร้านขายนาฬิกาโบราณในซอย 1 ซึ่งมีร้านขายนาฬิกาเก่าแก่ โบราณอยู่หลายร้าน แต่ละร้านเปิดขายมานานหลายสิบปี

ร้านกาแฟโบราณที่ซอย 1 ร้านนี้มีชื่อเสียงมากกว่า 80 ปี แต่ละวันจะมีลูกค้าหมุนเวียนเข้ามานั่งดื่มกาแฟ และจับกลุ่มพูดคุยกัน ซึ่งมีตั้งแต่วัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ แบ่ งโซน

ที่นั่งตามมุมของแต่ละวัย สิ่งที่น่าสนใจร้านนี้เจ้าของร้านได้ทำการคั่วกาแฟเอง มีทั้งอาราบิกา โรบัสต้า สูตรกาแฟโบราณยังใช้เครื่องคั่วกาแฟแบบดั่งเดิม ซึ่งจึงคั่วให้เห็นทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ ที่บริเวณท่าน้ำ สำหรับกาแฟโบราณเปิดขายมาตั้งแต่ราคา 3 สตางค์ 5 สตางค์ จึงถึงปัจจุบันแก้วละ 10 บาท

ร้านถ่ายรูป “ศิลป์ธรรมชาติ” ที่ซอย 3 เป็นร้านเก่าแก่เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี 2493 หรือกว่า 55 ปีมาแล้ว เวลานั้นสามชุกยังไม่มีไฟฟ้าใช้เวลาถ่ายภาพต้องอาศัยแสงแดดช่วย กล้องที่ยังใช้จนถึงปัจจุบันยังเป็นกล้องไม้ที่นำเข้ามาจากเยอรมันนี ราคา 8,000 บาท เจ้าของร้านปัจจุบันบอกว่า ยังใช้อุปกรณ์ดังเดิมมีห้องมืด มีฉากและเครื่องแต่กายในอดีตครบชุด ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวสวมใส่และถ่ายรูปได้

ร้านขายยาจีน และสมุนไพรไทยที่ซอย 3 และซอย 4 รักษาโรคให้กับคนทั่วไป ในสมัยที่การแพทย์ยังไม่แพร่หลายมากนัก และโรงหมอก็อยู่ห่างไกล บรรยากาศภายในร้านอบอวนไปด้วยยาโอสถสมุนไพรนับพันชนิด มีดหั่นยาโบราณ เครื่องชั่งลิ้นชักใส่ยา ลูกคิด และครกตำยาล้วนเป็นของดั่งเดิม คุณสุนิภา เหลืองศรีดี เป็นผู้สืบทอดตำรา ยาไทยโ บราณจากผู้เป็นพ่อ อาศัยการคัดลอกตำรายาต่าง ๆ ด้วยการท่องจำ และความชำนาญในการจัดยา ตามตำรา และใบสั่งยาจากแพทย์โบราณที่สั่งสมมา ทำให้ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยว แวะเวียนมาที่ร้านแห่งนี้ เพื่ออุดหนุนยาสมุนไพรไปรักษาโรคต่าง ๆ เพิ่มขึ้นทุกวัน

นอกจากนี้ ตลาดสามชุกในปัจจุบัน ยังเป็นแหล่งรวมของอาหารอร่อย และขึ้น ชื่อได้แก่ร้านบะหมี่เจ๊กอ้าว ที่ทำเส้นบะหมี่ หมูแดง เครื่องส่วนผสมเอง เปิดมานานกว่า 70 ปี เอกลักษณ์ที่สำคัญของร้านนี้คือ การเก็บรักษาเส้นบะหมี่ที่จะใส่ไว้ในลิ้นชัก เวลาทำก๋วยเตี๋ยวแต่ละชามก็จะดึงลิ้นชักหยิบเส้นขึ้นมา

ร้านข้าวห่อใบบัว ซึ่งเป็นอาหารที่เรียกความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากปัจจุบันหารับประทานได้ยาก สำหรับร้านนี้ทำตามสูตรดั้งเดิม ใส่ส่วนประกอบเครื่องเคียงได้น่ารับประทาน เวลารับประทานพร้อมกับน้ำอาดจาด นับได้ว่าเป็นอาหารที่มีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก และยังขายก๋วยเตี๋ยวยำบกอาหารสุขภาพที่มีรสเด็ดถูกปากของผู้ที่อยากทานของแปลกใหม่ ปัจจุบันร้านตั้งอยู่บริเวณริมน้ำ ตรงบริเวณทางลงสะพานพรประชา เปิดขายเป็นประจำทุกวัน

นอกจากนี้ยังมีอาหารและขนม สำหรับเป็นของฝากที่มากมาย ได้แก่ น้ำพริกแม่กิมลั้งที่ขายน้ำพริกนานาชนิด , มีเป็ดย่างจ่าเฉิด , ปลาสลิด “พี่จิต” , ขนมเบื้องโบราณ , ขนมไข่ ขนมหวาน และอื่น ๆ อีกมากมาย ที่มีให้เลือกซื้อ เลือก ชิมได้ตาม 2 ข้าง ทางตั้งแต่บริเวณทางเข้าตลาด จนถึงหน้าศาลเจ้าพ่อหลักเมือง หน้าซอย 3

ตลาดสามชุกในปัจจุบันเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง บรรยากาศในช่วงวันหยุด ตลาดคึกคักไปด้วยผู้คน ที่ส่วนหนึ่งมาศึกษาดูงาน อีกส่วนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่แวะเข้ามาชมสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และมาชิมอาหารที่ขึ้นชื่อว่าอร่อยของตลาดสามชุก และยังได้สัมผัสความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของตลาดสามชุก

การดำเนินการพัฒนาและจัดการชุมชนของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และสมาชิกในชุมชน นับว่าประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชน ซึ่งเป็นผลจากการตัดสินของคณะกรรมาธิการอนุรักษ์ศิลป ะ สถาปัตยกรรม และสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้พิจารณามอบรางวัล อาคารอนุรักษ์ และบุคคลหรือองค์กรดีเด่น ด้านการอนุรักษ์ศิลปกรรม ประจำปี 2548 ประเภทองค์กรดีเด่น ให้แก่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จ. สุพรรณบุรี จากสมเด็จพระเทพพระรัตนราชสุ ดา สยามบรมราชกุมารี และต่อมาปี 2550 ชุมชนสามชุกได้รับรางวัลจากกรมศิลปากรและกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้ยกให้สามชุกเป็น "พื้นที่และอาคารในตลาดสามชุกเป็น โบราณสถานที่มีความสำคัญย่านประวัติศาสตร์ชุมชน " อนุรักษ์ไว้เป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นแหล่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ปี 2551 สำนักงานเลขาธิการกระทรวงศึกษาธิการ ยกย่องให้เป็น "สังคมแห่งการเรียนรู้ต้นแบบ " ในปี 2552 องค์การ ยูเนสโกประกาศให้สามชุกตลาดร้อยปี "เป็นองค์กรภาคประชาชนที่อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมประเภท "ดี" ในเขตภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก " ที่ชุมชนเข็มแข็ง จนสามารถพลิกฟื้นคืนชีวิตให้แก่วิถีชีวิต และเศรษฐกิจจนกลับคืนมาได้สำเร็จ จากรางวัลที่ได้รับทั้งหมดนั้น ซึ่งว่านับเป็นความภาคภูมิใจ ของชาวสามชุกที่ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาจนทำให้ตลาดร้อยปี ที่สามชุกแห่งนี้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจนถึงทุกวันนี้

พัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก

จากศึกษาจากเอกสาร และการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีการพัฒนาในการจัดการชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1.ระยะรวมตัวในการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2543-2545)

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

3.ระยะพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน (พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน)

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

- ชุมชนประสบปัญหา เกิดการรวมตัวของชาวบ้าน

จากการศึกษาข้อมูลจากวารสารชุมชนไท และการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนตลาดสามชุกได้เริ่มต้นดำ เนินการ อนุรักษ์ชุมชน เมื่อประมาณปี 2543 ซึ่งขณะนั้นเป็นช่วงที่ชุมชนประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจตกต่ำ สืบเนื่องจากผลการพัฒนาประเทศที่สร้างความเจริญอย่าง

แพร่หลายมายังชุมชนตลาดสามชุก นั่นคือ การพัฒนาทางด้านการคมนาคม มีการสร้างถนนหนทางเชื่อมต่อหัวเมืองต่างๆ เป็นผลดีแก่ผู้คนที่ต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆ ที่เดินทางได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น แต่ในทางกลับกัน กลับส่งผลร้ายให้แก่ทางตลาดสามชุกที่เคยคึกคักด้วยผู้คนที่ต้องเดินทางสัญจรทางน้ำ จะแวะผ่านเข้ามาในชุมชนแต่ละวันเป็นจำนวนมาก พ่อค้า แม่ค้าขายของได้กำไรดี เศรษฐกิจเฟื่องฟูมาก แต่เมื่อถนนหนทาง เชื่อมมาถึงตลาดสามชุก ทำให้ผู้คนที่ต้องเดินทางสัญจรไปมา เปลี่ยนเส้นทางจากทางน้ำไปใช้รถโดยสารประจำทาง ที่มีความสะดวกมากกว่า ตลาดริมน้ำแห่งนี้ จึงเงียบสงบลง ผู้คนเริ่มจางหายไปทีละน้อย จนเหลือแค่ชาวตลาดสามชุกซื้อขายสินค้ากันเอง บรรยากาศตลาดขณะนั้นเป็นตลาดที่เงียบ ร้างผู้คน พ่อค้า แม่ค้า ที่เคยนำของเข้ามาขายในตลาด ก็ออกไปขายตลาดด้านนอกวันธรรมดาพ่อค้า แม่ค้าปิดร้านกันส่วนใหญ่ ชาวบ้านบ้างรายย้ายออกไปอยู่ข้างนอก จากคำบอกเล่าของคณะกรรมการฯ ว่า

“เมื่อก่อนวันเสาร์-อาทิตย์ ร้านขายของในตลาด ปิดบ้านนอนกันเลย ยิ่งซอย 3 ซอย 4 ไม่มีผู้คนเดินผ่านเลย วันธรรมดา ร้านอาหารยังขายเจ้าหน้าที่ของอำเภอ และธนาคารได้บ้าง ” (สมชาย หงส์สุวรรณ, สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2554)

นอกจากนี้ ชุมชนตลาดสามชุก ยังต้องประสบปัญหาเรื่อ งการไล่รื้อบ้านเช่าของกรมธนารักษ์ เนื่องจากพื้นที่ของตลาดสามชุก บริเวณซอย 1 ซอย 2 และตลาดริมน้ำเป็นพื้นที่เช่าของราชพัสดุ เมื่อประมาณปลายปี 2528 กรมธนารักษ์ได้เข้ามาสำรวจสุขภาพชุมชน และประเมินว่า สภาพของบ้านเรือนเริ่มพุพัง อาจเกิดอันตราย จึงได้วา งแผนเชิงนโยบายให้ชุมชนรื้อถอนบ้านไม้ แล้วปลูกเป็นอาคารตึก ที่มีความมั่นคงแข็งแรงกว่า ทั้งนี้ ผู้เ ช่าที่จะต้องออกค่าปลูกสร้างเอง โดยกรมธนารักษ์เพียงแต่เสนอแบบแปลนให้เท่านั้น ดังนั้น จึงเป็นปัญหาสำหรับผู้เช่าบ้านเรือนในบริเวณดังกล่าว ที่ประสบปัญหานานัปการ ขายของไม่ได้ ขาดรายได้ และยังต้องมาเสียค่าทำบ้านใหม่ด้วย เป็นปัญหาสร้างความหนักใจให้แก่ชาวบ้านไม่น้อย

จนกระทั่งเมื่อราว ๆ ปี 2543 หลักจากที่มีการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองส่วนท้องถิ่นจากระบบ “สุขาภิบาล” เป็น “เทศบาลตำบลสามชุก” โดยมีการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และสมาชิกสภาเทศบาล ในสมัยนั้นคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้รับตำแหน่งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งเป็นคนในชุมชนตลาดสามชุก และเริ่มให้ความสำคัญกับปัญหาต่างๆ ของชุมชน

จากสถานการณ์ขณะนั้น ชาวบ้านในตลาดมีการรวมตั วกันพูดคุยถึงประเด็นดังกล่าว บางคนเห็นด้วยกับการรื้อแล้วสร้างใหม่ บางคนไม่เห็นด้วย เพราะรู้สึกเสียดายบ้าน และไม่มีทุนในการสร้างบ้าน ดังนั้น จึงเกิดเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งอยากให้รื้อ อีกฝ่ายอยากให้อนุรักษ์ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกเล่าให้ฟังว่า

“ตอนแรกๆ ผมอยู่ฝ่ายให้รื้อ เพราะผมไม่อยากเห็นตลาดมันเงียบเหงา ดูแล้วเหมือนจะไม่มีทางรอด สร้างใหม่แล้วอาจจะดีขึ้น” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ , สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2554)

- **มีบุคคลภายนอกเข้ามาช่วยจุดประกายความคิด**

ต่อมา ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ซึ่งเป็นคนสามชุก ได้เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยียนชุมชน และพบประพูดคุยกับชาวบ้าน ทำให้รับทราบปัญหาของชุมชน จากที่ชาวบ้านได้เล่าให้ฟัง ดร . สมเกียรติได้ ให้กำลังและบอกแก่ชาวบ้านว่า ขอให้เลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาผ่านไปก่อนแล้วกลับมาช่วย

“วันนั้น เราพูดคุยกันตามประสาเพื่อน ก็ได้เล่าให้เขาฟังว่า ชุมชนกำลังประสบปัญหาการไล่รื้อบ้านไม้เก่าเพื่อสร้างเป็นอาคารตึกแต่ชาวบ้านไม่ค่อยมีทุนกัน แล้วทาง ดร.สมเกียรติ เขาก็รับปากว่า รอให้เลือกตั้งเสร็จไปก่อน แล้วเขาจะกลับมาช่วย ” (ปิยรัตน์ สำเริศรัมย์,สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

หลังจากนั้น เมื่อการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาผ่านไป ดร .สมเกียรติ อ่อนวิมลได้รับเลือกตั้งเป็นสมาชิกวุฒิสภา จังหวัดสุพรรณบุรี แล้ว และได้พูดคุยกับคุณสุรพล จินดาอินทร์ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ที่มาขอคำปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางกา รพัฒนาตลาดสามชุก ซึ่ง ดร . สมเกียรติ ได้มีแนวคิดอยู่ในใจแล้วเช่นกัน จึงได้กลับมายังชุมชนตลาดสามชุกอีกครั้ง โดยการมาครั้งนี้ ดร.สมเกียรติ เข้าไปพบกับนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก เพื่อให้เป็นกำลังช่วยเหลือชาวบ้านอีกแรง ในการพูดคุยในวันนั้น คุณพงษ์วิน ได้เชิญคณะกรรมการชุมชน และชาวบ้านในชุมชนและชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุกเข้าร่วมประชุมด้วย มีการพูดคุยกันที่อำเภอ เพื่อปรึกษาหาแนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าว โดย ดร .สมเกียรติ ได้จุดประกายให้ชุมชนเห็นคุณค่าของความเป็นเมืองเก่า และได้ เสนอแนะให้ชุมชนร่วมกันอนุรั กษ์บ้านไม้เก่าไว้ โดยแนะให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อเป็นแกนนำในการดำเนินงาน ให้ใช้ชื่อว่า “คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์”

“ตอนนั้น ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล เป็น สว.ของคนสุพรรณ เป็นคนสามชุก ได้เข้ามาพูดคุยกับชาวบ้าน ได้เรียนประชุมกัน ว่าจะทำอย่างไรดีกับตลาดสามชุก จะอนุรักษ์กันไว้ไหม แกให้เหตุผลไว้ว่า ถ้าอนุรักษ์ไว้ ถ้าเกิดมีคนมาเที่ยว มาจับถ่ายใช้สอย เศรษฐกิจก็จะดีขึ้น ทุกคนก็เห็นพร้องต้องกันดี เราไม่ต้องลงทุนอะไรเลย เรามีทุนอยู่แล้ว ก็คิดว่าถ้าอนุรักษ์คงดี ” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์,สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2554)

- **ตั้งกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เป็นแกนนำในการพัฒนา**

จากนั้นในเดือน กรกฎาคม 2544 ชาวชุมชนตลาดสามชุกได้รวมตัวกันตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกอนุรักษ์ขึ้นมา ซึ่งเกิดจากความสมัครใจชาวบ้านในชุมชนตลาด

สามชุก และน้ำใจ ของเพื่อนสมาชิกในชุมชนรอบข้างที่เป็นคณะกรรมการชุมชนอยู่ก่อนแล้ว เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ จากนั้นมีการเลือกตั้งเพื่อหาผู้ที่เหมาะสมดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก โดยการพิจารณาของชาวชุมชนตลาดสามชุก และคณะกรรมการฯ ผลจากการเลือกตั้ง คุณพงษ์วิ น ชัยวิรัตน์ เป็นผู้ได้รับตำแหน่งประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากขณะนั้นดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีตำบลสามชุก และมีสมบัติความเป็นผู้นำสูงด้วย

ต่อมาคุณพงษ์วิน ได้เสนอแนวคิดให้มีการเชิญชวนชาวสามชุกที่มีความรู้ความสามารถ ประสบความสำ เร็จในชีวิตการงาน ทั้งที่อยู่ในชุมชน และย้ายออกไปแล้ว เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ ด้วยเพื่อร่วมระดมสมองกันวางแผนกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จดียิ่งขึ้น ทำให้ขณะนั้นมีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เข้ามาร่วมประมาณ 30 คน มาจากหลากหลายอาชีพ อาทิ พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้านในชุมชน ครู อาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ สถาปนิกชุมชน นักธุรกิจ เป็นต้น

“การตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกก็พยายามจะสรรหา เชิญบุคคลที่มีความรู้ความสามารถประสบการณ์ ที่จะมาช่วยพัฒนาตลาดได้ เข้ามาเป็นคณะกรรมการ ตอนนั้นจำได้ว่ามีประมาณ 20-30 ท่าน ดูแล้วก็คิดว่าประสบความสำเร็จแน่ ” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ,สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2554)

■ **เริ่มดำเนินการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์**

จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากเอกสารสรุ ปดำเนินงานของชุมชน พบว่า หลั งจากที่ได้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์แล้ว ประธานคณะกรรมการฯ ได้เริ่มการจัดประชุมโดยเชิญคณะกรรมการฯ มาร่วมประชุมเพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์ ซึ่งมีการประชุมกันหลายครั้ง ทั้งการประชุมแบบเป็นทางการที่จัดขึ้นที่เทศบาลโดยการประสานงานของนายกเทศมนตรีฯ และการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ ตามสถานที่ต่างๆ ในชุมชน โดยดร .สมเกียรติ อ่อนวิมล เข้าร่วมประชุมด้วยประมาณ 2-3 ครั้ง และช่วยจุดประกายความคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชนจนทำให้คณะกรรมการฯ เห็นเป้าหมายการทำงานชัดเจนขึ้น ซึ่งมีบทสรุปร่วมกันคือ “การทำความเจริญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตลาดสามชุก” โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อการปรับปรุงฟื้นฟูตลาดสามชุกให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาดขึ้นกว่าเดิม

2.เพื่อนำภูมิปัญญาของสามชุกมาเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ซึ่งเป็นการกระตุ้นฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชนทางหนึ่ง

3. เพื่อการอนุรักษ์สภาพความเป็นอยู่แบบเดิมให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จัก และร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นที่ท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์

■ **จัดโครงสร้างองค์กร แบ่งฝ่ายการทำงาน**

คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการจัดโครงการสร้างองค์การ โดยการ จัดการแบ่งฝ่าย แบ่งหน้าที่การทำงาน เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำงานตามวัตถุประสงค์ที่ร่วมกันกำหนดขึ้น ดังนี้

1. คณะกรรมการอำนวยการ มีหน้าที่อำนวยการวางแผน กำหนดแนวทางดำเนินงาน ให้คำปรึกษา ให้การสนับสนุนคณะกรรมการทำงานฝ่ายต่างๆ ควบคุมกำกับดูแล ตลอด ดจน พิจารณาแก้ไขปัญหา เพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

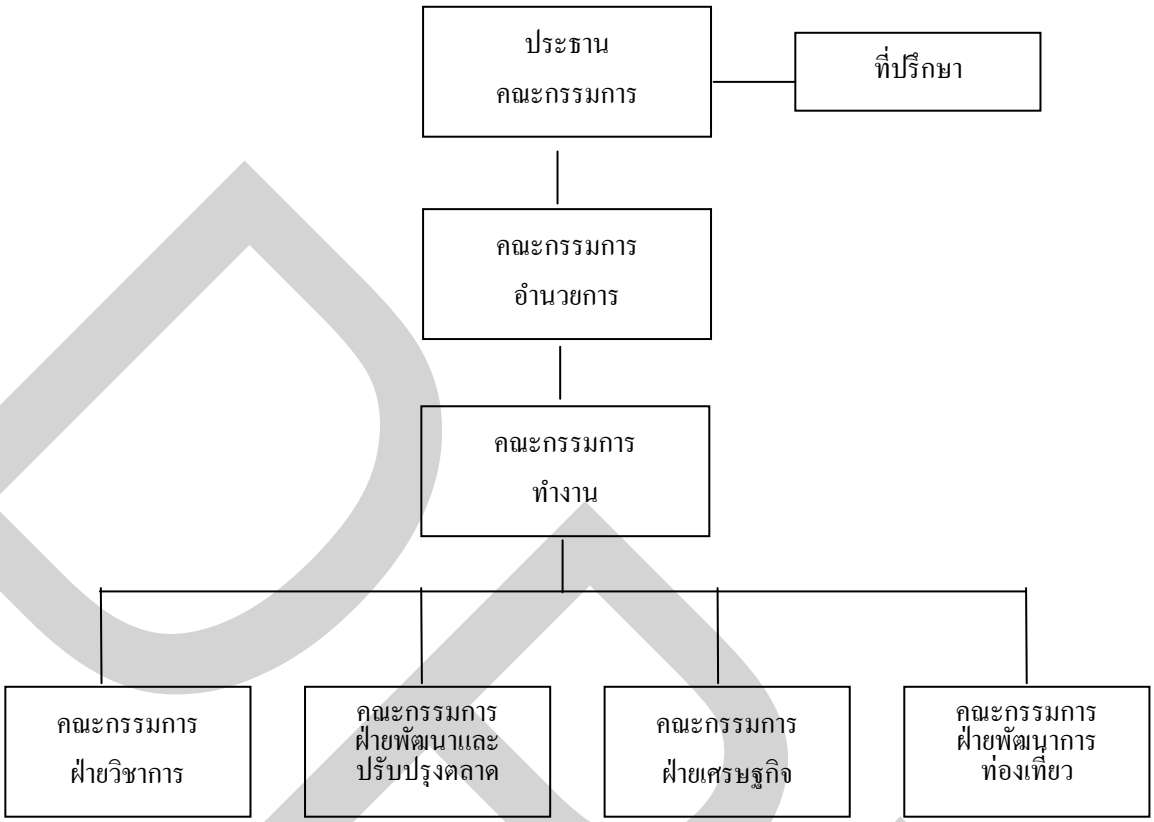
2. คณะกรรมการทำงาน มีหน้าที่กำหนดวางแผนงานแนวทางปฏิบัติงาน และกิจกรรมต่างๆที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการอำ นวยการ โดยได้แบ่งคณะกรรมการทำงานออกเป็น 4 ฝ่าย ดังนี้

2 .1 คณะกรรมการทำงานฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่หาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประวัติ อำเภอสามชุก และตลาดสามชุก เพื่อนำมาจัดทำเอกสาร หรือหนังสือเผยแพร่ให้กับประชาชน

2 .2 คณะกรรมการทำงานฝ่ายพัฒนาและปรับ ปรุงตลาดสามชุก มีหน้าที่วางแผน เพื่อปรับปรุงตลาดสามชุกให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และอนุรักษ์สภาพความเป็นอยู่แบบเดิมให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จัก และพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2 .3 คณะกรรมการทำงานฝ่ายเศรษฐกิจ มีหน้าที่ศึกษาสภา วะเศรษฐกิจ และการผลิตสินค้าของตลาดสามชุกและใกล้เคียง โดยส่งเสริมผลผลิตของชาวบ้าน ทั้งคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่นำรายได้มาให้ประชาชนชาวตลาดสามชุก

2 .4 คณะกรรมการทำงานฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยว มีหน้าที่คิดค้นรูปแบบการพัฒนาอำเภอสามชุก และตลาดสามชุก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ 4.1 โครงการสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก พ.ศ. 2544

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ทางชุมชนตลาดสามชุก มีแนวคิด ของการอนุรักษ์ ในการพัฒนาชุมชน ให้เป็นแหล่งท่อ งเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาตั้งแต่ในระยะแรกๆ โดยแนวคิดนี้ได้มาจาก คุณสุรพล จินดาอินทร์ ที่ปรึกษาของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้จุดประกายให้ชาวตลาดสามชุก เห็นว่า ชุมชนตลาดสามชุก เป็นตลาดเก่าที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ และวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ ซึ่งจะเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดผู้สนใจเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนได้ จึงได้เสนอให้คณะกรรมการฯเข้าไปร่วมกลุ่มชมรมกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้ส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว โดยผ่านการประสานงานคุณสุรพล จินดาอินทร์ และหลังจากนั้น ชาวตลาดสามชุก โดยคณะกรรมการฯ ได้เข้าร่วมปรึกษาหารือ หาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ร่วมกับทางชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้นมา แต่เป็นไปในลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกในระยะนี้ไม่มีความโดดเด่นนัก

“ผมเห็นว่าตลาดสามชุก เป็นตลาดเก่าแก่ และยังคงรักษาสภาพชุมชน และวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่พอจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ จึงได้เสนอความคิดแก่ทางคณะกรรมการฯ ให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกธุรกิจการท่อง เที่ยวของจังหวัดสุพรรณฯ และได้ประสานงานให้โดยให้เข้าร่วมปรึกษา หาแนวทางในดำเนินการพัฒนาด้านท่องเที่ยวรวมทั้งเพื่อขอความร่วมมือ ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีด้วย” (สุรพล จินดาอินทร์,สัมภาษณ์30 เมษายน 2554)

ในการดำเนินงานในระยะเริ่มต้นนั้น พบว่า คณะกรรมการฯ มีการถกเถียงกันอย่างหนัก ร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน จนได้แนวทางปฏิบัติ แต่เมื่อนำไปดำเนินการกลับไปประสบผลสำเร็จเลย เนื่องจากขาดความร่วมมือจากกลุ่มชาวบ้าน ทั้งนี้ เพราะคณะก รรมการฯ ได้ดำเนินการพูดคุย วางแผนกันเอง โดยปราศจากความคิดเห็นของชาวบ้านในชุมชน ทำให้เวลาจัดกิจกรรมใดๆ ชาวบ้านก็จะไม่เข้าใจถึงจุดประสงค์ของคณะกรรมการฯ จึงไม่ให้ความร่วมมือ อีกทั้งคณะกรรมการแต่ละท่านก็ขาดประสบการณ์ในการทำงานกับชุมชน และขาดความสามารถในการแปรความคิดไปสู่การปฏิบัติ จึงทำให้การดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จดังกล่าว

“เราเสียเวลาไปปีกว่า ในการประชุมเพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจเพื่อให้มีคนเข้ามาเดินซื้อของในตลาดบ้าง ประชุมวางแผนจะทำอะไรต่ออะไร มันก็มีปัญหาหมดเลย เราไม่มีประ สบการณ์ในการทำงานพวกนี้ ชาวบ้านก็ไม่ให้ความร่วมมือ ชาวบ้านขาดความมีส่วนร่วมไม่ให้ความร่วมมือเลย” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์-สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

■ **เกิดแนวคิด การจัดกิจกรรม เพื่อดึงชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม**

จนกระทั่งมาถึงช่วงปลายปี 2544 คุณพงษ์วิ น ชัยวิรัตน์ ซึ่งขณะนั้นเป็นทั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ได้มีแนวคิดที่จะดึ งชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม จึง ได้ระดมสมองคณะกรรมการพัฒนาตลลาดฯ และคณะกรรมการชุมชน ร่วมกันคิดแผนการดำเนินการเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม ของชาวบ้านในชุมชน จนกระทั่งได้แนวคิดมาจากการทำงานของฝ่ายวิชาการที่ได้ไปค้นหาข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของชุมชน จนพบว่า ชุมชนตลาดสามชุกเคยมีเอกลักษณ์ด้านอาหารอร่อย กล่าวได้ว่า อาหารของชาวสามชุกนั่นเลื่องชื่อลือนามถึงความอร่อย เป็นอาหารจากภูมิปัญ ญาท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก ดังนั้ น คณะกรรมการฯ จึงใช้วิธีการนำจุดเด่นของชุมชนมาเป็นจุดจูงใจให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกสำนึก ภายภูมิใจ และหวงแหนในศิลปะด้านอาหารอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จึงนำไปสู่ความคิดที่จะจัดกิจกรรมงาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ในช่วงวันที่ 31 ธ.ค. 44 - 1 ม.ค. 45 ซึ่งเป็นวันที่ครอบครัวจะได้อยู่กันพร้อมหน้า ลูกหลานที่จากบ้านไปใกล้ก็จะกลับมาบ้าน โดยรูปแบบการจัดงานเป็นการสังสรรค์ร่วมกันของคนสามชุกในช่วงค่ำคืนของวันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับ

ปีใหม่ ซึ่งนอกจากเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ของคนในชุมชนในเขตเทศบ าลตำบลสามชุก แล้ว ยังเป็นการฟื้นสายสัมพันธ์ของสังคมให้กลับมาอบอุ่นแน่นแฟ้นกันยิ่งขึ้นด้วย

สำหรับวิธีการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้เสนอความคิดและขอความร่วมมือให้คณะกรรมการชุมชน และคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ช่วยจัดหาร้ านอาหารมาร่วมในงาน โดยไปเชิญชวนพ่อค้า แม่ค้าที่ขายอาหารอยู่ในแต่ละชุมชน มาร่วมเปิดร้านในวันงาน และช่วยประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านในแต่ละชุมชนมาร่วมประทานอาหารในวันงาน

“กรรมการชุมชนช่วยกันไปกระจายหาร้านค้าที่ทำอาหารอร่อย หรือแม่ค้าที่กำลังขายอยู่ก็ไปเชิญชวนให้เปิดร้านมาขายที่นี้ให้วันงาน อย่างชุมชนสมเด็จพระวันรัต ขายอะไรบ้าง ขายส้มตำ ขายหมี่กรอบ ขนมถ้วยก็ชวนมา ชุมชนวัดสามชุก ขายอะไรบ้าง ขายขนมปะกิมไข่เต่าก๋วยจั๊บ ขนมครก ก็ชวนมา 14 ชุมชนมีกรรมการ 10 กว่าคนรับผิดชอบกันไป ” (อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล,สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

สำหรับการจัดเวที เตรียมสถานที่ และค่าใช้จ่ายต่างๆทางเทศบาลรับเป็นผู้ดูแล โดยได้จัดหาสปอนเซอร์ ส่วนหนึ่งได้มาจากชาวบ้านในชุมชนช่วยเรี่ยรายลงขันกัน และส่วนหนึ่งมาจากการหาสปอนเซอร์ของคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ที่มีความ สัมพันธ์กับบริษัทห้างร้านต่างๆ ได้ขอเข้ามาช่วยสนับสนุน จากความพร้อมเพรียงของการจัดงานครั้งนั้น ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการฯประสบผลสำเร็จ มีชาวบ้านให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก และชาวบ้านทุกคนก็มีความสุขกับการจัดกิจกรรมครั้งนี้ด้วย ดังคำบอกเล่าของ รศ.ราตรี โอกาส หนึ่งในคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ บรรยายให้ฟังว่า

“ทุกครั้งที่กลับมาเยี่ยมบ้านในตลาดก็รู้สึกว่าผิดไปจากเดิมทั้งทางเศรษฐกิจที่ซบเซาจนน่าใจหายก็มาคิดว่าเป็นเพราะคนออกไปเรียนและทำงานนอกพื้นที่กันหมด เหลือแต่คนแก่จึงคิ ดว่าจะทำอย่างไรให้คนรุ่นหลังยังรักบ้านเกิด ให้กลับมาบ้านบ้าง ไม่ใช่ไปแล้วไปเลย จะทำอย่างไรให้บ้านน่าอยู่ขึ้น ลูกหลานได้ภูมิใจ ได้ให้คนแก่ได้อยู่ที่เดิมเพราะคนแก่รักบ้าน งานอาหารอร่อยดีที่สามชุก จึงเป็นผลผลิตของความรู้สึกห่วงหาและปรารถนาจะเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายในความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชน” (ราตรี โอภาส-บทสัมภาษณ์ ,2547:12)

ตรงจุดนี้นี่เอง ทำให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำงานที่จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน ทำให้เกิดความกระจ่างขึ้น และนำพาไปสู่แผนการดำเนินงานต่างๆต่อมา อาทิ งานสงกรานต์ งานวันลอยกระทง และมาบรรจบที่งานวันปีใหม่ ที่ได้จัดงาน “อาหารอร่อยดีที่สามชุก ” ขึ้นอีกครั้งเป็นครั้ง 2 เมื่อปลายปี 2545 และครั้งที่ 2 นี้ ยิ่งทำให้มีกลุ่มพ่อค้า แม่ค้า มาจักร้านกว่า 50 ร้าน และมีการแ สดงของนักเรียน

จากโรงเรียนต่างๆในเขตเทศบาล ซึ่งสามารถดึงชาวบ้านมาร่วมงานได้มากขึ้น ทางเทศบาลและคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จึงได้ยกให้กิจกรรม "อาหารอร่อยที่สามชุก " เป็นงานประจำปี และได้จัดอย่างต่อเนื่องมาทุกปีจนถึงปัจจุบัน

แม้กระทั่งการจัดกิจกรรม "อาหารอร่อยดีที่สามชุก" จะได้รับการยอมรับของชาวบ้านในชุมชน ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกจัดขึ้น แต่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ก็ยังไม่พบแนวทางของการทำงานเชิงอนุรักษ์ที่แท้จริง การทำงานด้านการอนุรักษ์ชุมชนยังคงเป็ นนามธรรมอยู่ ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ แต่ละคนเริ่มท้อและเกิดความเบื่อหน่ายที่จะทำงานเชิงอนุรักษ์ ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ หยุดชะงักไประยะหนึ่ง

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

- **องค์กรภายนอกในการสนับสนุน ปรับกระบวนการทำงาน**

จาก การศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์คณะกรรมการฯ พบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เริ่มกลับมาตื่นตัวในการพัฒนาชุมชนอีกครั้ง หลักจากที่มีองค์กรภายนอกเข้ามาให้การสนับสนุน ในช่วงปลายปี พ .ศ. 2545 มีกลุ่มเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ภาย ใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และมูลนิธิชุมชนไทเข้ามาแนะนำโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งเป็นโครงการนำพัฒนาชุมชนและเมือง โดยมีหลักการที่เริ่มจากการมาส่วนร่วมของชุมชนระดับล่าง สู่การพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม ทั้ งนี้ ชุมชนตลาดสามชุกได้ผ่านการพิจารณาว่าเป็นองค์กรชุมชนฯ จะตัดสินใจเข้าร่วมงานกับโครงการได้ คณะกรรมการฯ ได้ประชุมถกเถียงกันอย่างหนัก เนื่องจากบางส่วนมองลักษณะการทำงานของมูลนิธิฯ ว่าเป็นเอ็นจีโอ และไม่รู้ความต้องการของเขา เกรงว่าจะมาเอาผลประโยชน์ขอ งชุมชนไป แต่บางส่วนก็คิดว่า น่าจะลองดู เผื่อจะเป็นการสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนก็เป็นได้ ดังคำพูดของประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ

"ตอนแรกผมก็พะวงว่าเป็นเอ็นจีโอ ไม่รู้ว่าเขาต้องการอะไร จะมาเอาผลประโยชน์อะไรจากเราหรือเปล่า หลักจากมานั่งพูดคุยกัน ในที่สุดก็ตกลงร่วมงานกับมูลนิธิชุมชนไท ก็ลองดูเพื่อเขาจะนำสิ่งดีๆมาให้พวกเราบ้าง" (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์, สัมภาษณ์ 22กุมภาพันธ์ 2554)

สุดท้ายคณะกรรมการการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ตัดสินใจร่วมงานกับโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ โดยการดำเนินงาน ขั้นตอนแรกของโครงการฯ เจ้าหน้าที่ของโครงการได้เข้ามาประสานงานกับทางเทศบาลตำบลสามชุก โดยมีคุณพงษ์วิน นายกเทศมนตรีฯ เป็นผู้ประสานงานเชิญคณะกรรมการชุมชนฯ และคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เข้าร่วมประชุมกับเจ้าหน้าที่โครงการฯ โดยทางมูลนิธิได้เริ่มแนะนำตน และบอกเล่ าประวัติความ

เป็นมา วัตถุประสงค์ของโครงการฯ จากนั้นทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงาน และบอกเล่าเป้าหมายในการพัฒนาของชุมชนในระยะต่อไป

เมื่อทั้งสองฝ่าย มีความเข้าใจตรงกันแล้ว และพร้อมที่ดำเนินงานพัฒนาชุมชนร่วมกัน จากนั้นเจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้ลงสำรวจพื้นที่ พูดคุยกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปของชุมชน ค้นหาประวัติความเป็นมา และพบปัญหาที่ทางชุมชนกำลังประสบอยู่ คือ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ จึงสำรวจลงลึกถึงสาเหตุและปัจจัยของปัญหา จนสามารถแยกแยะกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับเมืองนี้ได้ชัดเจนขึ้น หลักจากนั้นได้เข้าร่วมกิจกรรม “อาหารอร่อยดีที่สามชุก ” ในช่วงปลายปี 2545 จากงานดังกล่าวทำให้เจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้มองเห็นรูปแบบการเชื่อมโยงของกลุ่มคนรุ่นต่างๆ ได้แก่ ผู้เฒ่าผู้แก่ รุ่นกลาง รุ่นหนุ่มสาว และรุ่นเด็ก ที่มาร่วมงานนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความผูกพัน และการจัดกิจกรรมนี้ ยังได้เห็นว่าชุมชนตลาดสามชุกได้แสดงออกถึงความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน มรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหาร ที่สามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจเพื่อฟื้นความซบเซาของตลาดที่กำลังเผชิญอยู่ได้ นับเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวชุมชนสามชุกได้มองเห็นคุณค่า และนำมาพัฒนาต่อยอดได้ถูกทางแล้ว (มูลนิธิชุมชนไท,2547:14)

นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้เล็งเห็นว่า ชาวชุมชนตลาดสามชุก เริ่มมองเห็นคุณค่าของชุมชนและแนวทางการพัฒนาชุมชนเชิงอนุรักษ์แล้ว หลักจากที่ ทางคณะกรรมการฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้พาคณะกรรมการฯ และชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุก ไปดูงานที่จังหวัดนครปฐม เพื่อไปดูรูปแบบการจัดทำตลาดน้ำดอนหวาย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาก และแวะไปดูงานที่บ้านพิพิธภัณฑ์ของอาจารย์เอนก นาวิกมูล ถนนพุทธมณฑล สาย 2 ซึ่งการไปดูที่บ้านพิพิธภัณฑ์ ทำให้คณะกรรมการฯ ได้แนวคิดในการทำงานเชิงอนุรักษามากขึ้น ดังคำบอกเล่าของคุณปิยรัตน์ ว่า

“เราไปดูงานกันที่บ้านพิพิธภัณฑ์ของอาจารย์เอนก นาวิกมูล แถวพุทธมณฑล ไปดูแล้วก็สนใจว่าข้าวของ เครื่องใช้ ร้านค้าจำลองต่างๆ ในบ้านอาจารย์เอนก ที่บ้านเราชุมชนก็มีอย่างร้านกาแฟ ร้านทำผม ร้านนาฬิกา จึงมีความคิดที่จะมาทำบ้านเราบ้าง ซึ่งของบ้านเราเป็นร้านค้า ที่ยังมีชีวิต และยังดำเนินการค้าขายอยู่ ” (ปิยะรัตน์ สำเริศรัมย์, สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

ในการนี้ คณะกรรมการฯ จึงเริ่มมีแนวคิดที่จะจัดทำพิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้าง แต่ยังมองไม่เห็นลู่ทางที่จะดำเนินการให้เป็นจริง ซึ่งทางเจ้าที่โครงการฯ ได้เข้ามาเป็นพี่เลี้ยงและได้ช่วยกระตุ้นความคิดของคณะกรรมการฯ ให้ชัดเจนขึ้น โดยการพาคณะกรรมการฯ และชาวบ้านไปศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การทำงานของชุมชนและสถานที่ต่างๆ ที่ประสบ

ความสำเร็จเป็นรูปธรรมทั้งนี้ เพื่อให้คณะกรรมการพัฒนาตลาด ได้มองเห็นแนวทางการทำงานและแนวทางแก้ไขปัญหาของชุมชน ตลอดจนสามารถขยายผลไปสู่แนวทางการจัดกิจกรรมอื่นๆ อีกด้วย โดยคุณปิยรัตน์ เล่าให้ฟังว่า

"ทางมูลนิธิชุมชนไท เขาแนะนำให้เราไปดูงานตามสถานที่ต่างๆ ตอนนั้นเราได้แนวคิดการทำบ้านพิพิธภัณฑ์แล้วนะ จำได้ว่าไปบางลำพู แล้วก็ไปดูเมืองเก่า ที่สมุทรปราการ "
(ปิยะรัตน์ สำเริศรัมย์,สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

■ **มูลนิธิฯ แนะชุมชนจัดเวทีประชาคมกระตุ้นการมีส่วนร่วม**

เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2546 คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ได้ดำเนินการจัดเวทีประชาคม ตามแนะนำของเจ้าหน้าที่โครงการฯ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนต่างๆ ในชุมชนโดยมีการประกาศเชิญชวนชาวตลาดสามชุก เข้าร่วมประชุม ณ สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ มีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 100 คน การประชุมเริ่มจากการแนะนำตัวของมูลนิธิชุมชนไท โดยคุณปรีดา คงแป้น ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท เป็นผู้ชี้แจงและนำเกี่ยวกับโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ และต่อด้วยคุณพงษ์วิ น ชัยวิรัตน์ แนะนำคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน และที่มาของคณะกรรมการฯ จากนั้น เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมอย่างเสรี ซึ่งชาวตลาดสามชุกได้ร่วมกันเสนอความคิดเห็นตามมุมมองและความคิดที่เป็นค วามต้องการที่จะพัฒนาชุมชนด้านต่างๆ อย่างหลากหลาย ทำให้การประชุมในวันนั้น ได้ข้อเสนอที่เป็นกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนที่เป็นรูปธรรม ถึง 13 เรื่อง ดังนี้

1. ร่วมกันจัดระเบียบตลาดให้น่าเดิน - น่าซื้อ
2. ระดมกำลังในการจัดการขยะ รักษาความสะอาด ท่อระบายน้ำ การทำปุ๋ยหมัก น้ำยาชีวภาพ
3. การอนุรักษ์บ้าน/โบราณ โดยการปรับปรุงสภาพบ้านเดิม
4. การไปศึกษาดูงาน "บ้านพิพิธภัณฑ์" เพื่อหาแนวทาง/แนวคิดในการพัฒนา
5. การพัฒนาจุดล่องเรือชมวิว/ศึกษาวิถีชีวิตริมน้ำ
6. การทำงานทางเดินริมน้ำและเขตเลี้ยงปลาหน้าตลาด
7. การสร้างเอกลักษณ์ของตลาดเช้า/ตลอดเย็น
8. การส่งเสริมการออกกำลังกาย/ดูแลสุขภาพ
9. การจัดงานวันสงกรานต์และระดมภาพประวัติศาสตร์
10. ดึงผู้สูงอายุเข้ามาร่วมศึกษาและให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์
11. การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว

12. การระดมเพื่อจัดตั้ง “กองทุนอนุรักษ์ฟื้นฟูบ้านที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม”

13. การประสานกับราชพัสดุ

■ **ผลการระดมความคิด สู่กิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน**

หลังจากระดมสมองของชาวตลาดสามชุกผ่านไป ชาวตลาดสามุก ได้เริ่มดำเนินการโดยเลือกกิจกรรมทำความสะอาด ขึ้นมาทำเป็นกิจกรรม แรก ในวันที่ 30 มีนาคม 2546 ซึ่งกิจกรรมนี้ได้รับความร่วมมือจากชาวตลาดสามชุกเป็นอย่างดี ส่วนใหญ่ออกมาช่วยกันทำความสะอาดจุดแรก คือ ตลาดเถาแก่เบี้ยว ซึ่งเคยเป็นตลสดสดเก่าแก่ ต่อมามีร้านค้าขายของชำ น้ำพริกและร้านบะหมี่เจ๊กอ้าวตั้งอยู่ แต่สภาพของต ลาดปกคลุมไปด้วยยักไย่ร้อยปี คณะกรรมการฯจึงพิจารณาให้เริ่มทำความสะอาดตรงจุดนี้ก่อน โดยได้รับการสนับสนุนแรงงานและอุปกรณ์จากเทศบาลตำบลตลาดสามชุกส่วนหนึ่ง จากนั้นเจ้าของบ้านแต่ละบ้านทำความสะอาดหน้าบ้านตัวเอง เก็บกันสาดเก่าออก ปรับภูมิทัศน์หน้าบ้านกันใหม่ ซึ่งกิจกรรมนี้นับเป็นกิจกรรมแรกที่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างมาก แม้จะมีบางคนไม่เห็นด้วย แต่ทางคณะกรรมการฯ ก็เข้าไปเจรจา บอกถึงผลประโยชน์ในอนาคต ซึ่งทุกคนก็เข้าใจและร่วมมือร่วมใจกันทำความสะอาดตลาดจนทำให้เจ้าหน้าที่โครงการฯ ตระหนักเห็นพลัง ความสามัคคีของชาวชุมชนตลาดสามชุก และตัดสินใจเลือกให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นโครงการนำร่อง 1 ใน 12 ชุมชน ที่จะได้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้วย

“ตอนทำความสะอาดเถ้าแก่เบี้ยว เราก็เข้าไปพูดคุยกับร้านค้าในตลาด เขาก็ยอมช่วยกันทำ เราจะพูดทำนองให้เห็นค วามสำคัญในอนาคตว่าจะเกิดอะไรขึ้น ตอนนี้ขายไม่ดีเขาก็เฉื่องๆ เราเหมือนกัน เราก็ค่อยๆ บอกเขาว่าใจเย็นๆ ค่อยๆทำเดี๋ยวมันดีเอง ผลสุท้ายตอนนี้ก็ไม่มีอคติ พอเห็นว่าทำแล้วดีก็ไม่มีบ่นอะไร การทำความสะอาดตลาดตอนนั้น ทางมูลนิธิเข้ามาติดตามผลงานเขาก็แปลกใจเรา ทำงานได้รวดเร็ว เราวางแผนงานกันวันนี้ พรุ่งนี้ดำเนินการ 2-3 วัน เปลี่ยนไปแล้ว มูลนิธิเข้ามาอีกทีแปลกใจ เสร็จไวดีเหลือเกิน จนกระทั่งเขาเลือกเป็นโครงการนำร่อง” (อภิวัฒน์ เจริญวัย , สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

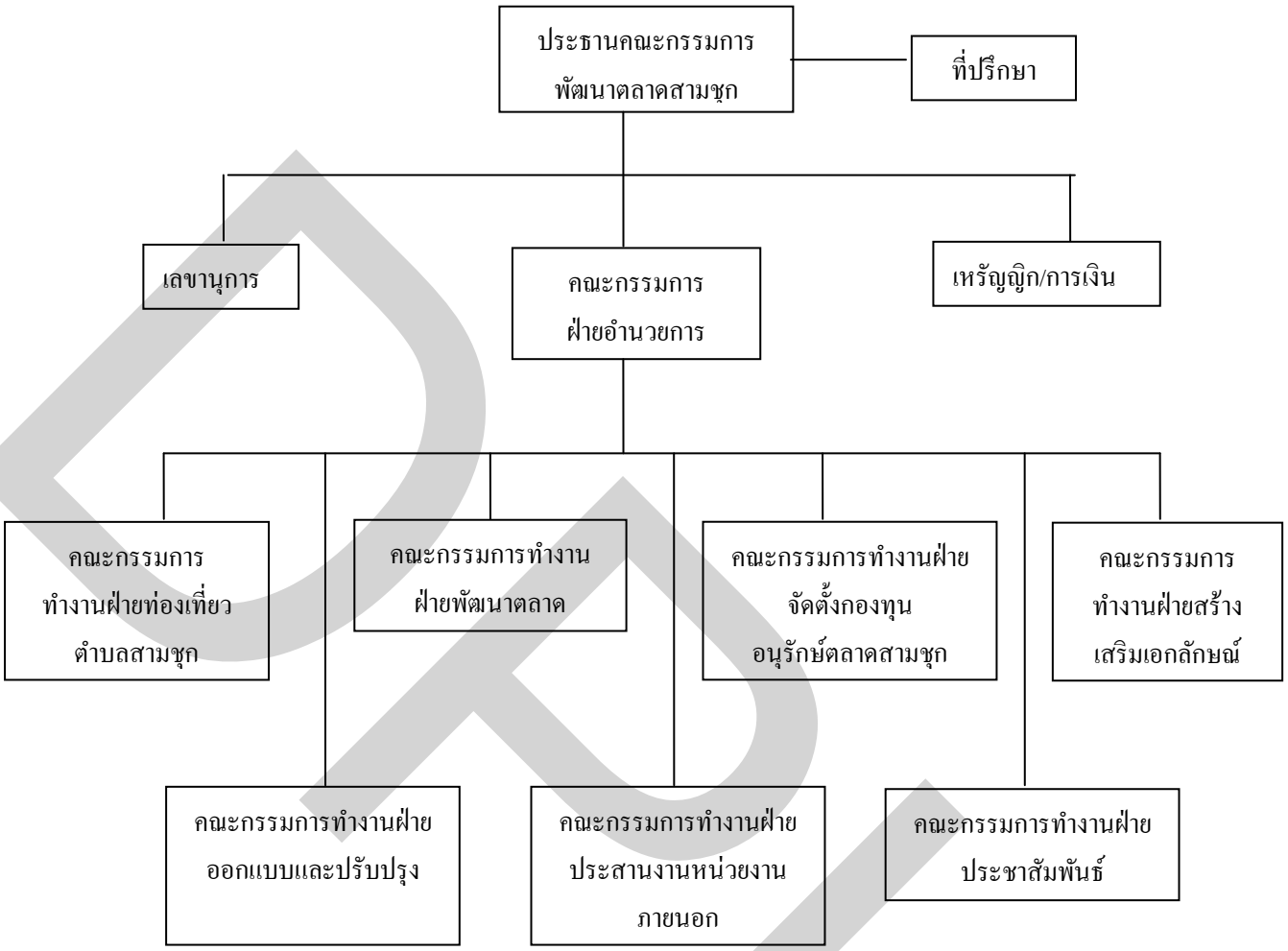
■ **ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายในองค์กรใหม่ให้ชัดเจนขึ้น**

การดำเนินการต่อมา คณะกรรมการฯ ได้แนวคิดการทำงานจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ที่คอยอยู่เป็นพี่เลี้ยง และแนะวิธีการทำงานให้ โดยเริ่มแรกทางเจ้าหน้าที่ได้แนะให้คณะกรรมการฯ ปรับโครงการองค์ใหม่ ซึ่งที่ผ่านมา คณะกรรมการฯ มีจำนวนมากเกินไป เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน ซึ่งเวลาเชิญประชุมแต่ละครั้ง จะว่างไม่พร้อมเพรียงกัน ทำให้การขับเคลื่อนงานเป็นไปได้ช้าและไม่ต่อเนื่องดังนั้น เจ้าหน้าที่โครงการฯ จึงเสนอให้ถามความสมัครใจของคณะกรรมการฯ ถึงความพร้อมที่จะร่วมดำเนินงานในการพัฒนาชุมชน ซึ่งถ้าค ณะกรรมการฯ คนไหน

ไม่พร้อมจะสละสิทธิ์ไป จนเหลือผู้ที่ต้องการทำงานในการพัฒนาชุมชน ซึ่งถ้าคณะกรรมการฯ คนไหนไม่พร้อมจะสละสิทธิไป จนเหลือผู้ที่ต้องการทำงานเพื่อชุมชนจริงๆ จากนั้นได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายในองค์กรใหม่ให้สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาใหม่เป็น 8 ฝ่าย ซึ่งละฝ่ายมีหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาให้เป็น 8 ฝ่าย ซึ่งแต่ละฝ่ายมีหน้าที่ความรับผิดชอบการทำงานตามกรอบงานที่กำหนดขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานมีความชัดเจน เป็นสัดส่วนตรงตามเป้า าหมายของชุมชนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ แต่ละคนสามารถเลือกเข้ากลุ่มงานตามที่ตนถนัด เพื่อให้การทำงานประสบความสำเร็จดียิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

ในการจัดโครงการทำงานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ชุดใหม่นี้ มีคณะกรรมการอำนวยการและกรรมการที่ปรึกษา เป็นองค์กรกลางในการเชื่อมโยงทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังมีฝ่ายเลขาธิการ ทำหน้าที่จดบันทึกการประชุม และฝ่ายเหรัญญิก / การเงิน ทำหน้าที่ดูแล จัดสรรงบประมาณในการดำเนินงาน ซึ่งการจัดโครงการสร้างการทำงานฯ ชุดใหม่นี้ ทำให้การดำเนินงานมีความเป็นระเบียบรัดกุมมากขึ้นด้วย



ภาพที่ 4.2 โครงการสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก พ.ศ. 2546

■ **การประสานความร่วมมือ ขอใช้บ้านจัดพิพิธภัณฑ์ของชุมชน**

หลังจากปรับโครงสร้างฯ การทำงานแล้ว คณะกรรมการฯ ได้ว่าร่วมกันวางแผนการดำเนินงานด้วยกันก่อน จากนั้นจึงแบ่งฝ่ายกันทำงาน ซึ่งในขณะนั้น ชาวชุมชนตลาดสามชุกเริ่มมีความต้องการที่ชัดเจนแล้ว คือการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ โดยการ ปรึกษาหารือร่วมกัน ทางคณะกรรมการฯ และชาวบ้านในชุมชนเห็นด้วยที่จะให้มีการใช้บ้าน 3 ชั้น ของขุนจำนงจีนารักษ์ ปรับปรุงสภาพบ้านเป็นบ้านพิพิธภัณฑ์ของชุมชน จากนั้น ทางคณะกรรมการฯ ได้ส่งตัวแทนไปเจรจาขอใช้บ้านพิพิธภัณฑ์กับเจ้าของบ้าน คือ คุณเคี้ยวยี้ จีนา รักษ์ หลานสาวของท่านขุนจำนงจีนารักษ์ และได้รับการอนุญาตให้ใช้บ้านหลังนี้ได้ พร้อมเซ็นหนังสือสัญญาให้ใช้บ้านเป็นเวลา 10 ปี

“หลังจากที่คิดกันว่าจะทำบ้านสามชั้น ก็บอกกับประธานฯ ว่า ผมจะไปคุยให้ได้ ผมก็เลยจัดการประสานงาน ก็ไปกรุงเทพไปคุยกะเจ้าของบ้าน บ้านนี้แกก็ไม่ได้อยู่ ตัวแกอยู่แต่กรุงเทพ บ้านแกก็ไม่มีใครอยู่เลย ขอให้เป็นพิพิธภัณฑ์ และก็ขอประมาณว่า จะฟื้นฟูบ้านท่านขุนจำนง และท่านก็ให้เราใช้สถานที่ฟรี 10 ปี” (เอกพงษ์ อมตธรรม, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

■ **ประสานงานกับสถาปนิกฯ ร่วมจัดปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านพิพิธภัณฑ์**

การดำเนินงานในการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ คณะกรรมการฯได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ซึ่งได้ประสานงานกับสถาปนิกของมูลนิธิชุมชนไทย เข้ามาช่วยในการสำรวจออกแบบและดำเนินการซ่อมแซมปรับปรุงสภาพบ้านให้คงรูปเดิมมากที่สุด โดยก ารดำเนินงานร่วมกับสถาปนิกจากสถาบันราชมงคล จ.สุพรรณบุรี และสถาปนิกของเทศบาลที่เข้ามาช่วยกันคิดวิธีการทำให้คงสภาพบ้านเดิมไว้ ตามคำบอกเล่าของ คุณมงคล ศิวะอนันต์วงษ์ คณะกรรมการฝ่ายออกแบบและปรับปรุงอาคารว่า

“การดำเนินการเรามีการสังเกตภาพและถ่ายรูปไว้ว่ า สภาพเดิมวางไว้อย่างไร และก็มีการวางแผน ถ้าเราได้กระเบื้องอย่างนี้ เราจะทำอย่างไร ทำรู้ร่างให้เหมือนเดิมที่สุด เหลือริมที่เสียหายเล็กน้อย ก็เอาพื้นปาเกเสริม หลักจากกระเบื้องเราเสร็จเรียบร้อยก็มาเรื่องไม้ ก็มีปัญหาเรื่องไม้พุ ก็ค่อยๆรื้อแล้วคัด พบว่าเสียหายประมาณ 5% บานหน้าต่างเราสามารถรักษาสภาพเดิมได้ ก็เอามาขัดล้าง ทาสี ทุกอย่างให้คงสภาพเดิมที่สุด ก็ได้บ้านที่สวยงาม เหมือนกับไม่ได้ซ่อมเลย ถือว่าได้ผมเป็นที่น่าพอใจ” (มงคล ศิวะอนันต์วงษ์, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554”)

ข้อมูลจากภาพถ่าย และวีดิทัศน์ของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า คณะกรรมการฯ กับกลุ่มสถาปนิก จะมีการพูดคุยปรึกษาหารือเกี่ยวกับแบบ แผนผังบ้านกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชนมากที่สุด การทำบ้านพิพิธภัณฑ์มีระยะเ วลาดำเนินการตั้งแต่กลางปี 2546 - กลางปี 2547

■ **จัดกิจกรรม”ฟื้นฟูประเพณี ปลูกจิตสำนัก และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน”**

ในขณะที่มีการดำเนินการสำรวจ ปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านของท่านขุนจำนงจีนารักษ์นั้น คณะกรรมการฯ ได้วางแผนจัดกิจกรรมต่างๆ อีกหลายกิจกรรม ซึ่งคณะกรรมการฯ แต่ละฝ่ายจะร่วมกันคิดแผนการดำเนินงาน และนำเรื่องมาเข้าที่ประชุม โดยมีเจ้าหน้าที่โครงการฯ ร่วมพูดคุยและช่วยเสริมแนวคิดการทำงานโดยการพาไปศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการเมืองเก่า ที่จังหวัดระยอง และจันทบุรี ทำให้คณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุกได้เห็นแนวทาง การทำงานที่หลากหลายและส่วนหนึ่งได้นำมาปรับใช้ในการดำเนินของชุมชน เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยคณะกรรมการฯ ได้นำแนวทางที่ได้จากการดูงาน มาร่วมพูดคุยปรึกษาหารือร่วมกันจนได้แผนการดำเนินงานจัดงาน “ภาพเก่าเล่าขาน

ตำนานสามชุก" ในช่วงวันสงกรานต์ปี 2546 โดยมีรูปแบบการจัดงานที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนตลาดสามชุกทุกเพศทุกวัยในการจัดกิจกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตที่คนปัจจุบันไม่เคยรู้ ได้รับรู้เรื่องราวความเป็นมาของชุมชนของตน ซึ่งจะทำให้ตระหนักเห็น ความสำคัญ และเกิดจิตสำนึกในการร่วมฟื้นฟูอนุรักษ์ท้องถิ่นของตนให้คงอยู่สืบต่อไป

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

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ยังพบว่า คณะกรรมการฯ ได้มีการดำเนินงานจัดกิจกรรมอีกหลายกิจกรรม ซึ่งเกิ ดจากความคิดของคณะกรรมการฯ แต่ละฝ่าย แล้วนำมาพิจารณาร่วมกัน โดยมีการจัดกิจกรรมอื่นๆ อีกหลายกิจกรรม

- **จัดกิจกรรม "อร่อยกันวันพุธ" ปลุกตลาดให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง**

วันที่ 29 ตุลาคม 2546 คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันจัดกิจกรรม "อร่อยกันวันพุธ" ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกฟื้นฟูสภาพตลาดให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยการเปิดตลาดกันทุกๆ วันพุธ คณะกรรมการฯ จะประกาศเชิญชวนพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้านทั้งที่อยู่ในตลาด และในชุมชนในเขตเทศบาล ที่มีฝีมือทำอาหาร และขนมอร่อย เข้ามาขายกันในวันพุธ และมาทานอาหารจับจ่ายซื้อของกันในตลาดสามชุก ขณะเดียวกันคณะกรรมการฯ ได้ประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานรอบๆ ชุมชนได้แก่ ธนาคาร ซึ่งมีอยู่ถึง 7 ธนาคาร แต่ละธนาคารมีเจ้าหน้าที่จำนวนมาก ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้เข้าไปประสานงานกับผู้บริหารแต่ละธนาคาร เพื่อขอความร่วมมื อให้เจ้าหน้าที่ธนาคารไปทานอาหารกลางวันพร้อมจับจ่ายซื้อของกันทุกๆวันพุธ โดยข้อตกลงร่วมกันคือ ทางคณะกรรมการฯ จะจำหน่ายคูปองอาหารสำหรับให้เจ้าหน้าที่ธนาคารนำไปใช้จ่ายในตลาดแห่งละ 3,000 บาท/เดือน โดยมีระยะเป็นเวลา 6 เดือน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการช่วยอุดห นุนอาหารและสินค้าในตลาด และสินค้าในตลาด และเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละร้านด้วย นอกจากนี้ทุกๆ วันอังคาร และวันพุธ คณะกรรมการฯ จะใช้รถประชาสัมพันธ์ไปประกาศเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบึงฉวาก ให้แวะมาเที่ยวชมตลาดสามชุกเพื่อแวะชิมอาหา รอร่อย และจับจ่ายใช้สอย ได้ทุกๆวันพุธด้วย ในการจัดกิจกรรม "อร่อยกันวันพุธ" นั้น ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ที่ทำให้ตลาดสามชุกที่เคย ซบเซา กลับมาคึก คักด้วยผู้คนทั้งบุคคลภายในและบุคคลภายนอก มากหน้าหลายตา เข้ามาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ตลาดกลับมาคึกคัก พ่อค้า แม่ค้า ก็มีรายได้ แต่ยังไม่เกิดความยั่งยืนเนื่องจาก ชุมชนยังไม่สามารถ

กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแต่ละครั้งได้ซึ่งบางครั้งนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะ ผู้ประกอบการก็จะดีใจขายของได้ แต่บางครั้งที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาน้อย ข้าวของสินค้าผู้ประกอบการก็จะเหลือทำให้เกิดอาการไม่พอใจ และกล่าวโทษคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ซึ่งต่อมาโครงการ"อร่อยกันวันพุธ" ก็ได้ล้มเลิกไป

- **จัดกิจกรรม ปลุกจิตสำนึกเด็กและเยาวชนในชุมชน**

นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังให้ความสำคัญเด็ก และเยาวชน ซึ่งเป็ นอนาคตของชาติและเป็นผู้สืบทอดศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก โดยการจัดกิจกรรมเพื่อเด็กและเยาวชน ได้แก่ กิจกรรม "งานแรลลี่จักรยานเยาวชน" เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ให้กับเยาวชนได้รู้จักชุมชนและปลูกฝังความรักในท้องถิ่นมีกิจกรรมขี่จักรยานชมทัศนี ยภาพของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก และแวะตามฐานต่างๆ ที่กำหนดให้ แต่ละฐานมีวิทยากรคอยอธิบายประวัติและความสำคัญของสถานที่นั้นๆ ให้เด็กๆได้รับรู้และเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน การจัดกิจกรรมนี้ ทางคณะกรรมการฯได้ประสานผ่านโรงเรียนช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเปิดรับสมัครนักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครองที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งมีเยาวชน และผู้สนใจประมาณ 300กว่าคน เข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้

หลังจากนั้นยังได้มีการจัดกิจกรรม "แรลลี่วิชาการ " ซึ่งเป็นแนวคิดของอาจารย์สมเกียรติ กู้เกียรติภูมิ ผู้อำนวยการสถานศึกษาโรงเรี ยนอนุบาลสมเด็จพระวันรัตหนึ่งในคณะกรรมการฯ มีความต้องการให้ชุมชนเป็นฐานในการเรียนรู้ของของนักเรียน โดยให้มีการกำหนดหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 - ประถมศึกษาปีที่ 6 ให้เข้าไปศึกษาเรียนรู้เรื่องราวในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ให้นักเรียนได้ศึกษาและรู้จักสภาพของท้องถิ่นและชุมชนที่ตนอยู่อาศัยได้เรียนรู้โดยเรียนรู้โดยใช้ภูมิปัญญาและแหล่งเรียนรู้ท้องถิ่น และได้เห็นคุณค่า และภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ (มูลนิธิชุมชนไท2547: 27-28)

จากการศึกษาข้อมูลในเอกสาร และคำ สัมภาษณ์ ของคณะกรรมการฯ พบว่า การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ ได้มาสะดุดลงอีกครั้งหลังจากที่มีการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีตำบลสามชุกในสมัยที่ 2 ซึ่งคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ไม่ได้รับการเลือกตั้งให้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกอีกครั้ง ส่งผลให้ประธานคณะกรรมการฯ เกิดความตึงเครียด จนมีความคิดที่จะหยุดทำงานด้านการพัฒนาชุมชน ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ หยุดชะงักลงช่วงระยะหนึ่ง ทางคณะกรรมการฯ และเจ้าหน้าที่โครงการฯ ได้เข้ามาปลอบใจ และให้แง่คิด ซึ่งทุกฝ่ายเห็นศักยภาพความเป็นผู้ นำในตัวคุณพงษ์วิน และผลการทำงานผ่านมาก็เป็นที่ยอมรับของชาวตลาดสามชุก ทำให้คุณพงษ์วิน กลับมามีกำลังใจจะทำงานอีกครั้งหนึ่ง

“การทำงานมาสะดุดอีกที่ตอนเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ทุกอย่างก็หยุดลงอีกครั้ง หลังจากเลือกตั้งก็หยุดแผ้ว คิดจะหยุดโ ครงการเหมือนกัน ก็เลือกตั้งไม่ได้นึกว่าชาวบ้านไม่อยากให้ทำ ก็เลยไม่อยากทำ หมดแรง กรรมการถอดใจกันหมด ตอนหลังก็มานั่งคุยกัน กรรมการมูลนิธิช่วยพูดเขาก็บอกไม่เกี่ยวกัน ก็กลับมาทำกันใหม่ ” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ,สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2554)

แม้ว่าลักษณะการทำงานของประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จะเปลี่ยนแปลงไป คุณพงษ์วิน ไม่ได้มีอำนาจในการสั่งการเหมือนครั้งเป็นนายกเทศมนตรีฯ แต่การทำงานของคณะกรรมการฯ ยังคงเหมือนเดิม คณะกรรมการฯ ทุกคนยังให้ความเคารพประธานฯ คนเดิม การดำเนินงานยังคงเป็นการร่ วมกันคิดกันทำ แต่ละคณะกรรมการฯ ต้องช่วยตัวเองมากที่สุดเนื่องจากนายกเทศมนตรีเทศบาลฯ คนใหม่ ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาสามชุกเชิงอนุรักษ์เลย ทั้งนี้ สืบเนื่องจากเหตุผลความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างกัน

- **เจ้าหน้าที่โครงการฯ ประสานนักวิชาการ ถ่ายทอดองค์การความรู้**

การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ ยังคงได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ ที่คอยช่วยแนะนำ และประสานงานให้ชุมชนได้รู้จักกับกลุ่มคนภายนอก ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจุดประกายความคิด ที่ทำให้คณะกรรมการฯ มีความชัดเจนเรื่ องการทำงานเชิงอนุรักษ์ม ากยิ่งขึ้น นั่นคือ รศ .ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความสนใจเกี่ยวกับชุมชน และวิถีความเป็นอยู่ของผู้คนในเมืองด้วย

ในการประสานงานของเจ้าหน้าที่โครงการฯ ทำให้คณะกรรมการฯได้วางแผนร่วมกันจัดงานในรูปแบบการเสวนา ใช้ชื่องานว่า “โครงกรเสวนาตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์มีชีวา ” ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2547 โดยการเชิญ รศ.ศรีศักร วิลลิโภดม มาร่วมบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำพิพิธภัณฑ์ชุมชนและเชิญชวนชาวบ้านในชุมชนตลาดสามชุก และชุมชนในเขตเทศบาล เข้าร่วมรับฟัง และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดพิพิธภัณฑ์ บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่อไป

ต่อมาในวันที่ 26 มีนาคม 2547 คณะกรรมการ ฯ ได้ร่วมกันจัดกิจกรรมต่อเนื่อง คือ การจัดงาน “วันรำลึกบันทึกประวัติศาสตร์ ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับชาวสามชุก ได้ตระหนักถึงความสำคัญของท้องถิ่น โดยรับฟังและบันทึกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ของสามชุก ผ่านการจัดกา รท้องถิ่นให้คงอยู่สืบต่อไป ซึ่งในการจัดงานนี้ ทาง

มูลนิธิชุมชนไท ได้พาสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าวด้วยทำให้เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกเริ่มเป็นที่รู้จักของสาธารณชนภายนอกบ้างแล้ว

■ **ททท. เข้าแล้วเส้นทางท่องเที่ยวแบบ " Family Fun One Day Trip"**

ในขณะที่การปรั บปรุง ซ่อมแซมบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เพื่อจัดเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน ดำเนินการใกล้จะเสร็จแล้ว ในช่วงต้นปี 2547 ชาวตลาดสามชุกได้มีโอกาสต้ อนรับ ก ลุ่มผู้ประสานงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ทราบเรื่องราวของตลาดสามชุกจากนิตยสารสารคดี ที่ลงเรื่องร าวของชุมชนตลาดสามชุก จึงได้แวะเข้าไปเยี่ยวเยียนและสำรวจชุมชน พร้อมพูดคุยกับชาวบ้าน และคณะกรรมการฯ โดยขณะนั้นทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีโครงการจัดหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว "วันเดียวเที่ยวสนุก" หรือ "Family Fun One Day Trip" ซึ่ง เน้นการท่องเที่ยวแบบครอบครัว โดยการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวใน 1 วัน เดินทางจากกรุงเทพฯ ออกไปต่างจังหวัดในระยะทางไม่เกิน 300 กิโลเมตร และในส่วนของสาย กรุงเทพฯ- สุพรรณบุรี โดยมีบริษัทแปลนโมทีฟ จำกัด เป็นผู้รับดำเนินการจัดทำโครงการ ดังกล่าว และหลังจ ากที่ทางทีมงาน ได้เข้าไปสำรวจ และพูดคุยกับชาวชุมชน และรู้สึกสนใจที่ตลาดสามชุก จึงนำแผนไปประชุมปรึกษาหารือกับทางผู้บริหาร ททท . และกลับมาประสานงานกับทางคณะกรรมการฯ อีกครั้ง โดยทางผู้บริหาร (ททท.) ได้พิจารณาเห็นว่า ชุมชนตลาดสามชุก มีศักยภาพในการ จัดการชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น จึงเลือกตลาดสามชุกเป็น 1 ในเส้นทางสายกรุงเทพฯ- สุพรรณบุรี และมีการจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือคู่มือ "Family Fun One Day Trip" ที่บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เมื่อประมาณเดือน เมษายน 2547 ซึ่งนอกจากการเปิดตัวหนังสือดังกล่าวแล้วทาง (ททท.) ยังต้องการประชาสัมพันธ์ ชุมชนตลาดสามชุก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกด้วย ทั้งนี้ มีการเชิญสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวด้วย ทำให้ชื่อเสียงของตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักของสาธารณชนกว้างขวางมากขึ้น

"โครงการ "วันเดียวเที่ยวสนุก" หรือ "Family Fun One Day Trip" เป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบครอบครัวในระยะทางใกล้ๆ ไม่เกิน 300 กิโลเมตร จากกรุงเทพฯ ออกไป โดย ททท. ให้บริษัท แปลนโนทีฟ รับทำ ตั้งแต่หาข้อมูล และจัดทำเป็นรูปเล่มซึ่งจะมีการพูดคุย เสนองานกับผู้บริหาร ททท . ตลอด จากการสำรวจข้อมูลที่ตลาดสามชุก เห็นว่ามีศักยภาพทางด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามโครงการนี้" (วิสุทธิ์ มณีรชตวรรณ ,สัมภาษณ์ 20 เมษายน 2554)

"ตอนนี้มี คุ ณพิชญ์ เข้ามา ก็มาคุยกับผม เขาบอกว่ามาจาก ททท . มาหาข้อมูลจัดทำหนังสือคู่มือ วันเดียวเที่ยวสนุก ตอนแรกคุยกันว่าให้ชาวชุมชนไปจัดนิทรรศการ ในงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือที่ ททท . กรุงเทพฯ แต่ต่อมาเขาเลือกจัดแถลงข่าวในชุมชน โดยใช้ที่

บ้านขุนจำนงฯ มีการเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวด้วย " (สมชาย หงส์สุพรรณ , สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

- **อาจารย์ และนักศึกษาจากลาดกระบัง เข้ามาทำโครงการ และนำไปจัดกิจกรรมเผยแพร่**

จากกระแสการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทำให้ตลาดสามชุก เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการสัมภาษณ์คณะกรรมการฯ พบว่า ในช่วงปลายปี 2546 มีกลุ่มอาจารย์และนักศึกษาจากสถานบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ แวะเข้ามาเดินชมตลาดสามชุก และได้พูดคุยกับคณะกรรมการฯ ชุมชน หลังจากวันนั้น ทางอาจารย์ได้ติดต่อกลับ มาทางชุมชนมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นโครงงานของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ ที่วางแผนจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ชุมชนท้องถิ่น ในครั้งนั้นนักศึกษาเข้ามาดูในชุมชนเป็นเวลากว่า 1 อาทิตย์ จนได้ภาพวาด และโมเดลผังตลาดไปจัดงานที่มหาวิทยาลัย ในวันที่ 25 พฤศจิกายน 2547 และได้เชิญคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุกไปร่วมออกบูท ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ได้พิจารณาว่า การดำเนินงานของนักศึกษา เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดให้ด้วย ดังนั้น จึงช่วยสนับสนุนงบประมาณในการจัดงานให้ด้วย ซึ่งภายในงานดังกล่าว ทางสถานบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ยังได้ร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และมูลนิธิชุมชนไท จัดกิจกรรม "สัมมนาเชิงวิชาการ" โครงการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์" โดยเชิญคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ดร .สมเกียรติ อ่อนวิมล อ .ศรีศักร วัลลิโภดม คุณปรีดา คงแป้น ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท และอาจารย์จากสถาบันเทคโนโลยีลาดกระบังฯ เป็นวิทยากรและเชิญคณะอาจารย์ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เข้าร่วมงานในการจัดงานดังกล่าวทำให้ตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักของกลุ่มสถาบันการศึกษา ทั่วประเทศ และเกิดความสนใจในการศึกษาเรียนรู้เรื่องราวชองชุมชน ทำให้มีมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา ติดต่อเข้ามาขอเรียนรู้และเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุกไม่ขาดสาย จนถึงปัจจุบัน

"คณะคุรุศาสตร์ อุตสาหกรรม ลาดกระบัง จัดสัมมนาที่มหาลัยเขา เชิญเราไปจัดบูท เราก็ช่วยสนับสนุนงบประมาณให้เขา แ ล้วก็มีการจัดเสวนาเชิงวิชาการ หัวข้อ การอนุรักษ์ตลาดสามชุกร้อยปี เชิญอ.ศรีศักร เชิญดร.สมเกียรติ เชิญคุณพงษ์วิน มีหนังสือ เอกสารแจก คนที่ไปร่วมงานในนั้นก็มีมหาลัยต่างๆ ทางอาจารย์ของลาดกระบังทำหนังสือเชิญทุกมหาลัย ทำให้อาจารย์รู้จักชุมขน และก็ติด ต่อเข้ามาขอดูงาน กรรมการต้องคอยต้อนรับหน่วยงานพวกนี้เยอะมาก " (สมชาย หงส์สุพรรณ,สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

- **มูลนิธิชุมชนไท เปิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนในโครงการฯ**

ขณะเดียวกันทางเจ้าหน้าที่โครงการฯ ของมูลนิธิชุมชนไท ได้พาคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ไปร่วมเวทีสรุปบทเรียนประสบการณ์การทำ งานโครงการเมืองน่าอยู่ระดับภาค ซึ่ง

เป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่เข้าร่วมโครงการฯ จากเวทีดังกล่าวทำให้เรื่องราวของตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นที่สนใจของกลุ่มชุมชนในโครงการปฏิบัติการชุม ชนเมืองน่าอยู่จากทั่วประเทศ ที่ติดต่อเข้ามาขอศึกษาดูงาน เยี่ยมชุมชนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ทางคณะกรรมการฯยังได้รับการเชิญให้เข้าร่วมเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตามโครงการที่ทางองค์กรพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชนจัดขึ้นอีกมากมาย ทำให้ปัจจุบั นคณะกรรมการฯ ทำงานกันหนักมากจนแทบตั้งตัวไม่ติด

“ทางมูลนิธิก็พาเราไปเผยแพร่ชุมชน เป็นตัวอย่างให้แก่ชุมชนอื่น พอเราเป็นที่รู้จัก เราก็มีงานต้องไปบรรยายที่โน้นที่นี้เยอะขึ้น” (สมชาย หงส์สุพรรณ-สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

■ **ตลาดมีชีวิต ผู้ประกอบการมีรายได้ คลายปัญหาความขัดแย้ง**

การดำเนินงาน ด้านการอนุรักษ์ ดังกล่าว ได้ส่งผลดีให้แก่ชุมชนตลาดสามชุก ที่ปัจจุบันมีผู้คนเข้ามาเดินในตลาดมากขึ้น พ่อค้า แม่ค้ามีรายได้มากขึ้น จากคนที่เคยคัดค้านและไม่เห็นด้วยกับการดำเนินงานของคณะกรรมการฯ ก็เริ่มเข้ามา มีส่วนร่วมมากขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการทั้งสิ้น ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องทำงานหนักและเหนื่อย แต่ทุกคนทำงานด้วยใจ ไม่มีใครหวังผลตอบแทนในการดำเนินการพัฒนาตลาดสามชุก แม้ทางคณะกรรมการฯ จะมีรายได้จากการเป็นวิทยากรบรรยาย แต่ส่วนใหญ่คณะกรรมการฯ ได้นำเงินที่ได้ไปใส่ตู้บริจาคของชุมชน เพื่อเป็นงบประมาณในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาตลาดสามชุกในด้านต่างๆต่อไป

ระยะที่ 3 ระยะพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน (พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน)

■ **คณะกรรมการฯเริ่มวางแผนจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม**

หลังจากที่ชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการยอมรับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากการการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ของชุมชน จึงมีการประชาสัมพันธ์ตลาดสามชุกเป็น สถานที่ท่องเที่ยวในหนังสือคู่มือ “Family Fun One Day Trip” และการจัดงานแถลงข่าวที่บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ ทำให้ตลาดเป็นที่รู้จักของสาธารณสุขชนกว้างขวางขึ้น และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน และเดินเที่ยวตลาดจับจ่ายซื้อของกันเยอะมากขึ้น จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารสรุปแผนปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ พ .ศ. 2547 พบว่า คณะกรรมการฯ ได้ร่วมประชุมกำหนดแผนการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2547 ซึ่งประกอบด้วยแผนงานการประชาสัมพันธ์ ตลาดสามชุกให้เป็น สถานท่องเที่ยว โดยความรับผิดชอบของฝ่ายการท่องเที่ยวตลาดสามชุก มีหน้าที่ดำเนินงาน ดังนี้

- การจัดทำแผนพับ แนะนำสถานที่ต่างๆในตลาดสามชุกได้แก่ บ้านและร้านค้าที่เป็นจุดเด่นของชุมชน ร้านอาหารอร่อย และสถานที่สำคัญๆในตลาดสามชุกและชุมชนรอบนอก

- จัดทำป้ายชื่อ “สามชุก ตลาดร้อยปี” บริเวณทางเข้าตลาด
- จัดทำป้ายชื่อ “บ้านพิพิธภัณฑ์ขุนจำนงจีนารักษ์”
- จัดทำป้ายบอกเส้นทางเข้าตลาดสามชุก จากถนนใหญ่เข้ามาสู่ที่ว่าการอำเภอและตลาดสามชุก
- จัดทำเว็บไซต์ แนะนำตลาดสามชุก และสถานที่สำคัญในตำบลสามชุก
- จัดอบรมมัคคุเทศก์น้อย โดยการประสานงานกับทางโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต รับสมัครเด็กนักเรียน เข้าร่วมอบรมมัคคุเทศก์น้อย เพื่อคอยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว
- จัดทำโปสการ์ด รูปภาพต่างๆ เพื่อหาทุนในการอนุรักษ์เมืองเก่า
- จัดทำของที่ระลึก โดยคณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันจัดทำของที่ระลึก ซึ่งเป็นงานฝีมือที่แต่ละคนถนัด ได้แก่ พวกกุญแจ เสื้อยืด สติ๊กเกอร์ ที่คั่นหนังสือ และถ้วนกาแฟ

นอกจากนี้ มูลนิธิชุมชนไท ยังช่วยสนับสนุนงบประมาณ โดยการจัดพิมพ์วารสาร “ชุมชนไท” ฉบับเดือนกรกฎาคม 2547 และหนังสือ “สืบสาศิลปะถิ่นสามชุก ” รวมทั้งการจัดพิมพ์โปสการ์ดภาพวาดตลาดในมุมต่างๆ ของนักศึกษาลาดกระบังมอบให้ชุมชนแล้ว เพื่อจัดทำเป็นของที่ระลึกของชุมชนตลาดสามชุก จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นทุนในการดำเนินการท่องเที่ยวของชุมชน

- **ประสานความร่วมมือสมาชิกในชุมชน ร่วมจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน**

ในส่วนของคณะกรรมก ารพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายคณะกรรมกรฝ่า ยจัดระเบียบตลาดและการพัฒนาแวดล้อม ได้ดำเนินการพัฒนาปรับภูมิทัศน์ของตลาดให้น่าเดินมากขึ้น โดยการเก็บทำความสะอาดพื้นที่รกร้าง บริเวณลานโพธิ์ สำหรับเป็นจัดเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการประสานงานขอความร่วมมือผู้ประกอบการ และชาวบ้าน ช่วยกั นจัดระเบียบตลาด ทำความสะอาดเก็บกวาดขยะหน้าบ้าน หน้าร้าน และจัดร้านค้าไม่ให้รุกล้ำลงมาในเขตถนนคนเดิน นอกจากนี้ ยังดำเนินการปรับภูมิทัศน์ตลาดหน้าอำเภอ และประสานความร่วมมือกับทางนายอำเภอ และนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ขอใช้พื้นที่หน้าอำเภอ เป็นที่จอ ดรถของนักท่องเที่ยวมาเที่ยวและเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก

- **ค้นหาจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจในชุมชน**

ขณะเดียวกันคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายการออกแบบและอนุรักษ์ฟื้นฟูและคณะกรรมการฝ่ายการสร้างเอกลักษณ์ของชาวตลาดสามชุก ได้ร่วมกันดำเนิน การจัดตกแต่งบ้านพิพิธภัณฑ์ ขุนจำนงจีนารักษ์ โดยการจัดทำข้อมูล เนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชนข้อมูลประวัติของบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ ข้อมูลเรื่องราวของบ้านร้านค้า ที่เป็นจุดเด่นของตลาดสามชุกจากการสำรวจของคณะกรรมการฝ่ายสร้างเอกลักษณ์ของช าวตลาดสามชุก ซึ่ง

พบว่า ในตลาดสามชุกมีบ้านและร้านค้า ที่มีประวัติความเป็นจุดเด่นของตลาดสามชุก มีบ้านและร้านค้า ที่มีประวัติความเป็นมาน่าสนใจอยู่หลายหลัง อาทิ

ซอย 1 ได้แก่ ร้านนาฬิกาโบราณ “บุญช่วยหัตถกิจ ” ร้านกาแฟท่าเรือส่ง ร้านนาฬิกาโบราณ “รัชพร” ร้านดัดผม “ศรีพุทธทอง” เป็นต้น

ซอย 2 ได้แก่ บ้านพิพิธภัณฑ์ขุนจำนงจีนารักษ์ โรงแรมอุดมโชค โรงแรมสำราญรมย์ เป็นต้น

ซอย 3 ได้แก่ ศาลเจ้าหลักเมืองสามชุก ร้านขายเครื่องใช้ครัวเรือน “คู่เซ่งฮวด” ร้านถ่ายรูป “ศิลป์ธรรมชาติ” ร้านขายขนมจีน “ฮกอันโอสถ” บ้านลิ่มเต็กเซ้ง ร้านขายของชำป้านา เป็นต้น

ซอย 4 ได้แก่ ร้านขายทองมีชัย ร้านไพศาลสมบัติ ร้านโชคนิมิต ร้านขายยาจีน “ฮกง้วนตึ๊ก” เป็นต้น

ซอย 6 ได้แก่ ร้านทำเคียวตรา “ซ 3” ร้าน “ศิริทรัพย์” เครื่องหวาย เป็นต้น

ซอย 8 ได้แก่ ร้านหยอง ทำกระดมด้วยมือ ร้านทันตกรรมโบราณ “ตั้งซิมซ้ง” โรงตีเหล็ก ช.เจริญพานิช เป็นต้น

ภาพที่ 4.3 ร้านค้าที่เป็นจุดเด่นภายในชุมชน

จากข้อมูลบ้านเด่นๆ ในชุมชนตลาดสามชุก ทางคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินถ่ายภาพและเขียนประวัติความเป็นมาของบ้านแต่ละ หลัง ที่ผ่านการบอกเล่าของเจ้าของบ้าน และนำมาจัดทำหนังสือ “สืบสานงานศิลป์ถิ่นสามชุก” และส่วนหนึ่งนำมาจัดทำเป็นแผ่นโปสเตอร์ ประดับไว้ที่ข้างฝาบ้านบริเวณชั้น 1 บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เพื่อเป็นการแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจชุมชนตลาดสามชุก

ในขณะเดียวกัน ทางคณ ะกรรมการฯ ได้จัดประชุมชาวบ้าน และผู้ประกอบการในชุมชน เพื่อขอความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย เรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการได้ขอความร่วมมือให้ชาวบ้าน และผู้ประกอบการ กล่าวทักทายนักท่องเที่ยว พร้อมเชิญชวนนักท่องเที่ ยวเข้าห้องน้ำภายในบ้านได้ เรื่องการจัดบ้านในชุมชนเป็น “ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์มีชีวา ” โดยการขอความร่วมมือชาวบ้านที่ได้รับการคัดเลือกเป็นบ้านโดดเด่นของชุมชน ช่วยต้อนรับรักท่องเที่ยวและเล่าเรื่องราวความเป็นมาของบ้าน รวมทั้งก ารเชิญชวนชาวบ้านในตลาดสามชุก นำของเก่าที่มียังมีคุณค่าออกมาตั้งโชว์ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ในส่วนของผู้ประกอบการ คณะกรรมการฯ ได้ขอความร่วมมือเกี่ยวกับเรื่องราวการจัดระเบียบตลาด การรักษาความสะอาด และการจัดทำอาหาร และขนมซึ่งทางคณะกรรมก ารฯ ต้องการรักษาภูมิปัญญาด้านอาหาร จึงได้ขอความร่วมมือผู้ประกอบการที่มีฝีมือด้านอาหาร จัดทำอาหาร และขนมโบราณที่หายาก ทั้งนี้ เพื่อสอดคล้องกับเป้ าหมายของชุมชน คือ การอนุรักษ์ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

■ **ประสานความร่วมมือในการจัดงาน “เปิดบ้านเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้อย่างเป็นทางการ”**

หลังจากที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ดำเนินการจัดทำบ้านขุนจำนงจีนารักษ์เสร็จสมบูรณ์ จัดตกแต่งบ้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมถึงการดำเนินการในจัดระเบียบตลาดสามชุกและปรับภูมิทัศน์ของชุมชนดีแล้ว คณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันวางแผนจัดงาน เปิดบ้านพิพิธภัณฑ์พร้อมกับการเปิดชุมชนตลาดสามชุกเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนด้วย โดยมีกำหนดจัดในวันที่ 11 ธันวาคม 2547

ในการดำเนินการดังกล่าว คณะกรรมการฯ ได้มีการจัดประชุม เพื่ อร่วมงานแผนจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในงาน โดยเชิญชาวบ้าน ผู้ประกอบการทั้งในชุมชนตลาดสามชุก และชุมชนอื่นๆ ในเขตเทศบาลสามชุก เข้าร่วมประชุมด้วย เพื่อแจ้งเรื่องการจัดกิจกรรม และร่วมระดมความคิดเห็นในการวางแผนการจัดกิจกรรม โดยคณะกรรมการฯ ได้นำเสนอแผนการจัดงาน และให้สมาชิกชุมชนร่วมมือกันต้อนรับแขกที่มาร่วมมา โดยมีเรื่องการจัดเตรียมสถานที่ การทำความ

สะอาดบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ และการทำความสะอาดตลาด การจัดเตรียมโต๊ะ เก้าอี้ ไว้สำหรับเลี้ยงรับแขก จัดเตรียมสถานที่สำหรับแขกนั่งทางอาหารการจัดร่วมมือชาวบ้าน และผู้ ปกครองการช่วยทำอาหารเลี้ยงแขก ทั้งมื้อเช้า กลางวัน และเย็น ซึ่งทางชุมชนจะเปิดให้ทานอาหารฟรีตลอดทั้งวัน

จากนั้น คณะกรรมการฯ ดำเนินการเชิญแขกเข้าร่วมงาน ซึ่งกำหนดไว้ประมาณ 500 คน ได้แก่ กลุ่มภาคีโครงการฯเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ทั่วประเทศ เท ศบาล และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ นักวิชาการ สื่อมวลชน และชาวบ้านในเขตเทศบาลตำบลสามชุก และแขกผู้ทรงบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และได้เชิญรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เป็นประธานการเปิดงาน

ในการจัดงานเปิดบ้านพิพิธภัณฑ์นั้น ทางคณะกรรมการฯ ใช้ชื่องานว่า “เปิดตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์มีชีวา” กำหนดจัดงานตั้งแต่เย็นวันที่ 10 ธันวาคม 2547 โดยมีพิธีเจริญพระพุทธมนต์เย็น ณ พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ และเช้าวันที่ 11 ธันวาคม 2547 มีพิธีทำบุญเลี้ยงภัตตาหารเช้าแด่พระภิกษุสงฆ์ 9 รูป และดำเนินการเปิดงานโดยนายอนุรักษ์ จุรีมาศ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน และเปิดป้าย สามชุกตลาดร้อยปี และป้ายพิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ จากนั้น ได้เชิญผู้เข้าร่วมงานร่วมรับประทานอาหารที่ทางชาวบ้านชุมชนตลาดสามชุกจัดเตรียมไว้ในบริเวณ ซอย 3 ซึ่งมีอาหารกว่า 100 ชนิดชาวบ้านช่วยกันนำมาบริหารให้แก่ผู้เข้าร่วมงานจัดให้รับประทานฟรีตลอดวัน และในช่วงเย็น ได้ย้ายสถานที่จัดงานไปตรงบริเวณลานเฉลิมพระเกียรติ พร้อมจัดซุ้มอาหารไว้คอยบริเวณผู้ร่วมงาน และจัดเวทีการแสดง ซึ่งทางชุมชนจัดให้มีการแสดงศิลปวัฒนธรรม จาก ภาค ได้แก่ กลองสะบัดชัย จากภาคีภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ลิเกฮูเล จากภาคีภาคใต้ จังหวัดปัตตานี วงดนตรีสเลเต จากจังหวัดอุบลราช ธานี โปงลาง จากภาคีภาคอีสาน จังหวัดมหาสารคาม และเพลงอีแซง จากภาคีภาคกลาง นอกจากนี้ ทางผู้อำนวยการโรงเรียนในชุมชนยังจัดการแสดงของนักเรียนมาร่วมแสดงในงานด้วย ได้แก่ ระบำร้อยมาลัย จากโรงเรียนสามชุกรัตน โภคาราม อ .สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และระบำ 4 ภาค จากโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัตน

บรรยากาศในการจัดงานในวันนั้น เป็นการจัดงานที่ยิ่ งใหญ่มาก ทางคณะกรรมการฯ ได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชน และจากบุคคลภายนอก ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท ภาคีในโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ และสื่อมวลชนเป็นอย่างดียิ่ง ทำให้การดำเนินงานในครั้งนั้นประสบความสำเร็ จอย่างล้นหลาม จากคำบอกเล่าของคณะกรรมการฯฯ เล่าให้ฟังว่า

“เมื่องานเปิดตลาด 11 ธันวาคม 2547 คนมาเยอะมาก ประมาณ 3-4 พันคน บริเวณซอย 3 ตั้งร้านอาหารทั้งหมด แต่ทุกร้านก็ไม่ได้ปิดนะ ก็เปิดปกติ แต่ทุกคนจะมาช่วยกันจัดเก้าอี้จัดเตรียมอาหารให้แขก มีอาการตั้งเรียงรายตลอดซอย ไปตักแล้วก็นั่งกินกัน ซอย 3 เป็นบริเวณเลี้ยงอาหารกลางวัน ตอนเย็นไปเลี้ยงที่ลานเฉลิมพระเกียรติ กันฟรีทั้งหมดทั้งวัน เช้ามีการทำบุญบ้านขุนจำนงแล้วก็ทานอาหารร่วมกัน เลี้ยงแบบบุพเฟ่ ตอนนี้เรามีสปอนเซอร์เยอะมาก ตามร้านค้า บ้านแต่ละหลังจะทำแกงคนละหม้อ 2 หม้อ บ้านนี้ก็ช่วยกันทำอาหาร บ้านใครไม่ได้ทำก็จะมาช่วยตักช่วยเสริฟ บรรยากาศคึกคักมาก คนแน่นตลาดเลย ”(ราตรี โอภาส ,สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

หลังจากจัดงานเปิดบ้าน เปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้แล้ว ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักของกลุ่มคนภายนอกมากยิ่งขึ้น ทางชุมชนได้มีโอกาสต้อนรับกลุ่มคนภายนอกที่ติดต่อขอเข้ามาดูงาน และเชิญออกไปร่วมงานข้างนอกชุมชนเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นภาคีเครือข่ายโครงการปฏิบัติการชุมชน และเมืองน่าอยู่ กลุ่มสถานบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่างๆ กลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีการติดต่อประสานกันไว้ตอนที่คุณพงษ์วิน เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก และกลุ่มนักวิชาการจากองค์กร สถาบันต่างๆทำให้การดำเนินงานหลักของคณะกรรมการฯ จึงมีแต่ การบรรยาย และไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก

- **ประสานงานกับสื่อมวลชน ร่วมงานเปิดบ้านชุมชน และช่วยเผยแพร่**

ในขณะเดียวกัน ได้มีกลุ่มสื่อมวลชน เข้ามาติดต่อขอสัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการในชุมชนตลาดสามชุกอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากชุมชนตลาดสามชุก มีจุดเด่นที่เหนือจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมดา นั่นคือ ความมีเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมโบราณ การอนุรักษ์สภาพของชุมชนให้คงอยู่จนถึงปัจจุบัน การรักษาวิถีชีวิตดั่งเดิมของคนสามชุก ความมีชื่อเสียงเรื่องอาหารอร่อย และความงดงามทางด้านอัธยาศัยความมีน้ำใจของคนสามชุก ที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัว ทำให้สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่มีการจัดรูปแบบรายการ หรือ คอลัมน์ แยกแตกประเด็นออกไป ทำให้มีรายการแล้วรายการเล่าเข้ามาทำข่าว จนถึงปัจจุบันก็ยังหยุดเผยแพร่เรื่องราวของตลาดสามชุก

- **จัดกิจกรรมประจำปี “อาหารอร่อยดีที่สามชุก”**

ในช่วงระยะการจัดการการท่องเที่ยวนี้ ทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการฯ บางอย่าง เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน เริ่มลดน้อยลง เนื่องจากคณะกรรมการฯ ไม่ค่อยมีเวลา ซึ่งงานส่วนใหญ่คือ การรับแขกที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน แต่การจัดงาน ”อาหารอร่อยดีที่สามชุก” ซึ่งเป็นงานประจำของชาวสามชุก ยังคงดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 นั้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ไม่ได้ดำเนินการจัดเอง ทางเทศบาลตำบลสามชุก รับไป

ดำเนินการเอง แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ต่อมาในปี พ .ศ. 2548 ทางเทศบาลตำบลสามชุก ได้มีการลงมติ โดยให้สมาชิกสภาเทศบาลออกเสียงเลือก ว่าจะให้ใครดำเนินการจัดการ และสรุปว่าให้ทางคณะกรรามการพัฒนาตลาดสามชุก เป็นผู้จัดการทั้งหมด ซึ่งในปีนี้การจัดงานยิ่งใหญ่ใช้ชื่อว่า "มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก ครั้งที่ 5" จัดงานตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2548-1มกราคม 2549 ซึ่งในการจัดงานครั้งนี้ คณะกรรมการฯ ได้เตรียมงาน เตรียมความพร้อมกันอย่างดี โดยประสานความร่วมมือกับชาวบ้าน และผู้ประกอบการซึ่งเป็นไปอย่างง่ายดาย เพราะชาวบ้าน และผู้ประกอบกามีใจกับการจัดงานครั้งนี้ ขณะเ ดียวกัน คณะกรรมการฯบางส่วนได้จัดหาสปอนเซอร์เข้ามาร่วมสนับสนุน สำหรับการแสดงทางคณะกรรมการฯได้เลือกแสดงนักร้องจากโรงเรียนในชุมชน เนื่องจากต้องการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างครอบครัว ซึ่งเมื่อมีเด็กนักเรียนมาแสดง พ่อแม่ ผู้ปกครอง ก็ต้องตามมาดู มาให้กำลังใจด้วย

ในการจัดงานดังกล่าว ทางคณะกรรมการฯ มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานอย่างกว้างขวาง มีการัดทำสติ๊กเกอร์ สำหรับติดรถ และแจกจ่ายให้แก่ผู้ที่มาเยี่ยมชมชุมชน เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ต่อการจัดทำป้ายผ้า ติดจามบริเวณทางเข้าตลาด ทางด้านติดริมแม่น้ำสุพรรณบุรี และทางเข้าตลาดทางด้านติดริมคลองชลประทายด้วย นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากเสื่อมวลชน ที่เข้ามาทำข่าวในช่วงเวลาดำเนินการของคณะกรรมการฯ และนำไปช่วยประชาสัมพันธ์เผยแพร่ต่อ ทำให้ผู้สนใจภายนอกร่วมงานครั้งนี้ของชุมชนเป็นจำนวนมาก

■ **ประสานความร่วมมือภาคีนอก ช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ**

แม้ว่าตลาดสามชุกในปัจจุบันจะมีชื่อเสียง เป้าฯที่รู้จักของสาธารณะชนทั่วไปอย่างกว้างขวาง แต่ในขณะเดียวกัน ชุมชนแห่งนี้ก็ยังประสบปัญหาของการไล่รื้อพื้นที่เช่าของกรมธนารักษ์อยู่ เนื่องจากสภาพชุมชนนับวันยิ่งเก่าแก่ลงทุ กที อาคารบ้านไม้ ที่มีอายุกว่า 100 ปี เริ่มเสื่อมโทรมลง ทางกรมธนารักษ์ ต้องการให้ใช้ชุมชนปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเป็นอาคารตึกที่มีความมั่นคงแข็งแรงกว่า ซึ่งในทางกับกัน ขณะนี้ชุมชนตลาดสามชุก กำลังมีชื่อเสียงทางด้านอนุรักษ์ ดังนั้น ทางคณะกรรมการฯ จึงมีความเห็นที่จะเรื่องเสนอกรมธนารักษ์ขอเช้าบ้านจากที่ต้องทำเรื่องเช่าปีต่อปี เป็นการเช่าเวลายาว 30 ปี ซึ่งทางกรมธนารักษ์ ไม่สามารถดำเนินการให้ได้ เนื่องจากการประเมินสภาพบ้านเรือนแล้วอยู่ไม่ถึง 30 ปี ปัจจุบันยังเป็นปัญหาถกเถียงกันอยู่ ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ โดยได้ดำเนินการขอเข้าพบรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ช่วยคลี่คลายปัญหาเรื่องนี้ ซึ่งทางรองผู้ว่าราชการฯ ก็ให้ความร่วมมือด้วยดี โดยมีการนัดให้ทั้งสองฝ่ายมาร่วมประชุมพูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง

ในการนี้ ทางคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุก ได้ร่วมพูดคุยกับทางผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่กรมธนารักษ์ และนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก

หลายครั้ง แต่ก็ยังตกลงกันไม่ได้ จนนำสู่การจัดเวทีเสวนา “สามชุก อนาคตอยู่กับใคร” เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2549 โดยการจัดงานดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าอย่างยั่งยืนโดยทางคณะกรรมการฯ ได้เชิญรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่กรมธนารักษ์ ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท และสมาคมสถาปนิกสยามแห่งประเทศไทย ร่วมเป็นวิทยากร และเชิญภาคี เครือข่ายในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ พร้อมด้วยนักท่องเที่ยว เข้าร่วมรับฟัง และเสนอความคิดเห็น จากเวทีดังกล่าว ได้แนวทางการดำเนินงานมาพอสมควร แต่ในทางปฏิบัติยังไม่สามารถทำได จนทำให้คณะกรรมการฯ นำโดยคุณพงศ์วิน ตัดสินใจดำเนินการปรับปรุงซ่ อมแซมบ้านเรือนในชุมชนเอง โดยการสนับสนุนของมูลนิธิชุมชนไท และสถาปนิกของชุมชนเข้ามาช่วยสำรวจ และออกแบบ ขณะเดียวกัน คณะกรรมการฯ ได้ช่วยกันจัดหางบประมาณในการจัดทำบ้านไปด้วย โดยการดำเนินงานนี้ทางคณะกรรมกรฯ มีการประชุมปรึกษาหารือกับทางสถาปนิก และเจ้าหน้า ที่โครงการฯอยู่เพื่อดูการออกแบบ ก่อนการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเรือน อย่างต่อเนื่องด้วย

- **เสริมความเข้มแข็งให้แก่สมาชิกด้วยการ “ตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าตลาดสามชุก”**

จากการศึกษาข้อมูล การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จนมาถึงปัจจุบัน พบว่าในช่วงเดื อนพฤษภาคม 2549 คณะกรรมการฯ ได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดสามชุก โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเนื่องจากดำเนินงานที่ผ่านมา คณะกรรมการฯ ดูแลได้ไม่ทั่วถึง ดังนั้น จึงอยากให้พ่อค้าแม่ค้าดูแลกันเอง นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังพิจารณาเห็นว่า การพัฒนาตลาดสามชุกในปัจจุบันตลาดสามชุกมีผู้คนเข้ามาเที่ยวชม จับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมาก ทำให้สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ทางคณะกรรมการฯได้เสนอให้มีการจัดกาพนักงานโบกรถ วันละ 2 คน เพื่ออำนวยความสะดวกใ ห้แก่นักท่องเที่ยว แต่มีค่าใช้จ่ายเป็นค่าจ้างของพนักงาน วันละ 200 บาท ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้ผู้ประกอบการก็เห็นด้วย และดำเนินการปฏิบัติตาม

ในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบร้านค้าในชุมชนตลาดสามชุก ได้เริ่มก่อตัวขึ้นทันที และมีการเลือกคณะกรรมก ารผู้ประกอบการฯ ขึ้นมาเป็นตัวแทนของกลุ่มในการประสานงานร่วมกับทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ จากนั้นทางกลุ่มผู้ประกอบการมีข้อตกลงร่วมกัน คือ ในวันเสาร์- อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีการเก็บเงินร้านละอย่างต่ำ 10 บาท ซึ่งร้านไหนมีกำลังมากก็จ่ายเพิ่มได้ เพื่ อเป็นเงินค่าจ้างพนักงานโบกรถของชุมชนในวันหยุด วันละ 400 บาท และที่เหลือทางคณะกรรมการฯ ได้เปิดบัญชีชื่อ ชมรมผู้ประกอบการร้านค้าตลาดสามชุก เพื่อไว้ใช้เป็นทุนในการดำเนินงานของชุมชนต่อไป ซึ่งส่วนหนึ่งจะนำมาใช้ดำเนินการ

จัดทำคู่มืออาหารทั้งหมดในตลาดสามชุก ซึ่งทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เป็นผู้ดำเนินการออกแบบให้

ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การศึกษาจากเอกสาร และการสัมภาษณ์ พบว่า กระบวนการสื่อสารของชุมชนตลาดสามชุกเพื่ อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และ ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ ตามสถานการณ์แบ่งออกเป็น 4 ด้าน โดยเรียงตามลำดับขั้นตอนในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก ดังนี้

1. ด้านการวางแผนการในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

2. ด้านการประสานความร่วมมือในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

3. ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

4. ด้านการแก้ปัญหา และอุปสรรคในในกา รดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

1. ด้าน การวางแผนการในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และ ฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการวางแผนการในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน มีรูปแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสารสรุปได้ดังนี้

1.1รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดประชุมวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า ในช่วงแรกของการพัฒนาชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน เริ่มจากคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการ วางแผนจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการรวมตัวกันจัดประชุมปรึกษา ให้กับคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จากคำให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการฯ ท่านหนึ่งว่า

“ในการประชุมแต่ละครั้งนั้นจะมีเจ้าหน้าที่โครงการมาคอยแนะ คอยให้คำปรึกษาเรามีปัญหาอะไรก็จะถามเขา เ ขาเป็นพี่เลี้ยงเราทุกเรื่อง ” (กฤตยา เสริมสุข , สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2554)

ในการประชุม คณะกรรมการ ฯ ได้ร่วมกันเสนอความคิดเกี่ยวกับแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จนได้ข้อเสนอออกมาเป็นแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

เรื่องของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์, การต้อนรับนักท่องเที่ยว , การจัดระเบียบตลาด , การจัดทำข้อมูลเพื่อเผยแพร่ในบ้านพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น (ข้อมูลจากเอกสารแผนการดำเนินงานโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ประจำปี 2547)

เมื่อได้แผนการดำเนินงานออกมาแล้ว จากนั้น คณะกรรมการฯ ได้แบ่งหน้าที่กันทำงาน ตามความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย เพื่อนำแผนไปออกแบบกิจกรรม และนำไปปฏิบัติกับชาวตลาดสามชุก

“เมื่อประชุมเสร็จแล้ว คณะกรรมการฯ แต่ละฝ่ายก็จะรับงานในส่วนที่รับผิดชอบมาแล้วก็มาร่วมประชุมออกแบบการดำเนินงานกันอีกค รั้งหนึ่ง” (ธเนตร กิติพรพาณิชย์ ,สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

จากการศึกษา พบว่า ในการประชุมเพื่อวางแผนการจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นเป็นการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เนื่องจากทางคณะกรรมการฯ มีการบันทึกการประชุม และจัดการเป็นเอกสารสำหรับเป็นปฏิบัติการในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของสามชุกด้วย

1.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การพูดคุยกลุ่มย่อย

หลังจากที่คณะกรรมการฯ จัดประชุมเพื่อร่วมกันวางแผนด้านการอนุรักษ์ และพัฒนาชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว จากนั้นคณะกรรมการฯ แต่ละ ฝ่ายก็จะจับกลุ่มพูดคุยกัน เพื่อออกแบบการจัดกิจกรรมหรืองานที่ฝ่ายได้รับมอบหมาย ซึ่งการทำงานของคณะกรรมการฯ เป็นลักษณะที่ช่วยกันทำ คณะกรรมการฯ แต่ละคนจะร่วมมือกันทำงาน มีการพบปะพูดคุยกันเป็นประจำตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในชุมชน ดังที่คณะกรรมการฯ ท่านหนึ่ง เล่าให้ฟังว่า เมื่อก่อนคณะกรรมการฯ จะไปพบปะกันเป็นประจำในช่วงค่ำ ที่บ้านคุณเอกพงษ์ เป็นร้านค้าอยู่บริเวณริมคลองชลประทาน ซึ่งจัดว่าเป็นสถานที่ศูนย์กลางของกลุ่มคณะกรรมการฯ คณะกรรมการฯ จะพูดคุยปรึกษาหารือกันทุกเรื่อง เกี่ยวกับการวางแผนในการจัดการตลาด การจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

“ ในช่วงค่ำ ๆ ของทุกวัน คณะกรรมการฯ จะนัดพบกันที่บ้านคุณเอกพงษ์ เป็นบ้านขายของชำมีอะไรก็จะไปคุณกันที่นั่น เป็นประจำ กว่าจะแยกย้ายกลับบ้านกันก็ดึกดื่นแล้ว ” (กฤตยา เสริมสุข ,สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2554)

ซึ่งในปัจจุบัน คณะกรรมการฯ ไม่ค่อยมีเวลามาประชุมด้วยกันบ่อยเหมือนเมื่อก่อน ถ้าจะมีการประชุมก็จะเป็นเรื่องของการวางแผนการจัดกิจกรรมของชุมชน โดยประธานคณะกรรมการฯ นัดหมายมาประชุมกันที่ลานโพธิ์ ในช่วงกลางวันวันเสาร์ ซึ่งเป็นการประชุมวางเล็กมี

การเชิญคณะกรรมการฯ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการเข้าร่วม ใครที่ว่างในช่วงนั้นก็จะมาร่วมประชุม แต่ถ้าใครไม่ว่าง ก็จะใช้วิธีการบอกต่อกัน

สำหรับบรรยากาศการประชุม เป็นการพูดคุยในวงเล็ก ๆ มีประธานคณะกรรมการฯ เป็นคนเกริ่นนำประเด็นแล้วก็ถามความคิดเห็นผู้เข้า ร่วมประชุม ทุกคนก็ช่วยกันเสนอความเห็น และก่อนจบประชุมประธานก็จะสรุป และมอบหมายงานกันทำ ซึ่งจากการสังเกต หลังเลิกการประชุมแล้ว คณะกรรมการฯ บางส่วนก็จะไปพูดคุยกับต่อที่โรงแรมอุดมโชค หรือสำนักงานของชุมชน ซึ่งมีการพูดคุยทั้งเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว

ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ จะมีคณะกรรมการฯ บางส่วนเข้ามาดูแล และต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจดูงาน ก็จะมีการพูดคุยกันบ้าง เพื่อถามไถ่การทำงานที่เกิดขึ้นในชุมชน เนื่องจากในวันธรรมดา คณะกรรมการฯบางส่วนต้องทำงาน จึงไม่ค่อยมีเวลามาร่วมพูดคุยกัน

- การพูดคุยตัวต่อตัว

จากการสังเกต พบว่า กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะมีการพบปะพูดคุยกันในลักษณะการสื่อสารแบบตัวต่อตัวด้วย ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการฯ ที่อยู่ฝ่ายเดียวกันและพูดคุยเพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับงานที่ฝ่ายตนได้รับมอบหมาย

- การใช้ “โทรศัพท์” ประสานงาน

เนื่องจากคณะกรรมการพัฒนาตามสามชุกเชิงอนุรักษ์ มาจากหลากหลายอาชีพ และต้องทำงานในช่วงวันธรรมดา ดังนั้น เมื่อมีเรื่องอะไรเร่งด่วน ที่ต้องการแจ้งให้ทราบ หรือขอความร่วมมือรวมทั้งเพื่อนัดประชุม คณะกรรมการ ฯ จะใช้วิธีการสื่อสาร โดย ใช้โทรศัพท์พูดคุยกัน ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว และบางครั้งถ้าต้องการความคิดเห็น ก็สามารถพูดคุยผ่านโทรศัพท์ได้ในขณะนั้น

“ถ้ามีเรื่องด่วน ต้องเชิญคณะกรรมการฯ มาประชุม จะใช้โทรศัพท์โทรตามคณะกรรมการ ทีละคน บางทีก็ฝากบอกต่อกัน ” (อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล ,สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ บางครั้งคณะกรรมการฯ บางคนต้องทำงานต่างจังหวัด แต่ก็รับงานชุมชนไปทำด้วย และเมื่อมีปัญหา หรือต้องการความคิดเห็น ก็จะใช้โทรศัพท์โทรมาปรึกษาคณะกรรมการฯ ภายในฝ่ายด้วย

“อย่างฝ่ายผมรับงานทำแผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ เวลาทำงานผมก็จะไปหาพี่หมูที่บ้าน หรือบางครั้งก็ใช้โทรศัพท์คุยกัน เพราะผมรับงานอยู่ต่างจังหวัดบ้าง แต่ก็จะประสานกันตลอด” (ธเนตร กิติพรพาณิชย์ ,สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

2. ด้านการประสานความร่วมมือในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลป วัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

หลังจากที่ทางคณะกรรมการฯ ได้ร่วมกันวางแผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์เพื่อการท่องเที่ยวแล้วจากนั้นคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการประสานความร่วมมือกับกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มสม าชิกภายในชุมชน และกลุ่มองค์กรภายนอก ดังนี้

2.1 การประสานความร่วมมือสมาชิกภายในชุมชน

การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิกในชุมชน ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภายในชุมชนตลาดสามชุก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินการด้านอนุรักษ์ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารและวิธีกาสื่อสารดังนี้

2.1.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดประชุมสมาชิกในชุมชน

ในการประสานความร่วมมือกับกลุ่มส มาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ประการแรกคือการจัดประชุม เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในการจัดการชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับการขอความร่วมมือในการดำเนินการในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนซึ่งในการประชุมคณะกรรมการฯ จะกำหนดวันเวลาประชุม และให้คณะกรรมการฯ ไปประชาสัมพันธ์เชิญชวนชาวบ้าน และผู้ประกอบการในตลาดสามชุกเข้าร่วมประชุม โดยใช้วิธีการสื่อสารแบบปากต่อปาก เมื่อทราบคนหนึ่งแล้วก็จะกระจายแจ้งต่อ ๆ กัน

ในการประชุมคณะกรรมการฯ จะบอกวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ และเสนอแผนการปฏิบัติงานการจัด ระบบการท่องเที่ยว จากนั้นเป็นการขอความร่วมมือชาวบ้าน และผู้ประกอบการได้แก่ เรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการกล่าวทักทาย และเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าชมของเก่าที่แต่ละบ้านสะสม การจัดทำของที่ละลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการฯ ได้ขอความร่ วมมือชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ที่มีฝีมือด้านอาหาร และขนม รวมถึงงานด้านศิลปะ หรือศิลปินช่วยกันจัดทำของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว

“เรื่องที่ให้ทางชาวบ้านช่วย ก็มีเรื่อง การต้องรับนักท่องเที่ยว ที่อยากให้ชาวบ้านแสดงความมีน้ำใจ ซึ่งเป็นเสน่ห์ ของชาวสามชุก แล้วก็มีเรื่องการจัดทำของที่ระลึก คณะกรรมการฯ ก็ร่วมกันคิด เห็นว่า ขาวตลาดมีฝีมือด้านการทำอาหาร จึงได้เชิญชวนให้ทำอาหาร และขนมมาขายเป็นของที่ระลึกในชุมชน” (อภิวัฒน์ เจริญวัย, สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ยังมีเรื่องการจัด ระเบียบตลาด ที่ทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้ผู้ประกอบการและชาวบ้าน ช่วยกันทำความสะอาดตลาด และจัดตลาดให้น่าเดินน่าซื้อ พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการปรับพื้นที่รกร้าง เพื่อจัดเป็นที่ประชุมของชุมชน และเป็นที่นั่งพักของนักท่องเที่ยว

“ตอนนั้น ตรงบริเวณลานโพธิ์ เป็นที่ร้าง มีขยะเต็มไปหมด คุณพงษ์วิน ก็เลยเสนอให้ช่วยกันรื้อเก็บกวาดความสะอาด เพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจให้นักท่องเที่ยว ตอนนี้ใช้เป็นที่ประชุมของชุมชน”(อภิวัฒน์ เจริญวัญ, สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า ในปัจจุบันคณะกรรมการฯ ยังมีการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชนด้วยการประชุม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการประชุมเมื่อมีการจัดกิจกรรมของชุมชนเพื่อขอความคิดเห็น และความร่วมมือในการจัดกิจกรรมนั้นๆ

สำหรับชาวบ้าน และผู้ประกอบการคนไหนมาไม่ได้ เนื่องจากต้องขายของไม่ว่างไปประชุมเมื่อทางคณะกรรมการฯ มีเรื่องของความร่วมมือมา ชาวตลาดจะใช้วิธีการการสื่อสาร โดยการบอกต่อกัน ทำให้ชาวตลาดไม่พลาดการสื่อสาร และให้ความร่วมมือกับคณะกรรมการฯ เป็นอย่างดี

จากการสังเกต ผลการตอบรับของสมาชิกในชุมชน ต่อการร่วมกันดำเนินงานของชุมชนเป็นไปด้วยดี ชาวบ้านแต่ละบ้านนำของเก่าของมาตั้งโชว์ ผู้ประกอบการหลายร้าน จัดทำขนม และอาหารมากขาย ได้ แก่ ขนมเบื้องโบราณ ขนมไข่ ขนมกะลอจี้ ขนมเปี๊ยะสมุนไพร 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 เพื่อระดับความคิดเห็นในการวางแผนการจัดงาน รวมถึงการประสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรรมต่าง ๆ ด้วย ซึ่งในการจัดกิจกรรมที่เป็นงานประจำปี ทางคณะกรรมการฯ ได้เชิญกรรมการชุมชนแต่ละชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก เข้า ร่วมประชุมด้วย เพื่อร่วมกันแสดง ความคิดเห็น และรับแผนการจัด

กิจกรรมไปประชาสัมพันธ์ต่อยังชาวบ้านในชุมชนของตน เพื่อเชิญมาร่วมงาน หรือขอความร่วมมือกับชาวบ้านในชุมชนอื่น อาทิ การจัดกิจกรรม "อาหารอร่อยดีที่สามชุก " ทางคณะกรรมการฯ ได้ขอความร่วมมือคณะกรรมการชุมชนไปประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชว นพ่อค้าแม่ค้าในชุมชนนั้น มาเปิดบูทขายอาหารในวันงาน

นอกจากนี้ ยังมีการประชุมผู้ประกอบการที่สนใจจะเปิดร้านขายอาหารในงาน เกี่ยวกับเงื่อนไขการรับสมัครในการจองบูทเพื่อขายอาหาร และรายละเอียดการจัดงานต่างๆ

การจัดกิจกรรมประจำปีในงาน "อาหารอร่อยดีที่สาม ชุก" เป็นกิจกรรมที่จัดครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2544 ซึ่งได้รับการตอบรับจากชาวสามชุกเป็นอย่างดี และเป็นกิจกรรมแรกที่คณะกรรมการฯ ได้เรียนรู้การทำงานที่ต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวชุมชน ดังนั้นจึงได้กำหนดให้กิจกรรมนี้เป็นงานประจำปี ที่จัดมาจนถึงปัจจุบั น และหลังจากนั้น คณะกรรมการฯ ก็พยายามฟื้นฟูขนมธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ของชาวสามชุก ได้แก่ งานวันสงกรานต์ , วันไหว้พระจันทร์ , และวันลอยกระทง และจัดเป็นงานประจำปีของชุมชนเป็นลำดับต่อมา

"ตอนนี้งานประจำปีของชุมชน ก็จะมีงานอาหารอร่อยดีในช่วงปีใหม่ งาน สงการณ์แล้วก็มางานไหว้พระจันทร์ และปิดท้ายด้วยงานลอยกระทง ที่ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดขึ้นและให้ชาวชุมชนในเขตเทศบาลสามชุกมาร่วมด้วย " (ยุวดี วงษ์สุวรรณ ,สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

นอกจากนี้ พบว่าในการจัดงานใหญ่ประจำปี ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดทำโครงก ารการจัดงาน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการฯ ดำเนินงานฝ่ายต่าง ๆ อย่างชัดเจน ซึ่งทางชุมชนได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ นักธุรกิจ นักวิชาการ ทั้งที่อยู่ในชุมชนสามชุกและที่ย้ายออกไปแล้วเข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการฯ จัดงาน และให้การสนับสนุนงบป ระมาณในการจัดงานด้วย

2.1.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดกิจกรรม "แชร์ร้อยดวงใจ"

กิจกรรม "แชร์ร้อยดวงใจ " เป็นกิจกรรมหนึ่งที่จัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของชาวบ้านในเขตเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งเป็นความคิดของคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ที่หลังจากไม่ได้เป็นนายกเทศมาตรีเทศบาลตำบลสามชุกแล้ว ทำให้การสื่อสารระหว่างสม าชิกในชุมชนในเขตเทศบาลขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน จึงมีแนวคิด "การตั้งวงแชร์" ขึ้นมาเพื่อเป็นเวทีกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านในชุมชนต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นเวที ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานของตลาดสามชุกในชาวชุมชนอื่น ๆ รับทราบด้วย

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สมาชิกของวงแชร์ในปัจจุบันมีจำนวนกว่า 100 คน จึงมีการตั้งชื่อว่า “แชร์ร้อยดวงใจ ” จะมีการพบปะกันเดือนละครั้ง เพื่อร่วมสังสรรค์ และพูดคุยกัน บรรยากาศภายในงานคุณพงษ์วิน จะกล่าวทักทายสมาชิก และชวนคุย บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินงานตลาดสามชุก ถ้าในช่วงนั้นมีกิจกรรมก็จะประกาศให้ชาวชุมชนสามชุกทราบ และเชิญชวนร่วมงาน หรือเรื่องชุมชนมีปัญหาเรื่องการไลรื้อ คุณพงษ์วินก็จะมาแจ้ง ผลการดำเนินงานให้รับทราบโดยทั่วหน้ากัน เมื่อแจ้งข่าวเรียบร้อยแล้ว จากนั้นก็เป็นการประกาศรายชื่อผู้ได้รับแชร์ในแต่ละเดือน คนที่ได้จะไม่รับและให้คนอื่นก่อนก็ได้ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เล่นเพื่อความสนุกและตั้งใจที่จะมาสังสรรค์ร่วมกัน

นอกจากนี้ เมื่อครบรอบวงเล่นแล้ว คุณพงษ์วิน ได้เสนอให้มีการจัดท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้น ๆ ด้วย ซึ่งสมาชิกวงแชร์ทุกคนจะมีความสุขมาก และเมื่อทางคณะกรรมการฯ มีงานหรือกิจกรรมอะไรที่ต้องการให้สมาชิกวงแชร์ช่วย ก็จะได้รับความร่วมมืออย่างดีจึงถือได้ว่า แชร์เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยประสานความร่วมมือของชาวสามชุกได้เป็นอย่างดี

“แชร์มันดีที่จะมารวมใจกันเดือนละครั้ง พบกันเดือนละครั้ง พบกันพูดคุยกัน ใครมีปัญหาก็มาเล่าสู่กันฟัง ปรับทุกข์กัน ช่วยเหลือกัน เป็นแชร์ที่จับสลาก ไม่มีดอกเบี้ย 11 เดือน / รอบมีผู้เล่น 180 คน เท่ากับ 18 วง เราเอาเดือนที่ 11 มาใช้กินกันทั้ง 11 เดือน ที่เหลือเอาไปเที่ยว กินแล้วก็เหลือสะสมไว้ กินทุกเดือน ยอดสุดท้ายพาไปเที่ยว ” (สันทนา ลอยจินดารัตน์ , สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ ในส่วนของการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายในชุมชน ซึ่งได้แก่ โรงเรียน เทศบาล และอำเภอ ทางคณะกรรมการฯ มีวิธีการประสานความร่วมมือ ดังนี้

- การใช้สื่อบุคคล หรือ “การสื่อสารระหว่างบุคคล”

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการดำเนินการจัดการด้านการอนุรักษ์เพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายในชุมชนด้วย ได้แก่ โรงเรียน เทศบาล และอำเภอสามชุก ซึ่งในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงาน จะใช้วิการสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคลได้พูดคุย เจรจา เพื่อประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานภายในชุมชน

การอบรมจัดขึ้นที่ ห้องประชุมโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต มีเด็กเข้าร่วมอบรมประมาณ 20 กว่าคน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต และมีลูกหลานของคณะกรรมการฯ ร่วมอบรมด้วย โดยมีคณะกรรมการฯ เป็นผู้ดำเนินการจับอบรมเอง ซึ่งมีการสอนทักษะการเป็นมัคคุเทศน์ได้ แก่ การพูด ลักษณะท่าทาง และการเล่าเรื่องราวประวัติของชุมชน และมีการพานักเรียนไปดูงานในตลาดสามชุก และให้ลองฝึกการแนะนำร้านค้าไปด้วย

“ตอนนั้น คุณครูมาบอกว่าจะมีการอบรมมัคคุเทศก์น้อย และก็รับสมัคร หนูก็เลยชวนเพื่อน ๆ สมัครไป แล้วก็มาอบรมที่โรงเรียน มีป้าหมู อ .ราตรี และ อ .ปรีชา มาอบรมให้อบรมวันหนึ่ง วันต่อมาจะพาเดินตลาด และให้สัมภาษณ์ชาวบ้านด้วย ” (เพชรรัตน์ สุขสราญจิต, สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

ในส่วนของการประสานงานกับเทศบาล และอำเภอสามชุกนั้น เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้กับตลาดสามชุก มีอาณาเขตติดต่อกัน โดยเฉพาะที่ว่าการอำเภอสามชุก จะเป็นจุดเด่นในการเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดสามชุก ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดทำแผ่นพับโดยใส่ที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอสามชุกไว้ด้วยเพื่อเป็นจุดสังเกตของการเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดสามชุก ซึ่งในการประสานงานกับทางอำ เภอสามชุกเป็นประเด็นเกี่ยวกับเรื่องที่จอดรถ เนื่องจากในระยะที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะขึ้น ทางคณะกรรมการฯได้จัดเตรียมสถานที่จอดรถไว้บริเวณหน้าอำเภอ ซึ่งจำเป็นต้องประสานงานกับทางนายอำเภอ เพื่อขอความอนุเคราะห์ใช้ที่จอดรถ โดยการประสานงาน มีคุณพงษ์วิน เป็นผู้ไปพูดคุยเจรจากับนายอำเภอ ตั้งแต่สมัยเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถจอดรถที่บริเวณหน้าอำเภอแล้วเดินเข้าตลาดสามชุกได้เลย

“นักท่องเที่ยวที่มา จะให้จอดรถที่ว่าการอำเภอสามชุก ซึ่งตอนนั้นนายกฯ พงษ์วินได้ขออนุญาตนายอำเภอแล้ว” (อภิวัฒน์ เจริญวัย, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

สำหรับการประสานงานกับเทศบาลตำบลสามชุก จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ทางคณะกรรมการฯ มีการประสานความร่วมมือกับทางเทศบาล ในเรื่องของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน และการปรับภูมิทัศน์ของชุมชน เช่น การจัดบรรยากาศจุดพักผ่อน บริเวณหน้าเขื่อนริมน้ำ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้พักผ่อนตามอัธยาศัย ซึ่งการประสานงานตรงจุดนี้นั้น ได้ผ่านทางคณะกรรมการฯ ที่เป็นสมาชิกสภาเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งมีอยู่ครึ่งหนึ่งของสมาชิกสภาเทศบาลทั้งหมดฯ จาก นั้น ทางสมาชิกสภาเทศบาลฯ จะนำเรื่องเข้าที่ประชุม และเสนอต่อนายกเทศมนตรีฯ

“แม้คุณพงษ์วิน จะไม่ได้เป็นนายกเทศมนตรีฯ แต่ทีมผู้สมัครก็ได้เสียงไปครึ่งหนึ่ง การประสานงานกับเทศบาล ก็จะผ่านทาง สท . ไปเสนอกับนายกฯ แล้วเขาก็จะพิจารณากัน ” (อภิวัฒน์ เจริญวัย, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ การประสานงานกับทางเทศบาล เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของชาวชุมชนในเขตเทศบาลสามชุก อย่างงาน “มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก ” ในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นงานใหญ่ กว่าปีที่ผ่านมา ในการดำเนินงาน พบว่า เก้าอี้สำหรับผู้เข้าร่วมงานไม่เพียงพอ ดังนั้น คณะกรรมการฯ ท่านหนึ่ง จึงขึ้นไปเขียนคำร้องขอยืมเก้าอี้ เสนอต่อนายกเทศมนตรีฯ เพื่อขอใช้เก้าอี้

ของเทศบาล แต่ทางนายกฯ ไม่ได้ตอบรับกลับมา จากนั้นคณะกรรมการฯ ท่านนี้มีความสนิทสนมกับทางนายกฯ ได้พบท่านนายกฯ เลยพูดคุยเ จรจาเพื่อขอให้เก้าอี้ ท่านนายกฯ ก็พยักหน้ารับรู้ แต่ผลสุดท้ายก็ไม่ได้ใช้เก้าอี้ของเทศบาลฯ ด้วยเหตุผลความขัดแย้งทางการเมือง

“เรื่องเมื่อวันจัดงานมหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุกเมื่อปีใหม่ ซึ่งปีนี้ทางชุมชนเป็นคนจัดเอง คนมาเยอะมาก เก้าอี้ไม่พอ ผมก็ขึ้นไปเขียนคำร้องขอเก้าอี้เพิ่มจากนายก ขึ้นไปข้างบนไปเขียนแล้วให้ลูกน้องเขานำเสนอ ลงมาสวนกะนายก เขาก็ถามขึ้นไปทำไม บอกว่า ทำหนังสือขอยืมเก้าอี้ เขาก็พยักหน้ารับรู้ ผมก็พูดว่า ผมขออนุญาตใช้เก้าอี้ 300 ตัว เขาก็พยักหน้าอีก แต่สุดท้ายเขาก็ไม่เซ็นอนุมัติให้ใช้เก้าอี้” (อภิวัฒน์ เจริญวัย,สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการสังเกต ในปัจจุบัน การประสานงานกับเทศบาลตำบลสามชุก ยังมีเรื่องเกี่ยวกับการต่อสัญญาบ้านที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ได้ประสานงานกับทางรองผู้ว่าราชการจังห วัดสุพรรณบุรี และทางรองผู้ว่าฯ ต้องการให้เกิดความสมานฉันท์ในชุมชน จึงเชิญนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกมาร่วมประชุมด้วยทุกครั้ง ซึ่งมีการประชุมกันบ่อย ทั้งที่ศาลากลางจังหวัด ที่เทศบาล และที่ลานโพธิ์ในชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้าร่วมด้วย

จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า ในการสื่อสารภายในชุมชนตลาดสามชุก ยังมีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการแจ้งข่าวสารไปยังสมาชิกในชุมชน ด้วยวิธีการดังนี้

2.1.3 การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การใช้เสียงตามสาย

จากการเข้าไปศึกษาวิจัย พบว่า ทางคณะกรรมการ ฯ ได้ดำเนินการติดตั้ง เสียงตามสายเพื่อให้ประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าวสารให้ชาวตลาดสามชุกรับทราบ ซึ่งทางชุมชนเรียกเครื่องนี้ว่า “เสียงตามซอย” เพราะเสียงแพร่กระจายได้แค่ 4 ซอยเท่านั้น

คณะกรรมการฯ จะใช้เสียงตามซอย เมื่อมีการแจ้งประกาศให้ชาวตลาดสามชุกทราบว่าจะมีการประชุม หรือเวลามีแขกเข้ามาเยี่ยมเยียนชุมชนให้ช่วยตอนรับ รวมถึงการประกาศให้นักท่องเที่ยวทราบเมื่อพบปัญหา ดังคำบอกเล่าของคุณพงษ์วิน ว่า

“เมื่ออาทิตย์ก่อนโน่น ของมีค่าของนักท่องเที่ยวหล่นมีคนเก็บได้ก็มาให้สำนักงานเราก็ใช้เสียงตามซอยประกาศ แล้ว เจ้าของก็มารับคืนไป ” (พงษ์ ชัยวิรัตน์ ,สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

- การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์

จากการสังเกต พบว่า บริเวณหน้าบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ จะมีบอร์ดประชาสัมพันธ์ตั้งอยู่หน้าบ้าน ซึ่งเป็นบอร์ดสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อความ ประกอบด้ วยรายชื่อคณะ

บุคคลที่ติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ในวันเวลาอะไรบ้าง ซึ่งบอร์ดประชาสัมพันธ์นี้ จะเป็นการแจ้งให้ชาวบ้าน และผู้ประกอบการทราบด้วยว่า จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในแต่ละวันมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อจะได้ดำเนินการจัดทำอาหาร และขนม เพื่อจำหน่าย เป็นของที่ระลึกได้ตามปริมาณของนักท่องเที่ยว

“เราจะมีบอร์ดประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งเป็นบอร์ดต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่ก็ให้พ่อค้าแม้ค้าทราบด้วยว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากน้อยเพียงใด จะได้เตรียมข้าวของที่จะขายกันถูก ” (สมชาติ หงส์สุพรรณ , สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2554)

นอกจากนี้ ยังได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์แม่ค้าในตลาดสามชุก ถึงการได้ใช้ประโยชน์จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ว่า

“ขายของอยู่ตรงนี้ ก็จะดูเมื่อมีคนติดต่อเข้ามาดูงาน คุณสมชาย หรือคณะกรรมการท่านอื่น ๆ ก็จะมาเขียนไว้ที่บอร์ด ดูแล้วก็จะบอกต่อ ๆ กัน ว่าจะมีใครบ้าง แล้วก็จะได้เตรียมของขายกันให้พอเหมาะกับนักท่องเที่ยว” (นิรดา สุทธิแจ่มใส, สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2554)

- ใช้ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน

ในการจัดกิจกรรมของชุมชนแต่ละครั้ง คณะกรรมการฯ จะร่วมมือกันจัดทำป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม และเชิญชวนชาวตลาดเข้าร่วมงานดังกล่าว ซึ่งการติดป้ายผ้านี้ นอกจากชาวตลาดจะเห็นแล้ว นักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวชมในช่วงเวลานั้นก็จะได้เห็นด้วย ซึ่งทำให้รู้ว่าขณะนี้ชุมชนกำลังจัดกิจกรรมอะไร และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนนั้นได้ด้วย

“เวลาจัดกิจกรรมของชุมชน จะมีการจัดทำป้ายผ้า ติดบริเวณทางเข้าอำเภอ และกลางซอย 2” (ยุวดี วงษ์สุวรรณ ,สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

2.2 การประสานความร่วมมือกลุ่มองค์กรภายนอก

ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ได้รับการสนับสนุนองค์การภายนอก ได้แก่ มูลนิธิชุมชนไท การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค ซึ่งในการประสานงาน มีรูปแบบการสื่อสารและวิธีการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

2.2.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

-.การจัดอบรม เสริมศักยภาพด้านการพัฒนา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เข้ามาจัดกิจกรรมในชุมชน โดยมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาจัดอบรมเกี่ยวกับการให้บริการของผู้ประกอบการ และมัคคุเทศก์น้อยเพื่อเสริมทักษะการให้บริการ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากทางการท่องเที่ยวต้องการสนับสนุนให้การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากล

“เมื่อเดือนเมษายน 2549 ที่ผ่าน มา ได้เข้าไปจัดกิจกรรม อบรมเสริมศักยภาพทางด้านการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ และมัคคุเทศน้อยที่ชุมชนตลาดสามชุก เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น” (อุไร มุกประดับ ,สัมภาษณ์ 20 พฤษภาคม 2554)

-.การประชุมสรุปผลการดำเนินงานโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่

ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาจัดทำโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งในการจัดทำโครงการดังกล่าวมีเจ้าหน้าที่โครงการ ฯ เข้ามาช่วยชี้แนะ และเป็นที่ปรึกษ าในการดำเนินงานของชาวชุมชนตลาดสามชุกจนกระทั่งทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ในการดำเนินงานทางคณะกรรมการฯ มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่โครงการ ฯ ตลอดเวลา ทั้งในรูปแบบการจัดประชุม และการพูดคุยกลุ่มย่อย

ในการจัดประชุม เป็นการสรุปผลการดำเนินงานในโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ในแผนการดำเนินงานแต่ละช่วงของโครงการ ซึ่งประเด็นที่พูดคุยเกี่ยวกับ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหา รวมถึงการเสนอแผนการปฏิบัติงานในปีต่อไป ซึ่งในแผนปฏิบัติดังกล่าว มีแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวด้วย

การประชุมจะมีผู้จัดการของมูลนิธิชุมชนไท นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่โครงการฯ ร่วมประชุมกับคณะกรรมการฯ ส่วนใหญ่จัดประชุมกันที่ห้องประชุมโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต หรือบ้านขุนจำนงจีนารักษ์

“เราต้องทำสรุปผลการดำเนินงานส่งให้ มูลนิธิชุมชนไท ทุกปีจะต้องประชุมสรุปผลการดำเนินงาน เขาก็จะดูและก็ประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของเรา ” (อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล ,สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

2.2.2 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- **การพูดคุยกลุ่มย่อย**

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

3. ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลภายนอก ได้แก่ สื่อมวลชนและนักท่องเที่ยวโดยมีวัตถุ ประสงค์ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสาร ดังนี้

3.1 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันมีสื่อมวลชนเข้าไปเยี่ยมชม และทำข่าวที่ตลาดสามชุ ก เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลโดยการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ คณะกรรมการฯ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และในปัจจุบัน จากการสังเกต รายการโทรทัศน์ ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็ก โดยการเข้ามาสัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการกับกลุ่มมักคุเทศน์น้อ ยของชุมชน

การให้สัมภาษณ์ เป็นวิธีการสื่อสารหนึ่ง ที่ทางสมาชิกของชุมชนตลาดสามชุก ได้เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ความน่าสนใจของชุมชน ไปยังสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ เข้ามาขอสัมภาษณ์พูดคุยแบบตัวต่อตัวหรือพูดคุยเป็นกลุ่มย่อย หรือสื่อวิทยุ บางรายการที่ใช้โทรศัพท์เข้ามาขอสัมภาษณ์ออกอากาศสด เช่น รายการวิทยุของสำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.) และการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ที่มาถ่าย- รายการในชุมชน บางครั้ง จะมีการเชิญคณะกรรมการฯ สมาชิกในชุมชน นั่งล้อมวงพูดคุย อย่างเช่น รายการ “รวมพลังสร้างสุข” ของ สปรส. ซึ่งหลังจากสัมภาษณ์ และถ่ายทำรายการ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชน ไปยังผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว กลุ่มคนที่สนใจศึกษาดูงาน เป็นต้น

- การพูดคุยกับนักท่องเที่ยว

จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า คณะกรรมการฯ บางส่วนที่เข้ามาดูแลนักท่องเที่ย ว ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุด จะมารวมตัวกันที่โรงแรมอุดมโชค ซึ่งเป็นร้านกาแฟ และมีมุมสำหรับให้นักท่องเที่ยวนั่งพักผ่อนได้ ค ณะกรรมการฯ จะช่วยกันกล่าวเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชนโรงแรมเก่า และเชิญเข้าห้องน้ำได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวบางท่านสนใจก็จะเดินเข้ามาชมและนั่งพักผ่อนทางน้ำชา กาแฟ แล้วถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องราว คณะกรรมการฯ จะแนะนำและเล่าประวัติของโรงแรมให้นักท่ องเที่ยวฟัง หรือบางคณะต้องการทางกาแฟ ก็เข้ามานั่งพักและสนใจอยากทราบข้อมูลของชุมชน ก็ซักถามกับคณะกรรมการฯ คณะกรรมการฯ ก็จะเล่าความเป็นมาให้ฟัง หรือบางครั้ง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามา มาจากชุมชนที่มีลักษณะเดียวกันกับตลาดสามชุก ก็จะซักถามแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทำงานระหว่างกัน

- การใช้สื่อบุคคล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

การใช้มัคคุเทศก์น้อย ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก จะมีมัคคุเทศก์น้อยคอยให้ความรู้ในการเข้าชม และให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน และแนะนำเอกลักษณ์ ของชุมชนที่เป็นจุดเด่นที่น่าสนใจ โดยมัคคุเทศก์น้อยจะคอยต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่บริเวณชั้น 1 บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามา จะกล่าวทักทาย และแจกแผ่นพับ ก่อนพาชมบ้าน โดยเริ่มบรรยายตั้งแต่โมเดลชุมชน ประวัติของชุมชน และแนะนำบ้านเรือนที่เป็นจุดเด่นของชุมชนตามภาพวาดต่าง ๆ และเชิญขึ้นชั้น 2 บรรยายประวัติของบ้าน และประวัติของท่านขุนจำนงจีนารักษ์ และพาชมห้องนอน พร้อมบรรยายของใช้ของท่านขุนจำนงฯ ซึ่งเป็นของเก่าแก่โบราณ และพาขึ้นชั้น 3 ชมนิทรรศการของชุมชน ชมภาพวาดตลาดมุมต่างๆ แ ละแนะนำลวดลายไม้ ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมที่หาดูได้ยาก ในบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ จบการบรรยายในบ้านขุนจำนงฯ มัคคุเทศก์น้อย จะถามความสมัครใจนักท่องเที่ยวว่าต้องการให้พาชมบรรยากาศภายในชุมชนไหม ถ้าต้องการ มัคคุเทศก์น้อยจะนำนักท่องเที่ยวเดินชมบรรยากาศในตลาด 4 ซอย พร้อมพาเข้าไปพูดคุยกับชาวบ้านที่เป็นบ้านโดดเด่นใน 22 หลัง และชมของเก่าที่แต่ละบ้านจัดโชว์ไว้ พร้อมเชิญพูดคุยกับชาวบ้านได้ตามอัธยาศัยโดยมัคคุเทศก์น้อยจะคอยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุก ๆ วันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

“มัคคุเทศก์น้อยจะคอยต้อนรับอยู่ที่บ้านขุนจำนงฯ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาก็จะกล่าวคำทักทาย และแจกแผ่นพับ และพาชมบ้านขุนจำนงฯ ทั้ง 3 ชั้น จากนั้น จะถามความสมัครใจนักท่องเที่ยวว่าต้องการให้พาเดินชมตลาดไหม ถ้าสนใจก็จะพานักท่องเที่ยวไป ” (เพชรรัตน์ สุขสราญจิต,สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

- การแนะนำแบบบอกปากต่อปาก

จากการสังเกต พบว่า ในการเผยแพร่ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ จนเป็นที่รู้จักกว้างขวาง ผ่านวิธีการสื่อสารด้วยวิบอกปากต่อปาก ซึ่งมีหลายช่องทาง ดังนี้

- จากชาวสามชุกไปยังนักท่องเที่ยว

จากการสังเกต และการสัมภาษณ์ พบว่า ในการประชาสัมพันธ์เชิญนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมชุมชนตลาดสามชุก ส่วนหนึ่งมาจากคณะกรรมการฯ และคนภายในชุมชน ทั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนสามชุก และที่ย้ายออกไปแล้ว จะช่วยกันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว บอกกล่า วเล่าเรื่องของดีที่เป็นจุดเด่นของชุมชนตลาด ให้แก่ญาติ พี่น้อง เพื่อน ๆ ทั้งที่เรียน และที่ทำงาน บางคนใช้วิธีพามาเที่ยวชมชุมชนด้วยตนเอง จากที่สังเกตและการสัมภาษณ์ พบว่า อาจารย์ปรีชา ทวีสุข หนึ่งในคณะกรรมการฯ จะพาคณะมาเที่ยวชมชุมชนในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ด้วยตนเอง

“อ.ปรีชา เป็นข้าราชการครูเกษียณแล้ว เป็นคนที่มีลูกศิษย์ลูกหามาก ก็จะแนะนำและพาเข้ามาเที่ยว คณะกรรมการฯ ชาวชุมชนทุกคนช่วยกัน ใครมีพวกมีพร้อง ที่อยู่ต่างจังหวัดก็แนะนำเข้ามาเที่ยว” (อภิวัฒน์ เจริญวัย , สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2554)

- จากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว

จากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมชุมชนตลาดสามชุก และเกิดความประทับใจในความเป็นชุมชนของตลาดสามชุก ที่มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ถึง 3 ด้าน คือ สถาปัตยกรรมโบราณอาหารอร่อย และวิถีชีวิตดั้งเดิม และซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ย ว ที่เข้ามาเที่ยวชมแล้ว เกิดความประทับใจก็จะนำไปบอกเล่าให้คนรู้จักฟังต่อ ๆ กันไป

- จากสื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชน

จากการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกของสื่อมวลชน ที่ปัจจุบันให้ความสนใจ ชุมชนตลาดสามชุกเป็นจำนวนมาก ซึ่งในระยะแรก ๆ เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก จะถูกถ่ายทอดผ่านสื่อประจำของมูลนิธิชุมชนไท หรือ สื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหลังจากนั้นเมื่อตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักแล้ว สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ได้เห็นเรื่องราวของตลาดสามชุก จากสื่อต่าง ๆ แล้วก็จะพากันเข้ามาทำข่าว ทำรายการกันเป็นจำนวนมากขึ้น และมีการแพร่กระจายกันออกไปเรื่อย ๆ

- จากองค์กรไปยังเครือข่าย

ในที่นี้คือ มูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาดำเนินการจัดทำโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่และมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งได้มีการประสานงานพาชุมชนเครือข่ายเข้ามาเรียนรู้ที่ชุมชนตลาดสามชุกด้วย ขณะเดียวกันทางคณะกรรมการฯ มีหน้าที่เผยแพร่เรื่องราวความเป็นมา และการพัฒนาของชุมชนไปยังกลุ่มชุมชนต่างๆ ที่สนใจเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ทำงาน

ในขณะเดียวกัน หลังจากที่ทางชุมชนตลาดสามชุก ได้มีโอกาสเข้าร่วมงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ซึ่งจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสถาบันการศึกษา และมีการนำเรื่องรวมข องตลาดสามชุกไปจัดนิทรรศการ “โครงการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ” ทำให้ตลาดสามชุก มีชื่อเสียง และเป็นที่สนใจของกลุ่มสถาบันการศึกษาต้องการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ในชุมชนเป็นจำนวนมาก

3.1 การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

จากการศึกษา พบว่า ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องรวมของชุมชนตลาดสามชุก ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจดูงาน ส่วนใหญ่เป็นการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมากที่สุด ซึ่งการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนนั้น ประกอบด้วยการสื่อสารสองรูปแบบคือ การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนแบบเป็นทางการ คือ การที่ทางคณะกรรมการฯ ได้ประสานงานเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานในวันเปิด “ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์มีชีวา ” เพื่อเปิดชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนที่เชิญมาจากรายชื่อที่คณะกรรมการฯ ได้เก็บบันทึกไว้ เมื่อตอบงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสื่อมวลชนที่เคยเข้ามาทำข่าวในชุมชนซึ่งตรงนี้ สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนภายนอก

แต่ในขณะเดียวกัน ได้มีกลุ่มสื่อมวลชน ที่สนใจเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก แล้วเข้ามาทำข่าว หรือทำรายการเองตามธรรมชาติ ไม่ได้ผ่านการเชื้อเชิญจากชาวชุมชน ซึ่งในปัจจุบันมีสื่อมวลชนทุกแขนง ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ ให้ความสนใจเข้ามาทำข่าว หรือทำรายการเป็นจำนวนมาก จึงถือว่าการสื่อสารกับกลุ่ มสื่อมวลชนนี้ว่าเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

ทั้งนี้ สื่อมวลชน จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ไปยังนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจดูงาน และเมื่อนักท่องเที่ยวได้เห็นข่าว หรือเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก จะเกิดความสนใจและเดินทางเข้ามาแวะเที่ยว เยี่ยมชมชุมชนตลาดสามชุก

เนื่องจากชุมชนตลาดสามชุก มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่น่าสนใจของสื่อมวลชนทำให้สื่อมวลชนชอบที่จะมาเขียนเรื่องราว หรือถ่ายทำรายการ เพื่อนำเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ยิ่งทำให้นักท่องเที่ ยวได้เห็นข่าว และเรื่องราวของตลาดสามชุกอยู่เรื่อย ๆ ก็ยิ่งสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะไปสัมผัสด้วยตัวเอง และยิ่งสื่อมวลชนเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกได้น่าสนใจมากเพียงใด นักท่องเที่ยวก็เกิดความต้องการที่จะไปเที่ยวมากขึ้นเท่านั้นด้วย

- การใช้แผ่นพับประชาสัมพันธ์

เป็นสื่อที่ทางชุมชนตลาดสามชุกผลิตขึ้น เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน และแนะนำร้านอาหารอร่อยที่ขึ้นชื่อของชาวตลาดสามชุก ซึ่งในแผ่นพับจะมีภาพวาดแผนผังของชุมชนและใส่สัญลักษณ์ของบ้าน และร้านค้าที่เป็นจุดเด่น พร้อมใส่รายละเอียด เพื่ออธิบายความน่าสนใจของบ้าน และร้านค้านั้น ๆ นักท่องเที่ยวเห็นแล้วเกิดความสนใจก็สามารถเดินไปยังจุด ๆ นั้นได้ทันที

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อแผ่ นพับของชุมชน ในปัจจุบันใช้เยอะมาก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก จึงทำให้สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนเป็นเพียงกระดาษขาว ไม่มีสีสัน ซึ่งการทำต้องใช้งบประมาณในการจัดทำสูงด้วย

“แผ่นพับของเราให้เยอะมาก เคยคิดที่จะทำเป็นสีสันในสวยงาม แต่เราไม่ ค่อยมีทุนตรงนั้น ทำแล้วไม่คุ้ม เพราะนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะ ” (สมชาย หงส์สุพรรณ , สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

- การเผยแพร่ผ่านหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว

ในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวชมชุมชนตลาดสามชุกของนักท่องเทียว จาก การสันนิษฐานคาดว่า ส่วนหนึ่งได้รับข้อมูลมาจากหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ส่วนหนึ่งได้ถูกบันทึกไว้ในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เข้ามาสำรวจ และเลือกชุมชนตลาดสามชุกเป็นแห่งท่องเที่ยวหนึ่งในเส้นทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งหนังสือดังกล่าวได้มีการแจกให้แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ทำให้เป็นการเพิ่ม และขยายกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างที่ตลาดสามชุกมากยิ่งขึ้น

- การเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้การสนับสนุนในการช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ผ่านเว็บไซต์ของสำนักงาน ซึ่งมีทั้งเว็บไซต์ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ทำให้ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมในชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งจากการสันนิษฐานของคณะกรรมการฯ คิดว่าน่าจะรู้มาจากข้อมูลในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

“ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เข้ามาเที่ยวในชุมชน คิดว่ามาจาดูเว็บไซต์ของททท. เพราะเขาทำแบบภาษาอังกฤษด้วย” (สมชาย หงส์สุพรรณ ,สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท .) และการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ช่วยเผยแพร่ข่าวกิจกรรมของชุมชนตลาดสามชุก ผ่านเว็บไซต์ด้วย จากการค้นพบในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์กิจ กรรม” มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก ” ประจำปี 2554 ด้วย

ขณะเดียวกัน ในขณะนี้ ทางคณะกรรมการฯ ก็กำลังดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ของชุมชนตลาดสามชุก ได้แก่ www.samchuk.com เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประวัติความเป็นมาของชุมชนตลาดสามชุก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร ที่

เป็นจุดเด่นของตลาดสามชุก อีกทั้งเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้แก่นักศึกษา หรือผู้สนใจได้เข้าไปศึกษาหาข้อมูลเรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกอีกทางหนึ่ง

“ตอนนี้ผมกำลังทำเว็บไซต์อยู่ด้วย ซึ่งทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุกได้กว้างขวางขึ้น เพราะปัจจุบันผู้คนจะสนใจศึกษาหาความรู้ทางอินเตอร์เน็ตกันมากขึ้น” (ธเนตร กิติพรพาณิชย์ , สัมภาษณ์ 15 เมษายน 2554)

- การจัดทำป้ายบอกทางเข้าสู่ตลาดสามชุก

จากการสังเกต พบว่า เส้นทางการเดินทางไปชุมชนตลาดสามชุก เป็นเส้นทางที่ไม่สลับซับซ้อน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางครั้งแรก มักจะไม่หลงทาง เพราะระหว่างทางจะมีป้ายบอกชื่อถนนเส้น 340 ตลอดเส้นทางจนถึงอำเภอสามชุก และในช่วงต่อระหว่างอำเภอศรีประจันต์เข้าสู่ตัวอำเภอสามชุก จะมีป้ายชื่อชุมชนติดอยู่ประมาณ 2 ป้ายก่อนถึงทางเข้าอำเภอ โดยใช้ชื่อว่า “สามชุกตลาดร้อยปี” และ “พิพิธภัณฑ์สามชุกตลาดร้อยปี” และบอกจำนวนกิโลเมตรที่เหลือจนเข้าสู่ตัวอำเภอสามชุก ก็พบกับทางเข้าตลาดสามชุก

การจัดทำป้ายบอกทาง เป็นการบอกเส้นทางการเดินทางสู่ตัวตลาดสามชุก ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว ว่าได้เดินทางมาถูกทางแล้ว และเนื่องจากตลาดสามชุก อยู่ติดกับตัวอำเภอสามชุก ยิ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ควรมีการเผยแพร่ให้นักท่องเทียวทราบ เพราะป้ายบอกทางมักจะบอกสถานที่ สำคัญของจังหวัด ถ้านักท่องเที่ยวทราบว่าตลาดอยู่ในอำเภอ ก็จะไม่หลงและจะยึดป้ายบอกทางไปอำเภอเป็นหลักได้อีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ การใช้ป้ายบอกทางจะเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้ผู้ที่ใช้เส้นทางผ่านไปผ่านมา พบเห็น ซึ่งอาจเกิดความสนใจเข้าไปแวะเยี่ยวชมชุมชนได้ด้วย

- การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์

ในการเดินทางเข้าไปยังตลาดสามชุก บริเวณหน้าบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ จะมีบอร์ดประชาสัมพันธ์ตั้งอยู่ ซึ่งทางคณะกรรมการ ฯ ต้องการให้เป็นบอร์ดต้อนรับนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงาน ที่ได้ติดต่อเข้ามาศึกษาและเยี่ยมชม ชุมชนเป็นหมู่คณะ ทางคณะกรรมการ ฯ ก็จะเขียนรายชื่อกลุ่ม หรือคณะนั้นบนบอร์ด พร้อมบอกวัน เวลา ที่จะเข้ามาเยี่ยมชม ซึ่งบางครั้งมีกลุ่มนักวิชาการ นักการเมือง หรือผู้ทรงคุณวุฒิ และบุคคลที่มีชื่อเสียงติดต่อเข้ามาดูงานในชุมชน นักท่องเที่ยว ที่เดินทางมา ในวันนั้น ก็จะได้รับรู้ว่ามีใครเดินทางมาเยี่ยมเยียนชุมชนในวันนี้บ้าง

- ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน

ในการจัดกิจกรรมของชุมชน ทางคณะกรรมการ ฯ จะจัดทำป้ายผ้าประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน ซึ่งนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในชุมชนตลาดสามชุก ทราบแล้ว ทางคณะกรรมการฯ ยังต้องการให้นักท่องเที่ยว หรือกลุ่มบุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชุมชนด้วย เช่น งาน "มหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุก" ในช่วงระยะเวลาที่มีการจัดงานจะมีป้ายผ้าประชาสัมพันธ์ และป้ายผ้าวายนิวส์ ติดตามเสาไฟ ทางเข้าต ลาดสามชุกเป็นแถวเรียงจนสุดทาง ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรืองานของชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ด้วย

4. ด้านการแก้ปัญหา และอุปสรรคในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

- การจัดประชุมสอบถามความคิดเห็น

ในการศึกษาวิจัย พบว่า คณะ กรรมการฯ มีการเชิญชาวตลาดสามชุกมาร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือ ในการร่วมกันแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่งในช่วงปีแรก ๆ ของการดำเนินงานของคณะกรรมการฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ได้เสนอว่า จากปัญหาเรื่องการเช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ที่มีอายุการเช่าปีต่อปี ซึ่งในภายภาคหน้าไ ม่รู้ว่าทางกรมธนารักษ์จะให้เช่าอยู่หรือไม่ และตลาดสามชุกก็กำลังมีชื่อเสียง จึงอยากสร้างความมั่นคงให้แก่ชาวบ้านและตลาด ดังนั้น จึงได้เสนอว่าจะทำเรื่องของยืดระยะเวลาในการเช่าที่ของราชพัสดุ กรมธนารักษ์เป็น 30 ปี

"เราเคยเสนอรองผู้ว่า ฯ ไปว่า อยากจ ะให้ต่ออายุสัญญาธนารักษ์ตลาด ออกไป 30 ปี เพราะถือว่า ตลาดมันเริ่มจะฟื้นฟู ก็จะอยากให้มีการต่ออายุไปนาน ๆ จะปรับปรุงบ้านชาวบ้านจะได้มีกำลังใจ ตั้งใจที่จะทำบ้านให้มันดี ถ้าต่ออายุปี - 3 ปีชาวบ้านเขาก็ไม่อยากจะทำ เขาคิดว่าฉันก็อยู่ได้ ก็อยู่กันไป" (พงษ์ ชัยวิรัตน์,สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

จากความคิดของคุณพงษ์วินนี้ ได้มีการจัดประชุมปรึกษาหารือกับชาวตลาดสามชุกอยู่หลายครั้ง เพื่อสอบถามความคิดเห็นของชาวบ้าน และเมื่อชาวตลาดเห็นด้วยกับความคิดของคุณพงษ์วินแล้ว และนำไปดำเนินการต่อ เมื่อได้ ผลการดำเนินงานมา ทางคุณพงษ์วินก็นัดชาวตลาดมาร่วมพูดคุยอีกครั้ง ซึ่งในประชุมในเรื่องของที่เช่าที่ดินของราชพัสดุ ชาวตลาดมีการคุยกันอย่างหนัก ดังคำบอกเล่าของผู้ประสานงานชุมชน เล่าว่า

"ตอนนั้นชาวบ้านคุยกันเรื่องการเช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ ที่ทางคณะกรรมก ารฯ เขาเสนอชาวบ้านว่าจะต่ออายุการเช่าออกไปเป็น 30 ปี ตอนนั้นคุยกันเยอะมาก มีประชุมกันบ่อยในช่วงนั้น ประมาณ 4-5 เดือน ประชุมกันเดือนละ 3-4 ครั้ง" (ยุวดี วงษ์สุวรรณ - สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

- การจัดเวทีเสวนา

จากปัญหาเรื่องการเช่าที่ดินขอ งกรมธนารักษ์ ทางคณะกรรมการฯ ได้นำมาในการศึกษาวิจัยในช่วงเดือนมีนาคม 2549 ชาวชุมชนตลาดสามชุก มีการจัดกิจกรรม "เวทีเสวนาสามชุกอนาคตอยู่กับใคร" โดยการจัดงานดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์และพื้นฟูเมืองเก่าอย่างยั่งยืนโดยทางคณะกรรมการ ฯ ได้เชิญรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี , เจ้าหน้าที่กรมธนารักษ์ , ผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไท , และสมาคมสถาปนิกสยามแห่งประเทศไทย ร่วมเป็นวิทยากร และเชิญชาวบ้านในตลาด รวมถึงภาคีเครือข่ายในโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ พร้อมด้วยนักท่องเที่ยว เข้าร่วมรับฟัง และร่วมเสนอความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของตลาดสามชุกต่อไป

"ตอนนี้ตลาดสามชุก ยังไม่มีความมั่งคง เนื่องจากเป็นที่เช่าของกรมธนารักษ์ มีการต่อสัญญาปีต่อปี ก็อยากให้มีอายุเช่ายาวขึ้น จึงทำเรื่องเสนอไปยังกรมธนารักษ์ แต่ยังเป็นปัญ หาติดขัดอยู่ ก็เลยลองจัดเวทีเสวนานี้ขึ้นมา เพื่อขอความคิดเห็นจากทุกฝ่าย " (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ , สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2554)

จากการเข้าร่วมงาน พบว่า บรรยากาศการเสวนา วิทยากรจากองค์กรภายนอก ได้ร่วมกันนำเสนอความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ และฟื้ นฟูตลาดสามชุก ในมุมมองของแต่ละหน่วยงาน และสรุปตอนท้ายว่าจะให้ความช่วยเหลือชุมชนตลาดสามชุกในเรื่องของกำหนดแผนนโยบายของจังหวัด แต่ในปัจจุบัน ทางชุมชนตลาดสามชุกก็ยังรอคอยความหวังนั้นอยู่

- การจัดประชุมเชิงสัมมนา

นอกจากนี้ ยังพบปัญหาในส่วนของการดำเนินง านของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ที่ในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการฯ ไม่ค่อยมีเวลามาร่วมพูดคุยกันเหมือนก่อน ซึ่งทำให้การดำเนินงานบางอย่างไม่ราบรื่น และบางครั้งเกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างคณะกรรมการฯ กันเอง ซึ่งจากปัญหาความไม่เข้าใจกัน คุณพงษ์วิน จึงได้เสนอให้มีการจัดประชุมเชิงสัมมนาระหว่างคณะกรรมการฯ เพื่อร่วมพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน โดยการประชุมบางครั้งไปจัดประชุมที่ต่างจังหวัด เพื่อเป็นการพาคณะกรรมการฯ ไปพักผ่อนด้วย

"ปัญหา ความอ่อนแรง ทดถอย หลังๆ ไม่ได้ประชุมกัน ทุกคนยุ่ง รับแขกอย่างเดียวก็แย่แล้ว ก็จัดไปประชุมสัมมนากันที่ จ .นครนายก เฉพาะกรรมการ 30-40 คน คุยกันว่าปัญหาคืออะไร ให้มานั่งประชุม โต๊ะกลม พูดที่ละคน ถึงปัญหาอัดอันตันใจ แล้วก็เคลียร์กันได้ " (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์, สัมภาษณ์ 22 พฤษภาคม 2554)

ผลการจัดสัมมนา ทำให้คณะกรรมการ ฯ มีความเข้าใจกันดีขึ้น เมื่อทุกคนรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ก็จะช่วยแก้ปัญหาตรงจุดนั้น ๆ สุดท้ายคณะกรรมการฯ ทุกคนก็จะกลับมาร่วมทำงานกันเหมือนเดิม

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่ วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษา การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และ ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดร้อย ปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้นำกรอบกระบวนการมีส่วนร่วมของสถาบันวิจัยสังคม และสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ปาริชาต สถาปิตานนท์ ,2549:23) มาเป็นกรอบ โดยมีการจัดประเภทของการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามภารกิจสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการวางแผน
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์
5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ด้วยการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มีลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เนื่องเป็นกระบวนการสื่อสารที่เน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็น และยอมรับความคิดเห็นของคนในชุมชน และให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยดำเ นินอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ มิใช่บังคับบุคคลนั้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

ผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดสามชุกเป็นกลุ่มที่ได้รับการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและมีโอกาสได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯได้จัดมาแล้วทั้งสิ้น และมีความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนค่อนข้างดี พร้อมทั้งรับทราบถึงความจำเป็นในการที่จะต้องมีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนเกิดขึ้นในพื้นที่ และกลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดสามชุกที่ผู้วิจัยเลือกมานี้ได้ให้สัมภาษณ์ว่าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับการที่จะมีตลาดสามชุกตั้งแต่เริ่มต้น และได้มีส่วนร่วมในการร่วมรู้ ร่ว ม คิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมที่จะรับผลประโยชน์ และที่สำคัญคือ การเข้ามามีส่วนร่วมกัน

หาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาของการพัฒนาตลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ดังคำกล่าวของณรงค์ สำลีรัตน์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดสามชุก

“พวกเราได้มีโอกาสได้เข้า ไปร่วมทำตลาดเชิงอนุรักษ์ตั้งแต่แรก ช่วยกันวางแผน ช่วยกันคิด และช่วยกันแก้ไขปัญหา เพราะทางคณะกรรมการเปิดโอกาสให้พวกเราเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น กรพาพวกเราไปดูงานต่างจังหวัด ” (ณรงค์ สำลีรัตน์ ,สัมภาษณ์ ,17 มกราคม 2554)

การมีส่วนร่วมในการวางแผน

- การมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน

ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน กำหนดเป้าหมาย กำหนดแนวทางในการดำเนินงาน และรวมวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน โดยมีการสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคล ซึ่งมีผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯจัดให้มีการประชุมเกิดขึ้น บ่อยครั้งที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯจะเปิดโอกาสและสนับสนุนให้มีการทำงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเต็มที่ เช่น การเปิดเวทีสาธารณะในพื้นที่ชุมชน เพื่อรับฟัง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ชาวบ้านก็ต่างเสนอความคิดเห็นกันอย่างไม่น้อยหน้า โดย จะเริ่มจากกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯเสนอความคิดเห็นก่อน แล้วชาวบ้านก็จะเสนอความคิดตามมา ซึ่งปัญหาที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นแนวทางการแก้ไขปัญหานั้น ได้แก่ ปัญหาที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ป ระกอบอาชีพค้าขายในชุมชน หากมีอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมตลาดขึ้นพื้นที่ก็จะทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น ดังคำกล่าวของพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก

“ในการดำเนินงานของคณะกรรมการตลาดน้ำเราเน้นให้ชาวบ้านเข้าร่วมในการวางแผนของเราด้วย ทั้งช่ วยคิด ช่วยทำโดยให้เสนอความคิดเห็นได้ในตอนที่เราทำการประชุมระหว่างชาวบ้าน” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์,สัมภาษณ์,17 มกราคม 2554)

โดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เทศบาลตำบลสามชุกร่วมกับมูลนิธิชุมชนไท จัดประชุมเพื่อหาทิศทางในการอนุรักษ์กับชาวตลาดสามชุก เรื่อง “การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าย่านตลาดสามชุก” มีผู้เข้าร่วมประชุม 100 คน คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้แนะนำคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก พร้อมกับเล่าความเป็นมาของคณะกรรมการตลาดฯภายหลังจากชี้แจงและทำความเข้าใจโครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนน่าอยู่ และการทำงานของ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกแล้ว คณะผู้จัดงานได้เปิดโอกาสชาวตลาดสามชุกที่เข้าร่วมประชุมได้ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ ดังคำกล่าวของ สมชาย หงส์สุพรรณ ตำแหน่ง คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก กล่าวว่า

“เรามีการรียกประชุมกัน มีการจัดเวทีประชาคมขึ้นให้ค นในชุมชนมาประชุมกัน เพื่อหาทางคิดว่า เราจะทำอะไรกันดี มีความคิดเห็นมากมายหลายอย่าง หลายข้อจากชาวบ้าน มีซักประมาณ 13 ข้อได้ที่จะทำเพื่อชุมชนตลาดของเรา ”(สมชาย หงส์สุพรรณ , สัมภาษณ์,22 มกราคม 2554)

ทำให้ได้ข้อเสนอกิจกรรมจากเวทีประชุม 13 กิจกรรมดังนี้ได้แก่

1. ร่วมกันจัดระเบียบตลาดให้น่าเดิน-น่าซื้อ
2. ระดมกำลังในการจัดการขยะ ดูแลรักษาความสะอาด ท่อระบายน้ำ อบรมการทำปุ๋ยหมัก น้ำหมักชีวภาพ
3. การอนุรักษ์บ้าน/อาคารโบราณ โดยการปรับปรุงสภาพบ้านเดิม
4. การไปดูงาน “บ้านพิพิธภัณฑ์”เพื่อหาแนวทาง/แนวคิดในการพัฒนา
5. การพัฒนาจุดล่องเรือชมวิว/ศึกษาวิถีชีวิตริมน้ำ
6. การทำทางเดินริมน้ำและเขตเลี้ยงปลาหน้าตลาด
7. การสร้างเอกลักษณ์ของตลาดเช้า/ตลาดเย็น
8. การส่งเสริมการออกกำลังกาย/ดูแลสุขภาพ
9. การจัดงานวันสงกรานต์และระดมภาพประวัติศาสตร์
10. ดึงผู้สูงอายุเข้าร่วมศึกษาและให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์
11. การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว
12. การระดมเพื่อจัดตั้ง “กองทุนอนุรักษ์ฟื้นฟูบ้านที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม”
13. การประสานกับราชพัสดุ

จากการเปิดเวทีประชาคม ส่งผลให้ช่องว่างระหว่างคณะกรรมการพั ฒนาตลาดสามชุกกับชาวตลาดสามชุกได้รับการเติมเต็มมากขึ้น โดยการใช้เวทีประคมเป็นที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ชาวตลาดสามชุกควรจะรับรู้และเข้าใจมากขึ้น ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาชุมชนตนเองและประโยชน์ที่จะได้รับ โดยใช้กิจกรรมภายใต้โครงการเมืองน่าอยู่ฯ เพื่อให้ ชาวตลาดสามชุกได้เข้าใจถึงการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกมากยิ่งขึ้น มิได้เข้าใจคลาดเคลื่อนเหมือนเมื่อครั้งที่ผ่านมา เมื่อบทบาทของผู้ส่งสารทั้ง 2 ส่วน ได้ทำการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ กับภารกิจของคณะกรรมการพั ฒนาตลาดสามชุกแล้วจึงเปิดโอกาสให้ชาวตลาดสามชุกได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

การเปิดโอกาสให้ชาวตลาดสามชุกได้แสดงความคิดเห็นนั้น เป็นการทำให้คณะกรรมการตลาดฯทราบความคิดของชาวบ้านต่อการแก้ไขปัญหาของชุมชนตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นข้อเสนอแนะง่ายๆ แต่ไม่ตรงกับความต้องการของชาวบ้าน จากข้อเสนอเหล่านั้นก็นำไปสู่การ

ตัดสินใจที่จะทำความสะอาดตลาดโดยปัดกวาดหยากไย่หน้าร้านต่างๆเพื่อดึงให้ชาวตลาดมีส่วนร่วมในกิจกรรมของคณะกรรมการตลาดฯมากขึ้นแม่ค้าที่ไม่เคยสนใจก็เกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วมด้วยมากขึ้น

ก้าวแรกจากการมีส่วนร่วม ของชาวตลาดสามชุก เป็นก้าวสำคัญที่สร้างกำลังใจให้กับคณะกรรมการตลาดฯ เป็นแรงผลักดันที่นำไปสู่กิจกรรมตามมามากมาย ดังคำให้สัมภาษณ์จากแกนนำคณะกรรมการตลาดฯอย่าง อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล ตำแหน่ง คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก กล่าวว่า

“ชาวบ้านให้ความร่วมมือดีมาก ร่วมแสดงความคิดเห็น เราก็ไม่ได้ปิดกั้นหรืออาจบางทีเราจะขอมติเราก็จะใช้วิธีการยกมือ ส่วนใหญ่จะยกมือ หรือว่าใครอยากจะแสดงความคิดเห็นเราก็ให้ร่วมแสดงได้ ยกมือขึ้นขอพูด คนจะอย่างนี้ คนจะอย่างนั้นอันไหนที่มันดีเราก็รับฟัง แล้วก็ถ้าทำตามได้เราก็ทำสิ่งที่ ได้ก็คือการที่จะตัดสินใจทำอะไรลงไปในชุมชน เราต้องให้ประชาชนมีส่วนในการตัดสินใจเอง หรือแม้กระทั่งคุณพงษ์วินที่เป็นประธานก็ไม่สามารถที่จะตัดสินใจด้วยตนเองได้ ทุกอย่างจะต้องถามชาวบ้าน เราก็ต้องยอมรับเสียงส่วนใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดี คุณพงษ์วินก็ต้องยอมถึงแม้ ไม่เห็นด้วย แต่เสียงส่วนใหญ่ว่าดี อันนี้คือ สิ่งที่ได้เรียนรู้จากสิ่งที่ชาวบ้านมาช่วยกันคิด ไม่ใช่ว่าเราคิดคนเดียว เราได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกัน ” (อรุณลักษณ์ อ่อนวิมล ,สัมภาษณ์,22 มกราคม 2554)

การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม

- การมีส่วนร่วมในด้านการไปศึกษาดูงานนอกชุมชน

ผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯได้มีการพาชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดสามชุกไปศึกษาดูงานนอกพื้นที่ นอกชุมชนของตนเอง เพื่อศึกษาข้อแตกต่างของแต่ละชุมชน แล้วนำมาปรับใช้กับตลาดของตนเอง ดังคำกล่าวของนิพภา ใหม่โสภา ผู้ประกอบการร้า นค้าในตลาดสามชุก

“ทางคณะกรรมการจะมาบอกว่าพาไปดูงานต่างจังหวัด ใครจะไปบ้างพาไปดูที่อื่นเขาทำกันอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากของเราตกลงไหน พาไปดูตั้งหลายที่ เช่น ตลาดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ประชาคมบางลำพู พิพิธภัณฑ์ของ อาจารย์อเนก นาวิกมูล พุทธมณฑลส าย 2 จังหวัดกรุงเทพมหานคร” (นิพภา ใหม่โสภา,สัมภาษณ์,15 มกราคม 2554)

- การมีส่วนร่วมในด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในชุมชน

คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกร่วมกับชาวตลาดสามชุกและเทศบาลตำบลสามชุกได้ร่วมกันจัดกิจกรรม “อร่อยกันวันพุธ” ขึ้น เพื่อเป็นการรวบรวม อาหารท้องถิ่นที่หารับประทานได้ยากและบางอย่างหาได้ที่ตลาดสามชุกเท่านั้น จะจัดให้มีขึ้นทุกวันพุธของทุกสัปดาห์ ภายในมี

การออกร้านขายอาหารและขนมไทยโบราณหลายชนิด เช่น ขนมกาลอจี้ ขนมไข่หงส์ ขนมกง และแกงบวน เป็นต้น มีประชาชนทั้งภายในและภายนอกตลาดสามชุก นั กเรียนนักศึกษา ข่าราชการภายในอำเภอสามชุก และชุมชนภายในตำบลสามชุก 14 ชุมชนเข้ามารับประทานอาหารภายในตลาดมากมาย ทำให้ตลาดสามชุกมีความคึกคักเป็นอย่างมาก กิจกรรมอร่อยกันวันพุธ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสามชุกเมืองน่าอยู่ ได้มีการประชุมปรึกษากับคณะกรรมการพั ฒนาตลาดและแม่ค้าภายในตลาดและโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ มูลนิธิชุมชนไท จึงได้จัดให้มีกิจกรรม เพื่อเป็นการรวบรวมอาหารและขนมไทยโบราณที่มีชื่อเสียงภายในท้องถิ่น ให้ฟื้นคืนให้ลูกหลานลิ้มรสและรำลึกถึงบรรยากาศในอดีต

คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกร่วมกั บเทศบาลตำบลสามชุกได้จัดกิจกรรมแรลลี่จักรยาน เพื่อให้เยาวชนได้ศึกษาประวัติความเป็นมาของสามชุก โดยทำงานประชาสัมพันธ์ผ่านโรงเรียนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก และเปิดรับสมัครเด็กนักเรียนที่โรงเรียน พร้อมกันนั้นก็ใช้สถานที่สำคัญภายในอำเภอสามชุก เช่น ตลาดสามชุก ศาลเจ้าหลักเมือง พิพิธภัณฑ์วัดสามชุก และเขื่อนชลมาร์คพิจารณ์ เป็นห้องสมุดสำหรับเยาวชนได้ศึกษา เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกของเยาวชนให้เกิดความรักท้องถิ่นของตนเอง มีเยาวชนกว่า 300 คน ยังมีประชาชน ข้าราชการ เข้าร่วมกิจกรรม

ชาวตลาดสามชุกเริ่มให้ความร่วมมื อมากขึ้น เกิดความตื่นตัวต่อการฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงผสานกิจกรรมจากการร่วมคิด ร่วมทำระหว่างกลุ่มคนต่างๆ โดยผสานกิจกรรมเข้ากับเทศบาลประจำชาติ คือ

ตัวอย่างเช่น “ภาพเก่าเล่าขานตำนานสามชุก ” โดยมีกลุ่มครูโรงเรียนเทศบ าลและนักวิชา การท้องถิ่น เทศบาล สถาปนิกชุมชน จากมูลนิธิไทร่วมกันคิดและร่วมกันทำกิจกรรมนี้ขึ้นมา โดยใช้นิทรรศการเป็นสื่อกลางในการปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด ซึ่งเป็นการใช้ปัจจัยภายนอก คือ นิทรรศการภาพเก่าเล่าขานมากระตุ้นปัจจัยภายใน คือ การให้ข้อมูลเกี่ย วกับสถาปัตยกรรมเก่าภายในชุมชนของตนเอง

ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของการมีส่วนร่วม ทำให้คณะกรรมการตลาดฯ ได้เรียนรู้จากการทำงานร่วมกับผู้อื่น การรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น ทุกการตัดสินใจจะต้องอยู่บนฐานของความเสมอภาคและความเท่ าเทียม และส่วนของทัศนคติที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีต่อเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนน่าอยู่ ก็ได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเห็นความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการทำงาน ประกอบการได้ทำงานร่วมกันทำให้ได้ใกล้ชิด เรียนรู้นิสัยซึ่งกันและกัน

- การมีส่วนร่วมในด้านการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดสามชุกยังกลัวว่ารอบๆตลาดจะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ดี ก่อให้เกิดปัญหาของในชุมชน เช่น เรื่องสาธารณสุข ปัญหาขยะมูลฝอย รวมถึงปัญหาน้ำในแม่น้ำลำคลองเน่าเสีย เป็นต้น ดังคำกล่า วของของ พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก

“เรามีข้อตกลงกันว่า หน้าบ้านของทุกคนต้องมีถังขยะ และช่วยกันรักษาความสะอาดของชุมชนเพื่อไม่ให้ตลาดของเราไม่เต็มไปด้วยขยะ ” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ,สัมภาษณ์,17 มกราคม 2554)

การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์

- การมีส่วนในด้านพื้นที่การจำหน่ายสินค้า

ส่วนในเรื่องของความต้องการพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้า ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในตลาดสามชุกก็เป็นเรื่องที่ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดสามชุกให้ความสำคัญ ซึ่งการจำหน่ายสินค้าในตลาดสามชุกนั้นทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯมีความต้องการให้โอกาสคนในพื้นที่ก่อน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนก่อน ดังคำกล่าวของพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก

“ต้องเป็นคนในพื้นที่ตำบลสามชุกเท่านั้นที่จะมาขายของในตลาดได้ เราต้องให้สิทธิคนในพื้นที่ได้ที่ขายของในตลาดก่อน เพราะเราทำขึ้นมาเพื่อคนในชุมชนจริงๆ ” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ,สัมภาษณ์,17 มกราคม 2554)

การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์

- การมีส่วนร่วมในด้านการจัดสรรรายได้

การที่จะทำให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่ องและยั่งยืนได้นั้น สิ่งสำคัญที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิดแรงจูงใจในการเข้าร่วมเพื่อพัฒนาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขึ้นมานั้น ก็การได้รับผลประโยชน์จากการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก ซึ่งแต่เดิมก่อนที่จะมีการจัดการกา รท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดสามชุกขึ้นมานั้นชาวตลาดสามชุกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายมีรายได้เฉลี่ยปีละไม่กี่หมื่นบาทต่อครอบครัว

ปัจจุบันชาวตลาดสามชุกได้เปิดบ้านหรือร้านค้าของตนต้อนรับนักท่องเที่ยวและกลุ่มคณะศึกษาดูงานในตลาดสามชุกทุกวัน ทั้งวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทำให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจากเมื่อก่อน และหากวันใดที่มีนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาศึกษาดูงานหนาแน่น เจ้าของบ้านหรือร้านค้าก็จะมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นอีกจากวันปกติ โดยที่เจ้าของบ้านหรือร้านค้าส่วน

ใหญ่มักจะคิดว่าเป็นการได้กำไรโดยไม่ต้ องลงทุน ลงแรง เพียงเปิดบ้านหรือร้านค้าต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาศึกษาดูงานมาจับจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการของตนรวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาด และสิ่งที่น่ารู้น่าสนใจภายในตลาดให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาศึกษาดูงานฟัง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำได้โดยง่าย

นอกจากเจ้าของบ้านหรือร้านค้าที่เปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงานจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้นแล้ว การอนุรักษ์ของตลาดสามชุกยังส่งผลให้เกิดการสร้างธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นภายในตลาด และสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวตลาดสามชุกหลา ย ๆ กลุ่มด้วยกัน กลุ่มเด็กนักเรียนบริเวณใกล้เคียงกับตลาดสามชุกได้มาทำการแสดงดนตรีไทยให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาศึกษาดูงานได้ฟัง เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้กับเด็กนักเรียนที่มาทำการแสดง ในวันที่โรงเรียนหยุด ดังคำให้สัมภาษณ์ของ อภิญญา เนติประมุข กล่าวว่า

“รายได้ของเราได้มาจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและพวกที่มาดูงานในตลาดสามชุกนี้ ถ้าเปรียบเทียบเก่าแต่ก่อน วัน ๆ หนึ่งขายของได้ไม่เท่าไรหรอก เพราะตลาดเราเงียบมากวันปกติแทบไม่มีคนเลย แต่ตั้งแต่ที่ตลาดสามชุกได้เป็นที่รู้ จักเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้วก็ทำให้เรามีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากแต่ก่อน ไม่ใช่แต่พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเท่านั้นที่มีรายได้ กลุ่มเด็กนักเรียนก็มีรายได้เหมือนกันจากการเล่นดนตรีไทย ถือว่ามีรายได้กันทุกคน ” (อภิญญา เนติประมุข ,สัมภาษณ์,22 ,มกราคม 2554)

การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

- การมีส่วนร่วมในการเข้ามาติดตามและประเมินผล

ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกยังต้องการมีส่วนร่วมในการเข้ามาติดตามและประเมินผลในตลาด โดยตั้งให้ตัวแทนของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯเพื่อให้เกิดความถูกต้อง ทุกขั้นตอนดังคำบอกเล่าของของ พงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก

“ผมก็เริ่มมาคุยกับชาวบ้านว่าจะเอายังไง เราจะอนุรักษ์ตลาดขึ้นไหม ชาวบ้านก็เห็นด้วยว่าเราควรจะทำ และได้มีการคัดเลือกตัวแทนของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ซึ่งการคัดเลือกมาจากเสียงโหวตของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดมาเป็นตัวแทนพวกเขามามีส่วนร่วมในการตลาดสอบการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯด้วยเพื่อตรวจสอบความโปร่งใส่ในการทำงานของคณะกรรมกาพัฒนาตลาดฯรและร่วมกันแก้ไขปัญหาของชุมชนด้วย” (พงษ์วิน ชัยวิรัตน์,สัมภาษณ์,17 มกราคม 2554)

การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ และชาวบ้านที่เป็นสมาชิกในตลาดสามชุก ที่จะมีการพัฒนาตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุ พรรณบุรี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะจะต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวให้ประชาชนในพื้นที่เข้าใจในประโยชน์เพื่อการพัฒนาตลาดและเกิดการยอมรับ และเข้ามามีส่วนร่วมกับผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ โดยการมีส่วนร่วมนั้นประกอ บไปด้วย การเข้ามาร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในทุกๆขั้นตอน ทั้งการอาจกล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกเป็นแนวคิดที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาชุมชน ซึ่งต้องมีสื่อและกิจกรรมหลายๆด้าน มิใช่สื่อหรือกิจกรรมเพียงด้านเ ดียว และต้องดำเนินการพร้อมๆกันไปทุกด้านด้วย ซึ่งการสื่อสารที่นำมาใช้เพื่อโน้มน้าวให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกที่เข้ามามีส่วนร่วม ได้แก่

1. ลงพื้นที่เพื่อประสานผู้นำท้องถิ่น แกนนำชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก เพื่อสร้างความสามัคคีสัมพั นธ์ที่ดี และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อทำความใจกับผู้นำให้เห็นถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ และให้แกนนำชุมชน ผู้นำ ไปสื่อสารต่อกับชาวบ้าน

2. นัดประชุมกลุ่มชาวบ้านและนำเอกสารไปเผยแพร่ เช่น สื่อพิมพ์ เอกสาร แผ่นพับ และสื่อวิดีทัศน์ ความเป็นมาและรายละเอียดของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

3. เมื่อเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆแล้ว กลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก ยังมีข้อข้องใจเรื่องระบบการบริหารจัดการที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน ดังนั้นสิ่งที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯทำได้ดีที่สุดคือ การ จัดไปดูงานจากการอนุรักษ์ตลาดของจริง ดังนั้นแผนปฏิบัติงานนำกลุ่มผู้นำชุมชน และชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกไปดูงานจึงเกิดขึ้น โดยการจัดกิจกรรมดูงานระบบบริหารจัดการตลาดด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่อื่นให้กับผู้นำชุมชนและชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุม ชนตลาดสามชุก ณ ตลาดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ประชาคมบางลำพู พิพิธภัณฑ์ของ อาจารย์อเนก นาวิกมูล พุทธมณฑลสาย 2 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4. เปิดเวทีชุมชนทั้งเวทีเล็กและเวทีใหญ่เพื่อระดมความคิดเห็น และความต้องการการใช้ประโยชน์ของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนที่ เข้าประชุมเวทีได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าประชุมเชิงปฏิบัติการ รวมทั้งประชุมกลุ่มกับแกนนำชาวบ้านในหลายๆครั้ง

ซึ่งการสื่อสารและกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน จะได้นำไปเป็นข้อมูลในการปฏิบัติเมื่อเกิดก ารอนุรักษ์ตลาดในพื้นที่ นอกจากนั้นยังเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯที่ปฏิบัติงานกับกลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชน

ตลาดสามชุกให้มีความสนิทสนมกัน เพื่อก่อให้เกิดการสื่อสารกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างปฏิบัติงาน และประการสำคัญเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดสามชุกให้มีศักยภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน

จากการสัมภาษณ์นี้ผู้ศึกษาวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีปัจจัยทางการสื่อสารที่ทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้นหลายปัจจัยที่ประกอบเข้าด้วยกันและเอื้อต่อกันนั้นประกอบไปด้วยนโยบายภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกระบวนการสื่อสารที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯดำเนินการนั้น สอดคล้องกับแนวคิดและความต้องการ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกที่มีต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมที่แท้จริง จะต้องไม่หมายความเพียงแต่การดึงประชาชนเข้าร่วมโครงการที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดเท่านั้น แต่ชุมชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและมีบทบาทอย่างเต็มที่ เริ่มตั้งแต่คิดค้นปัญหา เสนอแนะข้อคิดเห็น และเสนอเข้ามามีส่วนร่วมการกำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของสังคมและชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ มีเป้าหมายในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน ที่จะเกิดผลดีต่อชาวบ้านที่อาศัยอยู่โดยรอบตลาดสามชุก และเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน การออกความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนเสนอแนวทางแก้ไข เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยสื่อที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯเลือกใช้โน้มน้าวใจและก่อให้เกิดผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายในการยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากที่สุด คือ สื่อบุคคลโดยเฉพาะอย่างกลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นผู้ส่งสารที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้รับสาร นอกจากนั้นยังมีสื่ออื่นๆ เช่น สื่อพิมพ์ สื่อกิจกรรมซึ่งช่วยเสริมให้เกิดผลในการโน้มน้าวใจมากยิ่งขึ้นในส่วนของชาวบ้านในชุมชนก็จะเลือกที่จะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่ตนเองสนใจและต้องการทราบ ซึ่งจะเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับความเชื่อดั้งเดิม และทัศนคติของบุคคลนั้นๆ และเลือกที่จะตีความหมายข่าวสารที่ได้รับตามทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน เช่น ความเจริญที่จะเข้ามาพร้อมตลาด แต่ก็จะเกิดแหล่งเสื่อมโทรมตามมา ดังนั้นการเข้ามาในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมกันแก้ไขปัญหาของกลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกสามชุก จะก่อให้เกิดกระบวนการแก้ไขปัญหา และวิธีการในการพัฒนาที่เหมาะสมกับเขาเอง

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสื่อสารยังคงมีความสำคัญแม้ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากมนุษย์ยังปรารถนาที่จะสื่อสารกับบุคคลอื่น ด้วยรูปแบบและวิธีการที่แตกต่างกันออกไป เพื่อผลทางด้านชีวิต จิตใจ และการเป็นการสังคม ทำให้ มนุษย์จำเป็นต้องพัฒนาการสื่อสารให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง ทั้งสื่อมวลชลและอินเตอร์เน็ตทำให้โลกทั้งใบถูกย่อขนาดลง มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกได้อย่างรวดเร็วและเวลาเดียวกัน และที่ชุมชนเติบโตอยู่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงก็มีสิ่งต่าง ๆ เข้ ามากระทบกับชุมชนมากมายและทำให้ชุมชนประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ แต่ภาวะที่ชุมชนเกิดความอ่อนแออยู่นั้น ก็มีชุมชนอีกหลายชุมชนอีกหลายแห่งที่ยังสามารถรวมตัวกันได้อย่างเข้มแข็ง เนื่องจากไม่ยอมปล่อยตัวไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลง หากแต่ได้เรียนรู้และปรับตัวมาโดยตลอด แ ละการที่จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งอยู่ได้นั้นก็อาศัยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ผู้นำชุมชนสมาชิกภายในชุมชน ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชน ตลอดจนการสื่อสารที่จะเป็นกลไกในการเชื่อมโยงคนเหล่านั้นให้เข้ามารวมตัว เพราะ การรวมกลุ่มต้องการอาศัยความเข้าใจที่ตรงกันมีจิตสำนึกร่ วมกัน มีบางส่วนในการคิด ตัดสินใจ ดำเนินการ เพื่อร่วมกันทำงานแก้ไขปัญหาของชุมชนได้สำเร็จลุล่วง แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ คนภายในชุมชนนั้นคิดเป็น และแก้ไขปัญหาได้โดยอาศัยการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพของบุคคลภายในชุมชนร่วมกัน

ในการศึกษาเรื่อง เรื่อง “การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

5.1 สรุปผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนตลาดสามชุก

ตอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่ วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนตลาดสามชุก

ชุมชนตลาดสามชุก เป็นชุมชนเล็ก ๆ ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ตำบลสาม ชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในอดีตเป็นตลาดริมน้ำสุพรรณบุรี มีการก่อตัวของชุมชน เมื่อประมาณ ปี พ .ศ. 2437 ในสมัยรัชกาลที่ 5 สภาพบ้านเรือนมีลักษณะเป็นอาคารไม้สองชั้นเรียงรายเป็นห้องแถวมุงหลังคาด้วยกระเบื้องโบราณ มีการตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาล ที่ 5 ซึ่งเป็นศิลปะจากการแกะสลักผนังบ้านด้วยลวดลายขนมปังขิงที่งดงาม นับเป็นย่านการค้าที่มีความงดงาม และทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ประกอบกับมีสินค้าและบริการอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านกาแฟ ร้านถ่ายรูป ร้านขายของชำ ร้านขายยาสมุนไพร จีน และยาไทย ท่ามกลางบรรยากาศของตลาดเก่าที่มีอายุกว่า 100 ปี

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

ตลาดสามชุก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นจุดเด่นดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ พิพิธภัณฑ์ตลาด หรือบ้านพูดได้ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในซอยต่าง ๆ ภายในตลาด ร้อยปีสามชุก เนื่องจากบ้านแต่ละหลังมีเรื่องราวชีวิตของผู้คน ที่เคยอยู่อาศัยมาตั้งแต่อดีต ได้แก่ พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เป็นอาคาร 3 ชั้น เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่รวบรวมข้อมูลของชุมชน ตั้งแต่ประวัติความเป็นมาของชุมชน ประวัติของบ้านและเจ้าของบ้าน โดยกำ หนดให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่รวมเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน

นอกจากนี้ บ้านเรือนในตลาดสามชุก แต่ละหลังยังมีเรื่องราวความเป็นมาตั้งแต่อดีต โดยแต่ละบ้านจะมีการจัดแสดงโชว์ข้าวของเครื่องใช้ ที่เจ้าของบ้านเก็บรักษาไว้อย่างดี และสามารถบอกเล่าเรื่องราวของสิ่งเห ล่านั้นได้ รวมถึงร้านค้าต่าง ๆ ภายในชุมชน ที่เปิดขายมาตั้งแต่บรรพบุรุษ สืบทอดต่อกันมายังรุ่นปัจจุบัน ซึ่งมีเรื่องราวความน่าสนใจ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้าไปสัมผัสบรรยากาศภายในบ้าน พร้อมพูดคุยกันเจ้าของบ้านได้ตามอัธยาศัย

จุดเด่นที่สำคัญอีก ประการหนึ่งของชาวสามชุก นั่นคือ อาหารอร่อยเป็นที่เลื่องลือของชาวสามชุก ประกอบด้วย ร้านบะหมี่เจ๊กอ้าว ที่เปิดขายมากกว่า 70 ปี เอกลักษณ์ คือ การทำเส้นเอง และมีวิธีการรักษาเส้นไม่เหมือนใคร ร้านข้าวห่อใบบัว ที่เป็นสูตรดั้งเดิม ใส่เครื่องถึงใจ เป็นอาหารที่หาทานยาก มีขายเฉพาะวันหยุด นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งรวมของฝากทั้งของคาว ของหวาน ได้แก่ น้ำพริกแม่กิมลั้ง เป็ดย่างจ่าเฉด ปลาสลิด ข องพี่จิต ที่เปิดขายมาก่อนที่ตลาดสามชุกจะโด่งดังถึงวันนี้ และมีขนมเบื้องโบราณ ขนมไข่ ขนมเปี๊ยะ ขนมกอกล้วย ขนมหวาน ขนมก๋ง เป็นต้น ซึ่งเป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ได้ชมสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และยังได้ชิมอาหาร และขนมอร่อยในตลาดสามชุก

จากจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เหล่านี้ ทำให้ปัจจุบันตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีทั้งสื่อมวลชนและนักท่องเ ที่ยว กลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงาน เดินทางแวะเวียนเข้ามาท่องเที่ยว และดูงานไม่ขาดสาย และในช่วงวันหยุด บรรยากาศในตลาดคึกคักไปด้วยผู้คน ทั้งพ่อค้าแม่ค้า และนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ศึกษาดูงาน ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจของชาวสามชุกที่ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาจนทำให้ตลาดร้อยปีที่สามชุกแห่งนี้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจนถึงทุกวันนี้

พัฒนาการของชุมชนตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาวิจัย พบว่า พัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก ประกอบด้วย 3 ระยะ ดังนี้

1. **ระยะรวมตัวในการพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2543 - 2545)**

ผลการศึกษาสรุปว่า ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก จนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันนี้ ได้มีจุดเริ่มต้นจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน เนื่องจากสภาวะภายในชุมชนในช่วงปี พ .ศ. 2543 นั้น ชุมชนประสบปัญหาในเรื่องของสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำ ตลาดเก่าที่เคยคึกคักด้วยผู้คน กลับจางหาย และหมดไป ชาวบ้านที่เป็นพ่อค้า แม่ค้าในตลาดขายของไม่ได้ อีกทั้งยังพบกับปัญหาการไล่รื้อบ้านที่เช่าที่ดินของกรมธนารักษ์ เนื่องจากเป็นแผนนโยบายที่ต้องการให้ชาวบ้านในชุมชน ปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเรือนไม้ ที่มีสภาพทรุดโทรม พุพัง ซึ่งเกรงว่าจะเกิดอันตรายในภายภาคหน้า ซึ่งทางกรมธนารักษ์ต้องการให้รื้อถอนแล้วสร้างใหม่ในรูปแบบของตัวอาคารตึกที่มีความถาวร และให้เจ้าของบ้านออกทุนทรัพย์ในการซ่อมแซมเอง ซึ่งเป็นปัญหาที่ว่า ชาวตลาดสามชุก ที่เคยเป็นพ่อค้า ในช่วงนั้ นก็ขายของไม่ได้อยู่แล้ว บางรายไม่มีรายได้ในการเป็นทุนสร้างบ้านใหม่ จึงได้มีการรวมตัวกันพูดคุยถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

ต่อมา ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ได้เข้ามาจุดประกายให้ชาวชุมชน ร่วมกันอนุรักษ์ชุมชนไว้และให้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นม า เพื่อเป็นแกนนำในการดำเนินการในการนี้ ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนทั้งหมด คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะ

เป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาชุมชน โดยระยะแรก ชาวชุมชนได้ตั้งเป้าหมายที่จะฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของตลาดสามชุก ให้กลับมาเป็นตลาดที่มีผู้คนเข้ามาจับจ่ายซื้อของอีกครั้ง แต่ในการดำเนินการระยะแรกไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากสมาชิกในชุมชน ยังไม่ค่อยเข้าใจกระบวนการทำงานของคณะกรรมการฯ เท่าไรนัก

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

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2545 มีองค์กรพัฒนาชุมชน คือ มูลนิธิชุมชนไทเข้ามาสำรวจหาข้อมูลที่ชุมชนตลาดสามชุก เพื่อจัดทำโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ โดยการประสานงานผ่านทางนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ จากนั้นคุณพงษ์วินประสานงานเชิญคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ มาร่วมพูดคุยด้วย โดยทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนได้เสนอโครงการให้กับคณะกรรมการฯ รับทราบข้อมูล และทางคณะกรรมการฯ ได้เล่าเรื่องราวปัญหา และความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้ทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิฯ รับทราบข้อมูลเช่นกัน จนกระทั่งทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจซึ่งกันและกันแล้ว จึงเริ่มดำเนินการในการพัฒนาตลาดสามชุก โดยทางเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิฯ ได้มีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการฯ เป็นอย่างดี ได้แก่ การแนะนำเรื่องของกระบวนการทำงาน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน โดยมีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชน คือ การจัดเวทีประชาคม เพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดสามชุก จนกระทั่งได้ข้อเสนอที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานออกมา 13 ข้อ และต่อมาสมาชิกในชุมชนได้เริ่มต้นดำเนินการกิจกรรมแรก คือ การทำความสะอาดตลาด และหน้าบ้านของตนเอง ซึ่งจุดนี้เอง ที่ทำให้ทางมูลนิธิชุมชนไท ได้เห็นศักยภาพของชาวตลาดสามชุก และให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการพัฒนาชุมชน

ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนของชาวตลาดสามชุก ขับเคลื่อนต่อไปได้นั้น เกิดขึ้นจากความคิดของกลุ่มคณะกรรมการฯ นำโดยประธานคระกรรมการฯ ที่ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ที่ได้จัดกิจกรรมพาชาวตลาดสามชุกไปดูงาน การจัดทำตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวาย และขากลับได้แวะชุมบ้านพิพิธภัณฑ์ของอาจารย์อเนก

3.ระยะพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน (พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน)

ในปี พ.ศ. 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และสนับสนุนด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ลงในคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก หรือ Family Fun One Day Trip” ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะขึ้น ทางคณะกรรมการฯ จึงร่วมกันวางแผนจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ชุมชน การจัดทำป้ายบอกทาง ป้ายชื่อตลาด และการจัดเตรียมข้อมูลในบ้าน

พิพิธภัณฑ์ขุนจำนงจีนารักษ์ เพื่อเปิดเป็นพิพิธภัณฑ์ของชุมชน และได้ประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชนให้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยว และได้ประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชนให้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยว โดยการจัดบรรยากาศภายในบ้าน ด้วยการนำของเก่ามาโชว์ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และการจัดทำอาหารออกมาขายเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อเป็นไปตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

หลังจากนั้น ชาวชุมชนตลาดได้ร่วมกันจัดกิจกรรมวันเปิดบ้าน เปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นทางการ และมีการประสานงานเชิญสื่อมวลชนและผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่าง ๆ เข้าร่วม ในการจัดงานนี้ มีประการชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนอย่างกว้างขวาง ทำให้ปัจจุบันนี้ ชุมชนตลาดสามชุก มีสื่อมวลชน นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สนใจดูงาน เข้าเยี่ยมเยียนชุมชนเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางคณะกรรมการฯ และชาวตลาดสามชุกได้ร่วมมือกันดำเนินการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว ของชุมชนด้วยดี จนทำให้เป็นที่ประทับใจของผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมเยียนชุมชน และการสื่อสารโดยการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ต่อไปเรื่อยๆ ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักของผู้คนในวงกว้างมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดร้อยปีอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษาวิจัยสรุปว่า การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยศึกษาภายใต้สถานการณ์ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก
2. ด้านการประสานความร่วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน
3. ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว
4. ด้านการแก้ปัญหา และอุปสรรคในในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

ในแต่ละด้านมีวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านการวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

ในด้าน การวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ในการร่วมกันวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นระบบระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาและเยี่ยมเยียนชุมชน จากการศึกษาวิจัยพบว่า การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

ของตลาดร้อยปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี นั้น เป็นการสื่อสารสองทาง แบบเป็นทางการ การสสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ สรุปได้ดังนี้

1.1 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดการประชุมสรุปโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ โดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ได้ร่วมประชุมกับเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุ มชนและเมืองน่าอยู่ ผู้บริหารของมูลนิธิชุมชนไท และมีการปรึกษาหารือเพื่อร่วมกันวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก ทั้งนี้ การประชุมดังกล่าวเป็นการประชุมร่วมกับบุคคลภายนอก จึงเป็นการประชุมที่มีลักษณะเป็นทางการ ซึ่งทางคณะกรรมการฯ จะร่วมพูดคุ ย เพื่อปรึกษาหารือกันอย่างอิสรเสรี เนื่องจากมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่ฯ และผู้บริหารของมูลนิธิชุมชนไทในระดับหนึ่งแล้ว ดังนั้นการสื่อสารในสถานการณ์นี้จึงเป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการที่มีปฏิกิริยาตอบโต้มาก

1.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การพูดคุยกลุ่มย่อย เป็นการพบประพูดคุยกันระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ในการประสานการทำงานในการวางแผนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนร่วมกัน จะมีการพูดคุยปรึกษาหารือกันตลอดเวลาทั้งที่เจอกันแบบบังเอิญ หรือการนัดพบปะพูดคุยกัน ซึ่งทางกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จะมีพื้นที่พูดคุยกันประจำทุกวัน คือ บ้านของคณะกรรมการฯท่านหนึ่งในช่วงเวลาค่ำ

- การสนทนาตัวต่อตัว ระหว่างคณะกรรมการฯที่อยู่ในฝ่ายเดียวกัน และต้องการปรึกษาหารือเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกัน

- การใช้โทรศัพท์ในการประสานงาน ในกรณีที่มีเรื่องที่ต้องการคำปรึกษาหารือแต่ไม่สามารถมาพบปะพูดคุยกันได้

2. ด้านการประสานความร่วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการประสานความร่วมมือในการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ประกอ บด้วย การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน และการประสานความร่วมมือกับกลุ่มองค์กรภายนอก โดยมีกระบวนการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

2.1 การประสานความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ กับสมาชิกในชุมชน ประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสารดังนี้

2.1.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดประชุม เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน และขอความร่วมมือสมาชิกในการร่วมกันจัดการชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

การจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และการประสานความสัมพันธ์ที่ดีของชาวชุมชนตลาดสามชุก

2.1.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การจัดกิจกรรม “แชร์ร้อยดวงใจ” เพื่อเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ของชาวสามชุก อีกทั้งยังเป็นเวทีในการพบปะ พูดคุยกัน เกี่ยวกับการดำเนินการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสมาชิกในชุมชนจะได้มาพบปะพูดคุยกันเป็นประจำทุกเดือน
- การพูดคุยกลุ่มย่อย เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการในตลาดสามชุกที่มักจะพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว และหลังจากมีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดสามชุก กลุ่มผู้ประกอบการ จะมีการนัดประชุมพูดคุยกันเป็นกลุ่มย่อยเกี่ยวกับเรื่องของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม หรือเวลามีกิจกรรมอะไรที่ต้องการความร่วมมือจากผู้ประกอบการ ซึ่งการประชุมจะมีตัวแทนผู้ประกอบการมาร่ วมประชุม เนื่องจากผู้ประกอบการบางคนต้องขายของมาร่วมประชุมไม่ได้ และเมื่อประชุมกันแล้วก็จะนำเรื่องไปบอกต่อๆกันไป
- การใช้สื่อบุคคล ในกรณีที่มีการจัดกิจกรรมของชุมชน และได้เชิญชาวชุมชนอื่นๆ ในเขตเทศบาลตำบลสามชุกเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ซึ่งจะใช้วิธีการสื่ อสารผ่านตัวแทนหรือกรรมการชุมชน และให้กรรมการชุมชนไปบอกต่อยังสมาชิกในชุมชนของตนต่อไป

2.1.3 การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นบอร์ดที่ทางคณะกรรมการฯ ใช้สำหรับแจ้งรายชื่อผู้ที่มาติดต่อเข้าเยี่ยมชมและขอดูงานภายในชุมชนที่มาเป็นหมู่คณะ ซึ่งจะเป็นข้อมูลให้กลุ่มผู้ประกอบการและชาวบ้านได้รับรู้ว่า ในแต่ละวันจะมีจำนวนกลุ่มหรือบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมเยียนชุมชนมากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้เตรียมของขายให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ที่เข้ามาเที่ยวชมชุมชน
- การใช้เสียงตามสาย เป็ นการใช้เพื่อประกาศเมื่อมีข้อมูลข่าวสารที่ต้องการแจ้งให้สมาชิกในตลาดสามชุกรับทราบ หรือเมื่อมีการจัดประชุม ก็จะใช้ประกาศเชิญชาวบ้านและผู้ประกอบการเข้าร่วมประชุม ซึ่งการใช้เสียงตามสายของชุมชนตลาดสามชุกครอบคลุมแค่เพียง 4 ซอยในเขตแหล่งท่องเที่ยวตลาดร้อยปีเท่านั้น

2.2. การประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ กับเจ้าหน้าที่ขององค์การที่ให้การสนับสนุน ประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสาร ดังนี้

2.1.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การประชุม ซึ่งเป็นกา รประชุมร่วมกับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไท เพื่อสรุปโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ซึ่งจะมีการประชุมเป็นประจำตามแผนโครงการที่กำหนดไว้ เมื่อถึงเวลาจะมีการประชุมสรุปผลการดำเนินงาน และร่วมกันวางแผนปฏิบัติการในช่วงปีต่อไป ทั้งนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2547 ได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกด้วย
- การจัดกิจกรรม “อบรมเสริมศักยภาพด้านการให้บริการ” โดยได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เข้ามาช่วยสนับสนุนแนะวิธีการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ โดยการจัดการอบรมทางด้านการให้บริการให้แก่มัคคุเทศก์น้อยและผู้ประกอบการในตลาดสามชุก ทั้งนี้เพื่อเสริมศักยภาพในการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- กา รพูดคุยกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นการประสานระหว่างเจ้าหน้าที่โครงการฯกับคณะกรรมการฯ ในการจัดกิจกรรมต่างๆภายในชุมชน และการสนทนาตัวต่อตัว เมื่อมีการพบปะกันโดยบังเอิญหรือต้องการปรึกษาหารือในเรื่องต่างๆ เป็นต้น

3. ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เป็นการสื่อสารระหว่างชาวชุมชนตลาดสามชุกกับกลุ่มสื่อมวลชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจดูงาน ซึ่งมีวิธีการสื่อสารตามรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ได้แก่ รูปแบบการสื่ อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ

จากการศึกษาวิจัย พบว่า การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งประก อบด้วย การสื่อสารระหว่างบุคคล ที่พบคือ การให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชน โดยการให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาดสามชุก จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นต้น จากนั้นสื่อมวลชนจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ไปเผยแพร่ไปยังสาธารณชนต่อไป ทำให้ประชาชนได้รู้จักชุมชนตลาดสามชุกมากยิ่งขึ้น

3.1 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน ในรูปแบบต่างๆ อาทิ โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว การสัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

- การใช้สื่อบุคคล คือ มัคคุเทศก์น้อย ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน เอกลักษณ์ที่สำคัญของชุมชน และพาชมสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน

- การสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นการสื่อสารในลักษณะการแนะนำและเชิญชวนให้เพื่อนหรือญาติพี่น้องให้รู้จักตลาดสามชุก โดยการสื่อสารจากผู้ที่เคยมาเที่ยวชมตลาดสามชุก และนำไปบอกต่อยังกลุ่มคนต่างๆ ที่มีความสนิทคุ้นเคยกัน จากชาวสามชุกไปยังนักท่องเที่ยว จากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว และจากองค์กรไปยังเครือข่าย รวมถึงการรับรู้จาก สื่อมวลชนและแพร่ไปยังสื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ด้วย

3.2 การสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การส่งจดหมายเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานในวันเปิดบ้านเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นการประสานงานกับสื่อมวลชนที่เป็นทางการเพื่อขอความร่วมมือสื่อมวลชนให้เข้าร่วมทำข่าวในวันงานดังกล่าว

3.3 การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดสามชุกผ่านสื่อมวลชน ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้สนใจดูงาน

- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยคณะกรรมการฯ แ ละชาวตลาดสามชุก ได้แก่ การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ การจัดทำหนังสือเผยแพร่ การทำป้ายบอกทางเข้าตลาดสามชุก การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว การใช้เสียงตามสายในการบริการนักท่องเที่ยว เมื่อมีข้อมูลข่าวสารที่ต้องการแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบ เช่น การประกาศเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวและ ผู้เข้ามาเยี่ยมชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดขึ้น เป็นต้น

4. ด้านการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ในการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งมีทั้งปัญหาระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และปัญหาเกี่ยวกับการไล่รื้อบ้านบริเวณที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ในการแก้ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว มีวิธีการสื่อสารดังนี้

4.1 การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ประกอบด้วย

- การประชุมเพื่อปรึกษาหาแนวทางในการดำเนินจัดการปัญหาดังกล่าว ระหว่างชาวชุมชนตลาดสามชุกกับทางกรมธนารักษ์ โดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้ประสานงานไปยังรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาดังกล่าวและมีการจัดประชุมโดยท างรองผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นคนกลางในการประสาน

เชิญทุกฝ่ายเข้ามาร่วมประชุมปรึกษาหารือกัน ประกอบด้วย ตัวแทนชุมชนตลาดสามชุก ตัวแทนกรมธนารักษ์ และมีนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกร่วมรับรู้ด้วย

- การจัดเวทีเสวนา “สามชุก อนาคตอยู่กับใคร” เพื่อเป็นเวทีกลางในการร่วมพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาความเป็นอยู่ของชาวชุมชนตลาดสามชุก โดยเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องได้แก่ รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี ตัวแทนจากกรมธนารักษ์ นักวิชาการด้านการอนุรักษ์ ในการร่วมกันหาแนวทางแก้ปัญหาของชาวตลาดสามชุก ซึ่งการจัดเวทีเสวนาเป็นการเปิดเ วทีให้ชาวบ้านและผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงาน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าร่วมรับฟัง และแสดงความคิดเห็นได้ เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกในการดำเนินการพัฒนาชุมชนต่อไป

- การจัดประชุมเชิงสัมมนานอกสถานที่ ในการแก้ปัญหาระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ในการประชุมเป็นการเปิดโอกาสให้คณะกรรมการฯทุกคนได้ถ่ายทอดความรู้สึกในการดำเนินงานที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน เพื่อให้ทุกคนรู้สึกสบายใจและร่วมกันดำเนินการจัดการชุมชน ให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดกันต่อไป

4.2 การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย

- การพูดคุยกลุ่มย่อย ระหว่างคณะกรรมการฯในการจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนนั้นๆ หรือบางครั้งทางคณะกรรมการมีปัญหากับทางผู้ประกอบการ ก็จะมีการร่วมพูดคุยกันในลักษณะประนีประนอมกัน เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายปรับความเข้าใจกันและร่วมกันดำเนินการจั ดการพัฒนาชุมชนต่อไป

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

โดยสรุปจากการวิจัย พบว่า ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน ดังนี้

1. มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน โดยมีการวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

2. มีการกำหนดวิ ธีการที่ต้องการให้มีการติดตามประเมินผล ได้แก่ การเสนอให้มีตัวแทนจากชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก ที่เป็นกรรมการเข้าไปตรวจสอบในการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ และได้รับผลประโยชน์จากการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนทั้งโดยส่ วนตัว คือ รายได้ที่ได้จากการขายของในตลาดสามชุก และโดยส่วนรวม คือ ชุมชนในตลาดสามชุกได้รับการพัฒนาในทุกๆ ด้าน เช่น ทางเศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

3. มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัดขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมกับกลุ่มผู้นำชุมชน คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯในเรื่ องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน เพื่อระดมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะให้โครงการมีความเหมาะสมและรอบคอบยิ่งขึ้น

4. มีการเข้าร่วมกิจกรรมในการไปศึกษาดูงานและเข้าร่วมการจัดเวทีสาธารณะ เพื่อเสนอความคิดเห็นในทุก ๆ ด้าน

5. มีการเข้าร่วมใน การจัดสรรรายได้ของชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีขึ้น

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย อันประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- พัฒนาการของชุมชนใน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

- กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

- การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมี ส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

พัฒนาการของชุมชนใน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในการดำเนินการของชุมชนตลาดสามชุก เพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นผลสืบเนื่องจากแนวทางการพัฒนาชุมชน หลังจากที่ชุมชนประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมจึงทำให้สมาชิกเกิดการรวมตัว และร่วมกันวางแผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการ ชาวบ้านใน ตลาดสามชุก มีอาชีพ มีรายได้ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยตั้งมั่นอยู่บนแนวคิดของการอนุรักษ์สภาพและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนไว้ ทำให้ชาวชุมชนได้ตระหนักเห็นคุณค่าของชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ และได้ร่วมกันดำเนินการจัดการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ของชุมชนมาจนถึงปัจจุบัน

ในการนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาการของชุมชนตลาดสามชุก เพื่อให้รับทราบและเป็นแนวทางในการ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของการพัฒนาชุมชน จนกระทั่งถึงระยะการจัดการท่องเ ที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก

จากการศึกษาวิจัยข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพัฒนาการของชุมชน ผู้วิจัย พบว่า ชุมชนตลาดสามชุก ได้เริ่มก่อตัวในการพัฒนาชุมชน เมื่อประมาณ พ .ศ. 2543 ซึ่งขณะนั้นชุมชนประสบปัญหาอยู่ 2 ประการ คือ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ และปัญหาการไล่รื้อบ้านเรือน นแถวไม้ในที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์ ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของชาว ตลาดสามชุก ดังนั้น ชาวบ้านจึงเกิดการรวมตัวกันขึ้น เพื่อร่วมกันคิดหาแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Scott Peck (1987) ที่กล่าวว่า การรวมตัวของคนในชุมชนนั้นจะเกิดขึ้น เมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน หรือคนในชุมชนเห็นปัญหาร่วมกันในชุมชนแล้ว จึงรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยมีนายกเทศมนตรีตำบลสามชุก คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือชาวบ้านที่กำลังเดือดร้อน และมีการจับกลุ่มพูดคุยกันอย่าง ต่อเนื่อง จากสถานการณ์ขณะนั้นชาวตลาดสามชุกได้มีความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย และยังไม่สามารถหาข้อยุติของปัญหาได้

จนกระทั่ง ได้มีบุคคลภายนอกเข้ามาให้ความช่วยเหลือ คือ ดร .สมเกียรติ อ่อนวิมล ซึ่งเป็นคนสามชุก และดำรงตำแหน่งสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสุพรรณบุรีในสมัยนั้น ดร.สมเกียรติ ได้ให้ข้อคิด และจุดประกายชาวชุมชน ตลาดสามชุก เห็นคุณค่าของความเป็นชุมชนเก่าแก่มีอาคารบ้านเรือนแถวไม้ที่ตกแต่งด้วยลวดลายสถาปัตยกรรมโบราณที่หาดูได้ยาก และได้เสนอให้ชาวชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ไว้ และเสนอให้มีการตั้งคณะกรรมการพัฒนา ตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นมาเป็นแกนนำในการดำเนินงาน ซึ่งตรงนี้ถือได้ว่า ชาวชุมชน ตลาดสามชุก ได้เริ่มรวมตัวกันในการพัฒนาชุมชนโดยได้รับแรงจูงใจจากบุคคลภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาของประชาคมย่านบางลำพู ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ ประสบปัญหาการไล่รื้อที่เช่าของราชพัสดุ กรมธนารักษ์เช่นกัน และได้รับการสนับสนุนจากบุคคลภายนอก คือ บางกอกฟอรั่ม เป็นผู้จุดประกายในการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อการฟื้นฟูชุมชนและดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ฟื้นฟูชุมชนเช่นเดียวกัน

ในการดำเนินงานใ นช่วงแรก ๆ นั้น คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ได้ร่วมกันคิดวางแผนการดำเนินงาน และได้จัดโครงสร้างองค์การ แบ่งสายการทำงานอย่างชัดเจนในรูปแบบขององค์การประชาชน โดยมุ่งเป้าหมายหลัก คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนให้กลับมาเป็นตลาดที่มีชีวิตอีกครั้ง ซึ่งสอด คล้องกับแนวคิดของ ดิเรก เต็งจำรูญ (อ้างถึงในสุรีรัตน์ กฤษณะรังสรรค์, 2540 : 9) ที่กล่าวว่า การรวมพลังประชาชน จัดตั้งเป็นองค์การประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ชุมชนด้วยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันคิดปรึกษาหารือวางแผนและร่วมลงมือกระทำ จนกระทั่งถึงสิ่งสุดท้าย คือ การได้รับการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนั้นด้วย

ในการวางแผนร่วมกันของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ในระยะแรกนี้ มีการคิดกิจกรรมในการสร้างการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนด้วยการจัดงาน "อาหารอร่อยดีที่สามชุก" ในช่วงวันปีใหม่ ปลายปี พ .ศ. 2544 ซึ่งนับเป็นกิจกรรมแรกที่สามารถดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ คือ สามชุกมีอาหารอร่อย เป็นตัวสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เวทินี สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า ในการพัฒนาย่านบางลำพู มีการนำแนวคิดในการรวมตัวกันในการฟื้นฟูชุมชน และดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมโดยใช้วัฒนธรรมที่สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนเป็นสื่อ และสร้างกิจกรรมสนุก ๆ ให้คนในพื้นที่ได้ออกมามีส่วนร่วมให้มากที่สุด

ต่อมาในระยะการดำเนินกา รพัฒนา ชาวชุมชนตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากองค์การภายนอก คือ มูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามาจัดทำโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ เนื่องจากเห็นศักยภาพของชุมชน ที่มีแกนนำในการดำเนินงานที่ชัดเจนและเข้มแข็งแล้ว และเลือกชุมชนตลาดสามชุก เป็นโครงการนำร่องในการสร้างเมืองน่าอยู่ โดยมีเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไทเข้ามาเป็นที่ปรึกษาเปรียบเสมือนเป็นพี่เลี้ยงในการเสนอแนะแนวทางการทำงานในการพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตุเวทิน (2542) ที่พบว่า การพัฒนาย่างบางลำพู ที่มีบางกอกฟอรั่มที่มีบทบาทเสมือนเจ้าหน้าที่ พัฒนาที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานแต่ละฝ่ายให้เข้ามาร่วมทำความเข้าใจร่วมกัน

ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนของชุมชนตลาดสามชุก ได้มีองค์การภายนอกเข้ามาให้การสนับสนุน ในทิศทางของการประสานความร่วมมือกันพัฒนาชุมชนให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชน โดยการดำเนินงานขององค์ก ารภายนอกไม่ได้เข้ามากำหนดนโยบายให้ชุมชนทำตามความต้องการขององค์กร หากแต่มาช่วยหนุนเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จรัญญา วงษ์พรหม (2536) ที่กล่าวว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation for Development) เป็นกระบวนการของการมีส่วนร่วมที่มิได้ขึ้นอยู่กับการริเริ่ม หรือวางแผนโดยภาครัฐ เหมือนในอดีตแล้ว แต่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเอง ซึ่งความสำเร็จที่จะได้รับอยู่ที่ประชาชนในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างเป็นอิสระเน้นการทำงานในรูปกลุ่มหรือองค์กรชุ มชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน ทั้งนี้พลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานพัฒนาต่าง ๆ บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

ทั้งนี้ รูปแบบการพัฒนาชุมชนตามแนวทางการพัฒนาของมูลนิธิชุมชนไท ต้องการมุ่งเน้นให้ชาวชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน โด ยมีการเสนอให้มีการจัดเวทีประชาคม เพื่อระดมความคิดเห็นของชาวชุมชนในการร่วมกันพัฒนาตลาดสามชุก ซึ่งเป็นการ

สื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยประชาชนในชุมชนจะร่วมกันพิจารณา ค้นหาปัญหาสิ่งที่ชุมชนประสบอยู่ และค้นหาความต้องการของชุมชนที่ต้องการให้ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปในท างที่ดีขึ้น จากนั้นจึงร่วมมือกันวางแผนการจัดการกับปัญหา หรือ ดำเนินการตามความต้องการของชุมชน โดยมีการตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ White (1982) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนจะสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนตั้งแต่การร่วมกันค้นหา วิเคราะห์ส ภาพปัญหาในท้องถิ่น และร่วมกันตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม มีการวางแผนดำเนินกิจกรรมการพัฒนาและติดตามประเมินผลของกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งขั้นตอนที่สำคัญของการมีส่วนร่วม และเป็นการแสดงการมีส่วนร่วมที่แท้จริง คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

นอกจากนี้ ในการจัดเวทีประชาคม ยังเป็นการสร้างช่องทางในการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พบปะพูดคุยกันถึงประเด็นปัญหาต่าง ๆ และร่วมกันคิด ตัดสินใจ ในการหาแนวทางแก้ปัญหาของชุมชนร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Robert Putmam (อ้างถึงในฐิติวุฒิ เสนาคำ, 2540) ที่พบว่า องค์ประกอ บอย่างหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คือ การมีช่องทางการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พูดคุยถึงปัญหาร่วมกันทั้งในรูปแบบของการพูดคุยที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) พบว่า จุดเด่นในการ รวมตัวของประชาชนย่านบางลำพู คือ การสร้างช่องทางเพื่อให้บุคคลได้เข้ามาพบปะ พูดคุยกันจนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และดำเนินกิจกรรมร่วมกันในที่สุด

ในการดำเนินการพัฒนาชุมชน ตลาดสามชุก ในระยะที่ 2 นั้น ชาวชุมชนตลาดสามชุกโดยมีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์เป็นแกนนำ ได้มองเห็นศักยภาพของชุมชน ในการกำหนดแนวทางในการฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ การพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนเป็นตลาดเก่าแก่ ที่มีอายุกว่า 100 ปี และยังคงรักษาสภาพบ้านเรือนที่เป็นบ้านไม้ และมีลวดลายทางสถาปัตยกรรมที่งดงาม อีกทั้งชาวตลาดยังคง

สำหรับการดำเนินการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวนั้น ส่วนหนึ่งได้ รับแนวคิดจากบุคคลภายนอก คือ สุรพล จินดาอินทร์ ผู้มีบทบาทในการชักชวนให้ชาวชุมชนร่วมกั นพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ซึ่ง สุรพลได้ แนะนำสถานที่ดูงาน คือ บ้านพิพิธภัณฑ์ของ อาจารย์อเนก นา วิกลูล ที่พุทธมณฑล และหลังจากนั้นทาง พงษ์วิน นายกเทศมนตรีฯ และประธานคณะกรรมการฯ พร้อมด้วยชาว ตลาดสามชุก ได้เดินทางไปเยี่ยมชม และได้รับแนวคิดของการจัดทำบ้านพิพิธภัณฑ์นั้น เนื่องจากจัดบ้านพิพิธภัณฑ์ของอาจารย์อเนก ซึ่งประกอบด้วยสภาพของชุมชนเมือง ในยุคเมื่อ 60 ปีที่ผ่านมา มีร้า นค้า สถานที่ราชการต่าง ๆ ซึ่ง พงษ์วิน และคณะ ได้มีความเห็นร่วมกันว่า ร้านค้าในบ้านพิพิธภัณฑ์ ของอาจารย์อเนก ที่ตลาดสามชุกก็ยังคงมีให้เห็นอยู่ จึงมีแนวคิดในการจัดทำ บ้าน

พิพิธภัณฑ์ อีกทั้ง ยังได้ได้พิจารณาเห็นว่า ในชุมชนมีบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ ซึ่ งเป็นบ้านไม้ 3 ชั้น ที่มีการตกแต่งทางด้านสถาปัตยกรรมที่งดงาม ดังนั้น ทางคณะกรรมการพัฒนา ตลาดสามชุก เชิงอนุรักษ์ จึงนำความคิดมาปรึกษากับชาวบ้านเพื่อขอความคิดเห็น และเมื่อชาวบ้านเห็นด้วย จึงได้เริ่มดำเนินการจัดทำพิพิธภัณฑ์ในชุมชน ตลาดสามชุก โดยมีเป้าหมาย คือ เพื่ อเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนเพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์เป็นแกนนำ และร่วมทำงานประสานงานกับเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ของมูลนิธิชุมชนไทอยู่ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิชุมชนไท ได้ช่วยเป็นที่ปรึกษา สร้างความรู้ ความเข้าใจ ในรูปแบบของการสนับสนุนกิจกรรมของทางชุมชน รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาชุมชนด้วย

ในการนี้ เจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ของมูลนิธิชุมชนไ ท เปรียบได้กับเจ้าหน้าที่พัฒนา ที่เข้ามาสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการประสานงานร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ร่วมกัน คือ การทำให้เมืองน่าอยู่ขึ้น ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Roger (1983) กล่าวว่า การ สื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนากับกลุ่มเป้าหมายจะมีประสิทธิภาพ เมื่อพวกเขามีความคล้ายคลึงกัน เช่น ทัศนคติ การศึกษา ค่านิยม ฯลฯ ดังนั้น จึงเป็นจุดเริ่มของการรวมตัวของคนในตลาด จากนั้นได้มีการเชื่อมโยงคนในชุมชน เพื่อหาเครือข่ายความร่วมมือ โดยการหาแนวร่วมจากการ ใช้ “ตัวเชื่อม” ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน คือ กลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ซึ่งเป็นเสมือนผู้นำทางความคิด จากนั้นได้ประสานทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้นำชุมชน ก่อนที่จะให้กลุ่มผู้นำชุมชนนำความรู้ที่ได้รับไปกระตุ้นความสนใจของคนในชุมชนต่อไป ทั้งนี้ การสื่อสารโดยผ่านคนภายในชุมชนที่เป็นที่เคารพ ศรัทธาของคนในชุมชน จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจะรับรู้ได้ดีกว่าการรับรู้ข่าวสารจากองค์การภายนอกโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) ที่มีราษฎรอาวุโส และกรรมการชุมชน เป็นเสมือนผู้นำทางความ คิดของชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการก่อตัวของกลุ่ม โดยผู้นำจะทำหน้าที่กระตุ้นความสนใจของคนในย่า น ซึ่งสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับคนในย่านได้ดีกว่าองค์การภายนอก อย่างบางกอกฟอรั่ม

นอกจากนี้ ในช่วงที่ชุมชนกำลังดำเนินการพัฒนาชุมชน โดยการปรับปรุงซ่อมแซมอาคารบ้านขุนจำนงจีนารักษ์ เพื่อปรับเป็นบ้าน พิพิธภัณฑ์ ทางเจ้าหน้าที่โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ได้ประสานงานให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ และชาวตลาดสามชุก ได้ไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้ชาวตลาดสามชุกได้เห็นตัวอย่างการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันทางมูลนิธิชุมชนไท ยังได้ประสานนักวิชาการเข้ามาสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ชาวชุมชนตลาดสามชุก และได้พาชาวตลาดสามชุก ไปศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้

กับชุมชนอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก ในการนี้ การได้สัมผัสกับสังคมภายนอกเป็นการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ กับบุคคลภายนอก ก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Thomas E.Harris (1993) ที่กล่าวว่า การพบปะพูดคุยกันเป็นครั้งคราวระหว่างบุคคลภายในและบุคคลภายนอกชุมชนจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า บางกอกฟอรั่ม มีส่วนในการเชื่อมโยง อาจารย์และนักวิชาการต่าง ๆ มาร่วมดำเนินกิจกรรมกับประชาคม และการร่วมกันระดมสมอง และให้คำปรึกษาจากอาจารย์ นักวิชาการและหน่วยงานพัฒนาเอกชนในการดำเนินกิจกรรม นอกจากนี้ ยังใช้เครือข่ายในการสื่อสารนี้ในการประสานขอความช่วยเหลือในเรื่องของงบประมาณ และความสะดวกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตพระนคร และกรุงเทพมหานคร แต่ทั้งนี้ ในการพัฒนาชุมชนตลาดสามชุก ได้มีการใช้เครือข่ายการสื่อสารจากมูลนิธิชุมชนไทเช่นเดียวกัน แต่เป็นการประสานความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในโครงการปฏิบัติชุมชนและเมืองน่าอยู่ ทำให้แต่ละชุมชนได้รู้จักกัน และร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่ง กันและกัน ทั้งนี้ ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ทำให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นที่รู้จั กมากขึ้นด้วย และเมื่อชุมชนอื่น ๆ มีการเยี่ยมเยียนชุมชนตลาดสามชุก ส่งผลให้เศรษฐกิจของชาวตลาดสามชุกดีขึ้นด้วย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ชาว ตลาดสามชุก ได้รับการสนับสนุนจากการท่ องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน ตลาดสามชุก จากการจัดทำหนังสือคู่มือการ ท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “Family Fun One Day Trip” และได้เผยแพร่เรื่องราวของชุมชน ตลาดสามชุก ลงในหนังสือคู่มือการ ท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” สายกรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี เพื่อแจกจ่ายให้แก่ประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังได้ใช้สถานที่ภายในชุมชนตลาดสามชุก เป็นที่จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือดังกล่าวด้วย นับว่าเป็นการช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้เป็นสถานที่ ท่องเที่ยวชุมชนตลาดสามชุก และมีการเชิญสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าว ซึ่งได้สร้างชื่อเสียง ให้แก่ชุมชน ตลาดสามชุกในเวลาต่อมา

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัย พบว่า ก่อนหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะเข้ามาดำเนินการจัดโครงการจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “วันเดียวเที่ยวสนุก” หรือ “One Day Trip” นั้น ทางชุมชนตลาดสามชุก ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในสมาชิกของชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่แล้ว ซึ่งได้มีการประสานความร่วมมือกันมาอย่างต่อเนื่อง เกี่ยวกับการกำหนดแผนการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ใน การนี้ เป็นที่สังเกตได้ว่า รูปแบบของการ

พัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่ระบุว่า หัวใจอยู่ที่การพัฒนา มีคนเป็นศูนย์กลาง และให้เป็นการพัฒนาที่ก่อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ โดยไม่ขัดแย้งหรือทำลายสภาพแวดล้อม ตลอดจนสังคมท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญของการจัดการระดับท้องถิ่น เพราะคนในท้องถิ่นเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนา และเป็นผู้มีส่วนในการดูแลบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม จึงควรสนับสนุนให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาภูมิศาสตร์ , 2541: 4) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ที่ได้กล่าวสรุปว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการให้โอกาสแก่สมาชิกของชุมชนท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน ในการเข้าร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยถือเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมในฐานะเจ้าหน้าที่หรือนักวางแผน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และเข้าร่วมประชุมตัดสินใจในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องฟังความคิดเห็น ปัญหา และความต้องการของชุมชนท้องถิ่นด้วย เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการวางแผนกำกับดูแล ควบคุมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ เกิดความรัก ความหวงแหนและสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนจึงต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ในการนี้ การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ก็ได้รับโอกาสในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการของชุมชนเอง โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทุกขั้นตอน ตั้งแต่การค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว และสาเหตุแห่งปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน ตามด้วยการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ตั้งแต่ร่วมกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถแก้ไขหรือลดปัญหาของชุมชน และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวที่สามารถแก้ไขหรือลดปัญหาของชุมชน ในที่นี้ คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชน ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และมีกระบวนการการตัดสินใจใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกันด้วย ทั้งนี้ ภายใต้การดำเนินงาน ชาวตลาดสามชุกได้รับการสนับสนุนจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค ที่ให้การสนับสนุนในการร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้มี

ประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนการเผยแพร่และประชาสัมพัน ธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542)

ในการนี้ เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก เริ่มเป็นรูปธรรมแล้ว หลังจากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้การสนับสนุนเผยแพร่และประชาสัม พันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว และสื่อต่าง ๆ ขององค์การ ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางขึ้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ จึงร่วมกันดำเนินการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งการเรียนรู้ขึ้นอยู่เป็นรูป ธรรม เพื่อเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้สนใจศึกษาดูงาน ที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ที่มากขึ้นตามลำดับ ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากมูลนิธิชุมชนไท

กระบวนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาวิ จัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า สมาชิกของชุมชนตลาดสามชุกมีการสื่อสารที่เป็นกระบวนการในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย การสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ , การสื่อสารสองทา งแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อาทิ งานวิจัยของนพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมช น” คีรีวง นริศรา นงนุช (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ” และงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ที่ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” รวมถึงงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ อาทิ งานวิจัยของอริสรา ธนูแผลง (2544) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการบริการจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132” เวทินี สตะเวทิน (2542) ศึกษาประเด็น “กลไกการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู ” ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ” และงานวิจัยของ กุลนรี แนวพนิช (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการจัดการโครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี” ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมานี้ พบว่า มีการใช้รูปแบบการสื่อสารในการ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน และการจัดการชุมชนด้านต่าง ๆ ในรูปแบบและวิธีการการสื่อสารที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก แต่จะมีการใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป

ในการนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลการศึกษาผลการศึกษาวิจัย การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก ในสถานการณ์ ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านวางแผนในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ด้านการประสานความร่ วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และ ด้านในการแก้ปัญหา และอุปสรรคในในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชน โดยเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น ๆ ดังนี้

1. ด้านวางแผนในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการวางแผน ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก ถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญและหน้าที่หลักในการดำเนินการ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชนให้เป็นไปในทางที่ ดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Windalh และคณะ (1922) ที่กล่าวว่า การจัดการที่ดี ควรดีทั้งองค์การ ระบบ และประสิทธิภาพของคน จากการศึกษา การสื่อสารใน รูปแบบการสื่อสารในสถานการณ์วางแผน ในการ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ มีการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ โดยมีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นในการวางแผนปฏิบัติการ ในการ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชน แล้วตามด้วยการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประก อบด้วย การพูดคุยกลุ่มย่อย การสนทนาตัวต่อตัว และการใช้โทรศัพท์ เพื่อประสานความร่วมมือกันในการดำเนินการจัดการให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการต่าง ๆ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มคณะกรรมการฯ มีการพบปะพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันในช่วงค่ำ ที่บ้านของคณะกรรมการฯ ท่านหนึ่ง ซึ่งมี การพูดคุยทั้งเรื่องของอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเรื่องส่วนตัวต่าง ๆ เนื่องจากกลุ่มคณะกรรมการฯ มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ในลักษณะความเป็นเพื่อน ที่สามารถพูดคุยกันได้ทุกเรื่อง ซึ่งในการสื่อสารตามรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการนี้ พบว่า เป็นการสื่ อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการการพัฒนา ตลาดสามชุกฯ ซึ่งมีตำแหน่งที่เสมอกัน มีความสัมพันธ์ส่วนตัวในลักษณะของความเป็นเพื่อน ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกัน และก่อให้เกิดคว ามสัมพันธ์ใกล้ชิดในการร่วมกันวางแผนและดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา ธนูแผลง (2544) ที่ศึกษา รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะของชุมชนวัดกลางนั้น พบว่า คณะกรรมการบริหารธนาคารขยะใช้การสื่อสารตามแน วราบเพื่อช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิด ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกอันนำมาซึ่งการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งธนาคารขยะชุมชน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปริรัมย์ (2548) ศึกษาประเด็น "รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม" พบว่า รูปแบบการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอยหวาย เป็นการสื่อสารกันแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งคณะกรรมการฯ จะจับกลุ่มพูดคุยกันตามพื้นที่ต่าง ๆ ในชุมชน ในประเด็นเกี่ยวกับการร่วมกันจัดระเบียบตลาด การแบ่งหน้าที่กันทำงาน และประเด็นการประชุมครั้งต่อไป

2. ด้านการประสานความร่วมมือในการ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว

หลังจากที่มีการวางแผน ในการ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกแล้ว คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะนำแผนปฏิบัติการนั้นไปดำเนินการ โดยการประสานความร่วมมือกับกลุ่มคนต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อร่วมกันดำเนินการ ในการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัย ขอแบ่งการอภิปรายผลออก เป็น 2 กลุ่ม คือ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกกับสมาชิกในชุมชน และการสื่อสารระหว่างชาวตลาดสามชุกกับกลุ่มบุคคลภายนอก ดังนี้

การประสาน ความร่วมมือกับสมาชิกภายในชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ กับกลุ่มสมาชิกในชุมชน ประกอบด้ วย ชาวบ้านผู้ประกอบการ โดยเริ่มจากการใช้ การสื่อสารใน รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ โดยการจัดประชุม เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับ การดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งในการประสานงานกับสมา ชิกในชุมชน ทางคณะกรรมการฯ ต้องการให้สมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเออวิล วิลเลี่ยม (อ้างถึงในสุเมธ ทรายแก้ว, 2536: 14) พบว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่ว นเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง

ผลการวิจัย พบว่า ในการประชุมสมาชิกของชุมชน คุณพงษ์วิน ประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ จะเป็นตัวแทนกลุ่ม ในการนำเสนอแผนปฏิบัติ ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เพื่อเป็นการให้ ข้อมูลกับสมาชิกในชุมชนได้รับทราบถึงแผน ในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชนที่จะต้องนำไปปฏิบัติก่อน แล้วจึงเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย ในประเด็นที่เห็นสมควร และไม่เห็นสมควร ซึ่งมีสมาชิกในชุมชนบางส่วนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นที่แปลกแยกออกไป แ ละมีการพูดคุยเพื่อหาข้อสรุปกัน แต่บางส่วนก็ได้คล้อยตามไปกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่

ยอมรับและพร้อมใจกันปฏิบัติตามแผนในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว นั้นเป็นอย่างดี

จากการพิจารณาพบว่า การสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ที่ใช้ในการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุ มชน มีการผสมผสานกันระหว่าง การสื่อสารตามแนวดิ่งจากบนลงล่าง (Top – down Communication) ในประเด็นที่ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ได้มีการวางแผนปฏิบัติการในการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว จึงนำแผนนั้นไปขอความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน แต่ในขณะเดียวกัน คณะกรรมการฯ ก็ไม่ได้ใช้แผนปฏิบัติการนั้นบังคับให้สมาชิกในชุมชนปฏิบัติตามเลยทีเดียว แต่หากมีการใช้วิธีการจัดประชุม เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมตั ดสินใจก่อนนำแผนปฏิบัติการนั้นไปใช้ ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ที่พบว่า สมาชิกของชุมชนตลาดน้ำดอนหวายได้เข้าร่วมในขั้นตอนของการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผนเพียงส่วนเดี ยว โดยการจัดประชุมสมาชิกในชุมชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากคณะกรรมการฯ และนำไปปฏิบัติตามข้อสรุปของที่ประชุมเท่านั้น มิได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจแต่อย่างใด ทั้งนี้ จึงเป็นการสื่อสารตามแนวดิ่ง จากบนลงล่าง (Top – down Communication) ในลักษณะของการสั่งการให้ต้อง กระทำตามด้วย

จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า ในการสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในชุมชน ประกอบด้วยการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการฯ กับสมาชิกในชุมชน และการสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชนนั้น มีการใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (two - way Communication) ที่มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ (informal Communication) ในลักษณะการสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อการประสานงานกับสมาชิกในชุมชนในลักษณะของความเป็นกันเอง เพื่อขอความร่วมมือในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ที่สมาชิกในชุมชนทุกคนสามารถร่ วมแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ (2539) ที่พบว่า การสื่อสารสองทางที่มีลักษณะแนวนอน เป็นการสื่อสารที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อที่จะเรียนรู้หาความเข้าใจและความหมายร่วมกัน ทำให้การสื่อสารมีลักษณะที่บ่งบอ กถึงความเสมอภาค การเคารพศักดิ์ศรีของกันและกัน ทั้งนี้ ผลจากการสื่อสารทำให้ชาวตลาดสามชุก มีความเข้าใจที่ตรงกัน และพร้อมใจกันปฏิบัติตามแผนที่ได้ตัดสินใจร่วมกัน

ในด้าน การประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน มี การสื่อสารใน รูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ” ที่พบว่า ในการกระตุ้น

ความร่วมมือผู้ประกับการภายในชุมชน พบว่า มีการใช้การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ในการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น และการขอความร่วมมือในการรักษาความสะอาด การต้อนรับบุคคลสำคัญ และหาเงินกองกลางของชุมชน และการใช้การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ในการพูดคุยกันโดยตรงแบบเผชิญหน้ากัน โดยผู้นำชุมชนได้เดินตรวจตลาดเพื่อพบปะพูดคุยกับผู้ประกอบการ ซึ่งมี ทั้งการพูดกล่าวตักเตือนในกรณีที่ผู้ประกอบการทำผิด และการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมภายในชุมชน ในลักษณะของการจัดงานประจำปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชาวสามชุก อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและการดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมในช่วงวันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันไหว้พระจันทร์ เป็นต้น ซึ่งได้ผลตอบรับจากการจัดกิจกรรมนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากสมาชิกในชุมชน พร้อมที่จะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ สำหรับการจัดกิจกรรมในรูปของงานประจำปีของชุมชนเป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ เนื่องจากในการจัดกิจกรรมของชุมชน เป็นการประสานความร่วมมือกับบุคคลหลายฝ่าย มีการวางแผนการดำเนินงาน มีการจัดทำเป็นโครงการแบบเป็นลายลักษณ์อักษร ดังจะเห็นได้จากการจัดงานมหกรรมอาหารอร่อยดีที่สามชุกในช่วงปีใหม่ ได้มีการออกหนังสือแต่งตั้งคณะกรรมการฯ แบ่งฝ่ายการทำงาน และมีการประสานความร่วมมือชาวสามชุกในการร่วมนำอาหารมาจำหน่ายในชุมชน และประสานความร่วมมือกับองค์การภายนอกในการขอรับการสนับสนุนทางด้านต่าง ๆ

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

การสื่อสารด้วยวิธีการจัดกิจกรรม เป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วม ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการให้คนในชุมชนได้มีการพบปะ พูดคุยกัน ทำความรู้จักกันมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Robert Putnam (อ้างถึงใน ฐิรวุฒิ เสนาคำ, 2540) กล่าวว่า องค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันดำเ นินกิจกรรมของคนในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คือ การมีช่องทางการสื่อสารให้คนในชุมชนได้พูดคุยถึงปัญหาร่วมกันทั้งในรูปแบบของการพูดคุยที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ซึ่งการจัดกิจกรรมเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในการ

พัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกั บงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า ในการรวมตัวของประชาชนในย่างบางลำพู มีการสร้างช่องทางเพื่อให้บุคคลได้เข้ามาพบปะ พูดคุยกัน จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกันในที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ” พบว่า ชุมชนตลิ่งชัน มีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญประจำปี อย่างวันลอยกระทง และวันสงกรานต์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งของประชาคม เพราะในการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ทำให้สมาชิกมีการรวมกลุ่มเพื่ อพูดคุยสื่อสารกันและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ก่อให้เกิดความร่วมมือและเข้าใจอันดีตลอดจนทำให้การรวมกลุ่มสมาชิกในความเหนียวแน่นด้วย

จากการพิจารณา ผลตอบรับจากการจัดกิจกรรมของชุมชนตลาดสามชุกนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากสมาชิกในชุมชน พร้อมที่จะใ ห้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “Community By Design” ของ Scott Peck (1997) ที่กล่าวว่า ชุมชนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริง สามารถเกิดขึ้นได้จากการร่วมกันสร้างสรรค์ของคนในชุมชนได้ โดยผ่านการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ซึ่งอาจจะเกิดจากการทำกิจกรรมร่วมกัน และให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมนั้น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชาวชุมชนเกิดความสนใจและตื่นตัวเข้าร่วม และได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉันทัส เพียรธรรม (2542) ที่กล่าวว่า การจัดกิจกรรมง่าย ๆ เช่น การจัดการสังสรรค์ในชุมชน จะเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีความสุขร่วมกัน และเกิดอารมณ์ที่จะสนทนาร่วมกันระหว่างเพื่อนบ้าน จากที่ปกติไม่เคยมีการพูดคุยกัน จนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อการร่วมกิจกรรมของชุมชน และเต็มใจที่จะเข้าร่วมในที่สุด

นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อบุคคล ในการขอความร่วมมื อกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในชุมชนประกอบด้วย การประสานงานกับโรงเรียน โดยมีอาจารย์สมเกียรติ กู้เกียรติภูมิ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลสมเด็จพระวันรัต หนึ่งในคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ เป็นผู้ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับครู อาจารย์ และเด็กนักเรียน ในก ารสรรหาเด็กนักเรียนเข้าร่วมอบรมเป็นมัคคุเทศน้อย การประสานความร่วมมือกับเทศบาล และอำเภอ ในเรื่องการจัดภูมิทัศน์บริเวณหน้าอำเภอ และการเตรียมสถานที่จอดรถให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีคุณพงษ์วิน และคณะกรรมการฯที่เป็นสมาชิกสภาเทศบาลตำบลสามชุก เป็นผู้เจรจาของความร่วม มือ ซึ่งมีความสนิทคุ้นเคย และมีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการโดยการพบปะพูดคุยกันโดยตรง เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า บุคคลทั้ง 2 เป็นบุคคลที่มีความคุ้นเคยกับหน่วยงาน และได้รับความเคารพนับถือ ทำให้การสื่อสารในการเจรจาขอความร่วมมือเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ” พบว่า ในสถานการณ์ที่มีความ

ขัดแย้งระหว่างผู้ค้าตลาดน้ำกับนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เป็น ผู้ทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยประนีประนอม เนื่องจากเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยและได้รับความเคารพนับถือจากผู้ค้าทุกคนในตลาดน้ำตลิ่งชัน

นอกจากนี้ ยังมีการสนทนาตัวต่อตัว หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการฯ และสมาชิกในชุมชน ซึ่งจะมีการพบปะพูดคุย กันเป็นประจำ ตามโอกาสต่าง ๆ อาทิ การเดินจ่ายตลาดของผู้นำชุมชน ก็จะกล่าวทักทายผู้ประกอบการไปด้วย จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า ผู้นำชุมชน จะพูดคุยกับผู้ประกอบการเกี่ยวกับรสชาติของอาหาร หรือขนม โดยการติติง และแนะนำให้ผู้ประกอบการลองทำตามวิธีของผู้นำ ซึ่งแสดง ให้เห็นว่า ผู้นำชุมชนเอาใจใส่การประกอบอาชีพของสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างดี ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ เป็นการสื่อสารสองทางโดยตรง มีลักษณะการสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลตอบรับสองฝ่ายได้รวดเร็ว ซึ่ งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ศึกษาประเด็น “รูปแบบการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดรินน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ” ที่พบว่า ผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ใช้วิธีการสื่อสารด้วยการเดินตลาด เพื่อพบปะพูดคุยกับผู้ประกอบการในตลาด แบบตัวต่อตัว ซึ่งทั้งสองสามารถสลับบทบาทเป็นผู้ส่งและผู้รับ และเป็นไปตาม Lazarsfele and Menzel (1986 : 97) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัวก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิ ดให้ง่ายขึ้น การพูดคุย อย่างเห็นหน้าค่าตาในแง่จิตวิทยาแล้ว ทำให้ผู้รับสาร มีความรู้สึกว่า ตนได้รับรางวัลทันที อย่างน้อยที่สุดก็คือ ในด้านการแสดงความคิดเห็นของตนเองต่อผู้พูด นอกจากนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคล ยังเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ย นแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนาได้ ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่า เนื้อหาที่สนทนากัน ได้รับการต่อต้านจากผู้สนทนา

สำหรับรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ที่พบในการประสานความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน ได้แก่ การใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่ อผู้ติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน พร้อมบอกวันเวลา และจำนวนคน ซึ่งเป็นบอร์ดที่ใช้สำหรับแจ้งให้สมาชิกของชุมชน ทราบว่า ในแต่ละวันจะมีใครเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนบ้าง และมีจำนวนเท่าใด ซึ่งการใช้บอร์ดประชาสัมพันธ์นี้ได้เอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการในการจัดเตรียมทำ อาหารและของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายได้พอเหมาะพอดีกับจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมชม ข้าวของจะได้ไม่เหลือเสียหาย และในขณะเดียวกัน เมื่อมีกลุ่มบุคคลสำคัญ และบุคคลที่มีชื่อเสียงติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมในชุมชน สมาชิกในชุมชนจะได้รับทราบ และจะได้ร่วมกันจัดเตรียมส ถานที่ และให้การต้อนรับ

การใช้เสียงตามสาย เป็นอีกวิธีหนึ่งในการประสานความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน ซึ่งการใช้เสียงตามสายมีข้อดี คือ สามารถสื่อสารกับสมาชิกในชุมชนได้ตลอดเวลา เมื่อต้องการประกาศเชิญประชุม หรือแจ้งข้อมู ลข่าวสารต่าง ๆ ให้สมาชิกในตลาดสามชุกทราบ หรือใช้เมื่อต้องการขอความร่วมมือต่าง ๆ แต่ในบางครั้งการใช้เสียงตามสายอาจจะไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากชาวตลาดสามชุกมีอาชีพค้าขาย ถ้ามีการประกาศในช่วงที่กำลังขายของ ก็อาจจะไม่ได้ยินประกาศ การสื่อสารนั้นก็จะไม่สัมฤทธิ์ผ ล เพราะฟังไม่รู้เรื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญอธิบายว่า ใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใครและมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้ การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่น เมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม วิธีการส่งสาร เป็นต้น ซึ่งในลักษณะของชุมชนในตลาดสามชุกนั้น ผลของการรับสารแต่ละครั้งเข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง แต่ก็ไม่ถึงกับขาดการสื่อสาร เนื่องจากยังมีวิธีการสื่อสารด้วยวิธีอื่นอีก เช่น การบอกปากต่อปาก ที่ใช้เ มื่อทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ มีข้อมูลข่าวสารต้องการแจ้งให้สมาชิกในชุมชนทราบ และเมื่อสมาชิกของชุมชนบางคนไม่สามารถรับข่าวสารได้ สมาชิกคนอื่น ๆ ที่ทราบข้อมูลแล้ว ก็จะนำมาบอกต่อ ๆ กัน ทำให้ชาวตลาดสามชุกได้รับข้อมูลข่าวสารค่อนข้างทั่วถึงกัน ซึ่ง สอดคล้องกับ งานวิจัยของสิริลักษณ์ ปรินรัมย์ ที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารของชุมชนตลาดรินน้ำดอนหวาย ที่พบว่า มีการใช้เสียงตามสายในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน โดยมีการใช้เสียงตามสายประกาศเป็นเวลาทุกวัน แต่ก็พบปัญหาว่า ผู้รับสา รอาจจะยังไม่มีความพร้อมในการรับสารในช่วงเวลานั้น ๆ ทำให้การสื่อสารด้วยการใช้เสียงตามสายไม่ค่อยได้ผลมากนัก

นอกจากนี้ งานวิจัยของ ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ” พบว่า มีการใช้เสียงตามสายในการติดต่อสื่อสารร ะหว่างกันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน และทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

การประสานความร่วมมือกับองค์การภายนอกชุมชน คือ มูลนิธิชุมชนไท และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรด้านการพัฒ นา ที่เข้ามาให้การสนับสนุนการดำเนินการพัฒนาของชุมชนตลาดสามชุก ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์อันดี เพื่อผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจของชุมชนเป็นหลัก ตามที่กาญจนา แก้วเทพ (2548) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างชุมชนกับองค์กรภายนอก จะแปรไปตามลักษณะความสัมพันธ์ ของชุมชนภายนอก ซึ่งในที่นี้ คือ การสื่อสารเพื่อประสาน สร้างความสัมพันธ์อันดี เพื่อร่วมมือหรือขอรับการสนับสนุน

ภายนอก ซึ่งต่างมีเส้นสายโยงใยสัมพันธ์กันด้วย เนื่องจากมีเป้าหมายในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน คือ การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ในด้านการประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยอาศัยการสื่อสารในการจัดการ อาจกล่าวโดยสรุปว่า การใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนภายในชุมชนและการสื่อสารกับกลุ่มองค์กรภายนอกนั้น เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้ องกับกรอบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมใหม่ คือ "กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม" (The Altemative Paradigm of communication for social Change) ตามแนวคิดของปาริชาต สถาปิตานนท์ (2542) ที่กล่าวว่า การสื่อสารดังกล่าว เป็นการมุ่งเน้นประชาชนเป็ นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาหนทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน สังคม ประเทศ หรือระดับโลกต่อไป โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมอาจมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป (pluralistic / multiplicity in world) ตามความเหมาะสมของท้องถิ่นและตามความต้องการของสมาชิกในสังคมดังกล่าว

ทั้งนี้ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสาร ซึ่งมุ่งการดำเนินการไปสู่เป้าหมายในเชิงการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวใช้เวลายาวนาน และให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกซึ่งอยู่ภายในบุคคล ควบคู่ไปกับการร่วมมือตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและสังคม และหากพิจารณาภาพของบุคคลที่สื่อสารกัน จะเป็นไปในลักษณะของการสื่อสารในแนวระนาบ และการสื่อสารสื่อสารแบบสองทาง ระหว่างบุคคลฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนการหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้ อมูลข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย

นอกจากนั้น การดำเนินการดังกล่าว ยังคำนึงถึงความจะเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดยเลือกสรรเนื้อหาในการสื่อสาร และการใช้ภาษาต่าง ๆ บนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรม ของชุมชนและการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้ บุคคลภายนอกมักดำเนินการบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ถึงอำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบต่อกิจกรรมและผลพวงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปาริชาต สถาปิตานนท์, 2548 : 4 – 5)

3. ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า มีวิธีการสื่อสารหลายวิธีเ พื่อเผยแพร่แลประสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนไปยังสาธารณชน

อย่างกว้างขวาง สามารถจำแนกเป็นการสื่อสารได้ 3 แบบ ได้แก่ แบบการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ และแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

สำหรับการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้ใช้บ่อยนักจะใช้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีการจัดงาน หรือจัดกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกรับรู้ในวงกว้าง ซึ่งที่พบในชุมชนตลาดสามชุก คือ การจัดงานเปิดบ้านเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ของชุมชน เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2547 โดยทางคณะกรรมการฯ ได้มีการส่งจดหมายเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน เพื่อร่วมทำข่าว และเผยแพร่กิจกรรมไปยังสาธารณชน ซึ่งเป็นการประสานความร่วมมือกับกลุ่มสื่อมวลชนในลักษณะการสื่อสารที่เป็นทางการ

ในเวลาต่อมา เมื่อชุมชนตลาดสามชุกได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้สื่ อมวลชนแขนงอื่น ๆ เกิดความสนใจในเรื่องราวของชุมชน และเข้ามาเก็บข้อมูลนำไปเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนตามช่องทางสื่อต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในลักษณะการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ คือ ประช าชนสามารถรับรู้เรื่องราวของชุมชนตลาดสามชุก ผ่านทางการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทำให้ชื่อเสียงของตลาดสามชุกในปัจจุบันเป็นที่แพร่หลาย และมีผู้สนใจเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ในการนี้ ชาวชุมชนตลาดสามชุก ได้อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนด้วย โดยการให้ข้อมูล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชม เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพบว่า ช าวชุมชนตลาดสามชุก มีการใช้ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ด้วยวิธีการสื่อสารต่าง ๆ ประกอบด้วย การใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การใช้แผ่นพับประชาสัมพันธ์ , หนังสือและเอกสารเกี่ยวกับประวัติของชุมชน , ป้ายบอกทางเข้ าตลาด , บอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ที่สามารถทำให้บุคคลภายนอกได้รู้จักชุมชนตลาดสามชุกได้ดีขึ้น จากการได้อ่านข้อมูลจากแผ่นพับ และหนังสือ เอกสารของชุมชน ตลอดจนการใช้ป้ายบอกทางเข้าตลาด ก็เป็ นอีกแนวทางหนึ่งของการสื่อสารที่จะทำให้คนภายนอกรู้จักตลาดสามชุก ซึ่งมีข้อดีคือ ป้ายบอกทางจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวว่าได้เดินทางมาถูกทางแล้ว ในขณะเดียวกัน สำหรับกลุ่มคนที่ต้องการเดินทางเที่ยวชมตามสถานที่ต่าง ๆ และได้เห็นป้ายบอกทางเข้าตลาด สามชุกก็อาจเกิดความสนใจและลองแวะไปเยี่ยมชมได้ ซึ่งการใช้สื่อเฉพาะกิจเหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ” พบว่าการสื่อสารในสถานการณ์ที่เปิดกิจกรรมเชิงรุกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่ง ชัน ได้ใช้สื่อเฉพาะกิจควบคู่ไปด้วย ในฐานะสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันหรืออยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง

จากการวิจัย พบว่า ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน มีการใช้การสื่อสารในรูปแบบการสื่อส ารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งมีวิธีการสื่อสารหลายวิธี ประกอบด้วย การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน ในบางครั้งต้องใช้การพูดคุย เพื่ออธิบายและเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่น่าสนใจในตลาดสามชุก ในที่นี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ โดยมีผู้นำหลั กคือ นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ หรือในบางครั้งเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ แล้วแต่โอกาส หัวข้อการให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา สาเหตุที่ทำให้เกิดเป็นตลาดสามชุก 100 ปี หรือจุดเด่นของตลาดสามชุก ว่ามีอะไรบ้าง เป็นต้น และผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นสื่อมว ลชนจากสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ที่ทำรายการ หรือคอลัมน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว , อาหาร, ประวัติศาสตร์ และที่พบในปัจจุบันมีการให้ความสนใจกับกลุ่มเด็กและเยาวชน คือ กลุ่มมัคคุเทศก์น้อยในชุมชน

นอกจากนี้ ชุมชนตลาดสามชุก ยังมีวิธีการที่เป็นจุดสนใจแก่ผู้ที่ม าเยี่ยมชม คือ การใช้สื่อบุคคล หรือ “มัคคุเทศก์น้อย ” ในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน โดยมัคคุเทศก์น้อยจะให้ช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน บรรยายเอกลักษณ์ของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้เห็นคุณค่าและความงดงามขอ งชุมชน ตลอดจน การพานักท่องเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเพลิดเพลิน และเกิดความประทับใจ ในการนี้ การใช้สื่อบุคคล สอดคล้องกับ เกศินี จุฑาวิจิตร (2542) เป็นรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะเห็นหน้าค่าตา หรื อเผชิญหน้ากัน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two - way Communication) มีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวใจและชักจูงใจ เพราะเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่แน่ใจก็สามารถที่จะซักถามหรือขอคำยืนยันจากแหล่งสารได้ทันทีในระยะเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังมีลักษณะพิเศษ คือ ที่สา มารถเอื้อต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดี

การสื่อสารอีกวิธีหนึ่งที่ชุมชนตลาดสามชุกเลือกใช้ คือ การบรรยายโดยคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก จะใช้สำหรับทำการสื่อสารกับกลุ่มหรือคณะที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมศึกษาดูงาน ซึ่งการบรรยายนี้ จะจัดบรรยากาศเป็นเวทีเสวนา โด ยทางคณะกรรมการฯ จะกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของชุมชน และกระบวนการในการพัฒนาชุมชน และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ตามอัธยาศัย

นอกจากนี้ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารด้วยวิธีการเผยแพร่แบบปากต่อปากที่ผ่านจากช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง ได้แก่ การเผยแพร่จากชาวสามชุกไปยังนักท่องเที่ยว การเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว การเผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชน และจากองค์กรไปยังเครือข่าย ซึ่งในการ

เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของตลาดสา มชุกต่อไปยังบุคคลกลุ่มอื่น ๆ ในลักษณะนี้ อาจจะมีเหตุผลว่าการมาเที่ยวตลาดสามชุก แล้วเกิดความประทับใจ จึงอยากที่จะบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน หรือญาติให้ลองเข้ามาเที่ยวบ้าง

ในการสื่อสารแบบปากต่อปาก หรือ word of mouth นับว่ามีส่วนสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลขอ งชุมชนไปยังประชาชนทั่วไปได้อย่างกว้างขวางขึ้น ตามแนวคิดของ Eliho และ ลา ชาร์สเฟล (1968) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือให้การสนับสนุน มิใช้การอาศัยแค่อิทธิพลจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมาจากบุคคลที่ให้การยอมรับ และความเชื่อถือมากกว่า ซึ่งความผูกพัน ใกล้ชิดสนิทสนมกัน ส่งผลให้เรื่องราวต่าง ๆ ที่จะเผยแพร่ กระจายออกไปอย่างรวดเร็ว ผ่านการสื่อสารทางเครือข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคล จากคนหนึ่งสู่คนหนึ่ง (Person to Person)

นอกจากนี้ การเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวของ ชุมชนตลาดสามชุก ไม่ว่าจะผ่านทางสื่อมวลชน หรือสื่อบุคคลที่ทำการสื่อสารแบบปากต่อปาก มักจะมีการนำเสนอเรื่องราวในด้านบวกเป็นส่วนใหญ่ คือ การเล่าความประทับใจในการเดินทางมาเที่ยวตลาดสามชุก หรือความเป็นเอกลักษณ์ของ ชุมชนตลาดสามชุก ไปยังเพื่อน ญาติพี่น้องต่อ ๆ กันไป ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกให้เกิดความสนใจอยากเดินทางมาเที่ยวชุมชนตลาดสามชุกได้เป็นอย่างดี

ในการนี้ อาจกล่าวโดยสรุปว่า ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย อาทิ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก ในกา รเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปยังสาธารณชนในวงกว้าง ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยอื่น ๆ พบว่า มีการใช้สื่อมวลชน ในการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชน ซึ่งมีทั้งที่เกิดจากการขอความร่วมมือในการเชิญมาร่วมทำข่าวในชุมชน และเกิดจากความสนใจส่วนตัวของสื่อม วลชนเอง แล้วได้เข้ามาเก็บข้อมูล ไปเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” พบว่า ในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน มีการส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ร วมทั้งเชิญสื่อมวลชนให้มาถ่ายทำสารคดีที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และเมื่อตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นที่สนใจแล้วก็จะมีสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ เข้าไปทำข่าวบ้าง และมีการเผยแพร่ต่อ ๆ กันไป ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนรี แนวพนิช (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการจัดกา รโครงการสะพานบุญ ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี ” ที่พบว่า ในกระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ “สะพานบุญ” โดยการจัดทำสื่อเฉพาะกิจต่าง ๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณาติดตาม รถรับบริจาค การผลิตเทปธรรมะ เป็นต้น และการได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ที่

สนใจนำเสนอเรื่องราวของโ ครงการสะพานบุญ ซึ่งเป็นโครงการที่มีความแปลกใหม่ รวมถึงการเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลในลักษณะการสื่อสารแบบปากต่อปาก ทำให้โครงการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

4. ด้าน การแก้ปัญหา อุปสรรค ในการ ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ในการ ดำเนินก ารอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดสามชุก พบปัญหาอยู่ 2 ประการ คือ ปัญหาความขัดแย้งภายในกลุ่มคณะกรรมการการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเกิดจากการขาดการสื่อสารระหว่างกลุ่มคณะกรรมการฯ กันเป็นเวลานาน เนื่องจากผลจากการท่องเที่ยวของชุมชน ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้สนใจศึกษาดูงาน เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนเป็นจำนวนมาก ทำให้คณะกรรมการฯ ไม่มีเวลาประชุมพูดคุยกันเหมือนเคย จนทำให้เกิดปัญหาความไม่เข้าใจกันเองภายในกลุ่ม แต่ไม่ได้เป็นปัญหาร้ายแรงอย่างใด ซึ่งปัญหาที่เกิดเป็นเพียงความเข้าใจผิด และไม่เข้าใจ กันเองระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ แต่ปัญหาทุกอย่างก็จบลงได้ ด้วยวิธีการสื่อสาร โดยการประสานงานของคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ประธานคณะกรรมการฯ เป็นผู้ริเริ่มในการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างคณะกรรมการฯ โดยการจัดประชุมเชิงสัมมนานอกสถานที่ ที่มีบรรยากาศดี ๆ ที่ สามารถสร้างความรู้สึกผ่อนคลายให้แก่คณะกรรมการฯ ได้ เพื่อเปิดโอกาสให้คณะกรรมการฯ ได้ไปพักผ่อน คลายความตึงเครียดจากการทำงาน และในการประชุมได้มีการจัดรูปแบบการประชุมที่ทุกคนสามารถหันหน้าเข้าหากันได้ โดยการจัดให้นั่งเป็นวงกลม แล้วให้ทุกคนหันหน้าเข้าหากัน และ ให้แต่ละคนเล่าถึงปัญหาที่อัดอั้นตันใจออกมา โดยปัญหาที่พบส่วนมาก คือ ความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน เนื่องจากในปัจจุบัน เมื่อมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะมาก ทำให้คณะกรรมการฯ ไม่มีเวลาพูดคุยกันเหมือนเดิม และเมื่อไม่มีการสื่อสารกันทำให้เมื่อพบปัญหาคณะกรรมการฯ จะเก็บสะสมไว้ อีกทั้งยังมีปัญหาความขัดแย้งเพราะเป็นประเด็นทางการเมือง คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ บางคน ชอบนักการเมืองแต่ละคนที่มีลักษณะแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความขัดแย้งกัน ซึ่งจากการจัดประชุมเชิงสัมมนา มีมติร่วมกันว่าห้ามคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ พูดเรื่ องการเมืองระหว่างกัน เมื่อพบปัญหาให้มาร่วมปรึกษากัน และมีการกำหนดให้มีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น

จากการใช้วิธีการสื่อสารดังกล่าว นับเป็นการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ เนื่องจาก นายพงษ์วิน ต้องการให้คณะกรรมการฯ ทุกคนร่วมประชุมปรึกษาหารื อกัน ซึ่งทุกคนต้องปฏิบัติตาม ทั้งนี้ ในการแก้ปัญหาดังกล่าว ได้ใช้วิธีการสื่อสารในลักษณะการปรึกษาหารือ และการไกล่เกลี่ยโดยสื่อกลาง โดยการปรึกษาหารือ เป็นไปตามแนวคิดของ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526) ได้กล่าวว่า วิธีนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่ผู้ขัดแย้งทั้งสอง ฝ่ายเผชิญปัญหาร่วมกันและร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยไม่ต้องผ่านสื่อกลาง เพื่อหาข้อตกลงที่เป็นที่พอใจและ

ยอมรับของทั้งสองฝ่าย โดยความตกลงกันด้วยเหตุผล ปราศจากความรู้สึกและอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง และเมื่อมีการพูดคุยปรึกษาหารือกันแล้ว คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรั กษ์ ก็เกิดความสบายใจ และมีความเข้าใจกันเหมือนเดิม

นอกจากนี้ ยังมีปัญหาร่วมของชาวตลาดสามชุก คือ การเช่าที่ของกรมธนารักษ์ ซึ่ งทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ นำโดยคุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ได้พยายามหาทางออกในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยมีแนวคิดที่จะต่ออายุการเช่าที่กั บกรมธนารักษ์จากปีต่อปีเป็นระยะยาว 30 ปี เพื่อสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของชาวบ้าน และตลาดสามชุก จึงได้มีการเจรจาของเช่าที่กับทางกรมธนารักษ์ แต่ได้รับการปฏิเสธ ดังนั้น ทางคณะกรรมการฯ จึงได้ติดต่อขอเข้าพบรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี โดยการประสานงานเจ รจาตัวต่อตัว เพื่อเรียนให้ทางจังหวัดทราบถึงปัญหาของชุมชน และขอการสนับสนุนทางด้านการกำหนดนโยบายให้งบประมาณปรับปรุงซ่อมแซมสภาพชุมชน โดยทางรองผู้ว่าราชการจังหวัด ก็ได้ช่วยประสาน สร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างชาวตลาดสามชุก และกรมธนารักษ์ ขณะเดียวกันได้ประสานให้ ทางนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก เข้ามามีส่วนร่วมรับรู้ปัญหาดังกล่าวด้วย เนื่องจากเป็นหน่วยงานในชุมชนที่มีส่วนรับผิดชอบในการดูแลปรับภูมิทัศน์บริเวณรอบชุมชนให้น่าอยู่ น่ามองมากขึ้น โดยมีการพูดคุยกันหลายครั้ง ทั้งที่เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สำหรับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ระหว่างชาวตลาดสามชุก คือ คุณพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ กับรองผู้ว่าราชการจังหวัดนั้นเป็นไปในลักษณะของผู้ที่รู้จัก มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันมาก่อน ในสมัยที่คุณพงษ์วิน เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก ซึ่งสามารถพูดคุยปรึกษาหารือกันได้โดยตรง

ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารในการแก้ปัญหาด้วยวิธีการไกล่เกลี่ยของถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526) ในแบบการไกล่เกลี่ยตกลงโดยผ่านสื่อกลาง โดยทางชุมชนตลาดสามชุก ได้เข้าพบกับรองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นสื่อกลางในการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับกรมธนารักษ์ ในเรื่องของการเช่าที่ของราชพัสดุ ซึ่งผลการไกล่เกลี่ยจะเป็นไปด้วยความประนีประนอม โดยไม่ให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจว่าเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งลักษณะการสื่อสารในรูปแบบนี้ ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของเวทินี สตะเวทิน (2542) ที่พบ ปัญหาในเรื่องของการเช่าที่ของราชพัสดุ กรมธนารักษ์เช่นเดียวกัน ซึ่งมีกลไกการสื่อสารในการจัดการภายในประชาคมบางลำพู ในสถานการณ์ความขัดแย้ง ได้ใช้วิธีการหาแนวร่วมจากบุคคลภายนอกในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง โดยการเจรจาต่อรองกับกรมธนารักษ์ โดยมีฝ่ายที่เป็นกลาง คือ กรุงเทพ มหานคร เป็นผู้ร่วมในการตัดสินใจ โดยผลที่ออกมาคือ ไม่มีฝ่ายใดได้ในสิ่งที่ฝ่ายตนเรียกร้องอย่างเต็มที่ แต่เป็นการยอมเสียบางส่วนที่ตนเรียกร้อง เพื่อให้เกิดข้อยุติได้ ซึ่งวิธีการตัดสิน

ปัญหาด้วยวิธีการหาคนกลางที่มีอำนาจมาช่วยตัดสินนั้น เป็นวิธีที่ช่วยแก้ปัญหาได้ดี ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับและใช้กันมากในสังคม

และในขณะที่ทางชุมชนตลาดสามชุก กำลังรอคำตัดสินใจของกรมธนารักษ์ และนโยบายของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งยังไม่มีฝ่ายใดให้คำตอบที่ชัดเจนได้นั้น ทางคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกฯ ได้ใช้วิธีการจัดเวที เสวนา “อนาคตสามชุก อยู่กับใคร” เพื่อเชิญผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมธนารักษ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัด นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการอนุรักษ์ มาร่วมพูดคุย เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์ฟื้นฟูตลาดให้มีความมั่นคงถาวรต่อไป ทั้งนี้ เวทีเสวนาดังกล่าว ทำให้องค์การต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้มาร่วมพูดคุยกัน ซึ่งแต่ละองค์การย่อมมีแนวคิด และนโยบายของตนเอง และเมื่อมาร่วมกันพูดคุยกันทำให้ชาวตลาดสามชุกได้แง่คิด และมุมมองในการพัฒนาชุมชนจากองค์การต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาชุมชนต่อไปในอนาคตได้

การมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีการสื่อสารที่สำคัญในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ของชุมชน คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะของการมีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการสื่อสารที่เน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็น และดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งจากการวิจัยพบว่าประชาชนในพื้นที่ตลาดสามชุกนั้น มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย เมื่อมีการสื่อสารเรื่องการอนุรักษ์ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยกระบวนการนั้นได้เน้นให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดเป้าหมายและข้อเสนอแนะข้อคิดเห็นที่คนในสังคมและชุมชนต้องการ รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรในพื้นที่ และให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติในแผนงานโครงการที่ร่วมตัดสินใจ

สำหรับการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การเข้าร่วมไปศึกษาดูงาน การเข้าร่วมเวทีประชาคม ซึ่งการเข้าร่วมนี้ส่วนใหญ่กลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯและชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก จะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีทุกครั้ง

2. การมีส่วนร่วมในการระดมสมองและเสนอความคิดเห็น คือ การที่ผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯและชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกอยู่ร่วมกันประชุมและการแสดงความคิดเห็นในแนวทางที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีความกล้าแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมา เพียงมีการกระตุ้นเล็กน้อยเท่านั้น ก็จะ

แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของตนเองออกมา และหากมีผู้ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างก็จะพูดออกมาทันที ทำให้ผู้วิจัยทราบปัญหา ความกังวล และความต้องการที่แท้จริง

ระดับการมีส่วนร่วมของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตามการแบ่งระดับของ กาญจนา แก้วเทพ (2542) ได้ 3 ระดับดังนี้

1. ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก มีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสารและผู้ใช้สาร กล่าวคือ เมื่อคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารและทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

2. ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร ผู้ผลิตสาร ผู้ร่วมผลิต และผู้ร่วมแสดง ในการปฏิบัติจริงได้ หมายถึง ชุมชนมีการสื่อสารระหว่างกันในเรื่องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทั้งเป็นผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่ อนำมาสื่อสารให้กับคนในชุมชนทราบ

3. ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีส่วนร่วมในฐานะวางแผนและกำหนดนโยบาย ในการเข้าร่วมในการบริหารจัดการในตลาดสามชุกที่เกี่ยวเนื่องกับการอนุรักศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

โดยระดับการมีส่วนร่วมดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถอธิบายเปรีย บเทียบให้เห็นภาพชัดเจนดังนี้

เมื่อจะมีการสื่อสาร ก็จะเข้าพบผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เพื่อสร้างความเข้าใจและชี้แจงให้เห็นถึงประโยชน์ เมื่อทำความเข้าใจกับผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ก็จะนัดการประชุมประชาคมขึ้นกับชาวบ้านที่เป็น สมาชิกชุมชนตลาดสามชุกขึ้นอีกครั้ง ซึ่งชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีความพึงพอใจในการประชุมมาก เพราะมีโอกาสในการแสดงออก ได้แสดงความคิดเห็นในระหว่างการประชุม และผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯก็จะพูดให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกเห็น ถึงประโยชน์ของอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งชาวบ้านก็จะรับฟังด้วยดี จะมีความเห็นคล้อยตาม และทุกครั้งที่มีการประชุมประชาคมเสร็จเรียบร้อย ก็จะมีการณรงค์ให้ชาวบ้านไปกระจายข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ที่เป็นประโยชนแก่ชุมชน ชาวบ้านกลุ่มอื่นที่ไม่ได้เข้าประชุ ม ซึ่งนับได้ว่าการกระทำ เช่นนี้ เป็นการกระทำของกลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นตัวแทนของชาวบ้าน ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร ผู้ผลิต ผู้ร่วมแสดง ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการชักจูงใจและโน้มน้าวใจให้กลุ่มอื่นเห็นประโยชน์และคล้อยตาม โดยในลักษณะเช่นนี้ถือเป็นการมีส่วนร่วมในลักษณะของการวางแผนและการกำหนดนโยบาย

ในลักษณะของการมีส่วนร่วมพบว่า กลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีส่วนร่วมทั้งการสื่อสาร และปฏิบัติภายในชุมชนครบทั้ง 3 ระดับ ดังนี้

กลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ มีระดับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร และผู้ใช้สาร มีส่วนร่วมในการเป็นผู้ส่ง ผู้ผลิต และผู้ร่วมแสดง ร่วมทั้งมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบายอีกด้วย

กลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก มีระดับการมีส่วนร่วม 2 ระดับ ได้แก่ ในฐานะผู้รับสาร หรือใช้สาร และมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต และร่วมแสดง

เนื่องจากนั้นผู้วิจัยยังพบว่า ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกมีส่วนร่วมในเรื่องของการสื่อสาร การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549:23) เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ช่วยในการดำเนินงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกระบวนการการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุก สามรถอธิบายได้ดังนี้

1. ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกนั้น มีส่วนร่วมในการวางแผน แล ะกำหนดนโยบาย โดยการนำเสนอข้อเสนอที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงสิ่งที่ชุมชนต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดสามชุก ซึ่งถือเป็นการร่วมวางแผนที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯจะต้องดำเนินการเพื่อให้ชุมชนไม่เกิดปัญหาและสามารถอยู่ร่วมกันได้

2. การสื่อสารของประชาชนในชุมชนนั้น มีลักษณะปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน คือ การโต้ตอบกันอย่างดี เพราะการสื่อสารจะเป็นแบบเผชิญหน้ากัน ทั้งลักษณะการสื่อสารแบบตัวต่อตัว การสื่อสารแบบกลุ่มย่อย ลักษณะการสื่อสารแบบนี้จึงส่งผลให้มีการสื่อสารโต้กลับที่ดี สามารถตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และโน้มน้าวใจได้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ

3. กาส่งสารของประชาชนในพื้นที่มีความกว้างไกลและทั่วถึง ทั้งผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯและชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น เมื่อมีใครทราบเรื่องเกี่ยวกับ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนในแง่มุมใดก็จะพูดคุยกันเป็นการกระจายข่าวสารให้ทุกคนในชุมชนได้ทราบ

4. ช่องทางในการสื่อสารมีความสะดวก เพราะใช้บุคคลเป็นสื่อในชุมชน ทั้งผู้นำชุมชนที่เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯและชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดสามชุกด้วยกันเอง เนื่องจากเรื่องที่พวกเขาสื่อสารเป็นเรื่องที่ชุมชนให้ความสนใจอยู่แล้ว การให้คนในชุมชนสื่อสารกันเองนั้นเป็นเรื่องที่ดีอย่างยิ่ง เพราะสามารถเข้าใจได้ถูกต้องและตรงกัน

ในการนี้ อาจกล่าวโดยสรุปว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวของ ชุมชนตลาดสามชุกจนกระทั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในปัจจุบันนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผล

มาจากการสื่อสาร ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ใช้ในการประสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มสมาชิกในชุมชน และกลุ่มบุคคลภายนอก ตลอดจนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน จากการศึกษา พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ที่มีการนำมาใช้บ่อยที่สุด ซึ่งมีอยู่ในทุกสถานการณ์ คือ รูปแบบสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ได้ง่าย ในกลุ่มบุคคลที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกัน เหมาะสมกับทุกสถานการณ์ อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพมากกว่า รูปแบบการสื่อสารแบบอื่น กล่าวคือ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถสลับบทบาทกัน และเห็นหน้าค่าตากันตลอดเวลา และสามารถพูดคุยตอบโต้กันได้ในทันที ดังนั้น ในการนำรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการมาใช้ในการประสารงาน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน จึงประสบผลสำเร็จด้วยดี

นอกจากนี้ ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ก็มีความสำคัญ ในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งจากการวิจัย พบว่า มีการใช้รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ที่สนใจลักษณะการท่องเที่ยวของชุมชน เข้ามาร่วมทำข่าว และทำรายการ เพื่อนำเสนอผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ จนทำให้ตลาดสามชุก เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ทั้งนี้ ทางชุมชนตลาดสามชุก ได้เอื้อเฟื้อข้อมูลแก่ สื่อมวลชน โดยการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ คือ การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน การพาชมจุดเด่นภายในชุมชน โดยกลุ่มมัคคุเทศก์น้อย และในขณะเดียวกัน การสร้างชื่อเสียงของชุมชนตลาดสามชุกอีกทางหนึ่ง นั้นก็คือ การเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสาร แบบปากต่อปาก จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนแล้วเกิดความประทับใจ และมีการบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน ญาติพี่น้อง ซึ่งเป็นการแนะนำไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ ต่อไป โดยเริ่มจากคนสามชุกไปยังกลุ่มเพื่อน และญาติจากนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว จากชุมชนหนึ่งไปยังอีกชุมชนหนึ่ง และจากสื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชน แพร่กระจายออกไป ทำให้ชุมชนตลาดสามชุก มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

ทั้งนี้ การสื่อสาร นับว่ามีความสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษา เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมกับการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพสูงสุด

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ชุมชนตลาดสามชุกนั้น ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้มีสื่อมวลชน คณะศึกษาดูงานจากหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชน นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยียนตลาดสามชุกมาก โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งปัจจุบันก็มีชุมชนหลายชุมชนที่เข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเช่นเดียวชุมชนตลาดสามชุก แต่การจะตั้งรับกับ

สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงความเข้มแข็งต่อไปได้อย่างยั่งยืน นั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป น่าจะศึกษาปัจจัยการสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้เกิดความหลากหลายและครอบคลุมทุกมิติของชุมชนอย่างยิ่ง ซึ่งน่าจะเป็นผลดีต่อการจะธำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชนต่อไป

2. ชุมชนตลาดสามชุก แม้ว่าจะความเป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท อย่างไรก็ดี ภายในชุมชนก็มีทุนของชุมชนมากมาย ไม่ว่าจะเป็นทุนภูมิปัญญาด้านอาหาร ทุนมนุษย์ที่เป็นผู้เฒ่าผู้แก่ที่มีองค์ความรู้ที่มีอยู่ภายในชุมชนย่อมเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากทำให้คนรุ่นหลังรู้จักรากเหง้าของตนเองมากขึ้น ซาบซึ้งในวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ลักษณะการตั้งบ้านเรือน ฯลฯ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป น่าจะศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการสืบทอดภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการจัดการกับข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศภายในชุมชนให้เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น

DPU

บรรณานุกรม

DPU

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กรมศิลปากร.(2544).**ระบบการวัฒนธรรมและคุณภาพมาตรฐาน**. กรุงเทพมหานคร : กรมฯ.

กระทรวงศึกษาธิการ .(2540).**รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงฯ.

กาญจนา แก้วเทพ.(2543).**สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เกศินี จุฑาวิจิตร.(2542). **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น .** (พิมพ์ครั้งที่ 2.) นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม.

เกศินี จุฑาวิจิตร.(2540).**การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์.

กิติมา สุรสนธิ .(2529).**การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศ .** กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

คณะกรรมการพัฒนาตลาด .(2550).**ย่านตลาด 100 ปี สามชุก กับกลไกชุมชนในมติการอนุรักษ์** . สุพรรณบุรี : สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).

จรัญญา วงษ์พรหม .(2536). “การบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในสหกรณ์ร้านค้า”. **ในรวมบทความและข้อเขียนในวาระครบ 60 รอบ ม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์ .** สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จิตติ มงคลชัยอรัญญา . **“กระบวนการและขั้นตอนในการจัดตั้งและสนับสนุนการดำรงอยู่ของกลุ่ม”.** ม.ป.ป. (เอกสารอัดสำเนา)

จุมพล รอดคำดี.(2532) **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา.**กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุมพล หนิมพานิช. (ม.ป.ป.) **นโยบายสาธารณะ .** นนทบุรี : สำนักงานเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง .(2525). **การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบท .** คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัตรวรุณ ตันนะรัตน์.(2524). **การพูดสำหรับผู้นำ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์รามคำแหง.

ชัยอนันต์ สมุทวนิช.(2541). **ประชารัฐกับการเปลี่ยนแปลง.** กรุงเทพมหานคร : สถาบันนโยบายศึกษา.

ชูชัย ศุภวงศ์ และยุวดี คาดการณ์ไกล , บรรณาธิการ . (2540). **ประชาสังคม ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย.** สำนักพิมพ์มติชน.

ฑิตยา สุวรรณชฎ.(2517). **สังคมไทยมีโครงสร้างหลวมจริงหรือ ในชุมชนเรื่องน่ารู้** . สมศักดิ์ ชูโต,บรรณาธิการ.สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์.(2526**). การสื่อสารระหว่างบุคคล.** กรุงเทพมหานคร : บริษัทสารมวลชน จำกัด.

ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ .(2527). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในพัฒนา .** กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภาการพิมพ์.

ธงชัย และชนาธิป สันติวงษ์ .(2542). **องค์การกับการสื่อสาร .** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ .(2542).**ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

นงลักษณ์ ศรีอัษฎาพร เจริญงาม.(2541). **ความสามารถในการสื่อสาร : แนวคิดเชิงวัฒนธรรมในองค์กรไทยโลกของสื่อ .** ปีที่ 1 ลำดับที่ 2 (มิถุนายน) ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิคม มูสิกะคามะ .(2543).**แนวทางการทำนุบำรุงรักษามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น.** กรุงเทพมหานคร : กรมศิลปากร.

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ .(2527).**การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท .** กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภาการพิมพ์.

บรรยงค์ โตจินดา.(2542). **องค์การและการจัดการ.** กรุงเทพมหานคร : รวมสาน์.

บุญเลิศ ศุภดิลก.(2523). “ การสื่อสาร : โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม”. **เอกสารทางวิชาการงานครบรอบ 25 ปี คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน .** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคนอื่น ๆ .(2543). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา .** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ปรมะ สตะเวทิน .(2553**). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.** เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนาหน่วยที่1-8.(พิมพ์ครั้งที่4). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปรมะ สตะเวทิน .(2538). **หลักนิเทศศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชิด สกุณะพัฒน์.(2545).**วัฒนธรรมพื้นบ้านและประเพณีไทย .** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุทธิสาร.

ประเวศ วะสี.(2538).**วัฒนธรรมกับการพัฒนาในโครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยเรื่องภูมิปัญญาไทย : มิติใหม่ในการพัฒนาที่ยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุทธิสาร.

ประเทือง คล้ายสุบรรณ์.(2531). **วัฒนธรรมพื้นฐาน.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุทธิสาร.

ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์.(2529). **มานุษยวิทยาลัยการศึกษา คติชาวบ้าน .** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผจงจิตต์ อธิคมนันทะ.(2543).**สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นไทย.** กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2540.(2546).**ราชบัณฑิตยสถาน .** กรุงเทพมหานคร : นามมีบุ๊คส์.

พจนานุกรม (ร.ศ.) (2541**). ฉบับกระทรวงศึกษาธิการ .** กรุงเทพมหานคร : กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

พัชนี เชยจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ .(2538). **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พูนทรัพย์ สิทธิพรหม.(2539).**การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น.** กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท.

พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช .(2545).**การสื่อสารมวลชน บ ทบาท เสรีภาพและความรับผิดชอบ .** กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์.

ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์.(2521).**คู่มือสำหรับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนทุกระดับ.** กรุงเทพฯ : ประจักษ์การพิมพ์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.(2529).**หลักและทฤษฎีการสื่อสาร .** เอกสารหน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยฯ.

เมตตา กฤติวิทย์.(2532). **การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี** : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยิ่งยง เรืองทอง.(2542). **พื้นฐานวัฒนธรรม.** อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ .(2534). **บริ บทการสื่อสารระดับบุคคล กลุ่มองค์การและสื่อสารมวลชน.** กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล.(2539). **การพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืน . ใน 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.** หน้า 103. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ดอกเบี้ย.

รัชนี ศุจิจันทร์รัตน์.(2531). **ทักษะการติดต่อสื่อสาร.** สงขลา : อัลลายด์เพรส.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ .(2543). **เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว : เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.** กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์.

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ .(2526). ชุมชนบท . **เอกสารการสอนชุดวิชาสังคมและวัฒนธรรมไทย หน่วยที่ 8-15.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิรัช ลภิรัตนกุล.(2544). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่).** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัตน์ สมตน.(2527). **"งานส่งเสริมการเกษตร และการพัฒนาชนบท".** ม.ป.ท. (เอกสารอัดสำเนา)

สักรินทร์ แซ่ภู่ (2550). **ย่านตลาด 100 ปี สามชุก กับกลไกชุมชนในมติการอนุรักษ์.** สุพรรณบุรี : สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).

สารานุกรมไทยฉบับเยาวชน .(2543). **โดยพระประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เล่ม 21 พิมพ์ครั้งที่ 3.** กรุงเทพมหานคร : ด่านสุทธาการพิมพ์.

สากล สถิตยิทยานนท์.(2532). **ภูมิศาสตร์ชนบท.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สถาบันภาษาศาสตร์.(2524.) .**ปทานุกรม ฉบับหลวง.** กรุงเทพมหานคร : ประจักษ์การพิมพ์.

สินธ์ สโรบล และคณะ .(2548). **บทความการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเอกสารประกอบการสัมมนาการท่องเที่ยวนิเวศ การท่องเที่ยวชุมชน .** กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ .(2535). **ความหมายและขอบข่ายงานวัฒนธรรมพื้นบ้าน.** กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.

สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม .(2541**). การพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม .** กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร .(2533).**การสื่อสารกับสังคม.** กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวัฒนา ธาดานิติ .(2543,มกราคม). "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาเมือง ". **เอกสารบทความวิชาการประกอบการสัมมนา การประชุมวิชาการสาขาการออกแบบและวางผังชุมชนเมืองและผังเมือง ครั้งที่ 1 เรื่อง มหานคร เสนอที่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .** กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสนาะ ติเยาว์ (2541). **การสื่อสารในองค์การ .** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสาวภา ไพทยวัฒน์ .(2538).**พื้นฐานวัฒนธรรมไทย : แนวทางการอนุรักษ์และการพัฒนา .** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา.

เสถียร เชยประทับ .(ม.ป.ป). **การสื่อสารและการพัฒนา.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสน่ห์ จามริก .(2527). **นโยบาย กลวิธี การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนกรุงเทพมหานคร.** ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข.

สมควร กวียะ .(2539). **การสื่อสารมวล ชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ .** กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า.

หลุย จำปาเทศ.(2532). **กลุ่มสัมพันธ์ : ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติ เล่ม 1.** โครงการเผยแพร่การสอนกลุ่มสัมพันธ์.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท.(2542). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.** กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรศิริ ปาณินท์ .(2544). **เรือนค้าขายพื้นถิ่นในชุมชนเมือง ในชุดโครงการความหลากหลายของวัฒนธรรมภาคกลาง.** กรุงเทพมหานคร : เจ.พริ้น 94.

บทความ

มูลนิชุมชนไท..(2547, กรกฎาคม). เมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่. กรุงเทพมหานคร. **วารสารชุมชนไท** ฉบับที่ 14 หน้า 18-48

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Webmaster ,09 March 2009 “ตลาดร้อยปีสามชุก The Designed Market” from **http://www.samchuk.in.th/content/view/133/40/**

Webmaster ,08 January 2010 . สามชุกตลาดเก่า ๑๐๐ ปี ประวัติศาสตร์ที่ยังมีลมหายใจ **http://www.codi.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=2891&Itemid=2**

Webmaster ,12 January 2010. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุพรรณบุรี **http://www.suphan.net/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1&lang=th**

Webmaster ,20 January 2010 "วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดสุพรรณบุรี"
http://province.m-culture.go.th/province/suphanburi/default.html

Webmaster ,20 February 2010. การประกวดรางวัลเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม
http://www.unescobkk.org/culture/heritageawards

วิทยานิพนธ์

กรชวัล หอมไกรลาส .(2540). **รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กันณวัน อภิรักษ์ธนากร .(2544). **การสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการตัดสินใจไปเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด : กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กรรณิการ์ ชมดี.(2524). **การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสารภี ต .ท่าช้าง อ .วารินชำราบ จ .อุบลราชธานี** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมเคราะห์ : กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐนาท เนตรนิยม.(2541).**ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเพณีกับความตระหนักด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ของนักเรียน : กรณีศึกษาเปรียบเทียบนักเรียนเขตจังหวัดสุโขทัยกับนักเรียนเขตกรุงเทพมหานคร .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชา สื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : : กรุงเทพ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เทียมรัตน์ อินทรีย์.(2542).**การมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการปรับปรุงพื้นที่ในเขตอนุรักษ์เมือง กรณีศึกษา : ชุมชนท่าเตียน กรุงเทพมหานคร .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม : กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ธิดา สุบรรนาจ .(2544) .**โปรแกรมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 เพื่อส่งเสริมความตระหนักในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชา บริหารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : จุฬลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นฤนาท พุทไธสง .(2541).**ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมโบราณสถาน : ศึกษาเฉพาะกรณีโบราณสถานในบริเวณเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล.

นพกาญจน์ เมตตานนท์ . (2541). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนพัฒนาชุมชน : ศึกษากรณีชุมชนแออัดยานนาวา**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนาศาสตร์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพรัตน์ มุณีรัตน์.(2541). **การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นริศรา นงนุช . (2544). **รูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธิดาพร มีกิ่งทอง .(2542). **ปัจจัยประชากร รูปแบบการสื่อสารกับความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของ ตำรวจจราจรสังกัดกองบังคับการตำรวจจราจร .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเกิด มาอ่อง.(2537). **การศึกษาการรวมกลุ่มและการทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มผู้ฟังวิทยุ จส . 100.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปณิธา รื่นบันเทิง .(2542). **กลยุทธ์การสื่อสารอันนำไปสู่การก่อตัวเป็นชุมชนพัฒนาของชุมชนมุสลิมกุฎีขาวแขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาพร ศรีสถิตธรรม.(2543).**การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชน ในการจัดการสิ่งแวดล้อม : ศึกษาเฉพาะกรณีของชุมชนในเขตเทศบาลนคร จังหวัดนครราชสีมา .** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ : กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปัญญา สวัสดิ์เสรี.(2539). **ความคิดเห็นของประชาชนในเขตจอมทองที่มีต่อบทบาทผู้นำชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาศรี พิทักษ์สินสุข .(2532). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาชนบท ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสุพรรณบุรี .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยนุช พุทธรัตน์ .(2545). **การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พงษ์ศักดิ์ ศุกรสุต .(2536). **โครงสร้างอำนาจชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนบางกระเจ้า .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต : กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

พรรณิกา วงษ์มิตร.(2540). **บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนากับการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการธรรมรักษ์นิเวศน์ .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พันธุ์วดี จิระชัย.(2544). **บทบาทในการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านของครูสังคมศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รจิตร เข็มศักดิ์สิทธิ์ . (2544). **การสื่อสารและการสร้างประชาคมหมู่บ้านปลอดยาเสพติดในพื้นที่ทุ่งครุ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุจ รัตนพาหุ .(2547). **การอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี .** วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานครฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิวัฒน์ชัย บุญญานุพงศ์ .(2542).**การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนชาวมอญบ้านเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชา รัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เวทินี สตะเวทิน .(2542). **การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สนิท ขาวสะอาด.(2540). **ปัจจัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับท้องถิ่น : ศึกษากรณีโครงการ ประปาหมู่บ้าน อ .เมืองนครพนม และ อ .ธาตุพนม.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สายพิรุณ น้อยศิริ .(2530). **ปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรประชาชนในชนบท : ศึกษากรณีธนาคารข้าวบ้านโนนขุย ต .ชุมพวง อ .ชุมพวง จ.นครราชสีมา .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุธีรา เผ่าโภคสถิต .(2537). **การศึกษาความคิดเห็นของคนเชื้อสายมอญเกี่ยวกับบทบาทของสื่อบุคคล สื่อประเพณี และสื่อมวลชน ในการอนุรักษ์วัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนเกาะเกร็ด ปากลัด และบางกระดี่ .** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุเมธ ทรายแก้ว .(2536). **ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการมีส่วนร่วมของประชา ชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จ.อุดรธานี.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ : กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรีรัตน์ กฤษณะรังสรรค์.(2540). **การจัดการป่าขององค์กรชุมชนในเขตอุทยานแห่งชาติ ศึกษากรณี : หมู่บ้านก้อทุ่ง ต .ลี้ อ.ลี้ จ.ลำพูน.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ : กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อคิน รพีพัฒน์ .(2527). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทยในทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (บรรณาธิการ).การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา.**กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภา การพิมพ์.

อริสรา ธนูแผลง .(2544). **รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลางซอยลาดพร้าว 132.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรุณีวรรณ นาศรี . (2544). **การสื่อสารใ นการจัดการประชาคมทับเที่ยง .** วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Alan,C Filley. (1975). **Interpersonal Conflict Resolution.** Glenview : Scott Foresman.

Berlo,David K. (1960). **The Process of Communication.** New York : Rinehart and Winston Inc.

Chapin, Steward and Edward Kaiser. (1972). **Urban Landuse Planning.** Chicago : University of Illinois Press.

Cohen, J and N.T. Uphoff. **"Partipation' s Rural"** Development 8 (March 1980)

Coguill, Guaraldo and Barisa B. (1966). **A Ladder of Community Participation for Underdeveloped Countries.** n.p.

Dwyer, Judith. (1997). **The Business Communication Handbook.** New York : Prentice Hall.

Ptittner,John M and Sherwood, Frank P. (1964). **Administrative Organization**. Prentice India.

Rogoos Everett M. (1986). **Communication Technology : The New Media in Society.** New York : Free Press.

Rogers Everett M. and Lynne Svenning . (1971). **Modenmization Among Peasants : The lmpact or Communication.** New York : Free Press.

Schramm, Wilbur.ed. (1954). **The Process and Effects of Mass Communication.** Urdana : University of lllinois Press.

Whito,Shirley A., Nair , K. (1994). **Sadanandan, and Ascroft,joseph. Participtory Communication : Working for Change and Development.** New Delhi : Sage Publications lndia Pvt Lyd.

White,Alastair T . (1982). **Why Community Participation A Discussion of the argument go. Community Participation : Currentissue and lesson leamed.** Unted Nations Children's fund.

Windahl,Sven,Signitzer,Benno H., and Olson , jean T . (1992). **Using comm Theory : an lntroduction to Planned Communication.** Califomia Publications lnc.

ARTICLES

Sherry Arnstein. (1969). "A Ladder of Citizen Participation." **Journal of American Institute of Planner, Vol.35 .**

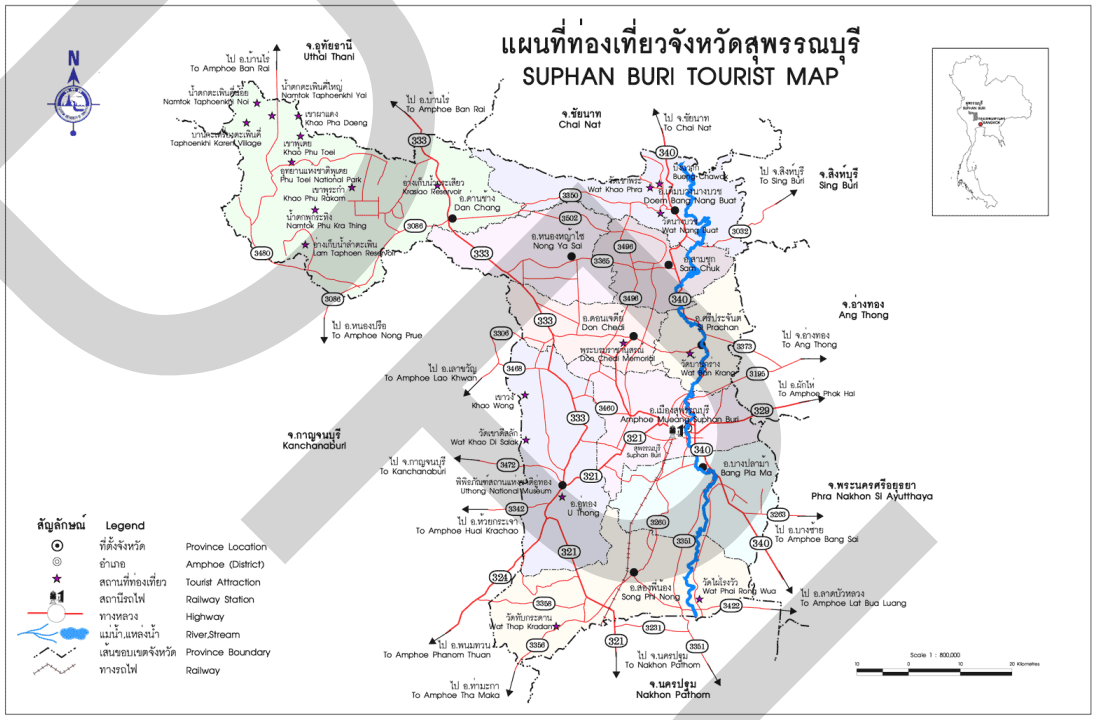
ภาคผนวก

DPU

ภาคผนวก ก.
แผนที่ตั้งอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

DPU

แผนที่ตั้งอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

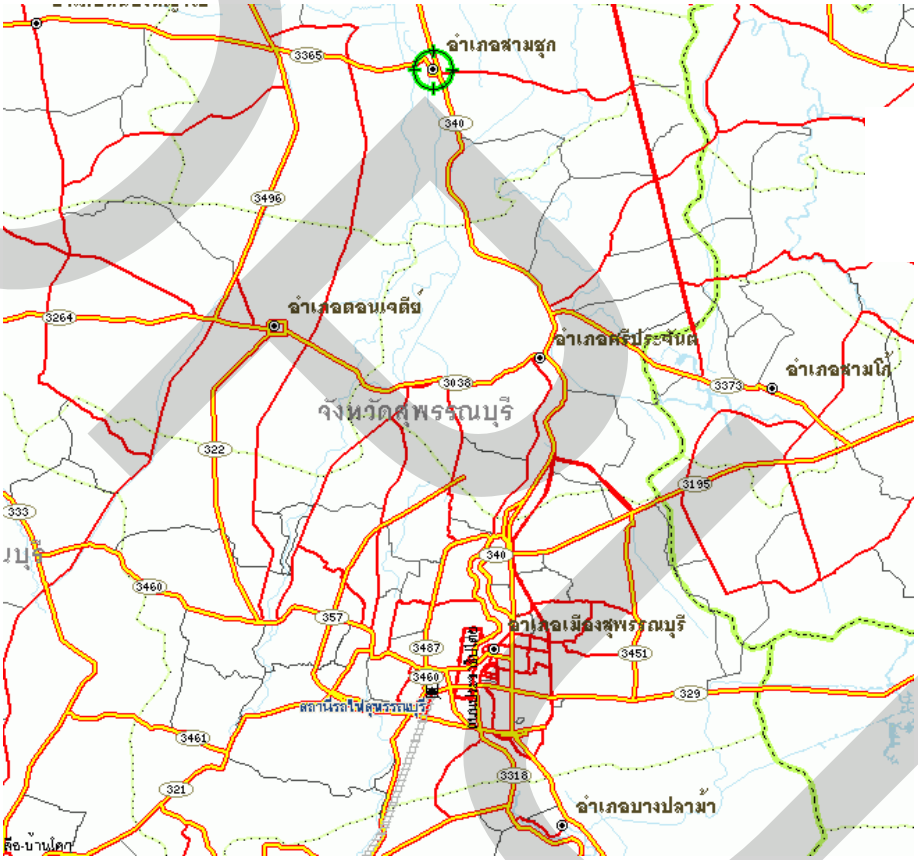


DPU

ภาคผนวก ข.

แผนที่ตั้งตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

แผนที่ตั้งตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี



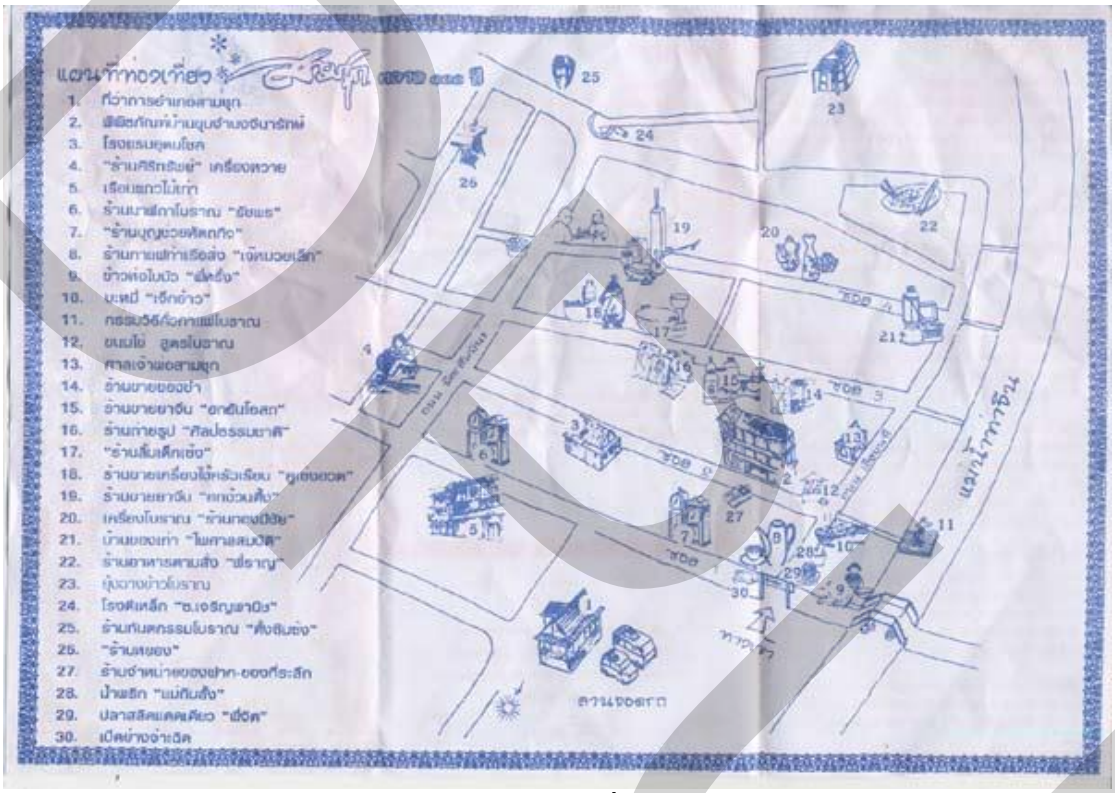
ภาคผนวก ค.
แผนที่ตั้งตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

DPU

แผนที่ตั้งตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ภาคผนวก ง.
ตัวอย่างเอกสารแผ่นพับข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก

DPU



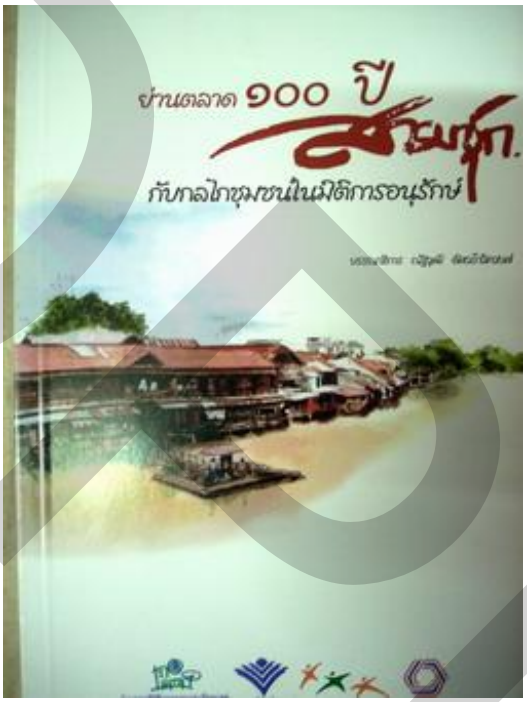
ตัวอย่างเอกสารแผ่นพับข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก

ตัวอย่างเอกสารแผ่นพับข้อมูลการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงรักษ์

DPU

ภาคผนวก ง.
ตัวอย่างหนังสือของชุมชนตลาดสามชุก

ตัวอย่างหนังสือของชุมชนตลาดสามชุก



DPU

ภาคผนวก จ.
ตัวอย่างเว็บไซต์ของชุมชนตลาดสามชุก

ตัวอย่างเว็บไซต์ของชุมชนตลาดสามชุก

DPU

ภาคผนวก ฉ.
ตัวอย่างป้ายประชาสัมพันธ์ของตลาดสามชุก

ตัวอย่างป้ายประชาสัมพันธ์ของตลาดสามชุก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล นางสาวปฐมภรณ์ จันทร์แก้ว

ประวัติการศึกษา - ระดับประถมศึกษา โรงเรียนอนุบาลนครนายก จังหวัดนครนายก

- ระดับมัธยมศึกษาต้น โรงเรียนนครนายกวิทยาคม จังหวัดนครนายก
- ระดับมัธยมศึกษาปลาย โรงเรียนนครนายกวิทยาคม จังหวัดนครนายก
- ระดับปริญญาตรี ศิลปะศาสตร์บัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์ เอก ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (พ.ศ.2550)

DPU