

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว นับเป็นหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมบริการที่นำเงินตราเข้าประเทศไทยอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ด้วยความสวยงามทางภูมิศาสตร์ที่หลากหลาย ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันแสนงดงามที่เปลี่ยนไปตามฤดูกาล กอปรกับความอุดมสมบูรณ์ของอาหารการกินทั้ง คาว หวาน และพืชผักผลไม้ไทย คือจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต้องการสัมผัสกับสิ่งเหล่านี้ด้วยตาของตนเอง พร้อมกันนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิด การสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่นอีกด้วย และการท่องเที่ยวมักถูก มองว่าเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนาหลายประเทศ รวมทั้ง ประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศ เช่น ในอินโดจีนและยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การ ท่องเที่ยวเป็นภาค บุกเบิกที่จะนำผลประโยชน์มาสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก และ ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้ รวมถึงประเทศไทยก็อาศัยการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธในการ พัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศไทยประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม จนเป็นที่รู้จักใน ฐานะ “สยามเมืองยิ้ม” และกลายเป็นสถานพักผ่อนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก (สมุดปกขาวที่ดี อารีโอ, 2537)

สำหรับประเทศไทยแล้ว ตั้งแต่เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-9 (พ.ศ.2503-2546) อาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญ ส่วนหนึ่งของประเทศซึ่งจากตัวเลขของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่าจำนวน นักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ตั้งแต่ปี พ.ศ 2503 - 2546 ได้ทวีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา (สินธุ์ สโรบล, 2004: 15) และความสำเร็จของการท่องเที่ยวไทยหรือยุคทองของ การท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) โดย มีรายได้จาก การท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ ประมาณ 50,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 100,000 ล้านบาทในปีสุดท้ายของแผนฯ (สมุดปกขาวที่ดีอารีโอ, 2537) ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวได้ต่อเนื่อง มาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ที่ได้เปิดโอกาสให้คน ทุกสาขาอาชีพและทุกภูมิภาคของประเทศ ได้เข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และกำหนดทิศ ทางการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับเป็นการวางแผนที่เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของ คนในชาติ อีกทั้งได้ปรับแนวความคิดการพัฒนาจากเดิมที่เคยเน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก

เพียงอย่างเดียว มาเป็นการมุ่งเน้นคนให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ยังคงแนวทางนี้ไว้ แต่ก็ได้ให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาของประชาชนอย่างชัดเจนเป็นครั้งแรก กล่าวคือได้กำหนดประเด็นการพัฒนาที่สำคัญในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ดังนี้ คือ การพัฒนาคุณภาพคนและคุณค่าวัฒนธรรมไทยจะทวีความสำคัญมากขึ้น, การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นมิติสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ, การแก้ปัญหาความยากจนเป็นพื้นฐานสำคัญไปสู่การสร้างความเป็นธรรมในสังคม, การเสริมสร้างเครือข่ายชุมชนจะเป็นภูมิคุ้มกันทางสังคมให้เข้มแข็งมากขึ้น, การอนุรักษ์ฟื้นฟูและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มข้อจำกัดมากขึ้น, การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจต้องดำเนินการต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะต้องเร่งดำเนินการ รวมทั้งการเสริมสร้างกระบวนการกระจายอำนาจเป็นพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนาประเทศในระยะ 20-30 ปี ข้างหน้าได้แก่ การมุ่งเน้น "การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย" โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และคำนึงถึงความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันอย่างมีดุลยภาพ ทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2543)

ลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปใช้บริการหรือสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว ณ ที่ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยตรง (สิริกาญจน์ ปรับโตวิดิใจโย) กอปรกับการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดกระบวนการต่าง ๆ มากมายในระบบการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อันได้แก่ การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการบริษัทนำเที่ยว การบริการสถานที่พักผ่อน การบริการร้านอาหาร การบริการสินค้าของที่ระลึก การบริการบันเทิง และระบบการรักษาความปลอดภัย ซึ่งกระบวนการเหล่านี้มีเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction) ความต้องการทางการท่องเที่ยวจะถูกกระตุ้นด้วยกระบวนการในระบบการตลาด (Marketing system) จนทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวจำต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ นักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ สินค้าการท่องเที่ยว (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. 2536)

นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังต้องใช้ทรัพยากรทั้งธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมเป็นต้นทุนในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ ร่วมกันรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวดังกล่าวให้เกิดขึ้น เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถดำรงอยู่คู่สังคมและก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วย

เหตุนี้การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้มีความสามารถในการจัดการชุมชน จึงถือเป็นการแก้ปัญหาด้วยตนเองและเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น จึงเป็นโอกาสหนึ่งในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของประเทศ ทำให้ทิศทางการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องมีการปรับกระบวนการทัศน์ในการพัฒนาเสียใหม่ โดยมีฐานชุมชนเป็นเสาหลักในการพัฒนาประเทศให้มุ่งไปสู่ความยั่งยืน (ชาติชาย ณ เชียงใหม่)

พร้อมกันนี้ จากกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก เมื่อครั้งมีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ "Earth Summit" เมื่อปี 2535 ที่ เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มีส่วนผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ประกอบด้วย (1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ (2) กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษารียนรู้ และ(3) กระแสความต้องการพัฒนาคน หรือที่เรียกรวมกันว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" อย่างไรก็ตามท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยม ที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ในมาตรา 46 และมาตรา 56 ที่ได้กล่าวถึงการให้สิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและการตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นตาม มาตรา 78 รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่นท่ามกลางแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี 2545 เป็นปีสากลแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งคณะกรรมการของสหประชาชาติได้เรียกร้องให้องค์การระหว่างประเทศ รัฐบาล และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนปีสากลแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางดังกล่าวให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมอย่างสมดุลมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ชาวบ้านได้เรียนรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว การจัดการรายได้ และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ผู้คนทุกกลุ่มในชุมชนอย่างเป็นธรรม (สินธุ์ สโรบล, 2004: 16-17)

โดยการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน หมายถึง "ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆไม่ว่าธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้

มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปทบทวน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" (สินธุ์ สโรบล, 2004: 18)

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการพัฒนาแบบยั่งยืน จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ หากขาดการทำงานที่สอดคล้องกันทั้งของภาครัฐ ความร่วมมือของภาคเอกชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การก่อให้เกิดจิตสำนึก (Civic Consciousness) ร่วมกันมารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร (Civic Group) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ภายใต้ระบบการจัดการโดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (Civic Network) (ชูชัย ศุภวงศ์, 2542 : 165) และกลไกหลักที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวและรวมตัวกันเป็นชุมชนเข้มแข็งของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ ความสามารถในการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น สิ่งสำคัญหลัก นั่นคือ การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีและความเข้าใจที่ตรงกันภายในชุมชน รวมไปถึงการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนไปสู่ภายนอก

การสื่อสาร ตรงกับคำภาษาอังกฤษ Communication มีรากศัพท์จากคำว่า Communis ในภาษาละติน ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Common แปลว่า ความเหมือนกันหรือร่วมกัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นการสร้างความเหมือนกันหรือลักษณะที่ร่วมกัน มนุษย์สื่อสารกัน เพราะต้องการให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ความเห็น ความรู้ ความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kincaid (1979) ที่ว่า คนเราสื่อสารกันด้วยเจตนาที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

ดังนั้น "การสื่อสาร" จึงเข้ามามีบทบาทและกลไกสำคัญ ซึ่งเปรียบได้กับตัวกลางในการเชื่อมโยงปรากฏการณ์ทางสังคมและมีบทบาทในการกระตุ้นให้กลุ่มบุคคลในระดับสังคมหรือชุมชนเกิดการรวมตัวกัน เกิดจิตสำนึก ความสามัคคี และความเข้าใจที่ตรงกันต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ ซึ่ง จุมพล รอดคำดี ได้กล่าวไว้ว่า "การสื่อสารหมายถึง พฤติกรรมการติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึนึกคิด เจตคติ

ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อให้เกิดผลตอบสนองบางประการที่ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้คือ การเข้าใจร่วมกัน การร่วมมือ การตกลงเห็นพ้องต่อกัน การผสมผสาน ประนีประนอม เป็นต้น อันจะนำมาซึ่งความคงอยู่และการพัฒนาสังคมของมนุษย์ “ซึ่งสอดคล้องกับ Rogers (เสถียร เขยประทับ, 2537) ให้คำนิยามการสื่อสารว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

ความนิยามของการสื่อสารมีข้อน่าสนใจที่ว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นและเป็นไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา มีการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง และมีแนวโน้มที่จะเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมาย สัญลักษณ์ สัญญาณ ทำให้ขอบข่ายการสื่อสารกว้างขวางออกไปให้ฝ่ายหนึ่งได้รับรู้ความคิด ความรู้สึกของอีกฝ่ายหนึ่งได้

เมื่อกลุ่มได้เริ่มก่อตัวขึ้นและมีพัฒนาการจากระดับแรกไปจนถึงระดับที่กลุ่มมีความมั่นคง กิจกรรมหนึ่งที่สามารถทำให้กลุ่มอยู่รอดในทุกระยะของการเติบโต คือ การสื่อสาร เพราะการสื่อสารช่วยให้สมาชิกของกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน เกิดการเชื่อมโยงระหว่างสมาชิกของกลุ่ม การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มจะมีลักษณะเป็นเครือข่าย (สุนันทา ชุมพล, 2517 : 17) โดยการรวมตัวของกลุ่มองค์กรในรูปของเครือข่ายเปรียบเสมือนเป็น “องค์กรร่ม”(Umbrella Organization) ที่เชื่อมองค์กรสมาชิกและสมาชิกเข้าด้วยกัน เป็นช่องทางให้มีการสื่อสารระหว่างกัน พุดคุยแลกเปลี่ยนกันในประเด็นปัญหาที่สนใจร่วมกัน (ยุทธนา วรณพิติกุล และสุพิศ เจริญจิต)

ดังนั้น การจะเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทิศทางที่เหมาะสมนั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงจึงมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ การสื่อสารเป็นเงื่อนไขสำคัญ เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย ยังมีการสื่อสารมากเท่าไร ก็ยิ่งส่งผลให้สังคมเปลี่ยนแปลงมากเท่านั้น (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2542 : 72)

กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (The Alternative Paradigm of Communication for Social Change) ถือเป็นแนวคิดของการสื่อสารภายใต้กรอบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบใหม่ที่มุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาหนทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน สังคม ประเทศหรือระดับโลก ซึ่ง

ประเด็นสำคัญของกระบวนการสนทนาแบบทางเลือกใหม่ในการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงคือ กระบวนการสนทนาโต้ตอบกัน (Dialogue process) ของสมาชิกในสังคม

กระบวนการสนทนาโต้ตอบกัน (Dialogue process) ของสมาชิกในสังคม มุ่งคำนึงถึงความเท่าเทียมกันของบุคคล (Equal basis) เกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมกันรับฟัง และเคารพในความคิดผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตนบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน เพื่อค้นหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงสังคมและดำเนินการร่วมกันในการแสดงความคิดเห็น (Right to communicate) โอกาสในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง (Accessibility to information) อันจะนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกเชิงสาธารณะร่วมกัน (Public Conscientization) นำไปสู่การสื่อสารประชาธิปไตยที่จะนำไปสู่การเพิ่มพลัง (Empowerment) ให้กับสมาชิกในสังคม และเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการที่ได้ร่วมกันกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแลและตรวจสอบโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปารีชาติ สถาปัตยานนท์ , 2542 : 73-74)

ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารจะทำหน้าที่ยึดและโยงสมาชิกของกลุ่มหรือชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจและทัศนะร่วมกัน ร่วมประสานการกระทำกับคนอื่น ๆ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชน โดยยึดเอาผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก การสื่อสารจึงเป็นหัวใจของการสร้างพันธะทางสังคม (Social Bonds) ที่จะนำไปสู่การกระทำร่วมกัน ภายในกลุ่มหรือชุมชน (Collective Action) ที่กลายเป็นชุมชนเข้มแข็งและพัฒนาด้วยพลังกำลังของตนได้อีกครั้ง (กิตติ กันภัย . วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 18 ฉบับที่ 2)

สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการร่วมพัฒนาชุมชน William W. Reeder (อ้างใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ , 2528) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม “การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเกิดจากแนวคิดสำคัญ 3 ประการคือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลของบุคคล ซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ผลักดันให้มุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผน และลงมือกระทำร่วมกัน

3. การตัดสินใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำที่ตอบสนองความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

จากการรวมตัวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายและการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว จึงเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการสร้างความสมดุลในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชน รวมถึงการจัดการ ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบในการสร้างชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวบนแนวคิด ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ชุมชนในพื้นที่บริเวณดอนหวาย ได้มีจุดเริ่มต้น ณ ดินแดนลุ่มแม่น้ำนครชัยศรี สมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ สมัยอยุธยาเมื่อปี พ.ศ.2092 โดยได้ปรากฏชื่อในพงศาวดารกรุงศรีอยุธยาว่า "เมืองนครไชยศรี" และเริ่มมีผู้คนเริ่มเข้ามาตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่กันบ้าง หลังจากกรุงศรีอยุธยาแตกเมื่อปี พ.ศ. 2310 ผู้คนก็ได้อพยพโยกย้ายเพื่อหลบภัยสงครามมาอยู่รวมกันมากขึ้น จนผ่านมาถึง รัชกาลที่ 3 ได้มีการติดต่อค้าขายกับประเทศจีนอยู่นาน จนทำให้มีชาวจีนได้เข้ามาพึ่งพิงพระบรมโพธิสมภารแผ่นดินสยามกันมากขึ้น โดยเฉพาะริมแม่น้ำนครชัยศรีแห่งนี้ โดยชาวจีนที่ถนัดทำสวนจะตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งด้านตะวันตกของแม่น้ำ เพราะมีลำคลองเพื่อใช้ในการส่งน้ำ และมีพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกผักสวนครัวด้วย ส่วนอีกบางส่วนได้ตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งด้านตะวันออกและมีอาชีพค้าขาย สำหรับคนไทยที่เป็นเจ้าของที่ดินจะอยู่ทางด้านทิศตะวันออกและประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาพื้นที่ทางด้านฝั่งตะวันออกของแม่น้ำซึ่งเป็นที่ตั้งโรงหีบอ้อยได้เลิกกิจการลง เจ้าของที่ดินที่เป็นชาวจีนได้ถวายพื้นที่ดินให้เป็นที่สร้างวัด ซึ่งก็คือ "วัดคณาภิราม(ดอนหวาย)" ในปัจจุบันนั่นเอง

ในสมัย ร.5 ได้มีการปรับปรุงการบริหารราชการแผ่นดินเป็นระบบมณฑลเทศาภิบาล และตลาดดอนหวายได้อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอตลาดใหม่ ซึ่งขึ้นกับ "มณฑลนครไชยศรี" ต่อมาพื้นที่ดังกล่าวเริ่มมีความคับแคบลง เนื่องจากมีผู้คนเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ทางราชการจึงย้ายไปสร้างอำเภอใหม่ คือ "อำเภอสสามพราน" เมื่อปี พ.ศ. 2458 สมัยรัชกาลที่ 6

ในครั้งนั้น ทำให้ชาวจีนบางส่วนได้โยกย้ายมารวมกับชาวจีนเก่าที่ตลาดดอนหวายมากขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นชาวจีน "แต้จิ๋ว" ซึ่งมีถิ่นฐานเดิมอยู่ที่เมืองซัวเถา มณฑลกวางเจา ประเทศจีน และจากการอพยพของชาวจีนที่ดอนหวายในครั้งนี้ ทำให้การค้าขายเริ่มมีความคึกคักเพิ่มมากยิ่งขึ้น จนกลายเป็นตลาดที่สำคัญและเรียกชื่อว่า "ตลาดดอนหวาย" ตามชื่อวัด

สภาพของตลาดแต่เดิมมุ่งหลังคาด้วยจาก ต่อมาเกิดไฟไหม้จึงได้สร้างขึ้นเป็นเรือนไม้ 2 แถวมิถุนนเดินผ่านกลางตลาด หลังคามุงด้วยกระเบื้องว่าว หน้าร้านในแต่ละบ้านจะทำด้วยแผ่นไม้ยาวในแนวตั้งเรียกว่า “ฝาถ้ง” คือ เปิดและปิดได้ที่ละแผ่นซึ่งเป็นบ้านที่ชาวจีนนิยมกันโดยทั่วไป ต่อมาพื้นที่บริเวณทางตอนใต้ก็เกิดตลาดใหม่อีก 1 แห่งชื่อว่า “ตลาดขจรบุญ” ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับตลาดดอนหวาย นอกจากนั้น ชาวจีนที่เข้ามาอยู่กันมากในตลาดดอนหวาย ได้สร้างจุดศูนย์รวมจิตใจขึ้นโดยสร้าง “ศาลเจ้า” ประจำตลาดเพื่อใช้ในการไหว้และเซ่นเจ้าตามประเพณี มีการตั้งโรงเรียนสำหรับสอนภาษาจีนขึ้น เรียกกันว่า “โรงเรียนจีน” มีโรงฝึน โรงฆ่าสัตว์ และโรงปั่นไฟฟ้า

การรวมตัวของชาวจีนในตลาดดอนหวายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ ทำให้ในเทศกาลตรุษจีนและสารทจีนจะคึกคักเป็นพิเศษทุกปี และต่างได้นำเอาอาหารไปแจกจ่ายให้กับกลุ่มคนไทยที่ตั้งบ้านเรือนที่อยู่ใกล้ตลาด ขณะเดียวกันในวันตรุษไทยและสารทไทย กลุ่มคนไทยก็นำอาหารไปแบ่งปันให้กับชาวจีนในตลาดเช่นเดียวกัน สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนวัฒนธรรมในการแบ่งปันในด้านอาหารการกินได้อย่างเด่นชัดของชุมชนตลาดดอนหวาย ต่อมามีกลุ่มคนเข้ามาตั้งบ้านเรือนมากขึ้นทางพื้นที่ตอนเหนือกลายเป็นตลาดอีกแห่งหนึ่ง จากนั้นพื้นที่ของตลาดดอนหวายก็ได้สร้างติดต่อกันทั้ง 3 ตลาด จึงทำให้เกิดอาคารบ้านเรือนตั้งเรียงรายเป็นระยะทางไปตามคั่งน้ำที่สามารถมองเห็นได้แต่ไกล และถูกเรียกรวมกันว่า “ตลาดดอนหวาย”

จากความคึกคักของการค้าขายที่มีทุกวันในตลาดดอนหวายด้วยเส้นทางการสัญจรผ่านแม่น้ำท่าจีนเป็นหลักตั้งแต่ครั้งอดีต แต่เมื่อถนนได้ตัดผ่านไปถึง กลับทำให้ผู้คนมีทางเลือกในการจับจ่ายหาซื้อสินค้าจากที่อื่น ทำให้ความเติบโตของตลาดดอนหวายที่มีมาอย่างต่อเนื่องได้หยุดนิ่งลงไป จากการค้าขายที่มีอย่างคึกคักก็หดหายกลายเป็นเพียงตลาดที่อยู่อาศัย และมีร้านขายอาหารบางส่วนต้องโยกย้ายออกไปค้าขายในพื้นที่อื่นแทน จึงเหลือร้านค้าที่ปักหลักค้าขายในตลาดอยู่เพียงไม่กี่สิบร้านเท่านั้น กอปรกับในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้เข้ามาในประเทศไทย ก็ยิ่งทำให้ตลาดดอนหวายซบเซาลงไปอีก

ในช่วงปี พ.ศ. 2540 ตำบลบางกระทึกได้มีนายบัญชา วุฒิสังคะ เข้ามาเป็นกำนัน และเป็นที่ยู้งักกันเป็นอย่างดีของคนในพื้นที่ว่า “กำนันใหญ่” ซึ่งมีแนวความคิดที่จะฟื้นฟูตลาดดอนหวายให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยการจัดการกันเองของชุมชน จึงได้รวมกลุ่มคนซึ่งมีพื้นเพอาศัยอยู่ในชุมชนตลาดดอนหวายและมีบทบาทสำคัญในพื้นที่จำนวนประมาณ 20 คน ไม่ว่าจะ เป็น เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย , ไวยาวัจกรวัดดอนหวาย , อบต.บางกระทึก และกลุ่มพ่อค้า แม่ค้าที่

ค้าขายในตลาดดอนหวายมาตั้งแต่เริ่มต้นเข้ามาปรึกษาหารือและรวมตัวกันก่อตั้งเป็น "คณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย" โดยมีกำนันหนึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งได้มีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดดอนหวาย
- ฝ่ายดูแลสถานที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
- ฝ่ายดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
- ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า

โดยแต่ละฝ่ายจะมีกรรมการตลาดดอนหวายเข้าไปเป็นแกนนำรับผิดชอบ และหลังจากการก่อตั้งคณะกรรมการตลาดดอนหวาย และให้ผู้ที่อยู่อาศัยและทำการค้าขายอยู่ในตลาดดอนหวายเข้าร่วมเป็นสมาชิก พร้อมปฏิบัติตามกฎระเบียบของคณะกรรมการเพื่อร่วมมือกันฟื้นฟูให้ตลาดดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดการของชุมชน ซึ่งการแบ่งหน้าที่อย่างเป็นระบบทำให้ระบบการจัดการในชุมชนเป็นไปด้วยดี ทุกคนร่วมใจกันปฏิบัติตามกฎระเบียบเป็นอย่างดี จนได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดี พร้อมกันนี้ในช่วงเวลาเดียวกันกับการเริ่มต้นฟื้นฟูตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น สื่อสิ่งพิมพ์ยักษ์ใหญ่อย่าง "ไทยรัฐ" คอลัมน์ "เที่ยวไป กินไป" ในขณะนั้นได้เขียนถึงร้านเปิดพะไล่นายหนับก็ยิ่งทำให้ตลาดดอนหวายเป็นที่สนใจและเป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีผู้คนจากทั่วประเทศหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดดอนหวายกันมากขึ้นและต่อเนื่องเรื่อยมา จนตลาดต้องทำการขยายขยายพื้นที่และมีจำนวนพ่อค้าแม่ค้าจากท้องถิ่นอื่นในเขตจังหวัดนครปฐมเข้ามาค้าขายในพื้นที่ตลาดดอนหวายเพิ่มขึ้นด้วย

จากจำนวนแกนนำก่อตั้งที่ได้ร่วมปรึกษาหารือกันเพียง 20 คนในครั้งแรก จนปัจจุบันนี้มีจำนวนสมาชิกซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละร้านค้าของชุมชนตลาดดอนหวายเข้าร่วมประชุมแต่ละครั้งมีไม่ต่ำกว่า 300 คน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชนในการเข้าร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ให้กลายเป็นชุมชนเข้มแข็งด้วยตนเอง

ด้วยเสน่ห์อันเป็นจุดขายหลักของแหล่งท่องเที่ยวนาม "ตลาดริมน้ำดอนหวาย" มีหลายอย่างที่เอื้ออำนวยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารการกินและการพักผ่อนอันดีดั่ง ๆ ของประเทศ ไม่ว่าจะเป็น ความเป็นตลาดเก่า 100 ปี, ความหลากหลายของอาหารการกินแบบโบราณที่มีให้เลือกมากมาย ทั้ง อาหารคาว หวาน โดยอาหารเด่นที่มีชื่อเสียงของตลาดริมน้ำดอนหวาย อาทิ เปิดพะไล่นายหนับ ห่อหมกเจ๊กิน ขนมตาลป่าไซ้ และ ขนมหวานอค์นี่ เป็นต้น พร้อม

กันนั้นยังเป็นตลาดนัดสินค้าเกษตรจากชาวสวนจังหวัดนครปฐมซึ่งนำผลิตผลทางการเกษตร โดยเฉพาะ ส้มโอ ผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัดนครปฐมส่งออกมาจากสวนสู่ผู้ซื้อได้โดยตรง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้ตลาดริมน้ำดอนหวายยังมีกิจกรรมการล่องเรือด้วยเรือเอี่ยมจุ่น และเรือกระแซงโบราณ โดยแบ่งออกเป็น 2 เส้นทางล่องไปตามแม่น้ำท่าจีน นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทำเลที่ดี คือ เป็นได้ทั้งทางผ่านไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้ หรือ เจาะจงมาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายโดยตรงก็ได้ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งอยู่ใกล้ ๆ อาทิ "วัดไร่ขิง" "สวนสามพราน" หรือ "พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย" จึงทำให้เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศเดินทางเข้ามาเที่ยวตลาดแห่งนี้จำนวนหลายพันคนจนแน่นขนัดโดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์ในขณะนี้ จนทำให้แหล่งท่องเที่ยวนาม "ตลาดริมน้ำดอนหวาย" มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ และกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้งหนึ่ง

ประเด็นความน่าสนใจของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ การเป็นชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการก่อตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายเข้ามาเป็นแกนหลักในการจัดการกับระบบธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนให้มีกฎระเบียบให้ทุกคนได้ปฏิบัติตาม พร้อมทั้งนั้นยังได้เปิดโอกาสให้สมาชิกของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ มีสิทธิในการแสดงความคิดเห็น และช่วยกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน และสิ่งสำคัญในการรวมกลุ่มครั้งนี้ คือ ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและมีอำนาจในการบริหารจัดการชุมชน พร้อมทั้งมีเครือข่ายการสื่อสารไปสู่ภายนอกเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีมากขึ้นในปัจจุบัน นั่นคือ นายบัญชา วุฒิสังคะ ซึ่งมีตำแหน่งเป็นกำนัน และประธานคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายในเวลาเดียวกัน

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยวในสถานการณ์ต่าง ๆ ว่ามีอย่างไร และผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

ดังนั้น จึงเป็นที่มาของปัญหานำการวิจัยและวัตถุประสงค์ ภายใต้วลี "การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย" ดังนี้

วัตถุประสงค์เพื่อการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

ปัญหำนำการวิจัย

1. ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร
2. ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารอย่างไร ต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้ง สถานการณ์การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกภายในชุมชน , สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวิเคราะห์ถึงบทบาทสำคัญของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

นิยามศัพท์

การสื่อสาร : กระบวนการถ่ายทอดหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผ่านสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อสารมวลชน

รูปแบบการสื่อสารในการจัดการ

: การติดต่อสื่อสาร ถ่ายทอดคำพูด ความคิด ความรู้สึก ตลอดจนข้อมูลข่าวสาร ในที่นี้จะหมายถึงรูปแบบการสื่อสารที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายใช้ในการจัดการการท่องเที่ยว ใน 3 สถานการณ์ คือ (1) กระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน

(2) เพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และ (3) การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

โดยเป็นรูปแบบการสื่อสารทั้งภายในชุมชนเอง และภายนอกชุมชน ซึ่งมีทั้ง (1) รูปแบบการสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในชุมชน, (2) ระหว่างสมาชิกกับผู้นำ และ (3) ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานพันธมิตรภายนอก โดยใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาการสื่อสารใน 4 ลักษณะคือ

- ทิศทางการสื่อสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) และการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)
- ลักษณะการใช้ แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)
- สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือ แบบวจนะ (Verbal Communication) และการสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำ หรือ แบบอวจนะ (Non-Verbal Communication)
- การไหลของข่าวสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารตามแนวตั้ง (Vertical Communication) ซึ่งมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ (1) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down) (2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up) และการสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication)

ผู้นำชุมชน

: บุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปลินสัย และความสามารถในการช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง และแก้ปัญหา ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งหรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง และเป็นผู้ที่มีความสามารถจูงใจให้ประชาชนมีความคิดคล้อยตามและลงมือทำงานจนนำไปสู่จุดหมายปลายทางได้ รวมทั้งสมาชิกในชุมชนให้ความเคารพนับถือ และให้การยอมรับในความสามารถที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชนตลาดริมน้ำ

ดอนหวาย โดยผู้นำในที่นี้ หมายถึง ผู้นำทางความคิด ได้แก่ กำนัน ประธานคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย และเจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ซึ่งได้ใช้การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวทั้งภายในชุมชนคือ การกระตุ้นความร่วมมือ , แก้ไขข้อขัดแย้งภายใน และการสื่อสารกับภายนอกชุมชน คือ การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

บทบาทแกนนำชุมชน : บทบาทของบุคคลที่สามารถกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิก ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง แก้ปัญหา และคลี่คลายปัญหา ให้แก่สมาชิกของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย พร้อมทั้งได้รับความเคารพนับถือ และการยอมรับในความสามารถที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

สมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

: กลุ่มบุคคลที่ทำการค้าขายและอาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระทึก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

พันธมิตรของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

: กลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งมีทั้งพันธมิตรที่อยู่ในภายในชุมชน คือ วัดดอนหวาย , โรงเรียนวัดดอนหวาย และพันธมิตรภายนอกของชุมชน คือ อบต.บางกระทึก , สถานีตำรวจภูธรตำบลโพธิ์แก้ว อ.สามพราน , อาสาสมัครป้องกันฝ่ายพลเรือน (อปพร.) , สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม และชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน

การจัดการการท่องเที่ยว: การดำเนินงานของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย บุคคลและหน่วยงานภายนอกชุมชน ในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมี

ประสิทธิภาพ ภายใต้สถานการณ์การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิก ,สถานการณ์การแก้ไขปัญหา และสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยว โดยแสดงออกในรูปแบบการเข้าประชุม การแสดง ความคิดเห็น การตัดสินใจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและการเกิดจิตสำนึกต่อความเป็นเอกลักษณ์ และการอนุรักษ์ท้องถิ่นตนเอง

รวมกลุ่ม : ลักษณะการเข้าร่วม, บวกเข้าด้วยกัน, ผสมเข้าด้วยกัน ในที่นี้หมายถึงกลุ่มคนในพื้นที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายทั้ง ผู้ที่อาศัยอยู่ ผู้ทำการค้าขายและผู้นำชุมชน ร่วมกันคิด และรวมกันก่อตั้งเป็นชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ผลที่ได้จากการวิจัยจะเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม สร้างความรู้ความเข้าใจ ในการจัดตั้งและพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อนำผลงานวิจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการจัดการด้านการท่องเที่ยวได้ต่อไป