



สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยวและวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้นำและแกนนำจัดตั้งชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย สมาชิกในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย และกลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน จำนวนทั้งสิ้น 23 คน

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา 2 ประเด็น คือ

1. รูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว
2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษิตตามปัญหานำวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

ที่มาของตลาดริมน้ำดอนหวาย

ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้กำเนิดขึ้นที่ลุ่มแม่น้ำนครชัยศรี เมื่อปี พ.ศ.2092 และเริ่มมีผู้คนเริ่มเข้ามาตั้งบ้านเรือนอาศัยมากขึ้น หลังจากกรุงศรีอยุธยาแตกเมื่อปี พ.ศ. 2310 จนมาถึงสมัยรัชกาลที่ 5 ก็ได้มีชาวจีนเข้ามาตั้งบ้านเรือนและค้าขายผ่านเส้นทางน้ำ คือ แม่น้ำนครชัยศรี หรือ แม่น้ำท่าจีน จนทำให้การค้าขายเริ่มมีความคึกคักจนกลายเป็นตลาดที่สำคัญและเรียกชื่อว่า "ตลาดดอนหวาย" ตามชื่อวัดดอนหวายในพื้นที่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2500 ได้มีการตัดถนนในรอบนอกตลาดริมน้ำดอนหวายก็ทำให้การสัญจรผ่านทางแม่น้ำลดลงและจำนวนผู้คนหดหายไปจากตลาด จนทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเข้าสู่จนขบเซา

แต่ในปี พ.ศ. 2530 เริ่มมีการตัดถนนผ่านตลาดริมน้ำดอนหวายไปที่วัดมงคลจินดาราม

(ไร่เชิง)และมีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาขึ้นในบริเวณวัดไร่เชิง และมีการส่งอาหารจากตลาดไป ด้วยรสชาติอาหารที่อร่อย จนถูกพูดถึงแบบปากต่อปากขยายออกไปเรื่อย ๆ และเป็นจุดดึงดูดคนเข้ามาแวะเที่ยวดอนหวายอีกครั้ง

พัฒนาการตลาดริมน้ำดอนหวาย

ในปี พ.ศ.2540 ได้มีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีความคิดตรงกันที่จะพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมและสร้างเศรษฐกิจภายในชุมชน นั่นคือ กำนันใหญ่ บัญชา วุฒิสงคะ รวมไปถึงผู้มีบทบาทสำคัญคนอื่น ๆ ก็มีตำแหน่งสำคัญในตลาดริมน้ำดอนหวายในเวลาเดียวกัน คือ เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย และผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย

โดยผู้วิจัยขอแบ่งช่วงของการพัฒนาการตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนี้

- ช่วงการรวมตัวในระยะต้น

กลุ่มแกนนำหลักของคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายนั้นในระยะเริ่มต้นนั้น ประกอบไปด้วย กำนัน เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ไวยาวัจกรวัดดอนหวาย ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย กลุ่มพ่อค้า แม่ค้า และคนในพื้นที่ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิมรวมกันจำนวน 18 คน นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มคณะที่ปรึกษาของคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายอีกจำนวน 10 คน ได้มาร่วมกันคิดทำแผนแบ่งการทำงานออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้คือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดดอนหวาย ฝ่ายดูแลสถานที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ฝ่ายดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า

- ช่วงการจัดระเบียบ

ในช่วง 2- 3 ปีแรกของการก่อตั้งเป็นคณะกรรมการตลาดฯ จะมีการประชุมกันบ่อยคือเดือนละ 1 ครั้ง แต่หลังจาก 3 ปีแรกของการก่อตั้งคณะกรรมการแล้วนั้นตลาดได้เริ่มมีระเบียบมากขึ้น และไม่มีปัญหาเหมือนเริ่มก่อตั้ง ก็ทำให้การนัดประชุมไม่บ่อยเหมือนเดิม โดยในการเรียกประชุมทุกครั้ง จะมีการทำหนังสือเรียกประชุมจากกลุ่มคณะกรรมการตลาดฯ ส่งไปตามร้านค้าที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายก่อนล่วงหน้า

- ช่วงเป็นข่าว

ในปี พ.ศ.2541 กระแสที่ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายโด่งดังเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ นั่นคือ สื่อมวลชน โดยสื่อแรกที่ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีชื่อเสียง คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์ “เที่ยวไป กินไป” ได้สร้างปรากฏการณ์คนตื่นกระแสและหลังไหลเข้ามาที่ตลาดริมน้ำดอนหวายเพื่อเข้ามาซื้อสินค้าที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์

- ช่วงขยายพื้นที่

กลุ่มแกนนำได้คิดขยายพื้นที่ตลาดริมน้ำดอนหวายเพิ่มเติมไปถึงบริเวณท่าน้ำหน้าวัดโดยให้ชาวสวนในละแวกนั้นได้เข้ามาขายสินค้าของตนเอง ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีพื้นที่รวม 4 เขต คือ เขตพื้นที่บริเวณวัดดอนหวาย เป็นแหล่งขายพืช ผัก ผลไม้ และเปิดให้นักท่องเที่ยวร่วมทำบุญกับวัดดอนหวาย เขตพื้นที่บริเวณสนามโรงเรียน จะเป็นพื้นที่ขายอาหารมี และลานตลาดนัดในวันเสาร์ อาทิตย์ หรือวันหยุดราชการอื่น ๆ เขตพื้นที่ชุมชนตลาดดอนหวายเก่า เป็นแหล่งขายอาหารคาว หวานชื่อดังต่าง และเขตพื้นที่ศาลเจ้าแม่เซ่งเญียะ เป็นพื้นที่ขายอาหาร ผัก ผลไม้และมีการจัดสรรพื้นที่ขายของเอกชน

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว โดยได้แบ่งการนำเสนอออกได้เป็น 3 สถานการณ์ ตามระยะเวลาของพัฒนาการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนี้

- (1) สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน
- (2) สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน
- (3) สถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

สถานการณ์ในแต่ละรูปแบบ ได้แบ่งวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้ร่วมกันดำเนินกิจกรรม ซึ่งแบ่งเป็น รูปแบบการสื่อสารภายในชุมชน และรูปแบบการสื่อสารภายนอกชุมชน

1. สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน

จากผลการศึกษาสถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน สรุปได้ว่า มีกระบวนการสื่อสารใน 3 รูปแบบ คือ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของชุมชน

1.1 กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯและผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการ เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ได้แก่

- การประชุมระหว่างคณะกรรมการตลาดฯและผู้ประกอบการ ซึ่งมีจุดนำสังเกตว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารสองทางที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การตอบโต้ระหว่างกันน้อยมาก โดยสารที่คณะกรรมการตลาดฯ ใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการลักษณะนี้ คือ การรักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อม การต้อนรับบุคคลสำคัญ และหาเงินกองกลางของชุมชน

การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การพูดคุยกันโดยตรงระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการภายใน ซึ่งพบว่าการพูดคุยลักษณะนี้เมื่อประธานกรรมการตลาดฯ หรือกรรมการเดินตรวจตลาดเพื่อตรวจดูความเรียบร้อยภายในตลาด หากพบร้านค้าใดไม่รักษาความสะอาดเท่าที่ควรก็พูดตักเตือน พร้อมกับผู้วิจัยพบว่า การพูดจาสื่อสารกันต่อหน้าแบบส่วนตัวอย่างนี้ทำให้สมาชิกไม่ต้องอับอายคนอื่น ๆ เหมือนการโดนตักเตือนในที่ประชุมและทำให้ร้านค้านั้น ๆ ยินดีปฏิบัติตาม นอกจากนี้การเดินตรวจตลาดของคณะกรรมการตลาดฯ ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการภายในชุมชนได้มีโอกาสพูดคุยแสดงความคิดเห็นของตนเองได้โดยตรงมากกว่าการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม สรุปได้ว่าเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างมีบทบาทในการถ่ายทอด และเป็นการสื่อสารที่ไม่มีการขึ้นนำ ทั้งสองฝ่ายสามารถสื่อสารได้เต็มที่

การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การใช้เสียงตามสายในการกระตุ้นความร่วมมือของผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยเนื้อหาที่สื่อสารผ่านเสียงตามสายได้เน้นด้านอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสะอาดของร้านค้า ขายสินค้าไม่แพง ยิ้มแย้มแจ่มใส รวมถึงวางสินค้าไว้หน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าได้ชมก่อนซื้อ

1.2 กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การพูดคุยกันโดยตรงระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ ซึ่งพบว่า มีการจับกลุ่มพูดคุยกันในพื้นที่ภายในตลาดนั่นเอง โดยเนื้อหาสาระที่นำมาพูดคุยกันเป็นเรื่องเกี่ยวกับ การจัดระเบียบร้านค้า การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของคณะกรรมการ และประเด็นการประชุมครั้งต่อไป

1.3 กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของชุมชน

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การพูดคุยกันโดยตรงของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของชุมชน ซึ่งพบว่าช่วงเวลาที่มีการพูดคุยกระตุ้นความร่วมมือภายในชุมชน เกิดขึ้นหลังจากการประชุมในแต่ละครั้ง และช่วงที่ชุมชนมีงานบุญประเพณี

2. สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

จากการศึกษาสรุปได้ว่า สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน เป็นการสื่อสารภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชนโดยเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ กับผู้ประกอบการร้านค้าที่เป็นสมาชิกชุมชน

2.1 กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับผู้ประกอบการ

ในแต่ละสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งเกิดขึ้นมานั้น ผู้วิจัยพบว่า เป็นปัญหาที่คณะกรรมการพบเห็นเอง และได้รับการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว สื่อนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน

● กรณีคณะกรรมการพบเอง

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการกรณีนี้ เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ได้แก่

- การสั่งการด้วยคำพูดระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการภายในชุมชน โดยเนื้อหาสาระที่ใช้การสื่อสารลักษณะนี้คือ ผู้ค้าวางของเกะกะล้ำพื้นที่ออกมา นักท่องเที่ยวทะเลาะกับผู้ค้า และผู้ค้าทะเลาะกันเอง ซึ่งผลจากการสื่อสารจากการสั่งการด้วยคำพูดมีทั้ง การให้ปฏิบัติตาม การให้หยุดพักการขายชั่วคราว และให้ออกไปจากตลาด แล้วแต่ความหนักเบาของปัญหา

การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การไกล่เกลี่ยด้วยการพูดคุยโดยตรง ผู้วิจัยพบในกรณีผู้ประกอบการเดินเรือทับเส้นทางกัน โดยประธานกรรมการตลาดฯ เข้ามาเป็นตัวกลางไกล่เกลี่ย ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางแบบมีสื่อบุคคลเข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการคลี่คลายปัญหา ทำให้การสื่อสารเป็นไปใน

ลักษณะพูดจาทกลงกันได้ด้วยดี เนื่องจากการสื่อสารแบบชี้แนะ และบุคคลในกรณีต่างมีความสัมพันธ์ส่วนตัวร่วมกัน

- **กรณีคณะกรรมการได้รับการร้องเรียน**

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการกรณีนี้ เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ได้แก่

- การประชุมตักเตือนระหว่างคณะกรรมการตลาดฯและผู้ประกอบการ ซึ่งเนื้อหาสาระที่ใช้ในการประชุมเพื่อตักเตือนนั้น คณะกรรมการตลาดฯจะใช้ในกรณีที่ ผู้ประกอบการขายสินค้าแล้ว เสีย ไม่ได้มาตรฐาน และผู้ประกอบการนำส้มโอจากที่อื่นมาอ้างชื่อเป็นส้มโอนครปฐม โดยผลจากการประชุมจะเน้นการตักเตือนเพื่อไม่ให้กระทำอีก เนื่องจากไม่สามารถทราบตัวผู้ประกอบการที่กระทำผิดได้

- การสั่งการด้วยคำพูดระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการภายในชุมชน โดยเนื้อหาสาระที่ใช้การสื่อสารลักษณะนี้คือ ผู้ค้าโกงตาซัง ซึ่งผลจากการสื่อสารในการสั่งการด้วยคำพูดคือ ให้ผู้ประกอบการหยุดพักการขายทันที ซึ่งเป็นการลงโทษเพื่อไม่ให้กระทำผิดอีก

3. สถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

จากการศึกษาสรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นลักษณะการสื่อสารเพื่อจัดการในเชิงรุกซึ่งเป็นการสื่อสารภายนอกชุมชนระหว่างคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายกับสื่อมวลชนและนักท่องเที่ยว ดังนั้นมีกระบวนการสื่อสารใน 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับ นักท่องเที่ยว

3.1 การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ กับสื่อมวลชน

ผลการศึกษารูปได้ว่า กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และสื่อมวลชน เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การพูดคุยกันโดยตรงระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และสื่อมวลชน ซึ่งพบว่าการสื่อสารในลักษณะนี้เกิดขึ้นเมื่อมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งเกิดขึ้นใน 2 กรณีคือ คณะกรรมการและผู้ประกอบการภายในตลาดบางคนได้พูดคุยกับสื่อมวลชนที่รู้จักเป็นการส่วนตัวให้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร้านค้าและตลาดริมน้ำดอนหวายให้ ส่วนกรณีที่สองคือ สื่อมวลชนเข้ามาในพื้นที่ตลาดริมน้ำดอนหวายและทางกลุ่มคณะกรรมการตลาดฯ ให้ความร่วมมือ คอยอำนวยความสะดวก และเป็นตัวกลางพาแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ภายในตลาด

3.2 การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ กับนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษารูปได้ว่า กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ กับนักท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่

- การใช้เสียงตามสายเพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวายไปสู่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ โดยเนื้อหาที่สื่อสารออกไปเน้นประชาสัมพันธ์แนะนำอาหาร การทำบุญ และการท่องเที่ยว ด้วยคำขวัญ "อิมบุญ อิมท้อง อิมใจ"

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษารูปได้ว่า ผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ประกอบด้วย ผู้นำอย่างเป็นทางการ คือ กำนัน และ ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก ส่วนผู้นำที่ไม่เป็นทางการคือ ประธานและ

คณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ผู้นำชุมชนในเขตตลาด ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย และเจ้าอาวาสวัดดอนหวาย โดยกลุ่มผู้นำเหล่านี้ต่างมีบทบาททางการสื่อสารร่วมกันในฐานะคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ในการสนับสนุนการรวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการ ในการระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน การแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งภายในชุมชน และการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน ดังนี้

2.1 บทบาทการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย

จากการศึกษาสรุปได้ว่า บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย เริ่มต้นขึ้นเมื่อผู้นำหลักอย่างกำนันใหญ่ได้รับนโยบายชุมชนเข้มแข็งมาจากภาครัฐ และได้มาร่วมพูดคุยปรึกษากับผู้นำชุมชนคนอื่น ๆ ภายในชุมชน และมีความคิดเห็นร่วมกันในการพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน รวมทั้งไปชักชวนบุคคลที่เป็นผู้นำในส่วนต่าง ๆ ที่มีศักยภาพ คือ กลุ่มผู้ค้าขายดั้งเดิม เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย และองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระพิก มาร่วมกันจัดตั้งเป็นคณะกรรมการตลาดชุมชนริมน้ำดอนหวายขึ้นมา เพื่อให้ภายในชุมชนได้มีระบบ และกฎระเบียบอย่างจริงจัง

2.2 บทบาทการสื่อสารเพื่อระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน

จากการศึกษาสรุปได้ว่า บทบาทในการระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน ทางผู้นำชุมชนอย่างกำนันใหญ่ มีรูปแบบการสื่อสารหลายทางประกอบกัน คือ การพูดคุยระดมความคิดภายในกลุ่มแกนนำ การเดินตรวจตลาดเพื่อพบปะพูดคุยกับสมาชิกภายในชุมชน และการประชุมภายในชุมชน ซึ่งแต่ละแนวทางได้ต่างมาเสริมกันและทำให้การสื่อสารภายในชุมชนครอบคลุมขึ้น และมีส่วนดึงสมาชิกภายในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น พร้อมกันนี้ก็มีจุดน่าสนใจต่อบทบาทการสื่อสารกรณีนี้ของชุมชน คือ แกนนำคนสำคัญอย่าง กำนัน ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้ให้ความสำคัญต่อการพูดคุยแบบเผชิญหน้า ทั้ง การพูดคุยระหว่างแกนนำด้วยกันเอง และการพูดคุยระหว่างผู้นำชุมชนกับสมาชิก เนื่องจากกำนันมีความเข้าใจธรรมชาติของคนในพื้นที่ที่ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นใด ๆ ต่อที่ประชุมที่มีคนหมู่มาก ดังนั้นการพบปะเจอเจอกันข้างนอกห้องประชุมมีความสะดวกใจในการสื่อสารมากกว่า

2.3 บทบาทการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน

จากการศึกษาสรุปได้ว่า บทบาทการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน เกิดขึ้นในกรณี ร้านค้านำสินค้าจากถิ่นอื่นมาขายแล้วอ้างว่าเป็นสินค้าภายในท้องถิ่น มีผู้ประกอบการล่องเรือหน้าใหม่เข้ามาขอแบ่งเส้นทางการล่องเรือจากผู้ประกอบการเจ้าเดิม ผู้ซื้อสินค้ากล่าวหาว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้าเน่าเสีย นักท่องเที่ยวทะเลาะกับผู้ค้า และผู้ประกอบการร้านค้าไม่ยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด โดยผู้นำมีบทบาทการสื่อสารในการจัดการข้อขัดแย้งภายในชุมชนของผู้นำชุมชนไว้ ดังนี้

คนกลาง

ในกรณีของการเดินเรือทับเส้นทาง ผู้นำชุมชน คือ กำนัน เข้าไปเป็นตัวกลางในการไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้งด้วยการเรียกผู้ประกอบการเดินเรือทั้งสองแห่งเข้ามาพูดคุย บอกถึงปัญหาความขัดแย้ง จากนั้นให้ทั้งสองบริษัทแบ่งเส้นทางล่องเรือเพื่อไม่ให้ทับเส้นทางเดินเรืออีก

ตักเตือน

ในกรณีที่มีผู้ค้าบางรายทำผิดกฎระเบียบ คือ วางของล้ำเส้น เกะกะหน้าร้าน ผู้นำชุมชน ทั้งประธาน และกรรมการก็จะตักเตือนทันทีที่พบเจอและให้ผู้ค้าปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด

สั่งให้ทำตาม

ในกรณีผู้ประกอบการในตลาดนำสินค้าจากที่อื่นเข้ามาขาย กรรมการจะแก้ปัญหาด้วยการออกคำสั่งแก่แม่ค้า คือ ห้ามนำมาขายอีก

สั่งให้ออกไปจากตลาด

กรณีที่เกิดปัญหาด้วยมาตรการขั้นเด็ดขาด คือ การให้ออกไปจากตลาด คือ กรณีการทะเลาะกันเองของผู้ค้า โดยผู้นำชุมชนจะใช้วิจารณญาณของตนเองในการตัดสินใจเป็นหลัก

สำหรับมาตรการขั้นเด็ดขาดที่ให้ผู้ค้าออกไปจากตลาด เนื่องจากผู้นำชุมชนต้องการให้ทุกคนเคารพกฎของชุมชนในการอยู่ร่วมกัน ดังนั้น การแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งด้วยการตัดสินใจให้ผู้ค้านั้นออกไปจากตลาด จึงเป็นการป้องกันผู้ค้าอื่นกระทำผิดตามมา

2.4 บทบาทการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

จากการศึกษา สรุปได้ว่า บุคคลที่มีบทบาทอย่างสูงในการเริ่มต้นจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยเฉพาะ กำนันใหญ่ ได้แสดงบทบาทผู้นำชุมชนในการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้สมาชิกภายในชุมชนต่างเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตนเองในช่วงปัจจุบัน ดังนี้

อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนและบุคคลสำคัญ

เมื่อมีสื่อมวลชนเข้ามาประชาสัมพันธ์ หรือ มีบุคคลสำคัญเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย แกนนำหลักของชุมชนที่ออกหน้าดูแล อำนวยความสะดวกต่าง ๆ คือ กำนันใหญ่ และคุณสมาน สุขสมัย ซึ่งทั้งสองต่างได้ใช้เงินส่วนตัวเพื่ออำนวยความสะดวก พร้อมเดินพาแนะนำร้านค้าต่าง ๆ พาไปส่งเรือ และบริการด้านอาหาร

ประชุมเพื่อกระตุ้นชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดการ

กำนันได้ทำหนังสือเรียกประชุมผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายให้เข้ามาร่วมประชุมและร่วมรับฟังปัญหาการขาดเงินกองกลางสำหรับการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวาย และบอกกล่าวให้ทุกคนช่วยกันระดมเงินซื้อบัตรเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อหารายได้เป็นกองกลาง

สร้างสัมพันธ์ภาพกับกลุ่มอำนาจด้านงบประมาณ

กำนันใหญ่ ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นผู้ที่มีความสนิทสนมและรู้จักเป็นการส่วนตัวกับบุคคลที่มีอำนาจในการอนุมัติงบประมาณพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนครปฐม หรือสมาชิกสภาจังหวัดนครปฐม โดยกำนัน

ใหญ่ได้ใช้วิธีการเชิญให้ผู้มีอำนาจข้างต้นมาร่วมประชุมด้วย จากนั้นพาไปเลี้ยงอาหารและพูดคุยเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะงบประมาณด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

นอกจากนี้จากการศึกษา สรุปได้ว่า ประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นผู้ที่มีบทบาทสูงมากในการเป็นผู้นำชุมชน เพราะเป็นทั้งผู้นำอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการในเวลาเดียวกัน เป็นคนกว้างขวางรู้จักผู้มีอำนาจในจังหวัดเป็นอย่างดี รวมทั้งสมาชิกในชุมชนให้การยอมรับเนื่องจาก เป็นคนในท้องถิ่นที่มีความตั้งใจจริงในการทำงาน มีความเป็นกันเองแบบแนวลูกทุ่ง และมุ่งพัฒนาท้องถิ่นตนเองอย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

เพื่อให้ผลการวิจัยตอบตามปัญหานั้นได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขออภิปรายถึงสภาพชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายก่อน

โดยผลจากการวิจัย พบว่า ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นตลาดเก่าแก่อายุ 100 ปีที่มีการก่อสร้างเป็นห้องแถวยาวเรียงไปตามแม่น้ำท่าจีน ผู้คนภายในชุมชนมีอาชีพการค้าขายเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีลักษณะตามความหมายของกาญจนา แก้วเทพ ที่กล่าวว่า "ชุมชน" คือ ทุกคนอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีอาชีพคล้ายคลึงกัน มีลักษณะความผูกพันต่อชุมชนในฐานะคนในชุมชน และเป็นไปในทิศทางเดียวกับของไพฑูริย์ วัฒนศิริธรรม ที่กล่าวว่า "ชุมชน" หมายถึง กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกันและมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างปกติ อันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกันหรือมีอาชีพร่วมกันหรือการประกอบกิจการ จึงมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน

ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายขึ้นมาจัดการการท่องเที่ยว โดยเน้นไปที่การจัดระเบียบ สร้างกฎเกณฑ์การอยู่ร่วมกัน พร้อมทั้งเป็นการรวมตัวเพื่อร่วมกันพัฒนาให้ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงมีใช้ลักษณะการรวมตัวของชุมชน ตามแบบ Scott Peck (1987) ที่กล่าวว่า การรวมตัวของชุมชนจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน

นอกจากนี้ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีลักษณะการจัดตั้งคล้าย "องค์การ" อันประกอบด้วย การรวมตัวของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่เข้ามาร่วมกันทำงานในลักษณะกลุ่มที่มีการรวบรวมทรัพยากรและความพยายามของทุกฝ่ายมาดำเนินการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ไม่อาจกระทำให้สำเร็จได้เพียงลำพังหรือโดยอิสระตามแนวคิดของ John M Pfiffner and Frank P. Sherwood (1964) โดยกลุ่มคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงรวมตัวระยะแรกจะเป็นการจัดตั้งจากกลุ่มแกนนำที่ประกอบไปด้วย ผู้นำแบบไม่เป็นทางการและผู้นำแบบเป็นทางการมารวมกันด้วยการชักจูงของกำนันและผู้นำชุมชนซึ่งเป็นแกนหลักประมาณ 2-3 คนทำให้ทุกคนเข้าร่วมด้วยความเกรงใจและเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองให้ความสำคัญสนับสนุนและร่วมพัฒนาชุมชนให้เกิดความเจริญขึ้นเช่นกัน ซึ่งต่างจากแนวคิดทางตะวันตกของ Mary Racilis Hollmasteiner ที่กล่าวว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง คนยากจนที่ด้อยโอกาสและอำนาจมารวมตัวกัน และต่างจากแนวคิดของ Rousseau ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเลือกมีส่วนร่วมหรือไม่ และสำคัญคือจะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร ดังนั้นเสรีภาพตามความหมายของชาติตะวันตกจึงแตกต่างไปจากการแปลความหมายของชุมชนไทยปัจจุบัน

เมื่อทำการจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายแล้ว ก็ได้มีการจัดแบ่งกลุ่มกรรมการเข้ามาดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีขึ้นในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ฝ่ายดูแลสถานที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ฝ่ายดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า ซึ่งก็เป็นไปตามการจัดการ หรือ การบริหารที่จำต้องมีการแบ่งงาน หรือ แบ่งอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ และมีการดำเนินการที่เรียกว่า "การบริหารจัดการ" ที่จะเป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกัน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อให้งานเกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับ Windalsh และคณะ (1922) ที่มีแนวคิดว่าการจัดการที่ดี ควรดีทั้ง องค์กร ระบบ และประสิทธิภาพของคน

ก่อกำเนิดในช่วงเวลาเริ่มต้นก่อตั้งคณะกรรมการของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้มีสื่อหนังสือพิมพ์มาทำข่าว จึงทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายกลายเป็นข่าวโด่งดังไปทั่วประเทศ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน ซึ่งปรมา สตะเวทิน (2541) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชน เป็นสื่อที่นำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมาก ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน มีความหลากหลาย มีลักษณะแตกต่างกัน และสามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน ดังนั้นเมื่อสื่อหนังสือพิมพ์เลือกนำเสนอถึงจุดเด่น

ในด้านความอร่อยของอาหารในตลาดริมน้ำดอนหวายลงในคอลัมน์อาหารการกิน ซึ่งผู้อ่านคอลัมน์นี้มีรสนิยมชอบด้านอาหารการกินอยู่แล้ว ดังนั้นสื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร ดังนั้นปรากฏการณ์คนจำนวนมากมาไปตลาดริมน้ำดอนหวายในวันรุ่งขึ้นหลังการตีพิมพ์จึงได้เกิดขึ้น

จากผลการวิจัยสภาพชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายข้างต้น ได้มีส่วนสำคัญในการกล่าวต่อไปถึงการตอบปัญหานำการวิจัย ประเด็นรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยการสื่อสารในการจัดการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้ประกอบไปด้วยการจัดการกับคน และการจัดการกับธุรกิจชุมชน พร้อมกันนี้การจัดการทั้งสองอย่างนั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป็นหลัก คือ การสื่อสารในการจัดการภายใต้สถานการณ์ปกติ ซึ่งเป็นการสื่อสารทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน และสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง

ในสถานการณ์ปกติทั่วไป ของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นสถานการณ์ในด้านการกระตุ้นความร่วมมือของคนในชุมชน ถือเป็นการสื่อสารภายในชุมชน ทั้งการสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน และระหว่างผู้นำกับสมาชิก โดยในสถานการณ์เช่นนี้การสื่อสารที่นำมาใช้มีรูปแบบการสื่อสารหลากหลายร่วมกัน ทั้ง รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่ง รูปแบบการสื่อสารที่โดดเด่นมากที่สุดในการกระตุ้นความร่วมมือของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ส่วนรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการนั้นไม่มีบทบาทโดดเด่นมากนัก เป็นเพียงการสนับสนุนให้การสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชนและสมาชิกมีอย่างต่อเนื่องเท่านั้น โดยผู้วิจัยขอกกล่าวถึงบริบทและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ ในสถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือของคนในชุมชนที่แตกต่างกันไป ดังนี้

- *การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ* ซึ่งชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีการใช้เสียงตามสายที่ติดตั้งอยู่ที่ศาลาการเปรียญวัดดอนหวายเป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกชุมชนในการรักษาสิ่งแวดล้อม และการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โดยผู้ที่มาพูดออกเสียงตามสายเป็นประจำทุกสัปดาห์คือ กรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ที่มีตำแหน่งครบเป็น ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก และประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นอดีตผู้ช่วยผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวายมา

ก่อน ซึ่งถือเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความรู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่พูดเป็นอย่างดี เป็นคนที่มีบุคลิกลักษณะที่น่าไว้วางใจ และมีการวางตัวดี ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Henry David Thoreau เกี่ยวกับตัวแปรทางด้านผู้ส่งสาร ส่วนในเนื้อหาสาระที่กรรมการตลาดฯ นำมาพูดนั้นเนื่องจากเคยเป็นครูมาก่อนทำให้รู้วิธีการสื่อสารที่โน้มน้าวใจคนฟังให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามที่คณะกรรมการต้องการ นั่นคือ การรักษาสิ่งแวดล้อม และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว อันเป็นแนวทางที่อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2548) ว่าเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ตั้งแต่ความรู้ (knowledge) ทศนคติ (attitude) และการประพฤติปฏิบัติ (practices) ที่รู้จักกันในชื่อหลักการ KAP โดยจุดประสงค์ของการโน้มน้าวใจครั้งนี้เป็นลักษณะของการชนะร่วม (win win) คือ องค์กรและกลุ่มเป้าหมายต่างได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่พึงปรารถนา ในที่นี้คือ ชุมชนสะอาด มีสิ่งแวดล้อมที่ดี และทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนั้นด้วยบทบาทของผู้พูดที่เป็นประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนด้วย ก็ยิ่งเป็นการเอื้อประโยชน์ให้ชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนได้รับการยอมรับจากชุมชนไปด้วย ซึ่งผลประโยชน์ตรงนี้จะส่งผลต่อไปเมื่อทางชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนต้องการความช่วยเหลือ หรือความร่วมมือจากชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในวันข้างหน้า

เมื่อผู้วิจัยศึกษาไปถึงช่องทางการสื่อสารของเสียงตามสาย พบว่า มีอุปสรรคในการสื่อสารผ่านช่องทางนี้ เพราะขณะสื่อสารผ่านเสียงตามสายในช่วงเช้าประมาณ 9.00 – 9.30 น. ของวันเสาร์และวันอาทิตย์นั้น เป็นช่วงที่เริ่มเตรียมตัวค้าขายของสมาชิกภายในชุมชน ทำให้แต่ละร้านต่างก็วุ่นวายอยู่กับการค้าขาย กอปรกับกลุ่มนักท่องเที่ยวก็เริ่มทยอยเข้ามาในชุมชน เสียงการพูดคุย เสียงการขายของก็ทำให้งดกลบเสียงตามสายไป ถึงแม้จะมีการติดตั้งลำโพงกระจายเสียงไปตามจุดต่าง ๆ รอบตลาดแล้วก็ตาม ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า กระบวนการสื่อสารด้วยเสียงตามสายไม่ได้ผลมากนัก เนื่องจากความสนใจของผู้รับสารมีน้อย คือ สนใจเพียงชั่วคราว บางขณะเท่านั้น แต่เมื่อวิเคราะห์ในการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวของสมาชิกชุมชน กลับพบว่า ต่างมีส่วนช่วยกันรักษาความสะอาด จัดระเบียบร้านค้าตนเองเป็นอย่างดี ซึ่งน่าจะเกิดจากการใช้การสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มเติมมากกว่า

- *การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ* ที่เห็นได้อย่างเด่นชัดที่สุดในการสื่อสารภายในชุมชน คือ การประชุมอย่างเป็นทางการของชุมชน โดยผู้ที่ทำการชี้แจงหลักในที่ประชุม คือ กำนัน ซึ่งมีตำแหน่งเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย และอาจมีกรรมการหลักคนอื่น ๆ กล่าวเสริมภายหลัง ส่วนประเด็นเนื้อหาหลักในการประชุม เน้นเรื่องกฎ ระเบียบที่ควรปฏิบัติ การอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การรักษาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เมื่อพิจารณาจากกลุ่ม

คณะกรรมการ พบว่า กรรมการส่วนใหญ่เป็นผู้อาวุโสภายในชุมชน ที่มีอำนาจอย่างเป็นทางการหลายคน ไม่ว่าจะเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ที่มีตำแหน่งเป็นกำนันตำบลบางกระทีกในปัจจุบัน และกรรมการคนอื่น ๆ ที่มีฐานะทางสังคมสูงกว่าสมาชิก คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย และกลุ่มพ่อค้าซึ่งประกอบกิจการขนาดใหญ่อยู่ในชุมชนก็เป็นกรรมการของตลาดริมน้ำดอนหวายเช่นเดียวกัน เห็นได้วาระหว่างผู้นำชุมชนกับสมาชิกชุมชนที่สื่อสารกันนั้น มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความรู้ ประสบการณ์ สถานะทางสังคม ทำให้การสื่อสารมีปฏิภานได้ต่อน้อย ซึ่ง Everett M. Roger (1983) ได้นำเสนอว่า การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterophily) อาจทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้ และ Sven Windahl และคณะ(1992) ได้เพิ่มเติมว่าผู้รับสารอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวก หรือไม่สบายใจที่จะทำการสื่อสารตอบกลับ และด้วยลักษณะที่ผู้ส่งสารตื่นตัว แต่ผู้รับสารเป็นฝ่ายรับอย่างเดียว ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีลักษณะผู้ส่งสารส่งสารอย่างเดียว แต่ผู้รับสารไม่มีปฏิภานได้ตอบใด ๆ

นอกจากนี้ การสื่อสารที่นำมาใช้ในการจัดการเชิงประยุกต์ ซึ่งเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการจัดการในยุคปัจจุบัน อ้างในปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548) รวมถึงการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดการองค์กร ที่ธิดาพร มีกึ่งทอง (2542) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อเป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหาร ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งสองฝ่าย เกิดความเข้าใจร่วมกัน มีการประสานงานในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ได้ดี และช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งที่มุ่งเน้นสำหรับการสื่อสารเพื่อการจัดการคือ การที่บุคคลทุกระดับสามารถสื่อสารกันได้ มีความกล้าในการสื่อสาร และเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการสื่อสารในการประชุมของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย พบว่า สมาชิกที่เข้าร่วมประชุมไม่กล้าเสนอแนะ แนวคิดใหม่ หรือโต้แย้งอันใดเลย นอกจากนั้นผลสรุปในหัวข้อการประชุมมักมีการสรุปกันภายในกลุ่มคณะกรรมการมาก่อนแล้ว ดังนั้น ประเด็นการประชุมต่าง ๆ จึงเป็นเพียงการแจ้งข่าวสารและให้สมาชิกทำตามบทสรุปเท่านั้น กล่าวได้ว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการของตลาดริมน้ำดอนหวาย จึงเป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารในการสื่อสารสู่สมาชิก ในรูปแบบการสื่อสารแบบบนสู่ล่าง (Top-down) เป็นหลักเท่านั้น

พร้อมกันนี้ในทุกครั้งที่มีการประชุม ผู้นำมักกล่าวถึงเนื้อหาสาระเดิม ๆ จึงทำให้สมาชิกเข้าร่วมประชุมลดน้อยลงไป แต่เมื่อทุกคนมีจุดประสงค์ร่วมกันที่จะพัฒนาชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายและปฏิบัติตามที่ประชุม ก็ถือได้ว่าเป็นนิมิตอันดีของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนตนเอง และก็เป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการมีส่วนร่วมซึ่ง ม.ร.ว.อศิน ทรัพย์พัฒน์ (2525) กล่าวไว้ว่า

ประชาชนอาจเข้าร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนาขั้นตอนใดก็ได้ ซึ่งในที่นี้ สมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายได้เข้าร่วมในขั้นตอนของการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผนเพียงส่วนเดียว ซึ่งไม่ใช่ขั้นตอนสำคัญของการมีส่วนร่วมตามรูปแบบแนวคิดของชาติตะวันตก ที่ Servases (1996) กล่าวว่า ขั้นตอนการมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนามากที่สุด คือ ขั้นตอนการตัดสินใจ และของ William Erwin (1976) ที่กล่าวว่า การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และสนับสนุน ติดตามผลการปฏิบัติการขององค์กร โดยในกรณีการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามข้อสรุปของที่ประชุมเท่านั้น มิได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจแต่อย่างใด เพราะทุกครั้งของการประชุมจะมีบทสรุปจากกลุ่มแกนนำมารายงานในที่ประชุมเรียบร้อยแล้ว

จุดน่าสังเกตในบริบทชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ ถึงแม้เป็นการรวมศูนย์อำนาจ แต่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาของชุมชนของสมาชิก ด้วยการร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชนก็เป็นไปด้วยดี นอกจากนี้ จากการทำงานที่เป็นรูปธรรมของคณะกรรมการฯ ซึ่งสมาชิกชุมชนให้การยอมรับคือ มีการจัดระเบียบร้านค้า การรักษาสีสิ่งแวดล้อม และการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นอย่างดี ทำให้สมาชิกเกิดความเกรงใจ ไม่กล้าโต้แย้ง หรือเสนอแนะข้อคิดเห็นอันใด เนื่องจากกลัวสมาชิกคนอื่น ๆ และกลุ่มกรรมการจะไม่ชอบ และอาจส่งผลต่อการประกอบอาชีพในพื้นที่ได้ ดังนั้น เมื่อสมาชิกทุกคนเห็นว่า การทำงานของกรรมการเป็นไปด้วยดีอยู่แล้ว จึงไม่แสดงความคิดเห็นใด ๆ ในที่ประชุม และยอมรับที่จะปฏิบัติตาม ซึ่งพบว่า ประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการปฏิบัติกิจกรรมของสมาชิกชุมชน คือ บุคคลทุกกลุ่มในชุมชนต่างได้รับผลประโยชน์ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากตลาดริมน้ำดอนหวายเช่นเดียวกัน

- *การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ* เป็นการสื่อสารภายในชุมชนระหว่างสมาชิกชุมชน ระหว่างคณะกรรมการ และระหว่างผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นขณะที่ผู้นำไปเดินตรวจตลาด ซึ่งได้ใช้การพูดคุยกันโดยตรงต่อหน้าเป็นหลัก

เมื่อวิเคราะห์การพูดคุยโดยตรงระหว่างผู้นำและสมาชิก พบว่าทั้งกลุ่มผู้นำและแกนนำกรรมการตลาดฯ ต่างมีกิจการค้าขายอยู่ในตลาดเช่นเดียวกัน ดังนั้น ทุกคนจึงมีโอกาสได้เจอเจอ

กันบ่อยครั้ง เพราะผู้นำชุมชนมักเดินเล่นในตลาด และพบปะพูดคุยกับสมาชิกเสมอ และเมื่อมองในรูปแบบการสื่อสาร ก็แบ่งออกได้ 2 มิติ คือ การสื่อสารสองทาง และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งจากการเดินตลาดของกลุ่มแกนนำ วิเคราะห์ได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ กลุ่มแกนนำตลาด กับสมาชิกตลาดริมน้ำดอนหวายได้รับ ส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้พูดคุย ชักถามข้อข้องใจต่าง ๆ ได้มากขึ้นกว่าการสื่อสารในห้องประชุม รวมทั้งได้มีการโต้ตอบที่ใช้ทั้ง วจนะ และอวจนะเข้ามาพร้อมด้วย ซึ่งเสถียร เขยประทับ ได้กล่าวว่า การสื่อสารสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นวิธีการที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคในการติดต่อสื่อสาร และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี

ส่วนในมิติของการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ที่กลุ่มแกนนำตลาดริมน้ำดอนหวายนำมาใช้ ก็เพื่อให้การพูดคุยกับสมาชิกขณะเดินตลาดมีบรรยากาศที่ดีขึ้น และสมาชิกสามารถแสดงความคิดเห็น หรือขอคำปรึกษา ความช่วยเหลือได้ง่ายขึ้น แต่ประเด็นน่าสนใจที่พบขณะแกนนำเดินตลาดคือ ผู้ที่เข้ามาพูดคุย ทักทาย โต้ตอบกับผู้นำ ก็มักเป็นสมาชิกที่มีรุ่นราวคราวเดียวกันกับผู้นำ ส่วนสมาชิกรุ่นใหม่ที่มีวัยวุฒิต่ำกว่า มักไม่ค่อยกล้ามาทักทายหรือพูดจาแต่อย่างใด ซึ่งอาจเป็นผลจากความแตกต่างของผู้ส่งสารและผู้รับสารในแง่ของลักษณะทางกายภาพ คือ วัย เป็นสำคัญ ซึ่ง Rogers (1983) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใคร และจะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปได้ด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะเหมือน ๆ กัน (Homophily) เช่น ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม การศึกษา สถานะสังคม และอื่น ๆ ส่วนการพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกันตน จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำให้การสื่อสารประสบผล เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterophily) และผู้รับสารอาจไม่สะดวก หรือไม่สบายใจที่ทำการสื่อสาร

ส่วนการพูดคุยกันโดยตรงระหว่างคณะกรรมการและระหว่างสมาชิกภายในชุมชน พบว่ามักมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลหลังการประชุมเสร็จ และเมื่อชุมชนมีงานบุญประเพณี ทำให้มีโอกาสได้พบปะพูดคุยกันมากกว่าปกติ ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ (2539) กล่าวว่า การสื่อสารที่มีลักษณะเป็นแนวนอน เป็นการสื่อสารที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อที่จะเรียนรู้หาความหมาย ความเข้าใจร่วมกัน ทำให้การสื่อสารมีลักษณะบ่งบอกถึงความเสมอภาค การเคารพศักดิ์ศรีของกันและกัน โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารได้สลับบทบาทกันเป็นผู้พูดและผู้ฟัง

นอกจากนี้ พบว่าการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายใช้ในการจัดเลี้ยงสังสรรค์เพื่อหาทุนกองกลางสำหรับการทำประชาสัมพันธ์ชุมชนในแต่ละปี เป็นการสื่อสารสองทางในลักษณะของการสื่อสารแบบกลุ่มที่ใช้รูปแบบ Social Oriented มากกว่ารูปแบบ Work Oriented เนื่องจากเป็นการสื่อสารสองทางที่ต้องการให้เกิดบรรยากาศที่เป็นกันเอง สามารถพูดคุยกันได้ทุกเรื่อง และเสริมสร้างความรู้สึกสนิทสนมกันมากขึ้นภายในชุมชน

ดังนั้น การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ จึงเป็นแนวทางรูปแบบการสื่อสารที่มีบทบาทโดดเด่นในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมากที่สุด เนื่องจากเปิดโอกาสให้กลุ่มต่าง ๆ ได้มีการพูดคุยกันโดยตรง สลับบทบาทการเป็นผู้ส่งสาร ผู้รับสารได้มากกว่ารูปแบบการสื่อสารแบบอื่น ๆ และเป็นการกระตุ้นความร่วมมือของชุมชนให้เกิดขึ้นได้มากที่สุดอีกด้วย แต่การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ด้วยการประชุมภายในชุมชนยังต้องมีอยู่ต่อไปเพื่อเป็นการรักษาสัมพันธ์ภาพความเป็นกลุ่มเอาไว้ และเป็นสถานที่ในการแจ้งข่าวสาร และขอความร่วมมือต่าง ๆ ระหว่างคณะกรรมการและสมาชิกชุมชน

ในสถานการณ์ที่เกิดปัญหาขัดแย้งภายในชุมชน โดยรูปแบบการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จัดเป็นการสื่อสารภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ระหว่างสมาชิกกับกลุ่มแกนนำ ที่มีรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

โดยรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการมีประสิทธิภาพมากที่สุดในกรณีแก้ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน เนื่องจากกลุ่มผู้นำชุมชนใช้มาตรการเด็ดขาดต่อผู้ทำผิดกฎระเบียบของตลาด คือ การไม่ให้ขายของในตลาดอีก ทำให้สมาชิกทุกคนให้ความเชื่อฟังโดยดี โดยจะขอกล่าวถึงบริบทและสถานการณ์ที่เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ ในสถานการณ์เกิดปัญหาขัดแย้งภายในชุมชนที่แตกต่างกันไป ดังนี้

- **รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ** ภายใต้สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งภายในชุมชน ซึ่งเป็นการสื่อสารภายในชุมชนที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มกรรมการตลาดฯ สมาชิกชุมชนซึ่งเป็นผู้ค้าขายที่นำมาใช้มากที่สุด เนื่องจากกรรมการตลาดฯ ต้องการให้สมาชิกทุกคนเคารพกฎ ระเบียบ เมื่ออยู่ร่วมกันของคนหมู่มาก มาตรการการไม่ให้ขายของเมื่อสมาชิกคนใดคนหนึ่งทำผิด จึงเป็นมาตรการที่ทำให้สมาชิกคนอื่น ๆ ไม่กล้าที่จะทำผิดกฎ ระเบียบของตลาด เพราะหากต้องออกไป ก็หมายถึง รายได้ที่หายไปด้วย ลักษณะของการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ

ที่ใช้จึงมีลักษณะของการสื่อสารแบบบนลงล่าง (Top-down) เป็นลักษณะคำสั่งด้วยวาจาที่ต้องปฏิบัติตาม ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าการประชุมในห้องประชุม แต่ด้วยน้ำเสียง ท่าทาง ความเอาใจจริง เอาใจของกรรมการซึ่งเป็นผู้ส่งสาร กอปรกับบทบาทของการเป็นผู้บังคับบัญชาที่สามารถทำให้ผู้รับสาร คือแม่ค้าในตลาดริมน้ำดอนหวายเกิดความกลัวเกรงได้เช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นลักษณะการใช้การสื่อสารในการสั่งการที่สมบูรณ์ โดย เสนาะ ดิยาว (2541) ได้กล่าวว่า องค์การต้องพยายามทุกวิถีทางที่ทำให้ทุกคนยอมรับ และกระทำตามคำสั่งโดยเคร่งครัด ดังนั้นหน้าที่ของการสั่งการ คือ การชักนำและการใช้อิทธิพลให้บุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานในองค์การกระทำตามที่องค์การต้องการ

เมื่อผู้วิจัย ได้วิเคราะห์ถึงประเด็นความขัดแย้งรุนแรงของตลาดริมน้ำดอนหวายที่กรรมการใช้มาตรการไม่ให้ขายของทันที คือ การทะเลาะกันเองระหว่างแม่ค้า ซึ่ง นิรันดร์ แสงสวัสดิ์ (2528) กล่าวถึงสาเหตุของความขัดแย้งที่มีปัจจัยมาจาก ความขัดแย้งของบุคคล 2 ฝ่ายที่เกิดความต้องการ ความอยากได้ในสิ่งเดียวกัน ทำให้เกิดการต่อสู้ แย่งชิงไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของหรือมีลักษณะเป็นนามธรรมก็ตาม เป็นไปเช่นเดียวกับ Alan C. Filley (1975) ที่กล่าวถึงสถานการณ์ที่อาจเป็นชนวนการขัดแย้ง เช่น ผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน (Conflict of interest) ที่คนแต่ละคนมีความสนใจและต้องการในสิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกันไป ถ้าต่างได้รับตอบสนองในสิ่งที่ตนสนใจ และต้องการ ปัญหาก็ไม่เกิดขึ้น แต่เมื่อตนไม่สามารถทำหรือได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนชอบ อันเนื่องมาจากความต้องการของตนขัดแย้งกับผู้ที่อยู่ด้วยกันแล้ว ความไม่พอใจและความขัดแย้งก็มักจะเกิดขึ้นได้ ส่วนการแก้ไขปัญหาที่ใช้การสื่อสารสองทางที่เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสื่อสารโต้ตอบกันได้นั้น ก็เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้สื่อสารย้อนกลับ เพื่อชี้แจงเหตุผลของตนได้ แต่เมื่อกรรมการตลาดฯ ยึดกฎ ระเบียบเป็นหลัก ดังนั้นการคลี่คลายปัญหาของกรรมการ ในกรณีแม่ค้าทะเลาะกันเองด้วยการให้ออกไปทันที จึงต่างจากแนวคิดของ Judith Dwyer (1997) ที่เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหามี 5 ขั้นตอนคือให้ สมาชิกร่วมกันระบุนถึง ปัญหา และสาเหตุ สอบถามรายละเอียด ร่วมกันออกความคิดเห็น หาทางแก้ปัญหาร่วมกัน ตัดสินใจ แก้ปัญหาร่วมกัน

นอกจากนี้ผู้วิจัย พบว่า ที่ตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้มีผู้ค้าขายหน้าใหม่ ๆ เข้ามาลงชื้อกับกรรมการเป็นจำนวนมาก เพราะต้องการเข้ามาขายของอยู่ที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนั้น เมื่อกรรมการมีตัวเลือก คือผู้ค้าขายมาก และถ้าผู้ค้าขายรายใดไม่ประพฤติตามกฎ ระเบียบ มาตรการรุนแรงที่นำมาใช้คือ การให้ออกไปจากตลาด และเมื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มคนที่เกิดการขัดแย้งกัน พบว่า มักเป็นกลุ่มคนค้าขายหน้าใหม่ ซึ่งบางครั้งไม่ใช่คนในพื้นที่แต่อย่างใด บางที่เป็นกลุ่มคนขายชาจที่มาจากพื้นที่เพียงโตะตัวเดียวก็ทำการค้าขายได้ นอกจากนี้ ด้วยองค์ประกอบของ

ความไม่สนิทสนมคุ้นเคยระหว่างกรรมการและคนค้าขาย จึงเป็นส่วนหนึ่งที่กรรมการตลาดใช้การตัดสินใจขั้นเด็ดขาดได้ทันที

- **รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ** ภายใต้สถานการณ์ที่มีความขัดแย้งภายในชุมชน มีกรณีเด่นที่น่าสนใจนั่นคือ การแบ่งเส้นทางการวิ่งเรือระหว่างบริษัทล่องเรือที่เป็นผู้บุกเบิกคือ เรือศรีสวัสดิ์ชัยอนุยุค และบริษัทหน้าใหม่ บริษัท ดอนหวายการท่องเที่ยว ในกรณีนี้กำหนด ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายได้เรียกทั้งสองฝ่ายมาตกลงพุดจากกันเพื่อให้ตกลงกันได้โดยดี ซึ่งทั้งสองฝ่ายก็รับฟัง พร้อมกันนั้นเรือศรีสวัสดิ์ชัยอนุยุค ซึ่งแต่เดิมมีเส้นทางล่องเรือทั้งสองทาง ก็ยอมแบ่งเส้นทางล่องเรือให้ดอนหวายการท่องเที่ยวไป 1 เส้นทาง แต่เรือศรีสวัสดิ์ชัยเลือกเส้นทางที่คนนิยมก่อน ก็ทำให้การจัดสรรผลประโยชน์เรียบร้อยราบรื่นได้ และเมื่อนำมาวิเคราะห์ทีละประเด็นที่น่าสนใจแล้ว ผู้วิจัย พบว่า ประเด็นการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการที่กำหนดใช้กับบริษัทล่องเรือทั้งสองแห่ง เนื่องมาจากทั้งสองบริษัทต่างเป็นกรรมการตลาดฯ ด้วยกัน และเป็นผู้ร่วมบุกเบิกก่อตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายมาด้วยกันเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังเป็นคนเก่าคนแก่ที่อยู่ในพื้นที่มาตั้งแต่เกิด การพุดจาตกลงกันแบบเครือญาติ พี่น้อง จึงสามารถทำได้ด้วยดี เพราะหากขัดแย้งผลประโยชน์ไม่สามารถตกลงกันได้ แต่จำต้องเจอหน้ากันทุกวัน เข้าประชุมร่วมกันทุกครั้ง ก็อาจไม่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานในฐานะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายได้

ประเด็นต่อมา คือการใช้การสื่อสารในกรณีนี้เป็นการสื่อสารตามแนวนอน ที่อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว พื้นฐานการสื่อสารขึ้นอยู่กับบรรยากาศของความไว้วางใจกัน และเน้นการสื่อสารด้วยวาจาที่ไม่เป็นทางการ ตามที่ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2543) ได้กล่าวถึง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เมื่อคำนึงถึงภาพของบุคคลที่สื่อสารกันว่า การสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal) และการสื่อสารแบบสองทาง (two-way) ระหว่างบุคคลโดยที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้แสดงออกซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการสั่งการเพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนการหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจนจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย

ในสถานการณ์ที่ขัดแย้งมีลักษณะของผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน แต่เมื่อใช้การสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการไกล่เกลี่ยโดยสื่อกลางตามแบบถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2526) ซึ่งเป็นวิธีอาศัยทักษะความสามารถของสื่อกลางที่ทั้งสองฝ่ายให้ความไว้วางใจในการเจรจาไกล่เกลี่ย โดยตัวกลางมีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์การสื่อสารไม่ให้มีการโต้แย้งด้วยอารมณ์ และ

ขณะเดียวกันก็พยายามประนีประนอมคู่ขัดแย้งให้หันเหไปตามแนวทางที่ต้องการ โดยไม่ให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจว่าเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และเมื่อการเจรจาตกลงแบ่งสรรผลประโยชน์ได้ไปทั้งสองฝ่าย ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการเจรจาต่อรองของ Judith Dwyer (1999) คือ ยุทธวิธีแบบชนะ-ชนะ คือ ทั้งสองฝ่ายต่างก็ได้ตามจุดประสงค์ที่ตนเองต้องการ ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นแก่ทั้งสองฝ่ายคือ ไม่มีฝ่ายใดแพ้ ฝ่ายใดชนะ ดังนั้นการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลและการรับฟังกันจะช่วยให้กลยุทธ์แบบชนะ-ชนะบรรลุผลสำเร็จได้ ในที่นี้คือ เรือย่นยุคได้เส้นทางล่องเรือที่คนนิยมมากที่สุดไป ส่วนเรือดอนหวายการท่องเที่ยวเจ้าใหม่ที่เขาเข้ามาก็ได้รับแบ่งเส้นทางล่องเรืออีกเส้นทางไปเช่นเดียวกัน ซึ่งก็เป็นการแบ่งสรรผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต่างก็ได้เช่นเดียวกัน

ในสถานการณ์เชิงรุกคือสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยว จัดเป็นการสื่อสารภายนอกชุมชนที่เกิดขึ้นระหว่างชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายกับสื่อมวลชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

โดยรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายที่โดดเด่นและทำให้การจัดการการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จมากที่สุด ที่ผู้วิจัยพบ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ โดยจะขอกล่าวถึงบริบทและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ ในสถานการณ์จัดการการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ดังนี้

รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ในสถานการณ์จัดการการท่องเที่ยว ซึ่งใช้การพูดคุยโดยตรงเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกรณีทั้งที่รู้จักสื่อมวลชนเป็นการส่วนตัวและกรณีอำนวยความสะดวกภายในชุมชนให้กับสื่อมวลชน เป็นแนวทางการสื่อสารที่ทางชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายใช้มาตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย จนถึงปัจจุบัน โดยคุณลักษณะของการสื่อสารสองทางที่เกี่ยวข้องกับกรณีนี้ คือ การสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างสามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน และมีโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้กลับ (Feedback) ของผู้รับสาร ซึ่งเสถียร เขยประทับได้กล่าวว่า การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับนั้นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี และเมื่อเป็น

ลักษณะการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการที่ใช้งานเป็นหลัก ก็ยังส่งเสริมให้การจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปด้วยดี

นอกจากนี้ การให้ความร่วมมือกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ทั้งลักษณะการให้ความร่วมมือกับสื่อมวลชนที่เข้ามาในชุมชนและการรุกเข้าหาสื่อมวลชนเอง ซึ่ง Singhal (2004) ได้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถเป็นกรอบความคิดหลักในการพัฒนาสื่อแบบต่าง ๆ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นการดำเนินการต่าง ๆ ที่เชื่อมั่นว่าสื่อมวลชนระดับใหญ่และระดับเล็กเป็นสิ่งที่ทรงพลัง และการมีส่วนร่วมในระดับชุมชนจะเกิดขึ้นเมื่อสาธารณชนมีโอกาสเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อที่เหมาะสม

ผู้วิจัยได้พบเพิ่มเติมว่า การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในแบบนี้ เป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการ ซึ่งปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548) ได้กล่าวว่าเป็นการสื่อสารเชิงประยุกต์ ที่มีบุคคลภายนอกมักดำเนินการบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในที่นี้คือสื่อมวลชน ส่วนในประเด็นด้านสื่อ ที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ไปในวงกว้างที่มีขนาดกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่เข้าถึง คือ สื่อสาธารณะ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ มากที่สุด โดยเป้าหมายที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายต้องการมากที่สุดในการสื่อสารออกไป คือ ชื่อเสียงและการเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ ซึ่ง Smith (2002) ได้ระบุว่าเป้าหมายหนึ่งในการจัดการการสื่อสาร คือ เป้าหมายเชิงการจัดการด้านชื่อเสียง (reputation management goals) ซึ่งมีเป้าหมายเกี่ยวข้องกับการจัดการในด้านอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กร และการรับรู้ (perception) ของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร

พร้อมกันนี้การประสานความร่วมมือต่าง ๆ กับสื่อมวลชน และบุคคลภายนอกของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้เป็นไปในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจของชุมชนเป็นหลัก ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2548) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างชุมชนกับภายนอก จะแปรไปตามลักษณะความสัมพันธ์ของชุมชนภายนอก ซึ่งในที่นี้คือ การสื่อสารเพื่อประสาน สร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อร่วมมือหรือขอรับการสนับสนุนภายนอก พร้อมกันนี้การสื่อสารทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนต่างมีเส้นสายโยงใยสัมพันธ์กัน คือ มีการสื่อสารภายในเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะเพิ่มพลังในการติดต่อสื่อสารกับภายนอก ซึ่งในที่นี้คือ ทั้งคณะกรรมการและสมาชิกในชุมชนต่างมีแนวคิดในทางเดียวกันในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ชุมชน จึงต่างให้ความร่วมมือกับสื่อมวลชนเป็นอย่างดี อันหมายถึง การจัดการการสื่อสารด้านสาร ของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายที่เป็นประเด็นหลักที่ต้องการนำเสนอสู่สาธารณชน อัน

นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นั่นคือ การเติบโตของชุมชนและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ดีขึ้นด้วย

- **รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ** ในสถานการณ์การจัดการ การท่องเที่ยว ซึ่งใช้เสียงตามสายประชาสัมพันธ์ตลาด ด้วยการเน้นย้ำถึงเนื้อหาสารตามรูปแบบ คำขวัญของตลาดคือ "อิมบุญ อิมทอง อิมใจ" ซึ่งเป็นกิจกรรมภายในชุมชนที่ต้องการ ประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวไปสู่ทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องภายในชุมชน ซึ่งก็เป็นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในกิจกรรมของชุมชน ตามที่ เสน่ห์ จามริก (2527) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายความว่า การที่ชุมชนมี กิจกรรม และวิธีการดำเนินการของเขาเองในชุมชน นอกจากนี้ พบว่าการใช้เสียงตามสายเพื่อ ประชาสัมพันธ์ตลาดเป็นหลักได้ละเลยเนื้อหาสาระสำคัญบางส่วน คือ การสื่อสารเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงการรักษาความสะอาดของสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการทิ้งขยะและความ เน่าเสียของแม่น้ำ ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการของชุมชนตลาดริมน้ำ ดอนหวายยังไม่สามารถทำการสื่อสารประเด็นสำคัญของชุมชนได้อย่างครอบคลุม

2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า มี งานวิจัยด้านบทบาทการสื่อสารด้านนี้น้อยและถูกละเลยความสำคัญไป ทั้งที่จริงแล้ว บทบาท ทางการสื่อสารของผู้นำเป็นบทบาทสำคัญที่จะนำพาชุมชนไปในทิศทางพัฒนาที่ดีขึ้นได้

สำหรับบทบาทของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย สามารถแบ่งบทบาททางการสื่อสาร ออกได้ทั้งหมด 4 ด้าน คือ บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็น คณะกรรมการฯ บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน บทบาท ทางการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน และบทบาททางการสื่อสารในการจัดการ การท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งบทบาททางการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น แกนนำชุมชน ตลาดริมน้ำดอนหวายคนสำคัญอย่าง กำนัน ได้ใช้การสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ แตกต่างกัน ออกไปตามสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง Cooley & Roach (1984) : Infante, Rancer, & Womack (1977) (อ้างถึงใน นางสาวกษิณี ศรีอัฐภาพร เจริญงาม, 2541) กล่าวว่า องค์ประกอบขั้นพื้นฐานที่ สำคัญที่สุดสำหรับความสามารถในการสื่อสาร คือ ความรู้เกี่ยวกับการใช้รูปแบบวิธีการสื่อสารใน สถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม (appropriateness) และทักษะที่จะนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้บรรลุ

เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (effectiveness) ในที่นี้ กำหนด ได้นำทักษะทางการสื่อสารมาใช้ใน สถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวได้ดีในระดับหนึ่ง นอกจากนี้จากความแตกต่างกันไปแต่ละ สถานการณ์ ทางกำหนดยังสามารถใช้การสื่อสารเพื่อจัดการได้ ซึ่ง Neil Postman (อ้างถึงใน กรินันท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมของภาษาส่งผลต่อลักษณะของถ้อยคำและ เนื้อหาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน ดังนั้น สิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทาง ภาษาก็คือ การใช้ภาษาที่เหมาะสม ด้วยการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมโดยตามตัวเองก่อนทำการ สื่อสารว่า ใคร คือผู้ที่กำลังจะสื่อสารด้วย และควรใช้ภาษาและเนื้อหาในลักษณะใดจึงจะ เหมาะสม

เมื่อวิเคราะห์ตามบทบาททางการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ ผู้วิจัย พบว่า แกนนำชุมชน ต่างเป็นคนในพื้นที่ รู้จักกันเป็นอย่างดีมาเป็นเวลานาน ดังนั้น การทำงานร่วมกันของกลุ่มแกนนำ จึงเป็นไปในทิศทางเดียวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่ง Marwin E. Shaw (1971) กล่าวว่า ลักษณะ ความสัมพันธ์ส่วนตัว การติดต่อกันบ่อย ความใกล้ชิด สนับสนุนมีส่วนร่วมทำให้เกิดการรวมกลุ่มได้ พร้อมกันนั้น แกนนำหลักคนสำคัญต่างมีฐานะเป็นญาติพี่น้องกันอีก ยิ่งทำให้ความสัมพันธ์เหนียว แน่น (bonding network) มีความซับซ้อนในหลากหลายบทบาท จึงทำให้สัมพันธ์ภาพแน่นแฟ้น เกิดความไว้วางใจกันสูง เพราะมีความคิด ความรู้สึกที่คล้ายคลึงกัน

ดังนั้น บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จึงสามารถวิเคราะห์ ได้ว่า ผู้นำของชุมชน เริ่มต้นจากฐานะความเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการ จากนั้นก็มามีฐานะเพิ่มขึ้น คือ ผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ ดังนั้น สถานการณ์ของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายจึงไม่ได้สร้างผู้นำ ให้เกิดขึ้นตามแนวคิดของ Ralph M. Stogdill (1974) ที่กล่าวว่า ความเป็นผู้นำจะเกิดขึ้นเมื่อ สถานการณ์เอื้ออำนวยหรือเป็นใจตามทฤษฎีสถานการณ์ (Situational theory) แต่ กำหนด เป็น ผู้นำที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกมานานแล้ว เนื่องจากได้แสดงให้เห็นถึง ความรู้ ความสามารถ ความเสียสละ มีลักษณะของการเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ความยุติธรรม และมีจิตใจมุ่งมั่นที่จะพัฒนา ซึ่งจิตจางัน กิติศิริ (2532) ได้ระบุไว้ว่าลักษณะต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่ง ในคุณลักษณะที่เอื้อต่อการพัฒนาชุมชน และคุณสมบัติเหล่านี้ยังถือเป็นคุณลักษณะพิเศษ ประจำตัวของผู้นำที่ พัฒน์ บุญรัตพันธุ์ (2517) ได้ให้ความหมายของ ผู้นำชุมชนว่า เป็นผู้ที่มี บุคลิกภาพเด่น ประกอบกับความสามารถพิเศษในท้องถิ่นนั้น ๆ และความเป็นผู้นำจะปรากฏขึ้น เมื่อสถานการณ์แวดล้อมบีบตัว ซึ่งในที่นี้ผู้นำชุมชนคือ กำหนด ซึ่งมีตำแหน่งเป็นประธานประชาคม ตำบลบางกระทึก และประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงเวลาเดียวกันจึงกล่าวได้ว่า เป็นผู้นำแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ พร้อมทั้งได้ทำหน้าที่ของผู้นำตามที่ จีรพรรณ กาญจ

นะจินดา (2522) ได้สรุปไว้ทั้งหมด คือ เป็นนักริเริ่มสิ่งใหม่ เป็นผู้แนะแนวทาง ผู้จัดการกิจกรรมของกลุ่ม และเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม แต่สิ่งสำคัญที่ทำให้โครงการต่าง ๆ ในชุมชนประสบความสำเร็จมากที่สุดของในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายนั่นคือ สมาชิกให้ความยอมรับ รักใคร่ นับถือและไว้วางใจในตัวผู้นำเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานภายนอกควรเข้ามาให้การสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาชุมชน หรือจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่สมาชิกชุมชนเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักในสิทธิการแสดงความคิดเห็นของตนเอง เนื่องจากในการศึกษาพบว่า สมาชิกของชุมชนไม่กล้าแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม ไม่แสดงการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของชุมชนโดยการเสนอแนะข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนตามหลักการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่แท้จริง
2. หน่วยงานภายนอกควรให้การสนับสนุนกลุ่มผู้นำชุมชน ด้วยการพากลุ่มผู้นำชุมชนไปศึกษาดูงานพัฒนาต่าง ๆ นอกสถานที่ เพื่อให้ผู้นำได้เห็นรูปแบบงานพัฒนาที่เป็นจริง และจะก่อให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ในการพัฒนาชุมชนตนเองได้ต่อไป
3. หน่วยงานภายนอก เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญและเข้ามาให้การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยชุมชนให้มากขึ้น เพราะที่ผ่านมากการเติบโตและการจัดการการท่องเที่ยวจะกระทำโดยชุมชน โดยปราศจากการสนับสนุนข้อมูลอันถูกต้องจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ทำให้ระบบการทำงานจะเป็นไปตามความคิดของกลุ่มแกนนำเป็นหลัก และบางครั้งกลุ่มแกนนำก็ออกไปศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองโดยลำพัง และตัดสินใจปฏิบัติโดยปราศจากข้อเสนอแนะอันเป็นหลักการจากภาครัฐ
4. การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ควรมีการสอบถามความคิดเห็นจากสมาชิกที่เกี่ยวกับ การดำเนินงานของคณะกรรมการ ข้อเสนอแนะในการร่วมกันพัฒนาและปรับปรุงตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยการสอบถามความคิดเห็นนั้น อาจเป็นลักษณะของการจัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นที่เป็นลายลักษณ์อักษรโดยไม่ระบุชื่อผู้ตอบ จะดีกว่าการสอบถามแบบตัวต่อตัว เนื่องจากหากสอบถามโดยตรง สมาชิกจะไม่กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ และกลายเป็นข้อจำกัดในการเสนอแนะทางอันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนได้

5. ในประเด็นอายุของการดำรงตำแหน่งของกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายที่ไม่มีวาระ และการหมดอายุ แต่จะเป็นลักษณะของรุ่นต่อรุ่นตามเครือญาติที่เข้ามาช่วยกันทำงาน ซึ่งทำให้แนวความคิดการทำงานถูกจำกัดเนื่องจาก กลุ่มคณะกรรมการเป็นกลุ่มคนรุ่นเก่าเป็นส่วนใหญ่และมีแนวความคิดคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีโอกาสได้รับแนวคิดใหม่ ๆ จากคนรุ่นใหม่ จึงควรจะเปิดโอกาสให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการและมีการกำหนดอายุการทำงาน ด้วยความเห็นชอบร่วมกันของชุมชน

6. จากผลการวิจัยนี้ น่าจะช่วยเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาในด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนอื่น ๆ ที่มีทรัพยากรและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวใกล้เคียงกับชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

7. บุคคลและหน่วยงานอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลจากผลวิจัยครั้งนี้ไปต่อยอดพัฒนาเพื่อให้ชุมชนอื่น ๆ มีการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปแบบและประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารในสถานการณ์การกระตุ้นความร่วมมือในชุมชน สถานการณ์ความขัดแย้ง และสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนั้นน่าจะมีการศึกษาเปรียบเทียบกับชุมชนอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกันเพิ่มเติม เพื่อให้เห็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนตามความเป็นจริงของชุมชน

2. ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายได้เริ่มมีเงินทุนกองกลางเข้ามาสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานพันธมิตรภายนอกเพิ่มขึ้น ซึ่งกลายเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะไปศึกษาวิจัยต่อว่า ชุมชนมีการจัดการสื่อสารกับการจัดการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากไปจากเดิมมากน้อยอย่างไร โดยอาจเข้าไปศึกษาในแง่กลยุทธ์การสื่อสารเพิ่มเติม

3. การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดทางนิเทศศาสตร์มาเป็นกรอบในการวิจัย จึงศึกษาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเท่านั้น