

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม” นั้น พบว่า การสื่อสารที่มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ การสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน โดยในบทนี้ ผู้วิจัยจะขอสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

รูปแบบและบทบาทของการสื่อสารของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ในส่วนของรูปแบบการสื่อสารของชุมชน สามารถแบ่งตามเกณฑ์ผู้กระทำการสื่อสารได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

1. รูปแบบการสื่อสารระหว่างคนในชุมชน คือการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชน แกนนำชุมชนและชาวชุมชน ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนตามประเภทของสื่อที่ใช้ได้ ดังนี้

1.1 **สื่อบุคคล** ได้แก่ ผู้นำชุมชน แกนนำชุมชน คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม และชาวชุมชนหรือผู้ค้า ซึ่งต่างก็มีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วยกันทั้งสิ้น โดยส่วนใหญ่ แกนนำชุมชนมักจะเป็นผู้ส่งสารในการริเริ่มดำเนินการเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น การโน้มน้าวให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งเห็นประโยชน์ของการมีตลาดน้ำของชุมชน ซึ่งจะเป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมของชาวชุมชนในที่สุด ทั้งนี้ นอกเหนือจากการพูดคุยทำความเข้าใจกันแล้ว เหล่าแกนนำชุมชนก็จำเป็นต้องลงมือกระทำอย่างจริงจังเพื่อย้ำให้ชาวชุมชนเชื่อมั่นว่าสามารถสร้างตลาดน้ำ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับชาวชุมชนหรือผู้ค้าเองก็ถือว่ามีบทบาทในฐานะเป็นสื่อบุคคลด้วยเช่นกัน ในกรณีที่ต้องการกระจายข่าวให้ทราบกันในหมู่ผู้ค้าโดยเร็ว เช่น การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการประชุมหรือเรื่องที่มีการประชุมกันกับผู้ค้า นอกจากนี้ ในส่วนของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมชาวชุมชนหรือผู้ค้า นอกเหนือจากการที่ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนจะเป็นสื่อบุคคลในการสื่อสารเพื่อแจ้งให้ผู้ค้าในตลาดทราบเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ปรัชญาหรือ ขอความคิดเห็น รวมถึงขอความร่วมมือในเรื่องต่าง ๆ แล้ว ชาวชุมชนก็ยังเป็นสื่อบุคคลที่มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมกลุ่ม ได้แก่ การร่วมมือร่วมใจของผู้ค้าส่วนใหญ่ที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติและหันมาช่วยกันรักษาความสะอาด พร้อมทั้งปฏิบัติตามระเบียบที่ตกลงร่วมกัน ซึ่งถือเป็นแรงกระตุ้นให้กลุ่มบุคคลที่ยังไม่ปฏิบัติตามระเบียบดังกล่าวเริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตาม

1.2 สื่อการประชุม ได้แก่ การจัดวงสนทนาหรือการประชุม ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารสองทาง แจ้งข่าวสารให้ชาวชุมชนทราบถึงระเบียบปฏิบัติร่วมกันต่าง ๆ รวมถึงให้ชาวชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจต่อประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับชุมชนด้วย

1.3 ใบปลิว ถือเป็นส่วนที่เข้ามาเสริมเพื่อลดขีดจำกัดบางประการที่เกิดขึ้นในการสื่อสารในรูปแบบการประชุม เช่น การแจกใบปลิวให้กับผู้ค้าในสัปดาห์ถัดจากสัปดาห์ที่มีการประชุมเพื่อสรุปบันทึกการประชุมและมติของที่ประชุมแจ้งให้ผู้ค้าทราบโดยทั่วถึงกัน และช่วยเตือนความจำ กรณีที่ผู้ค้าบางรายไม่สะดวกเข้าร่วมประชุม

1.4 เสียงตามสาย เป็นสื่อที่ช่วยลดขีดจำกัดในการสื่อสารเช่นกัน เช่น ในกรณีที่การบอกปากต่อปากผ่านสื่อบุคคลอาจจะส่งสารไปได้ไม่ทั่วถึง ก็มีการประกาศข่าวสารผ่านเสียงตามสายอีกครั้งด้วย

1.5 สื่อกิจกรรม เป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านกิจกรรมหรือการกระทำ (Action) เพื่อโน้มน้าวให้คนในชุมชน ทั้งเยาวชนและผู้ใหญ่เกิดจิตสำนึกความเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน ตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน ตลอดจนเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม เข้ามามีส่วนร่วมคิดร่วมดำเนินการเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืน เช่น การจัดกิจกรรมอาสาสมัครเก็บขยะในคลอง และการสอนต่อเรือจำลอง

2. รูปแบบการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

โดยมากเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้รับทราบ โดยสารที่สื่อมักเป็นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวและ

เรื่องราวเกี่ยวกับชุมชน รวมถึงการต่อยอดภาพของชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ให้ผู้มาเยือนได้มาพักผ่อนหย่อนใจในบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และยังเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนอีกด้วย โดยรูปแบบการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอาจแบ่งได้ ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล ได้แก่ คนในชุมชน ทั้งแกนนำชุมชนและชาวชุมชนหรือผู้ค้า ซึ่งต่างเป็นผู้ส่งสารให้ผู้มาเยือนได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยม เช่น กิจกรรมที่จัดไว้เวลาเปิด-ปิดตลาด ฯลฯ ด้วยอรรถาธิบายไม่ตรี แสดงให้เห็นวิถีชุมชนและสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังสามารถใช้ในการรับปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้มาเยือน เปิดโอกาสให้ชุมชนกับนักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงบริการต่าง ๆ ต่อไปได้ด้วย

2.2 ใบปลิว ซึ่งชุมชนผลิตขึ้นเองอย่างง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน โดยจัดพิมพ์ในกระดาษ A4 และถ่ายสำเนาสำหรับแจกผู้ที่สนใจเพื่อให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดน้ำ

2.3 เสียงตามสาย ใช้ในการประชาสัมพันธ์และต่อยอดภาพลักษณ์ของตลาดน้ำในแง่มุมมองของการเป็นตลาดเล็ก ๆ ที่เป็นกันเอง เป็นตลาดแห่งความสุขของทั้งชาวชุมชนและผู้มาเยือน

2.4 สื่อสถานที่ ได้แก่ พื้นที่ที่ชุมชนจัดไว้ให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ภูมิศาสตร์และวิถีชีวิตชาวชุมชนซึ่งเป็นชาวสวนริมคลองมาแต่เดิม เช่น บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลอง สวนเจียมตน สื่อสถานที่เหล่านี้ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ต่อยอดจุดเด่นของชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้ ว่านอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสำหรับพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังเป็นแหล่งให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่ผู้มาเยือนได้ด้วย

2.5 สื่อกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดไว้ให้นักท่องเที่ยวมาเข้าร่วมประกอบด้วย กิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พายเรือ ล่องเรือ นั่งเกวียน กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะ เช่น การทำผ้าบาติก การปั้นดินเหนียว รวมไปถึงกิจกรรมการสอนต่อเรือจำลอง ฯลฯ ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชนและครอบครัว สื่อกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ มีส่วนในการสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ธรรมชาติและต่อยอดแนวคิดในการสร้างตลาดให้เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้สำหรับคนในชุมชนและผู้มาเยือนด้วย

3. บทบาทของการสื่อสารของชุมชน จะเห็นได้ว่า การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ของชุมชนดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมของคนในชุมชนและผู้มาเยือนในประเด็นต่อไปนี้

3.1 การสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชุมชนชาวคลอง เป็นผลมาจากการสื่อสารผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งทำให้ชาวชุมชนได้รับรู้ข่าวสารความเป็นไปของชุมชน อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะและพฤติกรรม ทำให้ชาวชุมชนมีความตระหนักว่าการมีตลาดในชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาพื้นที่สวน แม่น้ำลำคลองให้สะอาด รวมทั้งเกิดจิตสำนึกในการร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนมีพฤติกรรมสนับสนุนและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.2 การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและตอกย้ำจุดเด่นให้กับสินค้าการท่องเที่ยว การสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้นมา ก็มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนไปพร้อม ๆ กับอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชาวสวน ดังนั้น การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ในทุกระดับจึงมุ่งตอบสนองเป้าหมายดังกล่าว และมีส่วนสำคัญในการโน้มน้าวให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้อยู่สภาพที่ดี เมื่อคนในชุมชนมีความเห็นพ้องต้องกันและร่วมมือกันรักษาธรรมชาติไว้ ผลที่เกิดขึ้นจึงนำไปสู่การตอกย้ำจุดเด่นของตลาดน้ำที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนซึ่งทั้งแกนนำชุมชนและผู้ค้าต่างก็บอกเป็นเสียงเดียวกันว่า อยู่ที่ธรรมชาติ คลองที่สะอาดและความเป็นวิถีชาวบ้าน รวมถึงการต้อนรับผู้มาเยือนด้วยอัธยาศัยไมตรีนั่นเอง เรียกได้ว่า คนในชุมชนจึงเป็นสื่อบุคคลที่สามารถใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์ได้ดีที่สุดสื่อหนึ่งเลยทีเดียว

รูปแบบและบทบาทของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม เพื่อการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ถือได้ว่า เป็นอีกส่วนสำคัญที่เข้ามาเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กล่าวถึงการสื่อสารขององค์กรภายนอกหลัก ๆ ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ได้แก่ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร บางกอกฟอรั่ม และสื่อมวลชน

1. การสื่อสารของกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทค่อนข้างมากในการจัดการเรื่องการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยเป็นหน่วยงานรัฐที่ดำเนินการร่วมกับคณะวิจัยจากคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพของชุมชน รวมไปถึงการสนับสนุน

งบประมาณในการปรับปรุงภูมิทัศน์ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานตามที่จำเป็น และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสื่อของหน่วยงานเองและเครือข่ายสื่อมวลชนอื่น ๆ ภายใต้โครงการย่อยของโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน คือ โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนย่านตลาดน้ำตลิ่งชันและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง เขตตลิ่งชัน หรือเรียกโดยย่อว่า โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชันฯ มีขอบเขตการศึกษาวิจัยครอบคลุมพื้นที่ตลาดน้ำ 3 แห่งในเขตตลิ่งชัน ได้แก่ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม และตลาดน้ำวัดสะพาน เริ่มดำเนินการตั้งแต่ประมาณช่วงต้นปี พ.ศ. 2550 มีรองศาสตราจารย์สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ เป็นหัวหน้าโครงการฯ โดยโครงการแบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ระยะ และมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ของการดำเนินโครงการในระยะที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ความรู้ สำรวจและวิจัย หาแนวทางในการส่งเสริมและฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาย่านตลาดน้ำตลิ่งชันและพื้นที่เกี่ยวเนื่องให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ทั้งนี้ การดำเนินการโครงการในย่านตลิ่งชันและพื้นที่เกี่ยวเนื่องในระยะที่ 1 ได้เสร็จสิ้นไปเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2551 ซึ่งเป็นวันที่มีการจัดกิจกรรมแนะนำโครงการ ปัจจุบันโครงการกำลังดำเนินการอยู่ในระยะที่ 2 ในส่วนของแนวทางการดำเนินงานในระยะที่ 1 นั้น หน่วยงานได้ทำข้อตกลงกับคณะวิจัยไว้เป็นหลักการว่าจะต้องมีการจัดสื่อกิจกรรมศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วม ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางการสื่อสารหลัก ๆ ระหว่างหน่วยงานและชุมชน ได้แก่ การจัดสัมมนาศึกษาดูงานแนวทางการจัดการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมพัฒนาการเรียนรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ การจัดกิจกรรมแนะนำโครงการและการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์

1.1 รูปแบบการสื่อสารของกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งได้ตามประเภทของสื่อดังนี้

1.1.1 สื่อสำหรับชุมชนโดยเฉพาะ

1) **สื่อบุคคล** ได้แก่ เจ้าหน้าที่ขององค์กรซึ่งส่วนใหญ่มีการสื่อสารกับแกนนำชุมชนเป็นหลัก ในลักษณะเป็นการพูดคุยปรึกษาหารือกันเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ก่อนเริ่มโครงการและระหว่างดำเนินการโครงการ การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล โดยวิธีการพูดคุยนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการดำเนินงานในโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนของกองการท่องเที่ยวฯ ที่มุ่งที่ความต้องการของชุมชนเป็นหลัก กล่าวคือ หน่วยงานจำเป็นต้องลงไปศึกษาวิจัยในพื้นที่ และพูดคุยกับคนในชุมชนโดยเฉพาะแกนนำชุมชนเพื่อให้ทราบก่อนว่าชุมชนยังขาดอะไร ต้องการอะไรเพิ่มเติม ตลอดจนศักยภาพและความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาให้เป็นชุมชนยั่งยืน ก่อนที่จะคิด

และวางแผนเป็นโครงการลงไปสนับสนุน โดยนอกจากพูดคุยแล้วก็ต้องมีการสังเกตการณ์และสำรวจสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ต้องอาศัยบุคคลไปดำเนินการ

2) **แผ่นพับ** เป็นคู่มือท่องเที่ยวของท้องถิ่น ที่ผลิตขึ้นมาสืบเนื่องจากกิจกรรมการจัดเวทีชาวบ้าน เปิดโอกาสให้ชาวชุมชนได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันภายหลังจากได้ไปศึกษาดูงานมา จากนั้นก็ระดมสมองช่วยกันคิดเส้นทางท่องเที่ยวมาประมาณ 4 เส้นทาง เพื่อเป็นข้อมูลมาทดลองทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ

3) **ป้าย** ซึ่งกองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร สนับสนุนจัดทำ ได้แก่ ป้ายชื่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม ป้ายชี้ทางนำมาสู่ตลาดน้ำ และป้ายแผนภูมิที่แสดงที่ตั้งของตลาดทั้งสามแห่งในโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชันฯ

4) **สื่อกิจกรรม** ในโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ได้มีการใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพและการมีส่วนร่วมภายในชุมชน ได้แก่ การจัดกิจกรรมสัมมนาศึกษาดูงาน เพื่อให้ชาวชุมชนได้มีโอกาสได้ไปศึกษาดูแบบอย่างจากชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ โดยภายใต้โครงการก็ได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อนำผู้นำชุมชนและชาวชุมชนจำนวนหนึ่งร่วมกับชาวชุมชนในตลาดน้ำตลิ่งชันและตลาดน้ำวัดสะพาน ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบ ภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชันฯ ไปศึกษาดูงานที่ตลาดน้ำท่าคาและตลาดน้ำอัมพวาด้วย นอกจากนี้ หากมีการสัมมนาดูงานกับกลุ่มอื่น ๆ หรือมีกิจกรรมอะไรน่าสนใจและคิดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เจ้าหน้าที่ก็มักจะเชิญผู้นำชุมชนเป็นตัวแทนร่วมเดินทางไปเรียนรู้ด้วยอย่างต่อเนื่องเสมอ

ภายหลังจากได้พาชาวชุมชนเดินทางไปศึกษาดูงานอันเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่กำหนดไว้ภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชันฯ แล้ว ก็ได้มีการจัดกิจกรรมเวทีชาวบ้านเพื่อให้คนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ชาวชุมชนที่ได้ไปศึกษาดูงาน กลับมาระดมสมอง พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันว่า เมื่อไปดูงานมาแล้ว พบเห็นอะไรที่สามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้กับชุมชนของตนเองได้บ้าง เพื่อให้ตกผลึกความคิดเกี่ยวกับภาพของตลาดน้ำที่ชาวชุมชนต้องการ สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนและสำนึกในการเป็นเจ้าของตลาดน้ำคลองลัดมะยมร่วมกัน จากนั้น จึงได้จัดให้มีการระดมสมองคนในชุมชนร่วมกันคิดสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองขึ้นมาประมาณ 4 เส้นทาง เพื่อเป็นข้อมูลนำมาทดลองทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเป็นคู่มือท่องเที่ยวของท้องถิ่นต่อไป

นอกจากกิจกรรมดังกล่าวที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว กองการท่องเที่ยวฯ ยังได้สนับสนุนการจัดกิจกรรมแนะนำโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชันฯ เมื่อสิ้นสุดการดำเนินโครงการฯ ในระยะที่ 1 เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2551 ซึ่งสื่อกิจกรรมนี้ ถือได้ว่า เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างกระแสการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้เป็นอย่างมาก เพราะมีการเชิญสื่อมวลชนมาจากหลายแห่ง พร้อมกับมีการจัดแถลงข่าวและนำสื่อชมสถานที่ (Press Tour) ไปในคราวเดียวกันด้วย หลังจากนั้น สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะรายการโทรทัศน์หลายรายการ เช่น ตลาดสดสนามเป้า เมืองหลวงของเรา ฯลฯ จึงได้ติดต่อกับนายชวน ชูจันทร์ หรือผู้นำชุมชนเอง เพื่อเข้าไปขอถ่ายทำรายการและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำแห่งนี้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้าง มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ แต่ละรายการก็จะเลือกถ่ายทอดเรื่องราวของตลาดน้ำในแง่มุมต่าง ๆ กันไป แล้วแต่นโยบายและแนวคิดของรายการ แต่โดยส่วนใหญ่จะสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและวิถีชุมชนที่สัมผัสได้ที่ตลาดน้ำแห่งนี้

1.2 สื่อที่องค์กรมีอยู่ กองการท่องเที่ยวฯ มีบทบาทสำคัญอีกประการหนึ่งในการสนับสนุนเรื่องการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นด้วย เนื่องจากกองการท่องเที่ยวฯ มีสื่อที่ผลิตโดยองค์กรเองและมีเครือข่ายสื่อมวลชนอยู่ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยเสริมย้ำ สนับสนุนโครงการฯ ที่ดำเนินไปแล้วอีกต่อหนึ่ง ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนดำเนินการโดยทั้งทางตรงผ่านสื่อขององค์กรเอง ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือท่องเที่ยวต่าง ๆ และกิจกรรมโครงการนำเที่ยวเพื่อพานักท่องเที่ยวมาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยม และโดยทางอ้อม เช่น การแนะนำให้เครือข่ายสื่อมวลชนต่าง ๆ เข้าไปถ่ายทำรายการที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นต้น

2. การสื่อสารของบางกอกฟอรัม

บางกอกฟอรัม (Bangkok Forum) เป็นองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ (Non-Governmental Organization: NGO) ที่มีภารกิจหลักในการเป็น “เวทีกลาง” (Forum) ที่เอื้อให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีจิตอาสาในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ได้มาพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน เพื่อให้คนในท้องถิ่นเกิดความตระหนักรู้คุณค่าของชุมชน ท้องถิ่นและสังคม ตลอดจนมีโอกาสร่วมกันแก้ไขปัญหาพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่นของตน โดยใช้เครื่องมือสำคัญ ได้แก่ การสื่อสารในรูปแบบของ “วงสนทนา” (Dialogue) และการก่อตั้งกองทุนสุขภาวะในพื้นที่ต่าง ๆ ที่มุ่งให้เกิดการรวบรวม

ทุนทางสังคม รวมถึงการพูดคุยและรับฟังซึ่งกันและกันอย่างเปิดอกและจริงใจ อันจะนำไปสู่ทางออกของปัญหาต่าง ๆ โดยสันติวิธีได้ในที่สุด

บางกอกฟอรัมได้เริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนคลองลัดมะยมเมื่อประมาณต้นปี พ.ศ. 2550 โดยในเวลานั้น บางกอกฟอรัมกำลังดำเนิน “โครงการสนับสนุนการก่อตั้งกองทุนสุขภาพกรุงเทพมหานคร” หรือเรียกกันโดยย่อว่า โครงการกองทุนสุขภาพฯ มาได้ระยะหนึ่ง โครงการดังกล่าวเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยมีมุ่งสนับสนุนการพัฒนาชุมชนในกรุงเทพมหานคร กระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มคนในชุมชนที่พหุมีศักยภาพมาร่วมกันทำกิจกรรมอาสาสมัครเพื่อสังคมและชุมชนของตนเอง โดยเริ่มดำเนินการในพื้นที่นำร่อง 4 เขต ได้แก่ เขตทวีวัฒนา เขตหนองจอก เขตจอมทองและเขตพระนคร เพราะพื้นที่เหล่านี้ยังมีความเป็นชุมชนอยู่เนื่องจากอยู่ค่อนข้างห่างไกลจากตัวเมืองกรุงเทพฯ

การทำงานภายใต้โครงการกองทุนสุขภาพฯ ในเขตทวีวัฒนาเป็นระยะเวลาราว 2 ปี ทำให้องค์กรเริ่มเห็นแบบจำลองในการพัฒนาชุมชนด้านทุนทางสังคมในเขตทวีวัฒนาที่ก่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมชัดเจน และอาจนำไปเป็นแนวทางพัฒนาชุมชนอื่น ๆ ในกรุงเทพฯ ได้ จึงเกิดแนวคิดที่จะขยายพื้นที่ดำเนินงานในช่วงท้ายของโครงการ นำแบบจำลองการพัฒนาดังกล่าวไปทดลองใช้กับพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน ในเวลานั้น องค์กรได้รับคำแนะนำให้มาสำรวจชุมชนคลองลัดมะยม จึงได้เข้ามาพบและพูดคุยกับนายชวน ชูจันทร์ ผู้นำชุมชนคลองลัดมะยม เมื่อพบว่าต่างฝ่ายต่างมีแนวคิด เป้าหมายและแนวทางการทำงานที่ค่อนข้างเป็นไปในทางเดียวกัน บางกอกฟอรัมจึงได้เริ่มทำงานร่วมกับชุมชนคลองลัดมะยมในการสนับสนุนการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนนับแต่นั้นมา

อย่างไรก็ตาม ภายใต้โครงการกองทุนสุขภาพฯ พื้นที่ชุมชนคลองลัดมะยมนี้ เป็นเพียงพื้นที่ทดลองขยายผลเท่านั้น ไม่ใช่พื้นที่เป้าหมายหลัก เมื่อสิ้นสุดโครงการดังกล่าวแล้ว องค์กรจึงได้มีการคิดวางแผนและดำเนินโครงการร่วมกับชุมชน โดยเป็นโครงการแรกที่มุ่งสนับสนุนที่ชุมชนคลองลัดมะยมเป็นพื้นที่เป้าหมายโดยตรง ได้แก่ โครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวน : แหล่งเรียนรู้เชิงบูรณาการระบบเกษตรกรรมสวนบ้านเพื่อส่งเสริมสังคมพอเพียงแขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร หรือเรียกกันโดยย่อว่า โครงการโรงเรียนชาวสวนฯ โดยแนวคิดการดำเนินโครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ เกิดขึ้นภายหลังจากการที่บางกอกฟอรัมพาผู้นำชุมชนคลองลัดมะยมไปดูงานที่มูลนิธิวิทยุขาว จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งที่นั่นมีการจัดตั้งโรงเรียนชาวนาอยู่ เมื่อผู้นำชุมชนกลับมาจึงเกิดแนวคิดที่จะจัดตั้งโรงเรียนชาวสวนบ้าง

ทั้งนี้ โครงการในระยะแรกได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2551 สิ้นสุดเมื่อเดือนมกราคม 2552 โดยจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการระยะแรก ทำให้สามารถผลิตหลักสูตรโรงเรียนชาวสวนขึ้นมาได้เป็นผลสำเร็จ จึงมีการดำเนินการโครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ ต่อเนื่องต่อมา ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – ตุลาคม 2552 เพื่อขยายผล ผลักดันให้มีการนำหลักสูตรไปทดลองสอนจริงในโรงเรียนและปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2.1 รูปแบบการสื่อสารระหว่างบางกอกฟาร์มกับชุมชนคลองลัดมะยม

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่บางกอกฟาร์มจะเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารกับชุมชนผ่านสื่อบุคคล ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง เช่น การพูดคุย ทั้งกับแกนนำชุมชนและการจัดวงสนทนากับคนในชุมชนเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้เพราะคุณลักษณะของการสื่อสารดังกล่าว ช่วยให้องค์กรสามารถทราบความต้องการลึก ๆ ของคนในชุมชนได้ อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากการพูดคุยก็จะเป็นแนวทางที่สำคัญในการวางแผนการดำเนินโครงการที่จะนำมาสนับสนุนชุมชนได้อย่างเหมาะสมต่อไป รูปแบบการสื่อสารของบางกอกฟาร์ม แบ่งตามประเภทของสื่อที่ใช้ได้ดังนี้

2.1.1 สื่อสำหรับชุมชนโดยเฉพาะ

1) **สื่อบุคคล** ก่อนที่บางกอกฟาร์มจะเข้ามาดำเนินโครงการใด ๆ ในชุมชน ก็จำเป็นต้องเรียนรู้จักสภาพแวดล้อมและความต้องการของชุมชนที่แท้จริงเสียก่อน ในเบื้องต้น สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่เจ้าหน้าที่ของบางกอกฟาร์ม จึงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับชุมชน โดยผ่านการพูดคุยซึ่งเป็นที่ได้ทั้งการพูดคุยในระดับแกนนำชุมชน และระดับชาวชุมชนโดยรวม เพื่อให้องค์กรสามารถเรียนรู้จักชุมชน แนวคิดและแนวทางการทำงานของชุมชน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและคิดโครงการมาสนับสนุนที่จะสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ ได้

นอกจากนี้ การใช้สื่อบุคคลในการพูดคุยปรึกษารับทราบกับแกนนำชุมชนยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจเรื่องสำคัญต่าง ๆ ด้วย เช่น ในการวางแผนงานและวางหลักสูตรโรงเรียนชาวสวน ภายใต้โครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ นับตั้งแต่การ ซึ่งแกนนำชุมชน โดยเฉพาะนายชวน ชูจันทร์และนายสุรัชย์ รุณบุญรอด นั้น มีบทบาทอย่างมากในการสะท้อนภาพของชุมชน ทั้งในแง่ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และความต้องการของชุมชนได้ค่อนข้างชัดเจน สามารถให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวางหลักสูตรท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

2) **สื่อกิจกรรม** ถือว่าเป็นสื่อหลักของบางกอกฟาร์ม เพราะสื่อกิจกรรมสามารถเอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้มาก และเมื่อกลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วน

ร่วมกับกิจกรรม ก็จะเป็นช่องทางให้เจ้าหน้าที่ที่สามารถรับทราบปฏิกิริยาตอบกลับ ความต้องการ และความคิดเห็นต่อเรื่องต่าง ๆ ของชาวชุมชนหรือผู้รับสารได้ โดยส่วนใหญ่สื่อกิจกรรมต่าง ๆ จะมีการวางแผนเป็นระบบ มักมีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์เป็นแผนไว้แล้วล่วงหน้า โดยภายใต้กิจกรรมหลักนั้น ๆ อาจมีกิจกรรมย่อย ๆ และกิจกรรมที่ต่อยอด ซึ่งมุ่งเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารสองทางมากที่สุดด้วย ได้แก่ การพูดคุยระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ สื่อกิจกรรมเหล่านี้ ส่วนใหญ่มีการวางแผนและเป้าหมายของการสื่อสารไว้ล่วงหน้า ประกอบด้วย

- วงสนทนาหรือสุนทรีสนทนา ซึ่งเป็นสื่อกลาง กระตุ้นให้ชาวชุมชนมีโอกาสพูดคุยกัน รับรู้ความคิดเห็น ความต้องการและความรู้สึกของกันและกัน โดยในช่วงเริ่มต้น องค์กรจะจัดและเชิญอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในการนำวงสนทนามาเป็นผู้ดำเนินการพูดคุย แต่หลังจากจัดไปประมาณ 1-2 ครั้ง เมื่อแกนนำชุมชนเข้าใจวิธีการแล้ว ชุมชนก็อาจไปดำเนินการจัดวงสนทนาพูดคุยกันเองตามโอกาสและความเหมาะสมต่อไป

- การจัดการเดินทางไปศึกษาดูงาน โดยองค์กรได้ดำเนินการจัดให้ชุมชนต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร รวมถึงชุมชนคลองลาดมะยม โดยเฉพาะผู้นำชุมชน ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนและร่วมศึกษาดูงานในชุมชนอื่น ๆ อยู่เสมอ ทั้งการไปเยือนชุมชนภายนอกและการศึกษาดูงานระหว่างชุมชนที่อยู่ภายใต้โครงการกองทุนสุขภาวะฯ ด้วยกัน รวมถึงยังได้นำคณะบุคคลจากที่อื่น ๆ มาดูงานที่คลองลาดมะยมตามแต่โอกาสจะเอื้ออำนวยด้วย การศึกษาดูงานนี้นอกจากจะเป็นสื่อกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความรู้และประสบการณ์ให้กับแกนนำชุมชนคลองลาดมะยมแล้ว ยังเป็นการขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ที่ทำงานพัฒนาชุมชนให้กว้างออกไปด้วย กล่าวคือ ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และวิธีการทำงาน ตลอดจนต้นทุนต่าง ๆ ระหว่างกัน รวมทั้งยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดริเริ่มที่จะทำโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนคลองลาดมะยมด้วย ตัวอย่างเช่น โครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากการที่บางกอกฟอรั่มได้เชิญผู้นำชุมชนคลองลาดมะยมร่วมเดินทางไปกับเกษตรกรในเขตหนองจอกไปอบรมศึกษาดูงานที่มูลนิธิข้าวขวัญ จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อเดือนมีนาคม 2551 เพื่อศึกษาดูงานด้านเกษตรอินทรีย์ การศึกษาและวิจัยข้าว โดยทางองค์กรต้องการให้มีการทำความรู้จักกันระหว่างผู้ที่ทำงานด้านชุมชนเพื่อเป็นการขยายเครือข่ายความร่วมมือ เมื่อกลับมาแล้ว นายชวนจึงเกิดความคิดริเริ่มที่จะสร้างแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนบ้าง บางกอกฟอรั่มจึงได้มาร่วมกับชุมชนคิดโครงการ และในที่สุดก็เกิดแนวคิดที่จะทำโครงการเกี่ยวกับโรงเรียนชาวสวนขึ้นในที่สุด

- การจัดกิจกรรมเสวนา โดยความร่วมมือระหว่างบางกอกฟอรั่ม และชุมชนคลองลาดมะยม ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นส่วนหลักของการจัดงานครบรอบ 3 ปี ตลาดน้ำคลองลาดมะยม ในวันที่ 3 พฤศจิกายน 2550 กิจกรรมเสวนาจัดขึ้นภายในสวนเจียมตน โดยเชิญอาจารย์ประจำจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมาร่วมพูดคุยในหัวข้อเรื่อง “ชาวสวนเมืองกรุงจะช่วยโลกได้อย่างไร” พร้อมทั้งมีกิจกรรมอื่น ๆ มาช่วยสร้างกระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติและแม่น้ำลำคลอง เช่น ละครใบ้ ในงานครั้งนั้น มีผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมากพอสมควร ทั้งที่เป็นแกนนำชุมชนอื่นซึ่งรู้จักกับนายชวน สือมवलชน รวมถึงบุคคลภายนอกอื่น ๆ ดังนั้น กิจกรรมเสวนานี้ นอกจากจะเป็นการสร้างกระแสสังคม ให้คนในชุมชนและผู้ที่อยู่อาศัยในละแวกใกล้เคียงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นสื่อที่มีส่วนสำคัญในการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย เนื่องจากเมื่อมีการจัดกิจกรรมเสวนา ก็จะมีการเชิญวิทยากรที่ถือเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักในสังคมหรือแวดวงวิชาการซึ่งสื่อมวลชนให้ความสนใจมาร่วมงานด้วย ภายในงานจึงมีสื่อมวลชนจากหลายองค์กรเข้ามาทำรายงานข่าว ถือเป็นโอกาสอันดีที่จะได้นำสื่อมวลชนต่าง ๆ เข้ามาทำความรู้จักกับตลาดน้ำคลองลาดมะยม และช่วยนำเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดน้ำแห่งนี้ไปเผยแพร่ต่อไปในวงกว้างยิ่งขึ้น

- การจัดค่ายเยาวชน ถือเป็นสื่อกิจกรรมหลักอีกสื่อหนึ่ง ภายใต้โครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชนในท้องถิ่นได้ศึกษาเรียนรู้ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน สร้างความตระหนักในความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ตลอดจนปลูกจิตสำนึกเยาวชนเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงวิถีชีวิตชาวสวนริมคลองเอาไว้ โดยใช้กระบวนการที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงและฝึกวิเคราะห์แนวทางแก้ปัญหาด้วยตนเอง

ภายใต้กิจกรรมค่าย จะประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ ที่หลากหลาย ได้แก่ ค่ายพัฒนาแกนนำเยาวชนนักสืบชาวสวน กิจกรรมเรียนรู้ธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น การจัดทำโครงงานการเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาโรงเรียนชาวสวน การจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติของสวน วัฒนธรรมชุมชน และฐานการเรียนรู้ในแหล่งเรียนรู้ เหล่านี้เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักการทำงานเป็นทีม พัฒนาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมของตนเองเมื่อต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ตลอดจนส่งเสริมให้เยาวชนนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในส่วนของเนื้อหาที่ตนสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยในการดำเนินกิจกรรมย่อย ๆ เหล่านี้ จะมุ่งเน้นให้เกิดการสื่อสารสองทางด้วย เพื่อที่เจ้าหน้าที่บางกอกฟอรั่มจะได้

ประเมินความรู้ความเข้าใจของเยาวชน ก่อนดำเนินโครงการ ขณะดำเนินโครงการและภายหลังการดำเนินโครงการไปด้วย

2.2 สื่อที่องค์กรมีอยู่ สื่อของบางกอกฟอรัมเองก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม กิจกรรมต่าง ๆ ที่บางกอกฟอรัมมาดำเนินการในชุมชน รวมถึงประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับชุมชนให้สาธารณชนได้รับทราบโดยสื่อของบางกอกฟอรัมหลัก ๆ ประกอบด้วย

2.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือต่าง ๆ ที่รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาวิจัยและถอดบทเรียนจากการลงพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้ไม่ได้วางขายตามแผงหนังสือทั่วไปแต่องค์กรจะขายตรงแก่ผู้ที่สนใจและต้องการนำไปใช้ประโยชน์มากกว่า นอกจากนี้ ภายหลังจากการดำเนินโครงการโรงเรียนชาวสวนในระยะแรกสิ้นสุด ก็ได้มีการจัดพิมพ์คู่มือหลักสูตรท้องถิ่นซึ่งสามารถนำไปเผยแพร่และประยุกต์ใช้ต่อไปได้ด้วย

2.2.2 เว็บไซต์ขององค์กร (www.bangkokforum.net) ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีข่าวสาร บทความและเรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ได้ดำเนินการในชุมชนต่าง ๆ เช่น บทความเกี่ยวกับการจัดวางสวนนาที่ชุมชนคลองลัดมะยม เว็บไซต์องค์กรจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะเผยแพร่ข้อมูลให้สาธารณชนได้รู้จักตลาดน้ำคลองลัดมะยมมากขึ้น โดยเฉพาะในแง่มุมมองของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชุมชนดั้งเดิมเอาไว้

จะเห็นได้ว่า แม้ว่าการทำงานของบางกอกฟอรัมนั้นจะเน้นการสร้างสุขภาวะของชุมชน ไม่ได้เน้นในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวหรือสนับสนุนเรื่องการท่องเที่ยวโดยตรง แต่การดำเนินงานของบางกอกฟอรัมนั้นได้ก่อให้เกิดผลพลอยได้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปโดยปริยายด้วย ทั้งนี้ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ ก็ต้องเริ่มมาจากชุมชนที่ยั่งยืนก่อน คือ เริ่มจากการเรียนรู้รากเหง้าความเป็นมาของตนเอง รู้ความต้องการของตนเอง รู้จักจุดอ่อนและจุดแข็งของตนเอง และสามารถบูรณาการต้นทุนต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน มาพัฒนาควบคู่กับการอนุรักษ์ชุมชน ซึ่งการทำงานของบางกอกฟอรัมได้เข้ามาสนับสนุนในเรื่องดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ กิจกรรมต่าง ๆ ที่บางกอกฟอรัมมาร่วมกับชุมชนจัดขึ้น แม้ความมุ่งหมายของกิจกรรมนั้นจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็ถือว่ามีส่วนช่วยให้ชุมชนได้ขยายเครือข่ายความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความรู้และวิธีการทำงานพัฒนาชุมชน ตลอดจนทำให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเติบโตอย่างรวดเร็ว

มาจนกระทั่งทุกวันนี้ เนื่องจากกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านั้น เป็นช่องทางการสื่อสารที่ดึงดูดมวลชนอื่น ๆ เข้ามาในชุมชนเป็นระยะและนำเรื่องราวไปเผยแพร่ต่อมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การสื่อสารของบางกอกฟอรั่ม ซึ่งเน้นการสร้างบรรยากาศการสื่อสารภายในชุมชนเพื่อสร้างจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชนตั้งแต่ระดับเยาวชนถึงผู้ใหญ่ ให้ตระหนักในคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชุมชนไว้ จึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนไปพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีไว้ อันจะนำไปสู่ความเป็นชุมชนเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วย

3. การสื่อสารของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่ได้เข้ามาช่วยเชื่อมต่อและขยายผลการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน เพื่อเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมไปสู่สาธารณชนในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ในกรณีของตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น สื่อมวลชนมักเป็นฝ่ายเข้ามาติดต่อชุมชนเองมากกว่าชุมชนจะเป็นฝ่ายติดต่อให้สื่อมาทำรายการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาด โดยสื่อเหล่านั้นอาจไปพบเจอเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดจากสื่ออื่น ๆ แล้วเกิดความสนใจ หรือเป็นสื่อมวลชนที่เข้ามาทำรายงานข่าวเมื่อมีองค์กรภายนอกมาจัดกิจกรรมในชุมชนแล้วสนใจที่จะนำเสนอเรื่องราวของชุมชนในแง่มุมอื่น ๆ ต่อเนื่อง โดยเมื่อสื่อมวลชนต่าง ๆ เข้ามาติดต่อผู้นำชุมชน ผู้นำชุมชนก็จะใช้การพูดคุยเพื่อให้ทราบถึงนโยบายของรายการว่าสอดคล้องกับแนวทางการทำงานของชุมชนหรือไม่ หากสอดคล้องกันก็จะมีบทลงในส่วนเนื้อหาที่จะนำเสนอต่อ แต่หากเป็นรายการที่ฉีกแนวทางต่างออกไป ก็มักจะได้รับการแนะนำให้ลองไปถ่ายทำรายการที่สถานที่อื่น

สำหรับสื่อที่ถือว่าสามารถสร้างกระแสการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้เป็นอย่างมาก และเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ตลาดน้ำเริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ได้แก่ สื่อโทรทัศน์และสื่อเว็บไซต์ โดยพบว่าส่วนใหญ่เรื่องราวเกี่ยวกับตลาดมักถูกถ่ายทอดผ่านพื้นที่สาธารณะในรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ และเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้มากกว่า เช่น กระดานข่าว (Web board) และเว็บล็อก (Weblog) ต่าง ๆ

3.1 สื่อโทรทัศน์ ถือเป็นสื่อที่สร้างกระแสการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้เป็นอย่างมาก แม้ในปัจจุบันก็ยังคงมีสื่อโทรทัศน์ที่เข้ามาติดต่อขอถ่ายทำรายการแนะนำตลาดน้ำแห่งนี้อยู่อย่างต่อเนื่อง ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างรายการโทรทัศน์รายการแรก ๆ ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยม พร้อมทั้งพิจารณารูปแบบและเนื้อหาของรายการต่าง ๆ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มักจะเป็นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน นำเสนอ

เรื่องราวของตลาดน้ำในแง่ของการพัฒนาและอนุรักษ์วิถีชาวสวน บทบาทผู้นำชุมชนซึ่งมีความมุ่งมั่นและเสียสละเพื่อส่วนรวม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ฯลฯ ตัวอย่างเช่น รายการเมืองหลวงของเรา คนไทยหัวใจไม่ท้อ ตลาดสดสนามเป้าและทุ่งแสงตะวัน

3.2 สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยว ด้วยคุณลักษณะที่เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารโต้ตอบกันได้ (Interactivity) ระหว่างผู้ที่เข้ามาเยือนเว็บไซต์นั้น ๆ ผ่านพื้นที่ที่กำหนดไว้ โดยที่ผู้ส่งสารอาจเป็นได้ทั้งองค์กรสื่อมวลชนขนาดใหญ่ หรือเป็นเพียงบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจคล้ายกันที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ก็ได้ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่กล่าวถึงตลาดน้ำคลองลัดมะยม ได้แก่ เว็บข่าวออนไลน์ รวมถึงกระดานข่าว (Web board) หรือเว็บล็อก (Web log) หลายแห่งซึ่งเป็นสังคมออนไลน์สำหรับผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติ วิถีชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยด้วย เว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่สำหรับผู้สนใจเข้ามาเยี่ยมชมได้มาแลกเปลี่ยนความเห็นและประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่างกัน รวมทั้งบางเว็บไซต์ยังมีพื้นที่ส่วนตัวที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารเองได้ด้วย

4. ภาพรวมรูปแบบการสื่อสารภายนอกชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อสารภายนอกชุมชนหลัก ๆ แบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนี้

4.1 การสื่อสารเพื่อปรึกษาหารือแนวทางในการพัฒนาชุมชน ก่อนที่องค์กรภายนอกต่าง ๆ จะเข้ามาดำเนินการใด ๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชนคลองลัดมะยมนั้น จะต้องมีการเข้ามาพูดคุยหารือกับแกนนำชุมชนก่อน เพราะแกนนำชุมชนเป็นเสมือนตัวแทนของชุมชนที่มีบทบาทในการรับสาร วิเคราะห์ ตีความ ตัดสินใจ แล้วนำไปถ่ายทอดแก่คนในชุมชนอีกต่อหนึ่ง รูปแบบการสื่อสารที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้แก่ การใช้สื่อบุคคลซึ่งก่อให้เกิดการสื่อสารสองทาง เปิดโอกาสให้ทั้งชุมชนและหน่วยงานภายนอกเป็นทั้งผู้ส่งสารและรับสาร เพื่อเรียนรู้ซึ่งกันและกันก่อน หากพบว่าแนวทางการทำงานสอดคล้องกัน ก็จะได้ปรึกษาหารือในรายละเอียดต่อไป หรือหากมีบางส่วนไม่สอดคล้อง หน่วยงานภายนอกก็จะได้ปรับแผนการทำงาน และวางแผนโครงการพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของชุมชนให้มากที่สุด แต่ถ้าแนวทางการทำงานของหน่วยงานนั้น ๆ ไม่มีความสอดคล้องกันกับชุมชนเลย หน่วยงานก็จะได้พิจารณาชุมชนอื่น ๆ ต่อไป ทั้งนี้ การสื่อสารเพื่อปรึกษาหารือกันจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา ไม่มีการ

กำหนดวาระตายตัว ทั้งก่อนดำเนินโครงการ ขณะดำเนินโครงการและเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลโครงการในเบื้องต้นด้วย

4.2 การสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่คนในชุมชน มักเป็นการสื่อสารในรูปแบบสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การสัมมนาศึกษาดูงานและกิจกรรมค่ายเยาวชน เป็นต้น เนื่องจากในกรณีของการสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ประกอบด้วยสองส่วนหลัก ๆ คือ การพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาทั้งสองส่วนนั้น ค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่สำหรับชุมชน และอยู่ในช่วงระยะแรกของการดำเนินการ จึงจำเป็นจะต้องมีการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่คนในชุมชนด้วย คือเริ่มเปลี่ยนแปลงจากความรู้ของคนในชุมชนเสียก่อน เมื่อมีความรู้ที่ถูกต้อง ชาวชุมชนก็จะปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้เหมาะสมต่อไป ซึ่งจะเป็นผลให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

4.3 การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน กระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมคิดร่วมสร้างในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชน เพื่อให้การพัฒนาชุมชนตอบสนองความต้องการของชุมชนโดยรวมอย่างแท้จริง รวมถึงสร้างความรู้สึกผูกพันระหว่างชาวชุมชนและสำนึกความเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันด้วย โดยรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว มักเน้นให้เกิดการสื่อสารสองทางให้มากที่สุดผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้คนในชุมชนได้มีโอกาสพูดและแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน เช่น การจัดเวทีชาวบ้านหรือการจัดวงสนทนา

4.4 การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชนและตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยจะเห็นได้ว่า องค์กรภายนอกต่าง ๆ ที่เข้ามาพัฒนาชุมชนนั้น มีบทบาทในการสื่อสารประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมแก่สาธารณชนหรือบุคคลภายนอกได้เป็นอย่างมาก เพราะองค์กรเหล่านั้นมักมีสื่อขององค์กรเองและมีเครือข่ายสื่อมวลชนภายนอก อีกทั้งบ่อยครั้งการดำเนินการของผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น การจัดงานเสวนาของบางกอกฟอรัมหรือการจัดกิจกรรมแนะนำชุมชนของกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ก็มักเป็นกลจักรสำคัญที่ดึงสื่อมวลชนอื่น ๆ เข้ามา แล้วนำเรื่องราวตลาดน้ำคลองลัดมะยมไปประชาสัมพันธ์ต่อในวงกว้าง ดังนั้น การสื่อสารขององค์กรภายนอกจึงมีส่วนในการสร้างกระแสการรับรู้เกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้เป็นอย่างดี

5. บทบาทของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน

อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ดังต่อไปนี้

5.1 การระดมทุนเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืน โดยเป็นการระดมทุนทั้งในชุมชนและจากหน่วยงานภายนอก เพื่อนำมาส่งเสริมให้ชุมชนคลองลัดมะยมมีความเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืน ทุนในที่นี้ ได้แก่ ทุนทรัพย์หรืองบประมาณ ทั้งที่รวบรวมจากคนในพื้นที่และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงทุนทางความรู้ ที่เกิดจากการกระตุ้นจากหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาสนับสนุนให้เกิดความตระหนักที่จะค้นหา รวบรวมและจัดระบบองค์ความรู้ของชุมชน เพื่อประโยชน์ในการนำไปเผยแพร่ต่อไป

5.2 การสร้างเครือข่ายให้ชุมชนเพื่อขยายและแลกเปลี่ยนความรู้ โดยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวคิดการทำงาน รวมถึงความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ เช่น การพาผู้นำชุมชนไปศึกษาดูงานในชุมชนอื่น ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ทั้งที่เป็นชุมชนท่องเที่ยวและชุมชนด้านการเกษตร ก็ทำให้ผู้นำชุมชนได้ทำความรู้จักกับแกนนำชุมชนเหล่านั้น และเห็นแบบอย่างของการทำงานซึ่งสามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้กับชุมชนของตนได้ต่อไป

5.3 การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการเข้ามาเสริมในส่วนที่ชุมชนยังขาดอยู่ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงกระตุ้นให้ชาวชุมชนเกิดการตื่นตัวในการค้นหาและเรียนรู้จักข้อดีและข้อเสียของชุมชนของตน เพื่อพิจารณาว่าสิ่งใดควรรักษาไว้และสิ่งใดควรปรับปรุงแก้ไข เนื่องจากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยการพัฒนาในเชิงบูรณาการ ประกอบกับการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น จำเป็นจะต้องเริ่มจากการที่ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนเสียก่อน แต่ชุมชนก็เป็นองค์กรขนาดเล็ก จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ที่มีความพร้อมเข้ามาพัฒนาศักยภาพในเรื่องเฉพาะต่าง ๆ เช่น การพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยว การสนับสนุนงบประมาณในส่วนที่จำเป็นและการสร้างฐานความรู้ในชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้ สื่อมวลชนเองก็มีส่วนช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเช่นกันในแง่ที่ว่า เป็นผู้นำเสนอเรื่องราวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นที่รู้จัก และถ่ายทอดแนวคิดการสร้างตลาดน้ำที่เป็นการพัฒนาไปพร้อมกับอนุรักษ์เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกในหมู่นักท่องเที่ยวต่อไป

ประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารทั้งการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนในภาพรวม โดยวิธีการสังเกตการณ์ความเปลี่ยนแปลงของชุมชนในเชิงกายภาพอันเกิดจากการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ และการสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ จากมุมมองของทั้งคนวงใน ได้แก่ ผู้นำชุมชน แกนนำชุมชน ชาวชุมชน หรือผู้ค้า จำนวน 10 คน รวมถึงคนวงนอก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 11 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทั้งสองส่วนในภาพรวม

จากการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยพบว่า ระยะเวลากว่า 1 ปีที่ผ่านมา ตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีการพัฒนาและมีความเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เห็นได้จากจำนวนร้านค้าและผู้มาเยือนที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับผู้มาเยือนหลากหลายมากขึ้นด้วย

1. ประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชน

จากการที่รูปแบบการสื่อสารของชุมชนสามารถแบ่งโดยใช้เกณฑ์ของผู้กระทำการสื่อสารได้เป็น 2 ส่วน คือ การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน ซึ่งมีผู้ส่งสารหลักคือแกนนำชุมชน และผู้รับสารคือชาวชุมชนคลองลัดมะยม กับการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ในส่วนของประสิทธิผลของการสื่อสารจึงอาจแบ่งได้ดังนี้

1.1 ประสิทธิผลของการสื่อสารระหว่างคนในชุมชน ในที่นี้ ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ในการสร้างความเข้าใจระหว่างคนในชุมชนเกี่ยวกับความเป็นมา วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลอดจนการสื่อสารเพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินการตามแผนให้สำเร็จลุล่วง อันมีส่วนสนับสนุนให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีความเติบโตเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ค้าส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้น ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการใช้สื่อบุคคล ได้แก่ แกนนำชุมชน ในการโน้มน้าวใจให้ชาวชุมชนเห็นด้วยกับแนวคิดของการพัฒนาตลาดน้ำ ซึ่งนอกจากจะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแล้ว ยังมีส่วนสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชุมชนเอาไว้ด้วย มีชาวบ้านเพียงส่วนน้อยที่ไม่เห็นด้วย เพราะมองว่าการที่จะทำตลาดให้สำเร็จนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากชุมชนคลองลัดมะยมเป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากนัก อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ที่ไม่เห็น

ด้วย ในภายหลังเมื่อเห็นว่าแกนนำชุมชนลงมือทำแล้วสามารถพัฒนาตลาดชุมชนได้สำเร็จ มีคนรู้จักชุมชนและมาเที่ยวมากขึ้น ก็เปลี่ยนทัศนคติหันมาร่วมกิจกรรมคือมาขายของที่ตลาดน้ำด้วย

นอกจากนี้ ผู้ค้าส่วนใหญ่ยังเห็นตรงกันว่า จุดเด่นของตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้มาสัมผัส คือ ธรรมชาติ วิถีชุมชนและอรรถาสัยไมตรีของพ่อค้าแม่ค้า ซึ่งก็ถือได้ว่าได้รับสารตรงตามที่แกนนำชุมชนต้องการจะสื่อและพยายามสร้างความเข้าใจในหมู่ผู้ค้ามาโดยตลอด เพื่อให้ชาวชุมชนได้ตระหนักว่าสิ่งเหล่านี้ เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนชุมชน จึงควรที่ชาวชุมชนจะช่วยกันรักษาสິงที่ดีเหล่านี้ไว้ให้นานเท่านาน

ในส่วนของการสื่อสารผ่านการประชุม พบว่า ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เนื่องจากผู้ค้าแต่ละรายก็มีการกิจส่วนตัว บางรายต้องไปขายของต่อที่อื่น บางครั้งจึงไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ ส่วนใหญ่แกนนำชุมชนจึงพยายามประชุมในวันที่ผู้ค้าทุกคนต้องมาที่ตลาดอยู่แล้ว ในระยะแรกอาจมีการประชุมอย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้ง หรือสองเดือนครั้งหนึ่ง เพื่อวางระบบการดำเนินงาน เนื้อหาสารในการประชุมจึงมักเป็นไปในทางสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสร้างตลาดและขอความร่วมมือผู้ค้าในเรื่องต่าง ๆ เช่น ระเบียบข้อตกลงร่วมกัน การเตรียมตัวต้อนรับและให้บริการผู้มาเยือน การดูแลรักษาความสะอาดของร้านค้า ฯลฯ แต่เมื่อการดำเนินการหลายอย่างเริ่มเข้าที่เข้าทางแล้ว ความถี่ในการประชุมก็ลดน้อยลง โดยในระยะหลัง จะประชุมเฉพาะเมื่อมีเรื่องสำคัญหรือใกล้วันเทศกาลต่าง ๆ เพื่อแจ้งให้ผู้ค้าเตรียมตัว

อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดข้างต้นก็ยังคงมีอยู่ จึงได้มีการแก้ปัญหาโดยการใช้อีเมลเข้ามาช่วยเสริม ได้แก่ การให้ชาวชุมชนเป็นสื่อบุคคล บอกต่อ ๆ กันในหมู่ผู้ค้าและพิมพ์ใบปลิวสรุปบันทึกการประชุมแจกผู้ค้า ในสัปดาห์ต่อมาภายหลังจากที่มีการประชุมไปแล้ว เพื่อให้ผู้ค้าสามารถทราบข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำได้โดยทั่วกัน นอกจากนี้ ในหมู่ชาวชุมชนและผู้ค้ายังมีการใช้สื่อเสียงตามสายเพื่อแจ้งข่าวสาร เรียกประชุมและประชาสัมพันธ์ตลาดด้วย อีกทั้งการประกาศเสียงตามสายยังเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ของตลาด เช่น การประกาศว่า ตลาดน้ำแห่งนี้ เป็น “ตลาดน้ำแห่งคุณความดี” หรือ “ตลาดน้ำแห่งความสุขของทุกคน” แต่ก็พบว่าสื่อดังกล่าว ยังคงมีข้อจำกัดอยู่พอสมควร เนื่องจากเครื่องส่งของชุมชนยังมีขนาดเล็ก บ่อยครั้งหากในตลาดมีคนมาก เสียงดัง ผู้ค้าและนักท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจากเครื่องส่งออกไปก็จะได้ยินเสียงประกาศไม่ชัดเจน จับใจความไม่ได้ และได้รับสารไม่ครบถ้วน

ในส่วนของการสื่อสารกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า ยังไม่ค่อยมีกิจกรรมที่จะช่วยสร้างเสริมการมีส่วนร่วมหรือเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าในตลาดเท่าใดนัก จะมีก็เพียงการทำบุญตลาดปีละหนึ่งครั้ง ช่วงวันครบรอบการก่อตั้งตลาด คือวันที่ 20 พฤศจิกายนของทุกปีเท่านั้น ส่วน

กิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ มักเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับเยาวชนในชุมชน โดยเป็นทั้งกิจกรรมที่แกนนำชุมชนคิดขึ้นมาเอง เช่น การสอนต่อเรือ และกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก แล้วมาใช้พื้นที่ในสวนเจียมตนเพื่อจัดกิจกรรม เช่น การจัดค่ายเยาวชนโดยบางกอกฟอรั่ม หรือ การรณรงค์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เกี่ยวกับการงดเหล้าและไม่สูบบุหรี่ในชุมชน ก็มีการจัดกิจกรรมกับเยาวชน ให้เด็ก ๆ ในชุมชนมาร่วมกันแจกสติ๊กเกอร์รณรงค์ในโครงการด้วย

สำหรับความเห็นของผู้ค้าต่อเรื่องที่ควรปรับปรุงในการดำเนินกิจการตลาด ตัวอย่างผู้ค้าส่วนใหญ่เห็นว่า ในแง่ของการจัดสรรพื้นที่ที่เน้นความเป็นธรรมชาติและวิถีชาวบ้านดั้งเดิมนั้นเป็นเอกลักษณ์ดีแล้ว แต่น่าจะมีการปรับปรุงเรื่องการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การขยายพื้นที่ลานจอดรถและจำนวนร้านค้าให้เพียงพอต่อจำนวนผู้มาเยือน รวมถึงการพัฒนาฝีมือผู้ค้าให้สามารถแข่งขันในตลาดได้มากขึ้นด้วย นอกจากนี้ ยังมีการเสนอให้มีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ทั้งการสร้างจิตสำนึกความเป็นเจ้าของชุมชนในหมู่คนในชุมชนและการประชาสัมพันธ์เพื่อนำภาพลักษณ์ความเป็นชุมชนไปยังนักท่องเที่ยว

1.2 ประสิทธิผลของการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว

ผู้มาเยือน

จากการสัมภาษณ์ตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำคลองลัดมะยมจากสื่ออื่น ๆ ภายนอกมากกว่าจะเป็นสื่อของชุมชน ได้แก่ สื่อบุคคล เช่น เพื่อน คนรู้จัก ครอบครัว และสื่อโทรทัศน์ มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางผ่านมาหรือเข้ามาพบตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ทราบความเป็นมาของตลาดน้ำคลองลัดมะยมเท่าใดนัก มีเพียงจำนวนน้อยที่ทราบความเป็นมาของการสร้างตลาดชุมชนอย่างคร่าว ๆ ว่าเป็นตลาดที่สร้างขึ้นเพื่อสร้างรายได้เสริมให้ชาวชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ธรรมชาติ คลองและรักษาพื้นที่ไม่ให้ถูกกว้านซื้อจากบริษัทเอกชน โดยนักท่องเที่ยวดังกล่าวได้ทราบจากการเห็นผ่านสื่อโทรทัศน์และการมีโอกาสดำเนินการพูดคุยกับผู้นำชุมชนด้วยตนเอง ทั้งนี้ พบว่า ผู้ที่ทราบความเป็นมาของตลาดน้ำและสนใจเข้าไปพูดคุยกับนายชวน ชูจันทร์นั้น มีความสนใจชุมชนท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นการส่วนตัว เมื่อได้รู้จักตลาดน้ำคลองลัดมะยมผ่านสื่อต่าง ๆ แล้ว จึงเกิดความประทับใจกับการที่ชุมชนอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตเอาไว้ ทำให้สนใจที่จะเลือกเปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำและผู้นำชุมชนในเชิงลึกมากขึ้น

สำหรับเหตุผลที่ผู้มาเยือนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักกล่าวว่า เลือกมาที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเพราะอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือใกล้กรุงเทพฯ เดินทางสะดวก บรรยากาศร่มรื่นดี มีอาหารให้เลือกหลายเจ้า แม้รสชาติจะไม่ได้โดดเด่นมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดน้ำอื่น ๆ

ที่มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงมากกว่านี้ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า จุดเด่นที่สำคัญและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นอันดับต้น ๆ ก็คือทำเลที่ตั้งของตลาดที่อยู่ใกล้ตัวเมืองนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า แม้ว่าผู้มาเยือนส่วนใหญ่จะไม่ทราบรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของการสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมเท่าใดนัก แต่ต่างก็สามารถสัมผัสถึงสิ่งที่ชุมชนต้องการจะสื่อได้พอสมควร เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตชาวบ้านรวมถึงอรรถาธิบายวิถีชีวิตของชาวชุมชนและผู้ค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ หาพบได้ค่อนข้างยากในตลาดที่ตั้งอยู่ในเมือง

ส่วนในแง่ของการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดไว้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ทราบว่าที่ตลาดน้ำมีกิจกรรมอะไรให้ทำบ้าง มักจะมารับประทานอาหารหรือจับจ่ายซื้อของเป็นหลัก แม้บางท่านจะพอทราบบ้างว่ามีกิจกรรม เช่น พายเรือ นั่งเกวียน แต่ก็ไม่ค่อยได้เข้าร่วมทำกิจกรรมนั้น ๆ เท่าใดนัก อย่างไรก็ตาม ยังมีตัวอย่างนักท่องเที่ยวบางท่านที่ทราบว่ามีการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรมที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมจัดไว้ด้วย โดยกลุ่มเป้าหมายนี้มักเป็นผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวตลาดน้ำหรือเป็นกลุ่มครอบครัวที่พาบุตรหลานมาทำงานศิลปะและมาสัมผัสประสบการณ์บ้านสวนแบบที่เคยมีในสมัยรุ่นปู่ตาตาย แต่สำหรับผู้ที่ไม่ได้สนใจกิจกรรมนั้น ๆ ก็จะตัดสินใจไม่เข้าร่วม

นอกจากนี้ อุปสรรคในการสื่อสารอีกประการหนึ่ง ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมมากนัก ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง มักประสบปัญหาพอสมควรในการหารายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่หรือจุดต่าง ๆ ที่ตลาดจัดกิจกรรมไว้ เนื่องจากไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์ออกจุดที่มีกิจกรรม สัญลักษณ์หรือป้ายชี้บอกจุดสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร สวนเจียมตน ฯลฯ ทำให้ผู้มาเยือนครั้งแรกไม่ค่อยทราบว่าอะไรอยู่ที่ไหนบ้าง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ชุมชนน่าจะปรับปรุงเพิ่มเติมในเรื่องการพัฒนาส่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เช่น จัดให้มีห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะและร้านค้าในปริมาณที่เพียงพอสำหรับผู้มาเยือน ลานจอดรถที่สามารถรองรับผู้มาเยือนได้เพียงพอพร้อมคนคอยอำนวยความสะดวกเรื่องการจราจร ทั้งนี้ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่าตลาดน้ำควรพัฒนาในด้านอื่น เช่น อาหารการกิน โดยส่งเสริมด้านการเพิ่มทางเลือกและความหลากหลายของอาหารให้มากขึ้น เพราะมองว่าจุดเด่นของตลาดน้ำแห่งนี้ อยู่ที่อาหารการกินมากกว่าเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

แม้ว่าตลาดน้ำคลองลัดมะยมยังคงมีส่วนที่ต้องปรับปรุงพอสมควร ในเรื่องของการสื่อสารระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือนและการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แต่ในภาพรวมแล้ว ถือว่าตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้รับการยอมรับจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ในแง่มุมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับคนเมือง มีบรรยากาศที่มีความเป็นธรรมชาติดี ต่างต้องการให้รักษาสภาพความเป็นชุมชนไว้และไม่ต้องการให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ทันสมัยมากเกินไป

นอกจากนี้ จากการสังเกตการณ์ในส่วนของการจัดการการท่องเที่ยวและปรับปรุงบริการของตลาดน้ำ พบว่ามีการปรับปรุงและพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนักท่องเที่ยวหลายท่านก็สามารถสัมผัสได้และแสดงความคิดเห็นว่า ตลาดน้ำแห่งนี้มีพัฒนาการความเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการขยายไปอย่างกว้างขวาง ทั้งพื้นที่ลานจอดรถและจำนวนร้านค้า บางส่วนที่เป็นปัญหา เช่น ลานจอดรถที่เป็นหล่มหรือหลังคา กันแดดที่ไม่สูงพอ ทำให้อากาศอบอ้าว ก็มีการริบเร่งแก้ไขปัญหาช่อมแซม เหล่านี้ ถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญในการสื่อสารไปยังผู้มาเยือนว่าชุมชนมีความเอาใจใส่ในการพัฒนาและปรับปรุงบริการเพื่อต้อนรับผู้มาเยือนอย่างสม่ำเสมอ อันจะเป็นผลให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจและกลับมาเยือนชุมชนอีก

อีกทั้งการปรับปรุงตลาดบางส่วนก็ได้รับการสนับสนุนจากผู้อยู่อาศัยบริเวณหมู่บ้านจัดสรรใกล้ ๆ รวมถึงผู้มาเยือนที่ประทับใจกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมและต้องการให้ตลาดของชุมชนแบบนี้ดำรงอยู่ต่อไปด้วย เช่น การช่วยเหลือติดต่อหน่วยงานของบประมาณ การให้ใช้พื้นที่ของเอกชนเป็นส่วนหนึ่งของตลาด และการบริจาคหนังสือเข้าห้องสมุดชุมชน เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า ชุมชนสามารถสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวสวนแก่ผู้มาเยือนได้ในระดับหนึ่ง แม้จะไม่ใช่ในวงกว้างมากนัก เป็นผลให้ผู้มาเยือนบางส่วนที่เห็นด้วยกับแนวคิดของผู้นำชุมชนและต้องการเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานตลาดน้ำของชุมชนต่อไปด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง

2. ประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน

สำหรับการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ในที่นี้ ผู้วิจัยได้กล่าวถึงเฉพาะหน่วยงานภายนอกหลัก ๆ ที่มีบทบาทในการสื่อสารดังกล่าว 3 องค์กร ได้แก่ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร บางกอกฟอรั่ม และสื่อมวลชน

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานภายนอกหลัก ๆ ที่เข้ามาสนับสนุนการพัฒนาชุมชนคลองลัดมะยมดังกล่าวข้างต้นนั้น ยังไม่ได้มีการประเมินผลโครงการอย่างเป็นทางการ เนื่องจากในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูล ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของโครงการ และมักเป็น

โครงการต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนโดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานข้างต้น และการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยเอง นอกจากนี้ ในส่วนของประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อมวลชน ผู้วิจัยก็ได้ใช้การวิเคราะห์จากข้อมูลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวยังซึ่งเป็นผู้รับสาร และในเบื้องต้นก็พบว่า ข้อมูลจากสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้นค่อนข้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยมด้วย

2.1 ประสิทธิผลของการสื่อสารของกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการดำเนินงานของกองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร ในช่วงเวลาที่ผ่านมา พบว่า ความสัมพันธ์ของหน่วยงานกับชุมชนถือว่าค่อนข้างอยู่ในระดับที่ดี ไม่พบว่ามีชาวชุมชนที่มีความขัดแย้งหรือไม่เห็นด้วยกับการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ เนื่องจากชาวชุมชนที่นี่ก็เป็นชาวบ้านชาวสวน ยังมีวิถีชนบทอยู่ ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรี และให้การต้อนรับด้วยดี รวมทั้งค่อนข้างยอมรับในสิ่งที่หน่วยงานเข้ามาดำเนินการ นอกจากนี้ ในการดำเนินงานองค์กรมักใช้สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ เข้ามาพูดคุยปรึกษาหารือกับแกนนำชุมชนอยู่เสมอ จากนั้น แกนนำชุมชนก็จะไปดำเนินการพูดคุยกับชาวชุมชนเองต่อไป ซึ่งก็พบว่า ชาวชุมชนค่อนข้างให้การยอมรับในการตัดสินใจของผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนคนอื่น ๆ เป็นอย่างดี

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ถึงโครงการของกองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร ผู้นำชุมชนก็กล่าวว่าได้รับประโยชน์จากการจัดสัมมนาศึกษาดูงานต่าง ๆ เป็นอย่างมาก เพราะได้เห็นแบบอย่างจากชุมชนอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ แล้วนำแนวคิดการทำงานมาปรับประยุกต์ใช้กับชุมชนของตน นอกจากนี้ การไปดูงานยังมีส่วนทำให้ผู้นำชุมชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนนั้น ๆ ด้วย

ประสิทธิผลจากการสื่อสารของกองการท่องเที่ยวฯ ยังอาจพิจารณาได้จากผลที่ได้จากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมแนะนำโครงการที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2551 ซึ่งมีการแถลงข่าวและพาสื่อมวลชนเยี่ยมชมสถานที่ (Press Tour) เป็นผลให้มีสื่อมวลชนรู้จักและให้ความสนใจตลาดน้ำแห่งนี้มากขึ้น รวมถึงเข้ามาติดต่อทำรายการที่ชุมชนอย่างต่อเนื่องด้วย โดยติดต่อมาทางหน่วยงานหรือติดต่อกับผู้นำชุมชนโดยตรง

อาจกล่าวได้ว่า แม้การดำเนินงานของกองการท่องเที่ยวฯ ส่วนใหญ่จะประสบผลสำเร็จและได้รับความร่วมมือจากท้องถิ่นเป็นอย่างดี กล่าวคือ สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจแก่คนในชุมชน รวมทั้งยังเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงให้ชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้นด้วย แต่ก็ยังพบปัญหาหรืออุปสรรคอื่น ๆ อยู่บ้าง ได้แก่ การที่ชุมชนมีแกนนำจำนวนน้อย ทำให้ผู้นำ

ชุมชนต้องรับผิดชอบภาระค่อนข้างหนัก คนในชุมชนยังขาดทักษะในเรื่องการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นชาวสวนกันมาแต่เดิม นอกจากนี้ ยังไม่ได้รับความสนับสนุนจากเขตท้องที่อย่างทั่วถึงเท่าที่ควร เพราะสำนักงานเขตมักเน้นการสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ ไม่ครอบคลุมถึงสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน เช่น การซ่อมแซมศาลแม่โพสพ อีกทั้งในช่วงแรกเริ่มพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมยังไม่ได้รับความร่วมมือจากตลาดน้ำในย่านตลิ่งชันซึ่งมีมาก่อน เพราะถูกมองว่าเป็นตลาดใหม่ที่อาจจะมาแย่งแย่งลูกค้า ทำให้มีการกล่าวถึงตลาดน้ำคลองลัดมะยมในด้านลบกับบุคคลที่เกี่ยวข้องและสื่อต่าง ๆ

โดยทางกองการท่องเที่ยว ก็ได้วางแนวทางแก้ปัญหาส่วนใหญ่ไว้ในระยะที่ 2 ของโครงการ เช่น การพาไปศึกษาดูงานและจัดเวทีชาวบ้าน พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการไปดูงานกันอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาทักษะความสามารถของชาวชุมชน อาจมีการประสานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สังกัดกรุงเทพมหานครเข้ามาดูแลรับผิดชอบในเรื่องที่จำเป็น เช่น การก่อสร้าง ซ่อมแซมสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ตลอดจนต้องให้การสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมแก่ผู้รับข่าวสาร ทั้งนักท่องเที่ยว สื่อและบุคคลทั่วไป รวมทั้งให้ความสำคัญกับตลาดน้ำต่าง ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบของโครงการฯ ย่านตลิ่งชันอย่างเท่าเทียมกัน พยายามวางบทบาทไม่ให้เกิดตลาดแต่ละแห่งดำเนินงานก้าวก่ายกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทบกระทั่งกันต่อไป

จากการประเมินผลโครงการฯ ในเบื้องต้นของเจ้าหน้าที่ โดยการสังเกตการณ์พัฒนาการตลาดน้ำตามลำดับอย่างต่อเนื่องและพูดคุยสอบถามกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการที่หน่วยงานจัดขึ้นเพื่อพาไปเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยม แม้จะมีอุปสรรคอยู่บ้างพอสมควร แต่ก็ถือได้ว่า การดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา นั้นค่อนข้างบรรลุเป้าหมายซึ่งทางหน่วยงานร่วมกับชุมชนได้วางเอาไว้ตั้งแต่เริ่มต้นที่ต้องการให้ชุมชนสามารถยืนได้ด้วยตนเองเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถพัฒนาเศรษฐกิจไปพร้อมกับการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงวิถีชีวิตชาวสวนเอาไว้ หากสามารถดำเนินกิจการและรักษาพื้นที่บริเวณนี้ไปได้เรื่อย ๆ ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้ก็อาจจะเป็นแหล่งเรียนรู้และต้นแบบที่ดีให้ชุมชนอื่น ได้นำไปเป็นแนวทางวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

2.2 ประสิทธิภาพของการสื่อสารของบางกอกฟอรั่ม

วิธีการทำงานของบางกอกฟอรั่มจะเน้นการใช้สื่อบุคคลและการสื่อสารแบบสองทาง ได้แก่ การที่เจ้าหน้าที่องค์กรเข้ามาพูดคุยกับแกนนำชุมชนเพื่อให้ทราบความต้องการของชุมชนแล้ววางแผนตอบสนองความต้องการนั้น มากกว่าจะเป็นการวางแผนไว้แล้วนำโครงการที่

หน่วยงานคิดมาก่อนมาดำเนินการในชุมชน นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างบางกอกฟอรัมและชุมชนยังเป็นไปในลักษณะที่ เจ้าหน้าที่องค์กรจะสื่อสารกับผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนเป็นหลัก เพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานต่าง ๆ จากนั้นก็จะเป็นบทบาทของแกนนำชุมชนที่จะไปสื่อสารกับชาวชุมชนอีกต่อหนึ่ง เช่นเดียวกันกับเจ้าหน้าที่กองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร

ผู้นำชุมชนเองก็ยอมรับว่า บางกอกฟอรัม เป็นองค์กรไม่ใช่รัฐ (NGO) ที่เข้ามาช่วยเหลือชุมชนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องการให้แนวคิดต่าง ๆ การจัดวางระบบและแนวทางในการทำงาน รวมถึงวิธีการใช้การสื่อสารที่เหมาะสมตามบริบทและสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเอื้อให้การทำงานประสบความสำเร็จ เกิดความคิดสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม นอกจากนี้ การที่บางกอกฟอรัมพาไปดูงานก็ทำให้ผู้นำชุมชนได้เรียนรู้แนวคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ที่สามารถนำกลับมาปรับใช้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี

จากการดำเนินโครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ถือว่าได้รับการตอบรับจากชุมชนค่อนข้างดี จากการประเมินผลในเบื้องต้น พบว่า โครงการประสบความสำเร็จพอสมควร ในแง่ที่ว่า เกิดผลลัพธ์ตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ คือ สามารถจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นออกมาเป็นผลสำเร็จ ชุมชนได้กลายเป็นฐานการเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง รวมถึงเกิดการขยายเครือข่ายความร่วมมือในท้องถิ่น ได้แก่ เครือข่ายโรงเรียนต่าง ๆ ที่เข้าร่วมโครงการ แม้จะมีปัญหาหรืออุปสรรคอยู่บ้างในเรื่องของการจัดสรรเวลาให้เด็ก ๆ เข้าร่วมโครงการได้โดยไม่กระทบกับตารางเวลาเรียนและสอบตามปฏิทินการศึกษาของโรงเรียน แต่ก็ได้มีการแก้ปัญหาผ่านพ้นไปได้ด้วยดีโดยการยืดหยุ่นปรับเวลาทำกิจกรรมตามสถานการณ์และความเหมาะสม

แม้จะกล่าวได้ว่า โครงการประสบผลสำเร็จ แต่เป้าหมายเล็ก ๆ ที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้นนั้น คือการสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เกิดขึ้นด้วย ซึ่งยังต้องอาศัยการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ดังนั้น โครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ จึงมีการดำเนินโครงการต่อเนื่องในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – ตุลาคม 2552 เพื่อพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นต่อเนื่องให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์และสามารถนำไปใช้ได้จริงต่อไป สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือจะต้องพัฒนาองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพสื่อบุคคลที่มาจากชุมชนเองให้เป็นผู้สื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชน เช่น เป็นวิทยากรหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยเริ่มจากการสร้างจิตสำนึกในกลุ่มเยาวชนในเรื่องของการพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งที่ดีงามของชุมชนเอาไว้เสียก่อน เพราะเยาวชนเหล่านี้จะต้องเติบโตขึ้นมาเป็นผู้สืบทอดรักษาชุมชนต่อไป ใน

ขณะเดียวกันก็ต้องเร่งรวบรวมองค์ความรู้ เก็บบันทึกประวัติศาสตร์ชุมชนต่าง ๆ จาก “ปราชญ์ชุมชน” ไว้ เพื่อไม่ให้ความรู้เหล่านี้ตกหล่นสูญหายไปด้วย

จึงถือได้ว่า บางกอกฟอรัมเป็นองค์กรที่เป็นสื่อกลางหรือเวทีกลางซึ่งเอื้อให้เกิดการสื่อสารแสดงความคิดเห็นระหว่างชาวชุมชนได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวที่จะรวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ ภายในชุมชนมาจัดระบบ ตลอดจนโน้มน้าวให้ชาวชุมชนรุ่นต่อรุ่นเกิดความตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนเอาไว้ให้คงอยู่ตราบนานเท่านาน

2.3 ประสิทธิภาพของการสื่อสารของสื่อมวลชน

อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้อย่างกว้างขวาง จากการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนต่าง ๆ ที่นำเรื่องราวของชุมชนไปเผยแพร่มักเป็นฝ่ายเข้ามาติดต่อชุมชนก่อนเองหรือบางครั้งก็ได้รับการแนะนำจากหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร ให้เข้ามาถ่ายทำรายการ เมื่อสื่อหนึ่งออกอากาศ ก็มีสื่ออื่น ๆ ตามมาเรื่อย ๆ ทั้งนี้ ชุมชนก็ค่อนข้างเปิดกว้าง ไม่ได้เลือกรับเฉพาะสื่อใหญ่ ๆ เท่านั้น กล่าวคือ หากมีนโยบายรายการที่สอดคล้องกับแนวทางการทำงานของชุมชน ชุมชนก็ยินดีต้อนรับอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งสื่อเล็กและสื่อใหญ่

สำหรับเนื้อหาสารที่สื่อผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้น ผู้นำชุมชนกล่าวว่า ไม่พบว่ามี การสื่อสารที่สร้างความเข้าใจผิดเกี่ยวกับชุมชนแต่อย่างใด สารที่สื่อไปนั้นค่อนข้างเป็นไปตามที่ชุมชนต้องการจะสื่อ ในแง่ของการเป็นตลาดชุมชน ที่เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและให้ความรู้แก่ผู้มาเยือน ปฏิเสธสำนึกของคนในชุมชนและผู้มาเยือนในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตชนบทดั้งเดิม

แม้ว่าประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อมวลชนจะยังมีน้อยกว่าสื่อบุคคล ในแง่ของการกระตุ้นให้เกิดการมาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยม แต่จากการสัมภาษณ์ผู้มาเยือน หลายท่านก็ได้แสดงความเห็นว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์นั้นสามารถสร้างกระแสให้สาธารณชนรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยมของนักท่องเที่ยวในครั้งแรก ๆ ได้ไม่น้อย

อย่างไรก็ตาม พบว่า บ่อยครั้งเนื้อหาสารที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อเหล่านั้นกลับไม่ครบถ้วนตามที่สื่อนำเสนอ ดังที่กล่าวข้างต้นว่า ผู้มาเยือนจำนวนน้อยท่านหนึ่งที่กล่าวว่าทราบความเป็นมาเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมและผู้นำชุมชน หรือบางท่านเคยชมรายการโทรทัศน์ แต่ก็จดจำรายละเอียดได้ไม่ชัดเจน ดังนั้น สารที่ผู้รับสารได้รับจากการเปิดรับสื่อ จึงมักเป็นเพียง

คำว่า ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นตลาดน้ำที่อยู่ใกล้ตัวเมือง เดินทางมาสะดวก มีอาหารให้เลือกรับประทานมากมาย ฯลฯ ทั้งนี้ เหตุผลส่วนหนึ่งของการรับรู้และจดจำเรื่องราวความเป็นมาที่สะท้อนความเป็นตัวตนของตลาดน้ำแห่งนี้ได้นั้น อาจขึ้นอยู่กับความสนใจและทัศนคติส่วนตัวของผู้รับสารด้วย นอกจากนี้ บางครั้งสารที่สื่อออกไปยังให้รายละเอียดได้ไม่ชัดเจน ทำให้ผู้มาเยือนต้องค้นหาข้อมูลในสื่ออื่น ๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ต่อไปเอง เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งของชุมชนตัวอย่างนักท่องเที่ยวบางส่วนจึงยังมองว่า การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้นยังค่อนข้างน้อยเกินไป

ในทางตรงกันข้าม หากพิจารณาประสิทธิภาพของการสื่อสารจากมุมมองของคนวงใน การที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นวิธีการที่ดีอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยม เพราะตลาดแห่งนี้ไม่ได้เป็นตลาดขนาดใหญ่และโดดเด่นมากนัก ชุมชนเองก็ต้องการต้อนรับผู้มาเยือนที่สนใจและชอบบรรยากาศธรรมชาติจริง ๆ ดังนั้น หากผู้ใดสนใจจะมาเยือนตลาดน้ำแห่งนี้จริง ๆ ก็มักจะไปค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนต่อไปด้วยตนเอง

นอกจากนี้ เป้าหมายหลักของชุมชนเองก็มุ่งที่การทำให้ชุมชนสามารถเลี้ยงตัวเองและดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขมากกว่าการโฆษณาในปริมาณมากเพื่อให้มีผู้มาเยือนหรือมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ๆ ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวเข้ามา จึงไม่ควรกระทบกับวิถีชีวิตดั้งเดิมจนถึงขั้นเดือดร้อนและต้องเปลี่ยนแปลงมากจนเกินไปด้วย จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ชุมชนต้องการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามกำลังและศักยภาพที่ตนมี หากชุมชนสามารถดำเนินกิจการจนมีความเติบโตและยืนด้วยตัวเองได้ระดับหนึ่ง ก็อาจจะค่อย ๆ ขยับขยายต่อไป

อภิปรายผล

ในงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม” นี้ ผู้วิจัยจะขอวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยพิจารณาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นหลักตามปัญหาคำวิจัย ได้แก่ รูปแบบของการสื่อสาร บทบาทของการสื่อสาร และประสิทธิภาพของการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมไปสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนนั้นประสบผลสำเร็จ

โดยปกติแล้ว หากพูดถึงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนหรือชนบท มักพบแนวคิดการแบ่งเกณฑ์การสื่อสารเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ การสื่อสารภายในชุมชนกับการสื่อสารภายนอกชุมชน เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ก่อนและหลังจากมีการสื่อสารภายนอกเข้า

มาเกี่ยวข้อง เห็นได้จากการที่ ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2543) ได้เสนอการแบ่งบทบาทสื่อบุคคลหรือผู้นำในงานพัฒนาเป็น 2 บทบาทหลัก ๆ คือ บทบาทในการประสานหรือสื่อสารภายในชุมชน เช่น การชักจูงชาวบ้านให้มาร่วมมือกันในการทำงานพัฒนาหมู่บ้าน การสร้างสาธารณประโยชน์ การรับผิดชอบงานในหมู่บ้านและทำงานร่วมกับชาวบ้านกับบทบาทในการประสานหรือสื่อสารภายนอกชุมชน คือประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และบุคคลภายนอกเพื่อดึงความช่วยเหลือเข้ามาในชุมชน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น เป็นชุมชนลักษณะกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการเปิดรับการสื่อสารจากภายนอกมากกว่าชนบทที่ห่างไกลตัวเมือง ผู้คนในชุมชนก็มีการย้ายเข้าออกอยู่เนือง ๆ มีการติดต่อกับบุคคลภายนอกตลอดเวลา การสื่อสารภายในชุมชนกับการสื่อสารจากภายนอกชุมชนนั้นจึงค่อนข้างจะผสมกลมกลืนจนแทบจะไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงแบ่งรูปแบบการสื่อสารเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ การสื่อสารของชุมชนกับการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนแทน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์รูปแบบและบทบาทตลอดจนประสิทธิผลของการสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการสื่อสาร

สำหรับการแบ่งรูปแบบการสื่อสาร กิติมา สุรสนธิ (2548) เสนอว่า รูปแบบการสื่อสารสามารถแบ่งโดยใช้เกณฑ์อย่างแตกต่างหลากหลาย เช่น การแบ่งโดยใช้เกณฑ์ทิศทางการสื่อสาร สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร การเห็นหน้าค่าตากันระหว่างผู้ที่ทำการสื่อสาร การไหลของข่าวสาร เป็นต้น

นอกจากนี้ ในงานวิจัยเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว มักมีการแบ่งรูปแบบการสื่อสารตามลักษณะการใช้ด้วย เช่น นพรัตน์ มณีรัตน์ (2541) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช หรือ กฤษฎา สุริยวงศ์ (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านทรงไทยปลายโพรงพาง ต่างแบ่งรูปแบบการสื่อสารตามเกณฑ์ลักษณะการใช้ได้เป็น 4 รูปแบบ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาตอบโต้กันมาก การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาตอบโต้กันน้อย และการสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ

อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้ พบว่า การแบ่งรูปแบบการสื่อสารตามลักษณะการใช้ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการพิจารณารูปแบบการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนให้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้แบ่งย่อยโดยใช้เกณฑ์ประเภทของสื่อที่ใช้ ตามแนวคิดทฤษฎี

ของกาญจนา แก้วเทพ (2552) ซึ่งเสนอว่า สิ่งที่จะนำมาใช้เป็นสื่อของชุมชนนั้น มีได้มากมายหลากหลายประเภท ไม่จำกัดอยู่เฉพาะสื่อมวลชน เช่น สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี สื่อเฉพาะกิจ/สื่อเฉพาะกาล/สื่อเฉพาะกลุ่ม สื่อวัตถุ สื่อสถานที่ รวมไปถึงสื่อเล็ก ๆ ย่อย ๆ อีกหลายประเภทที่สามารถนำมาใช้ในงานพัฒนาชุมชนได้และมักพบเห็นกันอยู่เสมอ เช่น สื่อค่าย ละคร ของเล่น รวมถึงเครือข่ายการสื่อสารต่าง ๆ เพราะนิยามของคำว่า “สื่อ” นั้น กินอาณาเขตกว้างขวางมาก

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยจึงแบ่งรูปแบบการสื่อสารของชุมชนที่พบเป็นรูปแบบหลัก ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อการประชุม ใบปลิว เสียงตามสาย สื่อสถานที่และสื่อกิจกรรม ส่วนการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ในภาพรวมพบว่า มีรูปแบบหลัก ๆ ได้แก่ สื่อที่นำมาใช้ผลิตหรือจัดขึ้นสำหรับชุมชนโดยเฉพาะ เช่น สื่อบุคคล แผ่นพับ ป้าย สื่อกิจกรรม รวมถึงสื่อที่องค์กรมีอยู่และสื่อมวลชน ทั้งนี้ อาจแบ่งรูปแบบการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 4 รูปแบบคือ การสื่อสารเพื่อปรึกษาหารือแนวทางในการพัฒนาชุมชน การสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่คนในชุมชน การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม และการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชนและตลาดน้ำคลองลัดมะยม

จะเห็นได้ว่า รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารของชุมชนกับการสื่อสารขององค์กรภายนอกจะมีรูปแบบที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกันอยู่ ในส่วนรูปแบบการสื่อสารของชุมชนมักจะเป็นลักษณะไม่ซับซ้อน เป็นสื่อง่าย ๆ โดยส่วนใหญ่จะใช้สื่อบุคคล เพราะลงทุนเป็นตัวเงินน้อยที่สุด และก่อให้เกิดการสื่อสารในแนวระนาบที่จะเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

ส่วนรูปแบบการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนนั้น จะเห็นได้ว่า ค่อนข้างเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีวัตถุประสงค์ในการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและบอกถึงความต้องการที่แท้จริงของชุมชน บนพื้นฐานแนวคิดที่ว่า แต่ละชุมชนต่างมีความต้องการที่แตกต่างกันไป และวิธีการที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาแต่ละพื้นที่ก็ย่อมแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm) ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543) เสนอว่า ทุกแนวคิดตามกระบวนทัศน์ทางเลือกนั้นมาจากพื้นฐานเดียวกันที่มองว่า ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวเพียงสูตรเดียวในการพัฒนา กล่าวคือ แต่ละสังคมจะต้องกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาของสังคมของตน และสร้างสรรค์วิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายที่เหมาะสมกับสังคมของตนเอง

นอกจากนี้ อรพินท์ สพอิชชัย (2538) (อ้างถึงใน ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2543) ยังได้กล่าวว่า ในทางปฏิบัติ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาต่าง ๆ นั้น ประชาชนอาจไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ด้วยข้อจำกัดหลายประการ แต่อย่างน้อยที่สุด ในขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision making) ก็ถือเป็นส่วนสำคัญที่นักพัฒนาจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ตัดสินใจเลือกวิธีการดำเนินกิจกรรมพัฒนาและเป็นฝ่ายกำหนดความต้องการในการแก้ปัญหาของชุมชนเอง จึงจะถือได้ว่าเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า รูปแบบการสื่อสารขององค์กรภายนอกนั้น จึงต้องมีการพูดคุยหารือกับชาวชุมชนและกระตุ้นให้ชาวชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยเฉพาะในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในประเด็นที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน โดยใช้รูปแบบการสื่อสารของสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เวทีชาวบ้านหรือวงสนทนา เพื่อให้ชาวชุมชนได้มีโอกาสพูดคุยกัน ทั้งระหว่างชาวชุมชนด้วยกันเองและพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของชุมชนและสามารถมาสนับสนุนในส่วนที่ชุมชนยังขาดอยู่ให้สมบูรณ์ได้ เช่น การให้ความรู้ และการสร้างกระบวนการสื่อสารและเรียนรู้ภายในชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้ พบว่าในการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนยังมียุทธศาสตร์การสื่อสารที่เพิ่มเติมขึ้นมาจากรูปแบบที่มีเหมือนกันในการสื่อสารของชุมชนด้วย คือ สื่อมวลชน ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการแพร่ขยายแนวความคิดในการพัฒนาชุมชน ตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน โดยการประชาสัมพันธ์เรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนออกไปให้สาธารณชนได้ทราบ เป็นผลให้มีการสร้างกระแสให้민ักท่องเที่ยวมาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยมอย่างต่อเนื่องด้วย

2. บทบาทของการสื่อสาร

2.1 บทบาทของการสื่อสารของชุมชน

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมในรูปแบบต่าง ๆ มีบทบาทหน้าที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของการสื่อสารชุมชนของ Windahl et al (1992 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543, น. 50) ประกอบด้วย

1) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือ ทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้ ได้แก่ การใช้สื่อบุคคล วงสนทนาหรือการประชุม ซึ่งเปิดโอกาสให้ชาวชุมชนได้แสดงออกถึงความคิดเห็น ตัวตน และความรู้สึกต่อเรื่องต่าง ๆ

2) หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

3) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป ดังจะเห็นได้จากการใช้การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ชาวชุมชนได้รับทราบข่าวสารและความเป็นไปของตลาดน้ำอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดวงสนทนา การประชุม รวมถึงใบปลิวและเสียงตามสายเพื่อเสริมย้ำและลดข้อบกพร่องของการสื่อสารในรูปแบบอื่น

4) หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) กล่าวคือ การสื่อสารสองทางเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้

จากแนวคิดดังกล่าว ในกรณีของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม จะเห็นได้ว่า นอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ดังกล่าวมาข้างต้นแล้ว พบว่า การสื่อสารของชุมชนยังมีบทบาทหลักเฉพาะและเพิ่มเติมขึ้นมาด้วยคือ บทบาทในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชุมชนชาวคลอง และบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและตอกย้ำจุดเด่นให้กับสินค้าการท่องเที่ยว อันเป็นหน้าที่ที่เป็นผลมาจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังที่ได้กล่าวรายละเอียดมาแล้ว

2.2 บทบาทของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน

ในส่วนบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน หากพิจารณาจากแนวคิดของ Schramm (อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 150) ที่เสนอว่า หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา ประกอบด้วย

- 1) หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Informative Function)
- 2) หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function)
- 3) หน้าที่ในการให้ความรู้ (Educational Function)

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ได้ทำบทบาทหน้าที่สอดคล้องตามแนวคิดการสื่อสารในการพัฒนา โดยใช้การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร การชักจูงใจ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางและวิธีการทำงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนา ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน ตลอดจนการให้ความรู้ โดยผ่านสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมต่าง ๆ

นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่า การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ในรูปแบบต่าง ๆ ในกรณีของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนี้ ยังมีบทบาทเฉพาะและบทบาทที่เพิ่มเติมขึ้นมา ได้แก่

- 1) บทบาทในการระดมทุนเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืน ทั้งที่เป็นทุนทรัพย์และทุนทางความรู้
- 2) บทบาทในการสร้างเครือข่ายให้ชุมชนเพื่อขยายและแลกเปลี่ยนความรู้จากการใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรม เช่น การศึกษาดูงานระหว่างชุมชนต่าง ๆ ซึ่งทำให้แกนนำชุมชนได้เรียนรู้วิธีการทำงานของกันและกันแล้วนำไปประยุกต์ใช้ในท้องถิ่นของตนต่อไป
- 3) บทบาทในการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยได้รับความสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ทั้งองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน สื่อมวลชนและผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ

3. ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

จากผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เกิดประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากปัจจัยต่อไปนี้

3.1 การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารระดับต่าง ๆ

จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า สื่อบุคคลเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีบทบาทและเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการสื่อสารทั้งการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ซึ่งจะสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ ถือได้ว่าผู้นำชุมชนเป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทมากที่สุดคนหนึ่ง ในฐานะผู้นำทางความคิด (Opinion leader) ทั้งในการสื่อสารกับคนในชุมชนและการเป็นสื่อกลางถ่ายทอดสารจากองค์กรภายนอกมาสู่ชุมชน

จากข้างต้น สอดคล้องกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2551, น. 314-325) ได้เสนอว่า สื่อบุคคลมีคุณลักษณะเฉพาะที่ทำให้สื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ เหมาะกับการนำมาใช้ในการพัฒนาตามกระบวนการทัศนทางเลือก เนื่องจากสื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่นสร้างสรรค์และปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้สูงมาก (Flexibility) เนื่องมาจากธรรมชาติของความเป็นมนุษย์ ในงานวิจัยทางวิชาการจำนวนมากพบและยืนยันว่า สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพอย่างสูงในการพัฒนาคน ตั้งแต่การสร้างความรู้ความเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Performance) ตามทฤษฎีทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (KAP Theory) ได้ที่สุด นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารในการพัฒนาตามกระบวนการทัศนใหม่ซึ่งเน้นแนวคิด การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมด้วย โดยเห็นได้จากการที่สื่อบุคคลเป็นสื่อที่เปิดโอกาสสูงที่สุดในการเข้าถึง (Accessibility) และมีการสื่อสารแบบสองทาง

นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังเป็นสื่อที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อย่างไม่รู้จบ สามารถยกระดับขีดความสามารถไปได้เรื่อย ๆ เนื่องจากสื่อบุคคลเองมีศักยภาพในระดับของการสื่อสารที่ลึกกว่าสื่ออื่น ๆ กล่าวคือ สื่อบุคคลมีการสื่อสารระดับภายในใจ (Intrapersonal communication) เช่น การขบคิด ทบทวนไตร่ตรองภายในใจ การทำสมาธิ พูดกับตัวเอง หรือสร้างสรรค์งานศิลปะ เป็นต้น ทำให้สื่อบุคคลสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในคนเดียว รวมทั้งมีการจัดการภายในหรือปรับตัวตามสถานการณ์เมื่ออยู่ในภาวะกดดันได้เป็นอย่างดี สามารถทำงานได้อยู่ในทุกระดับของการสื่อสาร

ในกรณีของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมเองก็เช่นกัน สำหรับการสื่อสารของชุมชน ทั้งในส่วนของ การสื่อสารระหว่างคนในชุมชนด้วยกันและการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนนั้น จะเห็นได้ว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาทอย่างมากในการสื่อสาร นับตั้งแต่ การคิดริเริ่มพัฒนาชุมชน การโน้มน้าวใจคนในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญและมาร่วมมือกันสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยม และพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ค้าที่มาร่วมกิจกรรมขายสินค้าที่ตลาดน้ำนั้น ต่างก็ยอมรับในบทบาทของนายชวน ชูจันทร์ ในฐานะผู้นำชุมชน เพราะแม้ว่านายชวนจะไม่ได้มีตำแหน่งผู้นำอย่างเป็นทางการ แต่ก็เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความเสียสละและความตั้งใจดีที่จะทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เอง ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชาวชุมชนที่เคยไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับการสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยม ต้องเปลี่ยนทัศนคติ และเข้ามาร่วมกิจกรรมชุมชนในภายหลังด้วยในที่สุด

นอกจากนี้ ในส่วนของการสื่อสารของชุมชน ระหว่างชาวชุมชนไปยังนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ก็ถือได้ว่า แกนนำชุมชนและชาวชุมชนต่างก็เป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทในการสื่อสารไปยังผู้มาเยือน โดยแกนนำชุมชนจะเป็นเสมือนศูนย์กลางข้อมูลในชุมชนที่มีบทบาทในการกำหนดสารที่จะสื่อและเป็นผู้ส่งสารหลัก โดยใช้การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสถานที่ เช่น สวนเจียมตน บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลอง และสื่อกิจกรรม เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงอยู่กับธรรมชาติ แม่น้ำลำคลอง กิจกรรมสอนต่อเรือและกิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะต่าง ๆ เป็นต้น เหล่านี้ ล้วนสะท้อนให้เห็นความพยายามที่จะสื่อให้ผู้มาเยือนได้ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนชาวสวนริมคลองเอ่าวัว

ในการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ผู้นำชุมชนก็ถือเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพในฐานะผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) โดยเป็นทั้งผู้ส่งสารและรับสารจากหน่วยงานภายนอก แล้วนำไปสื่อสารกับชาวชุมชนอีกต่อหนึ่ง ตามแบบจำลองการไหลสองทอดของข่าวสาร (Two-step Flow of Information)

จึงกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลในชุมชนที่มีบทบาทชัดเจนคือ นายชวน ชูจันทร์ ผู้นำชุมชนคลองลัดมะยม ซึ่งเป็นผู้นำที่ไม่เป็นทางการ (Informal Leader) ที่ได้รับการยอมรับทั้งจากชุมชนและเจ้าหน้าที่จากองค์กรภายนอกชุมชนเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเขามีคุณสมบัติที่มีส่วนเพิ่มประสิทธิผลในการสื่อสารดังต่อไปนี้

1) ความรู้ความสามารถ

เห็นได้จากการที่นายชวนสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทและได้รับมอบหมายให้ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการต่าง ๆ ที่รับผิดชอบงานของชุมชน รวมทั้งได้รับเชิญไปเป็นกรรมการในองค์กรต่าง ๆ เช่น ชมรมหรือกลุ่มอาสาพัฒนาต่าง ๆ และสถานศึกษาในแถบตลิ่งชัน นายชวนจึงเป็นบุคคลที่ชาวชุมชนส่วนใหญ่มองว่าคิดทำอะไรก็มีเหตุผล เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ทั้งยังเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่มาแต่กำเนิด ผู้คนในชุมชนก็รู้จักนิสัยใจคอมาเป็นทุนเดิม

นอกเหนือจากความรู้ในตำราแล้ว นายชวนยังมีความรู้ในเรื่องเกษตรกรรมเป็นอย่างดี เนื่องจากครอบครัวทำอาชีพการเกษตรมาตั้งแต่นายชวนถือกำเนิด ความรู้ทางด้านเกษตรกรรมของนายชวน จึงมาจากประสบการณ์การลงมือปฏิบัติจริงและศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง

จากการที่นายชวนมีความรู้เรื่องการเกษตรเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นผู้ริเริ่มทำเกษตรอินทรีย์เป็นแห่งแรก ๆ ในชุมชนและเป็นแบบอย่างให้แก่ชาวชุมชนด้วย พื้นที่สวนของนายชวนซึ่งนายชวนตั้งชื่อว่า “สวนเจียมตน” จึงได้รับเลือกจากกรมส่งเสริมการเกษตรให้เป็นพื้นที่ตั้ง ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ประจำแขวงบางระมาด

สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่า ชุมชนยอมรับในความรู้ความสามารถของนายชวน อาจสังเกตได้จากการที่นายชวนได้รับมอบหมายจากชุมชนให้ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ที่ต้องรับผิดชอบกับการบริหารจัดการหรือพัฒนาชุมชนอยู่เสมอ เช่น ประธานกองทุนหมู่บ้าน กรรมการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร และกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในโรงเรียนแถบตลิ่งชันนี้ถึง 3 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนโพธิสารพิทยากร โรงเรียนมหารณพารามและโรงเรียนวัดอินทราวาส

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสังเกตได้ว่า นายชวนเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้ตลอดเวลา โดยผู้นำชุมชนท่านนี้มีความสนใจใฝ่รู้ในเรื่องภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ของชุมชนอย่างมาก ประกอบกับการที่นายชวนอาศัยอยู่ในชุมชนคลองลัดมะยมแห่งนี้มานาน ทำให้เขาสามารถมองเห็นความเปลี่ยนแปลงและวิเคราะห์เปรียบเทียบภาพของ

ชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนสามารถมองเห็นศักยภาพของชุมชนว่าควรจะปรับตัวหรือพัฒนาไปในทิศทางใด และสิ่งใดที่เหมาะสมกับสภาพชุมชนอย่างแท้จริง

เราต้องเข้าใจภูมิศาสตร์ก่อน ภูมิศาสตร์บ้านเราคือเกษตร ดินดำน้ำชุ่ม ชีวิตลุ่มแม่น้ำลำคลอง ความเข้าใจต่อไปก็คือ พื้นที่การเกษตรมันไม่ใช่ดีทุกแห่ง มันไม่ใช่ทำอะไรได้หมด เพราะฉะนั้นต้องรู้จัก ต้องเข้าใจตรงนี้... ทั้งรัฐ เจ้าหน้าที่หรือชุมชนต้องเข้าใจตรงนี้เบื้องต้นก่อน ต้องเรียนรู้ว่าพื้นดินตรงนี้ทำอะไรดีที่สุด...ที่ดีที่สุดคือการเกษตร...อุตสาหกรรมหรือคนนี่รุกรมาทีหลัง เราจะปล่อยให้รุกรอิสระ โดยไม่มีใครกำหนดกฎเกณฑ์อะไรเลยหรือว่าควรจะต้องมีระบบ...เราต้องตั้งโจทย์อย่างนี้ให้ได้ก่อน ก่อนที่จะถามเรื่องชุมชน...หรือชุมชนตรงนี้อยู่กัน เขาทำอะไรกันแล้ว ทำมันดีไหม มันบกพร่องอย่างไร จะส่งเสริมเขาอย่างไร (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

จากที่นายชวนกล่าวมา แสดงให้เห็นว่า การที่จะให้พัฒนานั้น ๆ เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนหรือพื้นที่ต่าง ๆ ได้นั้น นักพัฒนาหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรจะต้องมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์และความเป็นมาของท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย เช่น พื้นที่แถบคลองลัดมะยมหรือแขวงบางระมาดนี้ เป็นพื้นที่การเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์มาแต่เดิม ดินรืมน้ำบริเวณนี้ก็ที่ดินตะกอนของแม่น้ำที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุซึ่งถูกพัดพามาจากต้นน้ำทางภาคเหนือ เมื่อน้ำลด สารอาหารเหล่านี้ก็ติดค้างเป็นตะกอนอยู่ ดินแถบนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อการปลูกพืชอย่างมาก เหมาะแก่การปลูกพืชได้หลากหลายชนิด โดยเฉพาะไม้ผลต่าง ๆ สามารถเจริญเติบโตในภูมิประเทศเช่นนี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ธรรมชาติให้มาอยู่แล้ว คนเราไม่จำเป็นต้องไปสร้างอะไรเพิ่มเติม เพียงแต่เรียนรู้และใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม ก็สามารถก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือเป็นทั้งแหล่งอาหารสำหรับเลี้ยงชีพแบบพออยู่พอกิน และเมื่อมีผลผลิตเหลือก็สามารถนำไปขายเป็นรายได้เสริมได้ด้วย เป็นต้น

จากการให้สัมภาษณ์ นายชวนยังได้วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของชุมชนให้เห็นด้วยว่า ชุมชนยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร แต่ก็มีสิ่งที่ดีที่บรรพบุรุษรักษาและสืบทอดมาถึงรุ่นหลัง ซึ่งจะเป็นโจทย์ให้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในขณะนี้ได้ร่วมกันคิดสร้างสรรค์วิธีการที่จะอนุรักษ์สิ่งที่ดีไว้ พร้อมทั้งพัฒนาต่อยอดให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ทำให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจในชุมชนของตนและเกิดสำนึกร่วมกันที่จะทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมต่อไป

นอกจากนี้ ก่อนที่จะมาคิดพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม นายชวนก็ได้ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเป็นตลาดน้ำมาโดยตลอด ทั้งจากหนังสือและข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพราะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา นี้ ถือได้ว่า การท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมนั้นอยู่ในกระแสที่นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจกันเป็นอย่างมาก

อาจกล่าวได้ว่า การให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้ โดยเฉพาะเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ของชุมชน ทำให้นายชวนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานภาพของชุมชนที่เป็นอยู่ ประกอบกับความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะและวิธีการจัดการชุมชนเข้มแข็งหรือชุมชนยั่งยืน ทำให้นายชวนสามารถประเมินสถานะและศักยภาพของชุมชนได้ตลอดจนได้รับการยอมรับจากชาวชุมชนให้เป็นผู้ดำเนินการวางแผนและทิศทางการพัฒนาชุมชน เพื่อให้เป็นไปในแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืนด้วย

2) ประสบการณ์การทำงาน

การดำเนินงานตลาดน้ำคลองลัดมะยม ถือได้ว่าเป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคนและชุมชน ซึ่งนอกจากจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับชุมชนในแง่มุมที่หลากหลายและค่อนข้างเป็นเชิงบูรณาการ ทั้งในแง่ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมแล้ว ยังจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์การทำงานในการลงพื้นที่ด้วย เพราะงานในลักษณะดังกล่าว ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความชำนาญในการแก้ปัญหาโดยพิจารณาแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่นั้น ๆ

จากการสัมภาษณ์ นายชวนได้เล่าถึงประสบการณ์การทำงานของตนเอง ซึ่งเป็นงานพัฒนาและเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือมวลชนมาโดยตลอด กล่าวคือ เมื่อนายชวนสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จากคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แล้ว รวปี พ.ศ. 2520 ก็ได้สอบเข้าทำงานที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม ในตำแหน่งนิติกร ปฏิบัติงานเป็นผู้ช่วยหัวหน้ากองอำนาจการโรงงานน้ำตาล จังหวัดลำปาง มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลชาวไร่อ้อยนับหมื่นคนในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องเกี่ยวข้องกับข้อกฎหมาย เช่น การทำสัญญาการส่งอ้อยให้โรงงาน การลงพื้นที่ไปพบปะชาวไร่ การประชุมกับชาวบ้าน แต่เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย นายชวนจึงเป็นที่พึ่งให้กับเหล่าเกษตรกร ในการเป็นผู้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหากฎหมายในชีวิตประจำวันอื่น ๆ ด้วย เช่น การหย่าร้าง การจดทะเบียนต่าง ๆ การกู้เงิน การจัดการมรดก เป็นต้น อีกทั้งบางครั้งก็ได้รับการขอจากศาลให้ช่วยเป็นทนายให้ชาวบ้านด้วย เพราะ

ชาวบ้านยากจนไม่มีเงินจ้างทนาย เรียกได้ว่า มีหน้าที่ดูแลสารทุกข์สุกดิบและความเป็นอยู่ของชาวบ้านในพื้นที่นั้นมาโดยตลอด

นายชวนทำงานที่โรงงานน้ำตาลดังกล่าวจนกระทั่งปี พ.ศ. 2535 การคลุกคลีอยู่กับชาวบ้านมาตลอดระยะหลายสิบปี ทำให้เขาเป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่คนในพื้นที่ เขาจึงตัดสินใจลาออกจากงานและลงสมัครรับเลือกเป็นผู้แทนราษฎร สังกัดพรรคพลังธรรม โดยนายชวนมีตำแหน่งเป็นกรรมการท่านหนึ่งของพรรค ประจำอยู่ที่ศูนย์ลำปางด้วย

แต่ด้วยความไม่แน่นอนทางการเมือง นายชวนไม่ได้รับการเลือกตั้งให้เป็นผู้แทนราษฎร ช่วงประมาณปี พ.ศ.2538 เขาจึงตัดสินใจกลับบ้านเกิดและเริ่มทำอาชีพเกษตรกรรมอีกครั้ง โดยการทำสวนเกษตรปลอดสารพิษ จนเป็นแบบอย่างให้ชุมชน และได้รับเลือกจากหน่วยงานราชการมาตั้งเป็นศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ประจำแขวงบางระมาดในเวลาต่อมา

หลังจากนั้น นายชวนก็เข้าไปเกี่ยวข้องกับงานพัฒนาชุมชนมาโดยลำดับ และมักได้รับแต่งตั้งให้เป็นกรรมการของชุมชนอยู่เสมอ ความเป็นผู้นำชุมชนของนายชวน จึงไม่ได้มาจากการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ หากแต่ตัวเขาเองเป็นผู้นำตามธรรมชาติ อันเป็นผลพวงมาจากประสบการณ์และผลงานต่าง ๆ ที่ชาวบ้านได้เห็นเป็นรูปธรรมมาโดยตลอด

อย่างไรก็ตาม งานพัฒนาคนในพื้นที่ต่าง ๆ ย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ดังที่ นายชวนได้กล่าวเปรียบเทียบงานที่ทำเมื่อสมัยที่อยู่โรงงานน้ำตาลที่จังหวัดลำปางกับงานพัฒนาชุมชนคลอกลดสมัยในปัจจุบันว่า

มันคนละอย่าง...ตรงนั้นเหมือนกับ เขาอยู่กัน เราก็ไปบริการเขา...เราเข้าไปเหมือนเป็นคนคนหนึ่งที่เขาคิดว่าจะช่วยเหลือเขาได้ เพราะเรามีความรู้.. เรื่องกฎบัตรกฎหมาย เนื่องจากต้องไปทำงานกับชาวบ้านอย่างมาก มันก็เลยโยงไปถึงว่า ทำไมถึงลาออกมาลงสมัครผู้แทน เพราะว่ารู้จักชาวบ้านมากขึ้นแล้ว หลายหมื่นคนแล้ว...ส่วนทำงานตรงนั้นมันเหมือนกับเราไม่ได้ไปรับใช้ชาวบ้านมากมาย...ชาวบ้านน้อยลงแล้ว ชาวสวนชาวนาน้อยลงแล้ว ตอนกลับมา นาไม่มีแล้ว...อาชีพเกษตรกรรมก็เหลือน้อยลง มันเป็นขานเมืองซึ่งมีปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม...ปัญหาสังคมมันก็รวมหมด ทั้งวัฒนธรรม ประเพณี การอยู่ร่วมกัน มันมีปัญหาเหล่านี้แล้ว เกษตรก็เกือบจะหมดไปแล้ว ปัญหาสิ่งแวดล้อมก็มากขึ้น... เพราะฉะนั้น เราทำตรงนี้ ส่วนใหญ่เราทำของเราเองให้เป็นตัวอย่าง เพื่อ

จะรวมชาวบ้านมาทำอะไรกับเรา ที่เราคิดว่า...ทำอย่างเรามั่นแก้ปัญหาก็ได้
(ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 27 พฤษภาคม 2552)

จากข้างต้น เห็นได้ว่า ประสิทธิภาพของนายชวนในการทำงานในพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้เขาสามารถตระหนักได้ถึงความแตกต่างกันของงานพัฒนาในแต่ละพื้นที่ และสามารถปรับตัวได้ตลอดเวลา ในการวางแผนงานเพื่อนำมาให้นายชวนเห็นด้วยกับแนวคิดการพัฒนาของเขา โดยไม่ยึดติดอยู่กับรูปแบบการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงรูปแบบเดียว

3) ทักษะในการสื่อสาร

ประสิทธิภาพการทำงานกับมวลชนมาโดยตลอด ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นายชวนได้มีโอกาสพัฒนาทักษะในการสื่อสารของตนกับชาวบ้านในท้องถิ่นด้วย สังเกตได้จากการที่นายชวนมักจะลงไปพูดคุยกับชาวบ้านด้วยตนเอง เพื่อให้ชาวบ้านเชื่อมั่นที่จะแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกและความต้องการของตนออกมา เช่น การประชุมกับกลุ่มผู้ค้า ซึ่งมักเป็นการบอกกล่าวเพื่อแจ้งกิจกรรมของตลาด ขอความร่วมมือเกี่ยวกับระเบียบข้อปฏิบัติ รวมถึงขอความคิดเห็นผู้ค้าในเรื่องต่าง ๆ มากกว่าจะเป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ ดังที่นายชวนให้สัมภาษณ์ว่า การพูดคุยนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่สุด โดยตนเองพยายามให้มีการประชุมทุกสถานการณ์ นอกจากนี้วิธีการและท่าทีในการสื่อสารของผู้นำก็สำคัญ ซึ่งควรจะเปิดกว้าง รับฟังความคิดเห็นทุกคน ให้ทุกคนได้มีโอกาสพูดถึงปัญหาความคับข้องของตนเอง หากทำได้เช่นนี้ ก็จะช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันในหมู่ชาวชุมชนได้ด้วย ทั้งนี้ ในการประชุมก็จะมีการปรับวิธีการสื่อสารตามผู้รับสารด้วย กล่าวคือ มักใช้วันเสาร์-อาทิตย์หลังตลาดเลิก เป็นช่วงเวลาที่ประชุมพูดคุยกัน และในระยะหลังก็ความถี่ในการประชุมก็จะลดลง จะประชุมเฉพาะเมื่อมีเรื่องสำคัญหรือใกล้วันเทศกาลเพื่อแจ้งข่าวสารและบอกวิธีการเตรียมตัว

นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนยังเป็นผู้บอกกล่าวด้วยการลงมือกระทำสิ่งต่าง ๆ เป็นแบบอย่างแก่ชาวชุมชนด้วย ไม่ว่าจะเป็นการพายเรือตัดขยะ เก็บขยะในคลอง การทำสวนเกษตรอินทรีย์หรือเกษตรปลอดสารพิษ และการสร้างตลาดน้ำเป็นกิจกรรมของชุมชน สิ่งเหล่านี้ หากมีเพียงแต่การเสนอแนวคิดกับชาวบ้าน ชาวบ้านก็อาจยังไม่มั่นใจว่าจะทำได้จริง หรือจะเกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชนได้อย่างไร ดังนั้น นายชวนจึงเลือกที่จะลงมือกระทำ โดยลงพายเรือตัดขยะในคลองด้วยตนเอง อันมีส่วนสำคัญในการสร้างจิตสำนึกของชาวชุมชนในการรักษาความสะอาดและช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติ แม่น้ำลำคลองด้วย เพราะเป็นการแสดงให้เห็นว่า ผู้นำชุมชนให้ความใส่ใจดูแลเรื่องที่เป็นประโยชน์ส่วนรวม ไม่ได้หวังผลตอบแทนเป็นตัวเงิน เมื่อคลองสะอาดธรรมชาติของชุมชนอยู่ในสภาพดี นักท่องเที่ยวมาเยือนเกิดความประทับใจ ก็มักจะกลับมาพูดให้

แม้คำทราบ ก็จะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยย้ำเตือนจิตสำนึกของชาวชุมชนให้ร่วมกันรักษาสິงดี ๆ ของชุมชนเหล่านี้ไว้

นอกเหนือจากการพายเรือตักขยะในคลองด้วยตนเองแล้ว นายชวนยังเริ่มดำเนินการทำสวนเกษตรอินทรีย์และการสร้างตลาดเล็ก ๆ บนพื้นที่ของตนเองก่อนด้วย เพื่อให้ชาวบ้านเห็นผลที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม เมื่อมีคนรู้จักตลาดมากขึ้นและมีสื่อเข้ามาให้ความสนใจมากขึ้น ชาวบ้านจึงเริ่มค่อยๆตามแนวคิดของเขา กระทั่งบางคนที่เคยไม่เห็นด้วย กลัวว่าตลาดจะไม่ประสบความสำเร็จและไม่มาเข้าร่วมกิจกรรมที่ตลาดในตอนแรก ก็ต้องเปลี่ยนใจกลับมาเข้าร่วมในที่สุด

จึงอาจกล่าวได้ว่า จากประสบการณ์ของนายชวนในการทำงานในพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้นายชวนสามารถรู้วิธีการที่จะเข้าถึงความต้องการของพื้นที่ที่แตกต่างกัน และปรับท่าทีในการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ตลอดเวลา

4) อุปนิสัยส่วนตัว

เมื่อกล่าวถึงอุปนิสัยส่วนตัวของนายชวน จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับนายชวน ผู้วิจัยสังเกตได้ถึงแนวความคิดและบุคลิกภาพที่สะท้อนออกมาจากการแสดงออกของนายชวนหลายประการที่เรียกได้ว่า เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นายชวนดูเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือและควรได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำของชุมชน ดังนี้

4.1) ความเป็นนักพัฒนา อาจกล่าวได้ว่า ด้วยความที่นายชวนมีมุมมองของนักพัฒนาที่ว่า หากพบเจอความเปลี่ยนแปลงในทางที่เสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมรอบตัว ก็ไม่ควรปล่อยปละละเลยหรือนิ่งเฉย ควรจะทำอะไรสักอย่างเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้น จึงเป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการริเริ่มคิดสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้น ดังที่นายชวนได้ให้สัมภาษณ์ว่า

ถ้าเกิดเห็นธรรมชาติมันเปลี่ยน สิ่งแวดล้อมเปลี่ยน ชุมชนเปลี่ยน เราจะทำอย่างไร มันจะมีคำตอบอยู่สองอย่าง...หนึ่ง ปล่อยไปตามนี้...สอง ทำอะไรสักอย่างหนึ่ง เพื่อจะแก้ไขให้มันดีขึ้น พอดี เป็นคนที่รู้สึกว่าการปล่อยไปมันก็ง่าย แต่ทำอย่างนั้นไม่ได้ เราต้องทำอะไรสักอย่างให้มันดีขึ้น ก็เริ่มคิดวางแผนว่า จะทำอย่างไร (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

นายชวนจึงเกิดความคิดที่จะหาแนวทางในการอนุรักษ์คลอง รักษาพื้นที่และวิถีชีวิตชาวชุมชนบริเวณคลองลัดมะยมแห่งนี้ไว้ พยายามผลักดันให้เกิดการจัดกิจกรรมรณรงค์สร้างกระแสและจิตสำนึกของชาวชุมชนให้เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์คลองและ

สิ่งแวดล้อมมากขึ้น นำไปสู่การสร้างแนวร่วมดึงเอาผู้ที่มีอุดมการณ์เป็นไปในทางเดียวกันมาร่วมกันสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้นเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวสวน ตลอดจนพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิตชาวบ้านในระยะยาวตามเป้าหมายที่มุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

4.2) ความเสียสละและมุ่งมั่นทำเพื่อส่วนรวม

ความเสียสละและมุ่งมั่นทำเพื่อส่วนรวมของนายชวนเป็นที่ทราบกันดีในหมู่ชาวชุมชน นับตั้งแต่การที่นายชวนพายเรือเก็บขยะในคลองคนเดียว ในช่วงก่อนที่จะสร้างตลาด จึงเรียกได้ว่า นายชวนนั้นเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญที่สามารถโน้มน้าวใจให้คนในละแวกคลองลัดมะยมนี้ได้เห็นความสำคัญของการรักษาความสะอาดคลองและอนุรักษ์ธรรมชาติด้วยตัวเขาเอง ดังที่นายสุรัช รุณบุญรอด ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในช่วงแรก ๆ ได้ยินคนพูดถึงว่า นายชวนจบปริญญาโทแล้วมาพายเรือตักขยะ คนส่วนใหญ่ก็มองกันว่า “มันบ้า มันเพี้ยนกันไปหมดแล้ว!” แต่ท้ายที่สุด เมื่อชาวชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ เห็นความเอาใจจริงเอาใจและเสียสละของนายชวนที่มุ่งจะให้เกิดการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนอย่างยั่งยืน ก็เริ่มยื่นมือเข้ามาช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง ในประเด็นนี้ นายสุรัชจึงกล่าวเสริมว่า การพยายามทำอะไรอย่างจริงจัง เพื่อส่วนรวมอย่างแท้จริง วันหนึ่งความพยายามนั้นก็ต้องสำเร็จ

นอกจากนี้ ในช่วงเริ่มแรก ก็มีทั้งผู้ที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับแนวคิดในการสร้างตลาดของนายชวน สำหรับผู้ที่ไม่เห็นด้วย ก็ไม่ได้มีความขัดแย้งอะไรกันรุนแรง เพียงแต่จะแสดงออกให้เห็นว่าไม่เห็นด้วยโดยการนิ่งเฉย ไม่ให้ความร่วมมือ ไม่มาช่วยลงทุนลงแรงอะไร ทั้งนี้ นายชวนมองว่า อาจเป็นเพราะคนเหล่านั้นยังไม่เห็นช่องทางว่าจะสามารถสร้างตลาดขึ้นมาได้และเป็นประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมจริง ๆ

ดังนั้น ในช่วงเริ่มแรก นายชวนกับผู้ที่มีมาร่วมกันสร้างตลาด รวมถึงเครือญาติและเพื่อนร่วมอุดมการณ์ที่พอมีกำลังทรัพย์จึงต้องใช้เงินทุนส่วนตัวทั้งหมด ซึ่งก็ถือว่าเป็นเงินจำนวนมากเหมือนกัน แต่นายชวนก็ยอมเสียสละทรัพย์เป็นทุนเริ่มต้นในการสร้างตลาด เพราะหากไม่มีการเริ่มต้นก็จะมีอะไรเกิดขึ้นเป็นรูปเป็นร่างได้เสียที ดังที่นายชวนได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ในระยะเริ่มแรก ทุนส่วนตัวทั้งหมด เป็นหมื่นเป็นแสนเหมือนกัน ถ้าเราไม่ยอมตรงนี้ มันก็ไม่เกิดอะไรขึ้น พุดไปแล้วก็เลิกกันไป ไม่มีใครเริ่มต้นนับหนึ่ง...เอาละ ไม่มีใครช่วยไม่เป็นไร ไม่มีใครลงเงิน ไม่เป็นไร ผมลงเอง” (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

จึงอาจกล่าวได้ว่า ด้วยคุณสมบัติข้างต้นเหล่านี้เอง ทำให้นายชวนชูจันทร์ ในฐานะผู้นำชุมชน เป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างมาก มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและส่งเสริมการพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้เป็นอย่างดี โดยมีบทบาทที่สำคัญ

หลัก ๆ ทั้งบทบาทภายในชุมชน ได้แก่ การติดต่อประสานภายในชุมชน ใช้การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวใจ รวมทั้งสร้างความตระหนักและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน และบทบาทภายนอกชุมชน ได้แก่ การประสานภายนอกชุมชน นำเอาความรู้หรือโครงการใหม่ ๆ มาเสนอแนะให้ชาวบ้านเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้ดีขึ้น โดยเฉพาะความคิดริเริ่มในการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม รวมถึงการนำความรู้จากการไปศึกษาดูงานในชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ มาปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชน โดยผู้นำชุมชนเป็นสื่อบุคคลหลักในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอกเพื่อดึงความช่วยเหลือเข้ามาในชุมชน และความสนับสนุนจากหน่วยงานเหล่านี้ก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวให้กับชุมชนได้เป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม ในกรณีของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม นอกเหนือจากผู้นำชุมชนแล้วยังมีกลุ่มคนอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการร่วมกันพัฒนาตลาดน้ำและเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพด้วย ได้แก่ แกนนำชุมชน ซึ่งมารวมตัวกันเป็นคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั่นเอง

โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มาร่วมทำงานกับนายชวนล้วนเป็นคนที่รู้จักชอบพอรู้อยู่กันหลายคนก็เป็นญาติกันห่าง ๆ ซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน เช่น คุณไฉน ชาวเจริญบุตรสาวของเจ้าของที่ดินตั้งตลาดน้ำปัจจุบัน รวมถึงบางคนไม่ใช่คนในพื้นที่แต่รู้จักคุ้นเคยกันมาตลอดและมีแนวคิดในการทำงานที่สอดคล้องกัน ทำให้มีความไว้วางใจกันเป็นทุนเดิม จึงมารวมตัวช่วยกันทำงาน เช่น นายสุรัชย์ รุณบุญรอด นอกจากนี้ ยังมีนายอรรถ ก้นภัย ผู้ช่วยสมาชิกสภากรุงเทพมหานครและประธานศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ประจำแขวงบางระมาด นายประจวบ เหมือนโพธิ์ สมาชิกสภาเขตตลิ่งชัน และเรือดรี ประกาศ พูนบำเพ็ญ ฯลฯ ซึ่งบุคคลเหล่านี้ แม้ไม่ใช่คนในพื้นที่ แต่ก็มาร่วมงานกับแกนนำชุมชน มีบทบาทเสมือนเป็นที่ปรึกษาของคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยต่างก็มีแนวคิดที่ต้องการทำงานพัฒนาชุมชน แม้ว่าในการทำงานอาจไม่ได้ผลประโยชน์อะไรเป็นขึ้นเป็นอัน แต่ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจและเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของผู้นำนั่นเอง ที่สามารถโน้มน้าวใจและดึงผู้ร่วมอุดมการณ์เหล่านี้มาร่วมงานได้ และผลตอบแทนที่มีค่าที่ได้รับก็คือการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนแบบยั่งยืนนั่นเอง

การที่คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม เกิดจากการรวมตัวของบุคคลที่ส่วนใหญ่เป็นเครือญาติและเพื่อนร่วมอุดมการณ์ของผู้นำชุมชน มีส่วนทำให้การสื่อสารมีน้ำหนักมากขึ้น เนื่องจากด้วยความสนิทสนมและไว้วางใจกัน ทำให้ในระหว่างแกนนำชุมชนมีการพูดคุยและทำความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ร่วมกันอยู่เสมอ อีกทั้งแกนนำส่วนใหญ่ ต่างก็เชื่อถือ

ยอมรับในการตัดสินใจของผู้นำชุมชนด้วย เมื่อจะต้องสื่อสารกับชาวชุมชน เนื้อหาสารที่จะสื่อออกไปก็จะตรงกัน ทำให้เป็นการตอกย้ำสารที่ผู้นำชุมชนต้องการจะสื่อและมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติชาวชุมชนได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น ในการโน้มน้าวชาวชุมชนมาร่วมกันสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยการชี้ให้ชาวชุมชนเห็นประโยชน์จากการมีตลาดน้ำ ผู้นำชุมชนก็จะหารือในหมู่แกนนำชุมชนก่อน แล้วค่อยสื่อสารไปยังชาวชุมชน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ในทางปฏิบัตินั้น คณะกรรมการเอง อาจยังไม่ได้มีการจัดระเบียบหรือแบ่งฝ่ายเหมือนโครงสร้างองค์กรที่ดำเนินธุรกิจทั่วไปอย่างชัดเจน เหมือนกับชุมชนท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่ง แต่ก็มีวิธีการทำงานที่สามารถขับเคลื่อนไปได้ด้วยรูปแบบเฉพาะตน กล่าวคือ ใครถนัดเรื่องใด ต้องการช่วยเหลือในเรื่องใดก็จะอาสาและได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่นั้น เมื่อมอบหมายหน้าที่กันไปแล้ว ก็จะไม่มีการก้าวก่ายกัน อีกทั้งกรรมการส่วนใหญ่ก็เข้ามาด้วยความสมัครใจ ต้องการช่วยงานเพราะเห็นว่าเป็นกิจกรรมเพื่อชุมชนจริง ๆ ดังนั้น จึงดูเหมือนว่า คณะกรรมการที่ตั้งขึ้นข้างต้นนั้น เป็นแต่เพียงคณะกรรมการที่มาดูแลกิจการตลาดน้ำโดยเฉพาะ แต่ในส่วนของคณะกรรมการชุมชน ที่มุ่งดูแลในเรื่องการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนจริง ๆ นั้น ยังไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน ผู้ที่มีบทบาทหลักในเรื่องดังกล่าวจึงมีเพียงผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนบางท่านเท่านั้น เนื่องจากชาวชุมชนส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านชาวสวน ยังขาดทักษะในการบริหารจัดการหรือประสานงานกับองค์กรภายนอก

การตั้งคณะกรรมการชุมชนอย่างชัดเจน สำหรับชุมชนคลองลัดมะยมนั้น ในแง่ของการบริหารจัดการ ก็น่าจะช่วยให้เป็นระบบดี แต่ด้วยบริบทของชุมชนที่ยังเป็นวิถีชนบท ไม่ใช่องค์กรราชการหรือเอกชน คณะกรรมการเองก็เกิดจากการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวและเครือญาติ การที่ไม่มีโครงสร้างกรรมการที่ชัดเจนตายตัว ก็อาจเป็นผลดีเช่นกัน ในแง่ที่ว่า เป็นการเปิดกว้างให้ชาวชุมชนทุกคนรู้สึกว่าจะต้องรับผิดชอบร่วมกัน ช่วยกันเป็นหูเป็นตา ไม่ใช่ยกเป็นภาระหน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง หรือเฉพาะคนที่เป็นกรรมการเท่านั้น นอกจากนี้ การตั้งคณะกรรมการชุมชนอย่างเป็นทางการก็อาจจะไม่สอดคล้องและเอื้อต่อวิถีชาวสวนของชุมชนที่เป็นอยู่เท่าที่ควรก็เป็นได้ ดังที่กล่าวมาข้างต้นว่า ส่วนหนึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ยังไม่พร้อมที่จะเข้ามาทำงานในลักษณะบริหารจัดการ ในขณะที่การมีผู้นำชุมชนซึ่งชาวชุมชนไว้วางใจอยู่แล้ว ขึ้นมาทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารและแบ่งหน้าที่กัน ในชุมชนนั้นอาจจะเป็นการสอดคล้องกับวิถีชุมชนมากกว่า

3.2 การใช้รูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

จะเห็นได้ว่า ในแง่ของการสื่อสารของชุมชนนั้น แกนนำชุมชนและสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมมักมีการสื่อสารระหว่างกันด้วยการพูดคุยกันแบบเป็นธรรมชาติ ไม่ต้องมีการนัดหมายล่วงหน้าอย่างเป็นทางการ ใช้ความสนิทสนมเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ร่วมอุดมการณ์มาร่วมกันทำงาน ประสานขอความช่วยเหลือและแบ่งภาระรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ นอกจากนี้ ในการสื่อสารระหว่างแกนนำชุมชนกับชาวชุมชน ก็มักใช้การประชุมโดยไม่ได้มีวาระแน่นอน ปรับตามสถานการณ์ให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน เพราะชาวชุมชนยังคงมีวิถีชีวิตแบบสังคมชนบท ส่วนใหญ่ยังมีการต้องดูแลสวนในพื้นที่ตนเองอยู่

แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชนอันจะก่อให้เกิดประสิทธิผลได้นั้น จำเป็นจะต้องปรับรูปแบบการสื่อสารตามบริบทของชุมชนด้วย และด้วยเหตุนี้เอง เมื่อหน่วยงานภายนอกเข้ามา จึงต้องปรับการทำงานของตนเองให้สอดคล้องกับชุมชนด้วยเช่นกัน เพราะคงไม่สะดวกนักที่จะจัดประชุมรวมตัวชาวบ้านเพื่อมาทำความเข้าใจพร้อม ๆ กันได้บ่อย นอกจากนี้ ชาวชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะความรู้ในการบริหารจัดการ ในส่วนของการสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก จึงต้องอาศัยแกนนำชุมชนเป็นหลักสำคัญในการรับสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น แล้วเป็นสื่อกลางในการที่จะนำไปถ่ายทอด สื่อสารสร้างความเข้าใจกับชุมชนอีกต่อหนึ่ง ตามแนวคิดการไหลสองทอดของข่าวสาร (Two-step Flow of Information)

3.3 ความสนับสนุนจากองค์กรภายนอกต่าง ๆ

ดังจะเห็นได้ว่า ลำพังชุมชนคลองลัดมะยมเองนั้น แม้จะมีศักยภาพในการพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง และมีสื่อบุคคลเช่นแกนนำชุมชนที่มีคุณสมบัติที่เอื้อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่ ดังที่กาญจนา แก้วเทพ (2551) เสนอว่า สื่อบุคคลเองก็มีทั้งด้านที่เป็นคุณูปการ (Contribution) และด้านที่เป็นข้อจำกัด (Limitation) กล่าวคือ ในด้านที่เป็นคุณูปการ สื่อบุคคลนั้นสามารถทำภารกิจที่สื่ออื่น ๆ อาจจะทำได้ แต่การใช้สื่อบุคคลจะให้ผลที่แน่นอนกว่า เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่าง ๆ นอกจากนั้น ศักยภาพของสื่อบุคคลยังอาจจะขยายไปถึงการทำภารกิจที่สื่อประเภทอื่น ๆ ไม่สามารถกระทำได้ เช่น การสื่อสารเพื่อขจัดความขัดแย้ง แต่อีกด้านหนึ่งก็อาจมีเป็นข้อจำกัดของตัวเอง เช่น การที่เป็นสื่ออยู่ในชุมชน ก็อาจจะเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่กว้างขวางไม่ได้ ในการวางแผนกิจกรรมพัฒนาจึงมักมีกิจกรรมการพาไปดูงาน การจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยน ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มุ่งลดทอนข้อจำกัดของสื่อบุคคลลงทั้งสิ้น

ในกรณีของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมก็เช่นกัน เนื่องจากชาวชุมชนเดิมทำเกษตรกรรมเป็นอาชีพเพียงอย่างเดียว ไม่ค่อยถนัดในการทำธุรกิจ การที่จะดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จ จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกต่าง ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญ เข้ามาพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของชาวชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ผ่านโครงการต่าง ๆ ด้วย ตัวอย่างเช่น โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนฯ ตลิ่งชัน ของกองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร ที่เข้ามาช่วยเสมือนเป็นที่ปรึกษาให้ชุมชนในการวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นระบบมากขึ้น พร้อมทั้งมีการจัดกิจกรรมพาแกนนำชุมชนและชาวบ้านไปศึกษาดูงานในชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ หรือโครงการสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนชาวสวนฯ ของบางกอกฟอรั่ม ที่เข้ามาช่วยจัดการองค์ความรู้ในชุมชน จัดทำหลักสูตรท้องถิ่นให้เป็นระบบมากขึ้น เหล่านี้ มีส่วนสำคัญในการติดตั้งเครื่องมือทางความคิดให้แก่ชุมชน ให้ชุมชนมีความรู้ที่ถูกต้องสามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดในการวางแผน การดำเนินการและกำหนดทิศทางในการพัฒนาชุมชนที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ การสื่อสารขององค์กรภายนอกยังมีรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพิ่มเติมขึ้นมา ซึ่งเป็นผลให้สามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับชุมชนและกระแสการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ในวงกว้างมากขึ้นอีกด้วย

อาจกล่าวในอีกแง่หนึ่งได้ว่า การสื่อสารของกองการท่องเที่ยวฯ กรุงเทพมหานคร ค่อนข้างเป็นการสนับสนุนการสื่อสารภายนอกชุมชน เพราะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวยั่งยืนของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมโดยตรง โดยการให้คำปรึกษาและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยว การวางแผนร่วมกับชุมชนในการจัดสรรพื้นที่ ปรับภูมิทัศน์ การสนับสนุนด้านปัจจัยพื้นฐานอื่น ๆ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในขณะที่การสื่อสารของบางกอกฟอรั่ม ค่อนข้างสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสื่อสารภายในชุมชน การรับรู้ความรู้สึก ความสุขความทุกข์ และความต้องการที่แท้จริงของชาวชุมชน การค้นหาองค์ความรู้ชุมชน รวมถึงการสร้างจิตสำนึกความเป็นเจ้าของชุมชนและความตระหนักในความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนจะเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพ เลือกใช้รูปแบบการสื่อสารตามบริบทของชุมชน และมีการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนเป็นแรงเสริมแล้ว แต่จากผลการศึกษาที่พบว่า ยังคงพบปัญหาหรืออุปสรรคในการสื่อสารทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนอยู่พอสมควร ดังนี้

1) ปัญหาหรืออุปสรรคในการสื่อสารของชุมชน

1.1) การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน ค่อนข้างเป็นการสื่อสารในลักษณะแจ้งให้ทราบ แม้จะมีความพยายามสื่อสารอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารสองทาง เช่น การประชุม แต่ชาวชุมชนก็ยังมีขีดจำกัด ทั้งเรื่องของเวลาว่างที่ไม่ตรงกันและบ้างก็ยังขาดทักษะความรู้ในการจัดการเรื่องต่าง ๆ นอกจากนี้ สื่อกลางที่สนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างชาวชุมชนหรือผู้ค้าในตลาด เช่น สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ก็ยังมีไม่มากเท่าที่ควร ทำให้ชาวชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ร่วมรับรู้ความเป็นไปของตลาดและร่วมวางแผนการดำเนินงานอย่างแท้จริงนั้นยังอยู่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย

1.2) การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ค้าทราบในเรื่องต่าง ๆ บางครั้งยังไม่ทั่วถึงเพียงพอ และบางครั้งก็เกิดผลเสียกระทบกับรายได้ที่ผู้ค้าควรจะได้รับด้วย ตัวอย่างเช่น เมื่อจะมีสื่อโทรทัศน์บางสื่อมาถ่ายทำรายการที่ตลาด ผู้ค้าบางรายไม่ทราบว่าจะมีสื่อมา จึงไม่ได้เตรียมของมาขายให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะทุกครั้งที่มีการออกสื่อ ก่อนหน้านั้นนักท่องเที่ยวจะเบาบาง ขายของไม่ค่อยได้ แต่พอออกสื่อ ผู้คนก็จะทะลักมาตลาดกันเนืองแน่นทันที ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อแจ้งวันออกอากาศเฉพาะกับแกนนำชุมชนหรือผู้ดูแลตลาด แต่ไม่ได้มีการตรวจสอบการแจ้งไปยังผู้ค้าให้ครบถ้วนทุกราย เว้นแต่สื่อที่จะมาถ่ายทำรายการสดในช่วงเช้ามาก ๆ ก็จะมีการแจ้งให้ผู้ค้ามาเตรียมเปิดร้านแต่เช้าเท่านั้น

1.3) จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น ยังคงจำกัดอยู่ในวงแคบเฉพาะในชุมชนและละแวกใกล้เคียง ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ก็ยังไม่ได้รับสารเกี่ยวกับชุมชนอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชนและความสำคัญของการมีตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่มากกว่าเพียงเพื่อการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงแง่มุมของการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมชาวสวนริมคลอง ซึ่งพบว่ามีเพียงกลุ่มคนจำนวนไม่มากนักที่รับรู้ถึงสิ่งเหล่านี้

ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างชุมชนไปยังนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนในรูปแบบต่าง ๆ นั้น มักจะเป็นการสื่อสารในเชิงรับ (Passive communication) มากกว่าจะเป็นการสื่อสารในเชิงรุก (Active communication) กล่าวคือ การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ จะเกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวสนใจและเข้ามาหาแหล่งสารเอง เช่น การใช้สื่อบุคคล ได้แก่ แกนนำชุมชนและชาวบ้าน หากนักท่องเที่ยวไม่ได้มีความสนใจหรือมีธุระเข้ามาติดต่อกับผู้นำชุมชนในเรื่องต่าง ๆ เช่น การติดต่อนักคณะมาท่องเที่ยวล่องเรือพายและเรื่องอื่น ๆ ก็จะได้ไม่เข้ามาพูดคุย

หรือได้รับสารเกี่ยวกับแนวคิดและการดำเนินงานต่าง ๆ ของชุมชนเลย หรือการสื่อสารผ่านใบปลิว ซึ่งจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจะได้รับใบปลิวก็ต่อเมื่อสนใจรับข้อมูลข่าวสาร เข้ามาที่ตลาดน้ำและหยิบเอกสารไปด้วยตนเอง

นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่า การที่ประสิทธิผลการสื่อสารยังคงอยู่ในวงแคบ ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการเลือกในการเปิดรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ (Selectivity in Communication) ของแต่ละบุคคลด้วย ดังจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่จะทราบความเป็นมาเกี่ยวกับชุมชนมักจะต้องเป็นผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับผู้นำชุมชนหรือแนวคิดในการอนุรักษ์ชุมชนมาก่อน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีโอกาสมากขึ้นในการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เลือกตีความ (Selective Interpretation) และเลือกจดจำ (Selective Retention) สารที่เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมตามความสนใจและทัศนคติของตน อันจะมีผลต่อการปรับเปลี่ยนความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Performance) ต่อไป

1.4) ในแง่ของสื่อที่ใช้ พบว่า ชุมชนไม่มีสื่อขนาดใหญ่ของตนเอง มีแต่เพียงสื่อที่ผลิตขึ้นอย่างง่าย เช่น ใบปลิวถ่ายเอกสารหรือการประกาศเสียงตามสาย ทำให้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำส่วนใหญ่ต้องพึ่งสื่อจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเยือน แล้วบอกต่อ ๆ กันไปในหมู่เพื่อน ครอบครัวและคนสนิท หรือสื่อมวลชน เช่น สื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รวมถึงสื่อของหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาดำเนินโครงการพัฒนาในชุมชนด้วย เป็นผลให้ชุมชนไม่สามารถควบคุมเนื้อหา ปริมาณและความถี่ในการสื่อสารได้เท่าที่ควร

1.5) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อมาถึง มักประสบปัญหาพอสมควรในการหารายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่หรือจุดต่าง ๆ ที่ตลาดจัดกิจกรรมไว้ เนื่องจากไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์บอกจุดที่มีกิจกรรม สัญลักษณ์หรือป้ายชี้บอกจุดสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร สวนเจียมตน ฯลฯ ทำให้ผู้มาเยือนครั้งแรกยังไม่ค่อยทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมมากนัก

2) ปัญหาหรืออุปสรรคในการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน

2.1) เป็นที่สังเกตว่า คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่ตั้งขึ้นมานั้น มีลักษณะค่อนข้างเป็นคณะกรรมการที่ดูแลเฉพาะในเรื่องตลาดน้ำ เช่น การค้าขาย การเงิน ประชาสัมพันธ์ สุวีตติการ ฯลฯ แต่ในเรื่องของการพัฒนาชุมชนนั้นยังไม่มีโครงสร้างกรรมการชุมชนที่ชัดเจน การทำงานขององค์กรภายนอกที่มุ่งพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืน เช่น บางกอกฟอรัม

ซึ่งไม่ได้เข้ามาประสานงานกับชุมชนในเรื่องกิจการตลาดน้ำ จึงไม่ถือว่าคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้นเป็นโครงสร้างกรรมการชุมชนในส่วนที่องค์กรจะมาทำงานด้วย ในรูปแบบเดียวกับชุมชนอื่น ๆ ที่องค์กรเคยลงไปทำงาน ดังนั้น เวลาที่องค์กรต้องสื่อสารก็จะสื่อสารกับผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนบางคนซึ่งเป็นสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำฯ ด้วยเป็นหลัก จากนั้นก็เป็นบทบาทของผู้นำและแกนนำชุมชนในการไปสื่อสารกับชาวชุมชนต่ออีกทอดหนึ่ง เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้ที่ต้องรับบทบาทค่อนข้างหนักก็คือผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนนั่นเอง

นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนเองก็ต้องรับภาระในการดูแลภาพรวมทั้งในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำและการดำเนินงานเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนควบคู่กันไปด้วย เพราะปัจจุบันยังขาดบุคลากรที่จะสามารถมาช่วยสืบทอดและสานต่องานตรงนี้ ซึ่งเป็นงานที่ต้องการผู้ที่สามารถเสียสละ อุทิศเวลาของตนได้อย่างเต็มที่ ซึ่งหากในอนาคต ตลาดมีการขยายไปอย่างต่อเนื่อง ภาระต่าง ๆ ที่ตามมาอาจเกินกำลังผู้นำชุมชนจะรับไหวเพียงคนเดียวได้

2.2) ชุมชนยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องการพัฒนาบุคลากรอยู่ ทั้งการเป็นวิทยากรและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยพบว่า ปัจจุบันแกนนำชุมชนก็พยายามที่จะค้นหาผู้รู้ในชุมชนขึ้นมา แต่ผู้รู้ส่วนใหญ่ แม้มีความรู้แต่ก็ยังขาดทักษะในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้นั้น นอกจากนี้ คนในชุมชนที่มีความรู้เรื่องการเกษตรที่พอจะพัฒนาขึ้นมาเป็นมัคคุเทศก์นั้นก็เหลืออยู่เป็นจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่ก็ยังขาดทักษะในการสื่อสารเช่นกัน ประกอบกับภาระที่ต้องดูแลสวนของตน จึงมักไม่มีเวลาเข้ามารับการอบรมด้วย ส่วนคนในชุมชนที่มีการศึกษาระดับสูงก็มักเลือกไม่ทำการเกษตร แต่ไปทำงานรับจ้าง รับราชการหรือทำงานในบริษัทเอกชน ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์จึงเป็นวันหยุดพักผ่อน และเป็นการยากที่จะโน้มน้าวให้มาช่วยกันทำงานชุมชน

2.3) การสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนโดยผ่านสื่อมวลชนยังคงมีขีดจำกัด กล่าวคือ แม้ว่าจะมีการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมผ่านสื่อโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ แต่ผู้รับสารก็ยังไม่ได้รับสารครบถ้วน แสดงให้เห็นว่า สื่อโทรทัศน์เพียงแต่สร้างกระแส และเป็นการสื่อสารทางเดียว จึงไม่สามารถรับปฏิกิริยาตอบกลับหรือได้ตอบจากผู้รับสารได้ เนื้อหาสารที่ผู้รับสารได้รับจึงเป็นเพียงข้อมูลทั่วไป และด้วยเวลาออกอากาศที่จำกัด ทำให้บางครั้งผู้รับสารไม่ได้รับข้อมูลครบถ้วน โดยเฉพาะแหล่งที่ตั้งและการติดต่อกับชุมชน นอกจากนี้ สื่อภายนอกอื่น ๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต ก็เป็นพื้นที่สำหรับผู้ที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง ผู้ที่สนใจจะมาเยือนตลาดน้ำแห่งนี้จริง ๆ เท่านั้นที่มักจะเข้าถึงสื่อเหล่านี้เพื่อค้นหาข้อมูลต่อไปเอง

อาจกล่าวโดยสรุปในภาพรวมได้ว่า การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยเฉพาะกรณีของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น ถือว่ามีประสิทธิผลในระดับหนึ่ง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการสื่อสารของชุมชนเป็นสำคัญ ในแง่ที่ว่า เป็นเครื่องมือสำคัญในการโน้มน้าวใจ สร้างความเข้าใจระหว่างผู้นำชุมชน แกนนำชุมชนและชาวชุมชนเกี่ยวกับการดำรงอยู่ของตลาดน้ำคลองลัดมะยม วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสร้างตลาดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ของชุมชนไปพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์พื้นที่สวน วิถีชีวิตริมคลอง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งยังมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่ชาวชุมชน การยอมรับนับถือในตัวแกนนำชุมชนและการมีส่วนร่วมภายในชุมชนได้ค่อนข้างมาก แม้ว่าในกระบวนการของการสื่อสารยังมีอุปสรรคในเชิงเทคนิคอยู่บ้างและสัดส่วนของการมีส่วนร่วมนั้นก็อาจจะยังไม่มากเท่าที่ควร

นอกจากนี้ การสื่อสารของชุมชนไปสู่ผู้มาเยือนจากภายนอก ในแง่ของการสร้างภาพลักษณ์วิถีชนบท การรักษามรดกทางวัฒนธรรมชาติบ้านสวนเอาไว้ อันเป็นการตอกย้ำภาพความหมายของความเป็นชุมชนคลองลัดมะยม ก็ยังมีส่วนสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนตลาดน้ำแห่งนี้อย่างต่อเนื่องด้วย

ส่วนการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนนั้นเป็นเพียงส่วนที่เข้ามาเสริม เชื่อมโยงชุมชนกับสาธารณชนภายนอกให้ได้รับรู้ เข้าถึง ตลอดจนได้มาสัมผัสและรู้จักชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้มากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่มุมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ โดยเริ่มตั้งแต่การที่องค์กรภายนอกต่าง ๆ เข้ามาดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชน ใช้การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ หลากหลาย เพื่อให้ความรู้แก่ชาวชุมชนและมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน ในขณะเดียวกัน การสื่อสารขององค์กรภายนอกก็มีส่วนดึงเอาสื่อมวลชนต่าง ๆ เข้ามาด้วย สื่อมวลชนเหล่านั้นมีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่เรื่องราวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมและสร้างการรับรู้ในหมู่ผู้มาเยือนอย่างกว้างขวาง แต่การที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำและประทับใจ ตลอดจนมาเยือนตลาดน้ำแห่งนี้ซ้ำ (Re-visit) ถือได้ว่า ต้องอาศัยการสื่อสารของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสื่อถึงตัวตนของชุมชนและเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากตลาดน้ำอื่น ๆ รวมถึงการดึงดูดและรักษาความเป็นตัวตนของชุมชนเอาไว้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม จากอุปสรรคการสื่อสารดังกล่าวมาข้างต้น มีส่วนทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยว กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น ยังคงจำกัดอยู่ในวงแคบ เฉพาะในชุมชนและละแวกใกล้เคียง เนื่องจากการสื่อสารของชุมชนในเชิงรุกไปยังผู้มาเยือนเพื่อเชิญชวนให้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำยังมีน้อย ทำให้ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ไม่ได้รับสารเกี่ยวกับชุมชนอย่าง

ครบถ้วน โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชน ความสำคัญของการมีตลาดน้ำคลองลัดมะยม รวมไปถึงแง่มุมของการเป็นแหล่งเรียนรู้ชาวสวนริมคลอง นอกจากนี้ ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการเลือกในการเปิดรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ (Selectivity in Communication) ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนด้วย

อุปสรรคที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้น จึงสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าโดยทั่วไป ในกระบวนการสื่อสาร จะประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ประการคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อและผู้รับสาร ถือว่าเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารด้วย หากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูง การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพมาก หากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพต่ำ การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพน้อย

องค์ประกอบจึงเป็นตัวการในการที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน อันมีผลต่อการสื่อสาร เช่น หากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ประสิทธิภาพของการสื่อสารด้อยลงไป หรือหากผู้ส่งสารด้อยประสิทธิภาพ สารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิภาพเช่นกัน และยังถ้าหากทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพแล้ว การสื่อสารก็จะมีโอกาสประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารนั้น ๆ จะมีประสิทธิภาพสูงที่สุดก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงสุดนั่นเอง (ปรมะ sticeveทิน, 2546, น. 61)

ในที่นี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า แม้ว่าผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนคลองลัดมะยมจะเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพ แต่หากสารไม่ชัดเจน ไม่มีน้ำหนักเพียงพอ และชุมชนเองก็ขาดสื่อของตนเองที่จะสามารถเผยแพร่ข่าวสารของชุมชนให้กระจายได้ในวงกว้าง พร้อมทั้งเชื้อให้ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบและเนื้อหาสารได้เอง ก็อาจทำให้สื่อสารไปยังผู้รับสารได้ในวงแคบ เป็นผลให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารลดลงตามไปด้วย

ถึงแม้ว่าทุกวันนี้จะถือได้ว่า การดำเนินการของตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้นประสบความสำเร็จอยู่ในระดับที่น่าพอใจพอสมควร แต่ตลาดน้ำแห่งนี้ก็ยังคงต้องการการพัฒนาในอีกหลาย ๆ ด้าน พร้อมทั้งต้องวางแนวทางเพื่อการอนุรักษ์ในระยะยาวไว้ด้วย เนื่องจากการพัฒนายังอยู่ในขั้นแรก ๆ และปัญหาหลัก ๆ ที่พบก็คือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนนั้น ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การวางแผนไปจนถึงการดำเนินการและการประเมินผลการดำเนินงานนั้นอาจจะยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เพราะยังมีขีดจำกัดอยู่ในเรื่องของการขาดบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการจัดการ

การท่องเที่ยวพหุสมควร สิ่งเหล่านี้ จึงยังคงเป็นโจทย์ของชุมชน ที่ต้องการการร่วมแรงร่วมใจของคนในชุมชนเองและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องฝ่ายต่าง ๆ เข้ามาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมคิดร่วมสร้าง มองและวางแนวทางแก้ปัญหา รวมถึงสนับสนุนในสิ่งที่ชุมชนยังขาดอยู่ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นเป็นต้นทุนทางความรู้ ต้นทุนทางวัตถุและงบประมาณ

อย่างไรก็ตาม งานพัฒนานั้น เป็นงานที่ต้องดำเนินการในระยะยาว เพื่อรักษาสิ่งที่ดีที่มีอยู่แล้วให้คงอยู่พร้อมกับพัฒนาต่อยอด ยกกระดับความเป็นอยู่ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนให้ดีขึ้นด้วย จึงต้องอาศัยกระบวนการการทำงานที่ต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่ง เพราะการพัฒนาไม่มีวันสิ้นสุด และเป็นเรื่องปกติที่ในการทำงานอาจพบเจออุปสรรคบ้างไม่มากก็น้อย แต่ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้นำชุมชน รวมถึงการสนับสนุนจากแกนนำชุมชนที่ต่างมีความมุ่งมั่น ต้องการเห็นชุมชนเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนความร่วมมือร่วมใจของชาวชุมชนคลองลัดมะยมเอง ก็ทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนยังคงตั้งใจทำงานต่อไปเพื่อให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมุ่งประโยชน์ของชุมชนส่วนรวมเป็นสำคัญ ปัจจัยเหล่านี้จึงถือเป็นแรงผลักดันที่สำคัญให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ชุมชนคลองลัดมะยมอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน

การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ในกรณีของ ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม นั้น ถือได้ว่า ชุมชนมีต้นทุนที่ดี ทั้งในแง่ของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวสวนริมคลอง ซึ่งต้นทุนเหล่านี้ ถือได้ว่าเป็นวัตถุดิบสำคัญที่สามารถหยิบยกเผยแพร่เพื่อเป็นแบบอย่างได้ ทำให้ชุมชนสามารถดึงดูดความสนใจหน่วยงานภายนอก รวมถึงสื่อต่าง ๆ ให้เข้ามาทำความรู้จักและสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ ทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชนทั่วไป อีกทั้งการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน โดยเฉพาะสื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ต่าง ๆ นั้นก็สามารถสร้างกระแสได้เป็นอย่างมาก เมื่อสื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนออกไป จึงสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจได้เป็นอย่างดี และหากนักท่องเที่ยวมาเยือนแล้วประทับใจก็จะบอกปากต่อปากกันไปเรื่อย ๆ อีกด้วย

ดังนั้น จึงเรียกได้ว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ต้องเริ่มมาจากการสื่อสารของชุมชนที่มีประสิทธิภาพเสียก่อน หากชุมชนมีเป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวของ

ชุมชนตนเองอย่างชัดเจนและวางทิศทางการดำเนินงานไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการสื่อสารกันระหว่างคนในชุมชน เพื่อให้คนในพื้นที่เห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงสิ่งจำเป็นอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อรองรับผู้มาเยือน ไปพร้อม ๆ กับการรักษาจุดแข็งของตน เอาไว้ ในแง่ของการมีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงอยู่ในสภาพที่ดี และใช้การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนเข้ามาช่วยเสริม เพื่อให้แนวคิดข้างต้นสามารถเผยแพร่ไปสู่ผู้มาเยือนและบุคคลภายนอกได้ในวงกว้าง เพียงเท่านี้ ชุมชนก็แทบจะไม่ต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่มากมายนัก เพราะการสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของชุมชนและสิ่งที่ชุมชนดำเนินการอยู่ก็ถือว่าเป็นสื่อได้เป็นอย่างดีแล้ว แม้ว่าภาพความเป็นชุมชนที่เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ที่สื่อไปยังผู้มาเยือนนั้นจะยังไม่ชัดเจนมากนัก แต่ก็ถือว่าทำได้ดีในระดับหนึ่ง เพียงแต่อาจต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องต่อไปเพื่อให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมสามารถสร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ต่อไป

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาและอุปสรรคในการสื่อสารที่พบ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแง่มุมของการสื่อสาร ซึ่งอาจเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของชุมชนในอนาคต เพื่อให้การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. แม้ว่าในปัจจุบัน การดำเนินการของคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม จะเป็นไปด้วยดีด้วยวิธีการที่เป็นรูปแบบเฉพาะตนและพยายามพึ่งตนเองให้มากที่สุด แต่ก็เห็นได้ค่อนข้างชัดเจนว่า ผู้ที่รับบทบาทค่อนข้างหนักคือผู้นำชุมชนกับแกนนำชุมชนเพียงไม่กี่ท่านที่เป็นสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมอยู่ ดังนั้น หากในอนาคต มีภาระงานรับผิดชอบต่าง ๆ มากขึ้น ก็อาจมีความจำเป็นที่จะต้องจัดสรรแบ่งความรับผิดชอบเป็นฝ่ายต่าง ๆ ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงพัฒนาทักษะการสื่อสารให้แก่บุคลากรรุ่นใหม่ ๆ ขึ้นมาเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับคณะกรรมการที่มาจากชาวชุมชนเอง สามารถดำเนินการต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการชุมชนได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ ยังควรมีการพัฒนาสื่อบุคคลโดยการเป็นวิทยากรและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นขึ้นมา เพื่อช่วยสืบทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ในหมู่ชาวชุมชนและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย เพื่อรองรับและสืบทอดงานพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนให้มีความยั่งยืนต่อไปในอนาคตด้วย โดยอาจต้องรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาความรู้และทักษะในการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

2. ในอนาคต ควรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถและศักยภาพในผลิตสื่อของชุมชนเอง ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารเชิงรุกมากขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่ม สามารถแจกแก่ผู้มาเยือน เพื่อให้ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารไปยังผู้รับสารได้เอง

นอกจากนี้ ยังควรมีการสื่อสารไปยังผู้มาเยือนเกี่ยวกับรายละเอียดของสถานที่และกิจกรรมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นด้วย ได้แก่ การสื่อสารผ่านป้ายสัญลักษณ์หรือป้ายชี้ทางเพื่อประชาสัมพันธ์จุดที่จัดกิจกรรมไว้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ผู้มาเยือนสามารถเข้าไปใช้ได้ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร ห้องสมุด สวนและพิพิธภัณฑ์ของชุมชน เป็นต้น

3. ในเรื่องของการบริหารจัดการตลาดน้ำ ต้องเกี่ยวข้องกับผู้ค้าเป็นหลัก การดำเนินการที่ผู้ค้าต้องมีส่วนเกี่ยวข้องอาจจำเป็นต้องมีการสื่อสารเสริมย้ำให้ชัดเจนเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของการแจ้งให้ผู้ค้าเตรียมตัวในเวลาที่จะมีสื่อโทรทัศน์มาถ่ายทำรายการ ซึ่งควรจะตรวจสอบให้มีการแจ้งอย่างทั่วถึง เนื่องจากพบว่าไม่ค่อยมีการแจ้งวันที่ออกอากาศแก่ผู้ค้าซ้ำอีกครั้ง เพื่อให้ผู้ค้าเตรียมของมาขายให้เพียงพอ โดยหากไม่สามารถบอกผู้ค้าทุกรายในการประชุมผู้ค้าได้ ก็อาจจำเป็นต้องมีการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ใบปลิวแจ้งข่าวสาร และย้ายสารเมื่อใกล้ถึงวันที่รายการนั้น ๆ ออกอากาศ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อประโยชน์ที่ผู้ค้าควรจะได้รับ

4. ควรมีการพัฒนาชุมชนควบคู่กับการปลูกจิตสำนึกความเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน ในหมู่ชาวชุมชนอย่างต่อเนื่อง อาจมีการจัดกิจกรรมร่วมกับชาวชุมชนหรือผู้ค้า เช่น กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์หรือทำความสะอาดคลองและตลาดน้ำ เพื่อสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชาวชุมชนให้มากขึ้น การที่ชาวชุมชนส่วนใหญ่เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน จะทำให้เกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วมทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมมากขึ้น และเมื่อนั้นชาวชุมชนก็จะอาสาเข้ามาทำงาน แสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนโดยไม่ต้องร้องขอ

5. เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทในชุมชนก็มีข้อจำกัดต่าง ๆ กัน ชุมชนอาจจำเป็นต้องใช้การสื่อสารผ่านช่องทางหลากหลายและเข้าถึงผู้รับสารให้มากขึ้น เพื่อเสริมประสิทธิภาพและลดข้อจำกัดในการสื่อสารดังกล่าวของสื่อบางประเภท เช่น เสียงตามสาย ซึ่งมีข้อจำกัดเชิงเทคนิคที่เครื่องเสียงมีขนาดเล็ก ทำให้เสียงไปได้ไม่ไกล ได้ยินไม่ทั่วถึง ก็อาจจำเป็นต้องเพิ่มจุดวางเครื่องรับสัญญาณและเครื่องขยายเสียง ส่วนการพูดคุยและการประชุมที่มีอุปสรรคในเรื่องเวลาของผู้ค้าที่ว่างไม่ตรงกัน เดิมชุมชนก็ใช้วิธีพิมพ์ใบปลิวแจกสรุปบันทึกการประชุม ซึ่งก็เป็นวิธีการที่ช่วยลดข้อจำกัดและช่วยให้ผู้ค้าสามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำได้อย่างทั่วถึงในระดับหนึ่ง แต่การสื่อสารด้วยใบปลิวดังกล่าว ก็อาจจะทำให้คณะกรรมการตลาดน้ำฯ ไม่สามารถรับทราบปฏิกิริยาตอบกลับ ความคิดเห็นและความรู้สึกของชาวชุมชนได้ หากเป็นไปได้ จึงควรส่งเสริมให้มีการสื่อสารสองทางมากขึ้น อาจใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อกิจกรรมหรือสื่ออื่น เข้ามาเสริมโดยปรับตาม

ความเหมาะสมและบริบทของชุมชน เนื่องจากการจัดกิจกรรมในชุมชนอาจช่วยเปิดโอกาสให้ชาวชุมชนหรือผู้ค้าได้มาพบปะพูดคุยกันมากขึ้น หากมีความไม่เข้าใจในเรื่องใด แก่นำชุมชนก็จะสามารถทราบและอาจใช้พื้นที่นี้ในการแก้ไขความเข้าใจผิดและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องได้อย่างทันที่

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบ บทบาทและประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน กรณีเฉพาะชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วงของการพัฒนาชุมชนในระยะของการเริ่มต้นและก่อร่างสร้างตัวเท่านั้น ส่วนหนึ่งเนื่องจากข้อจำกัดของระยะเวลา หากจะมีการศึกษาวิจัยต่อยอด อาจศึกษาในประเด็นต่อเนื่องดังต่อไปนี้

1. อาจศึกษาพัฒนาการในช่วงต่อไปของตลาดน้ำคลองลัดมะยม และบทบาทของการสื่อสารที่มีผลต่อความเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดน้ำแห่งนี้ เนื่องจากในระยะหลัง จะเห็นได้ว่า ตลาดมีการขยายไปอย่างรวดเร็วและเริ่มถูกกล่าวถึงในสื่อต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลให้ชุมชนมีศักยภาพในการสื่อสารและใช้รูปแบบการสื่อสารที่เพิ่มเติมมากขึ้น

2. ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารในภาพรวมในเบื้องต้น โดยใช้วิธีการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ในอนาคต อาจมีการศึกษาเพื่อประเมินประสิทธิผลของการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมอย่างเป็นระบบในเชิงปริมาณ เพื่อให้สามารถชี้วัดและอธิบายประสิทธิผลของการสื่อสารได้ในหลากหลายแง่มุมมากยิ่งขึ้น

3. ในอนาคต อาจมีการศึกษาต่อเนื่อง เกี่ยวกับรูปแบบและบทบาทของการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนในชุมชนท่องเที่ยวที่เกิดใหม่อื่น ๆ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อย ความเหมือนและแตกต่างระหว่างชุมชนเหล่านั้นต่อไป รวมทั้งอาจศึกษาในประเด็นที่ว่า หากมีการนำรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบหรือวิธีการเดียวกันไปใช้ในพื้นที่ต่างกัน จะเกิดผลเช่นไร เป็นไปในทางเดียวกันหรือไม่ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การสรุปผลที่สามารถอธิบายเป็นแนวคิดในการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนได้ต่อไป