

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา และบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและสมาชิกในเครือข่าย และพันธมิตรของเครือข่าย รวมทั้งสิ้น 28 คน

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่

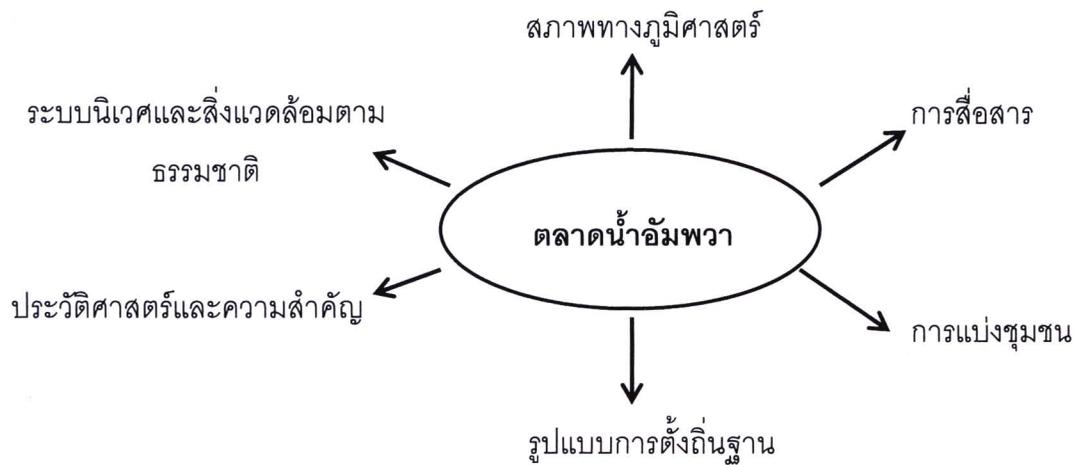
ส่วนที่ 1 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย ตามปัญหำการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร
2. รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร
3. เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร

ส่วนที่ 1 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา

งานวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม” วัตถุประสงค์หนึ่งมุ่งศึกษาว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร ซึ่งจะเห็นได้ว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ด้านมิใช่ด้านการสื่อสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งลักษณะของตลาดน้ำอัมพวาก็มีผลต่อการพัฒนาเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา ในประเด็นต่างๆ ดังภาพที่ 7 โดยมีรายละเอียดดังนี้



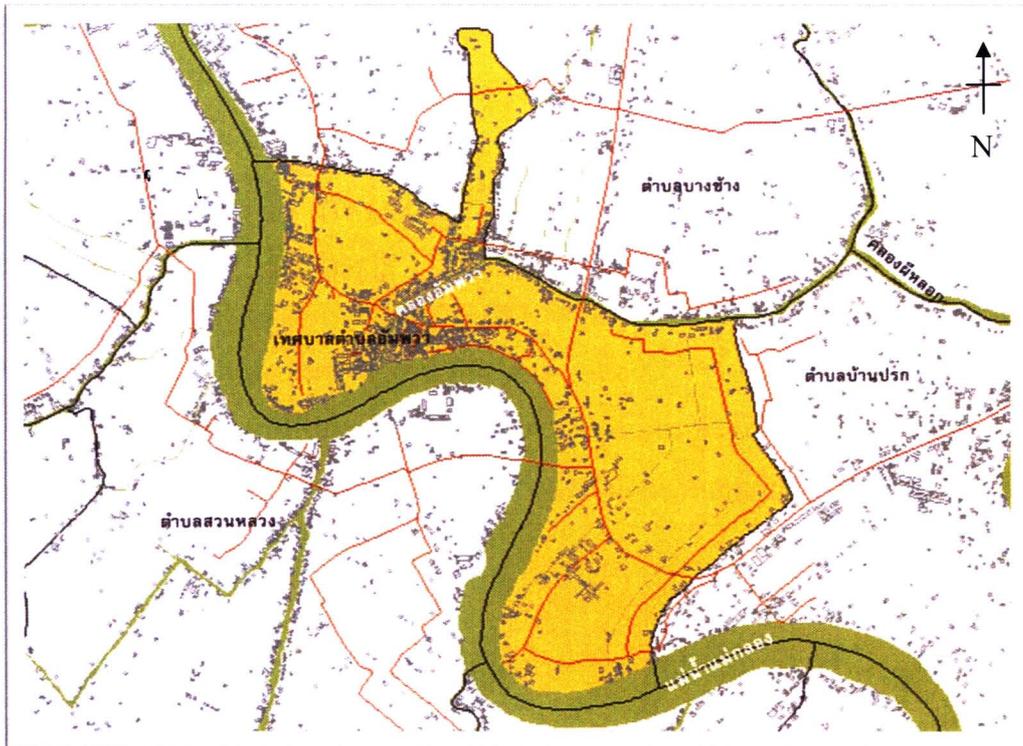
ภาพที่ 7 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา

สภาพทางภูมิศาสตร์

ตลาดน้ำอัมพวา อยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา หรือ “ชุมชนอัมพวา” ตั้งอยู่ในพื้นที่ตอนกลางของอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีเนื้อที่ประมาณ 2.5 ตารางกิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 71 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดสมุทรสงคราม 6 กิโลเมตร

อาณาเขต (แสดงดังภาพที่ 8)

ทิศเหนือ	ติดกับตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา
ทิศตะวันออก	ติดกับตำบลบ้านปรก อำเภอเมืองสมุทรสงคราม
ทิศใต้	ติดกับตำบลบางขันแตก อำเภออัมพวา
ทิศตะวันตก	ติดกับตำบลสวนหลวง อำเภออัมพวา



ภาพที่ 8 แสดงที่ตั้งและอาณาเขตของเทศบาลตำบลอัมพวา
(ที่มา : มรดกทางวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา หน้า 16)

ตลาดน้ำอัมพวา ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านพื้นที่ทางด้านทิศตะวันตก และมีคลองอัมพวาซึ่งแยกจากแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านกลางพื้นที่ชุมชน นอกจากนี้ยังมีคลองต่างๆ อีกหลายสายที่ไหลผ่านบริเวณพื้นที่ชุมชน เช่น คลองบางจาก คลองลัดตาโชติ คลองดาวดิ่งส์ คลองผีหลอก คลองบางกะพ้อม ฯลฯ จากการที่มีโครงข่ายคลองอยู่ทั่วไปภายในพื้นที่ชุมชน ส่งผลให้เกิดความสะดวกสบายทางการคมนาคมทางน้ำ และการ

ประกอบอาชีพ โดยเฉพาะจากน้ำทะเลหนุนทำให้มีน้ำไหลขึ้นลงตลอดทั้งปี ส่งผลให้ชุมชน อัมพวาได้ชื่อว่าเป็นเมือง 3 น้ำ คือ มีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม

ลักษณะภูมิอากาศของตลาดน้ำอัมพวาโดยทั่วไปมีอุณหภูมิที่ไม่ร้อนมากนัก เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากทะเล มีฝนตกชุกในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ในช่วงเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์มีอากาศค่อนข้างเย็น

ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

ตลาดน้ำอัมพวามีระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สืบเนื่องมาจากสภาพที่ตั้งของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มใกล้ปากแม่น้ำที่ไหลลงสู่อ่าวไทย ทำให้มีการตกตะกอนของแร่ธาตุต่างๆ ประกอบกับตลาดน้ำอัมพวามีคลองสาขาย่อยของแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านหลายสาย ได้แก่ คลองอัมพวา คลองดาวดึงส์ คลองบางจาก คลองผีหลอก และคลองเล็กๆ ที่แยกย่อยจากคลองที่กล่าวมาข้างต้น สร้างความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ดินในพื้นที่ ประชากรจึงประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยพื้นที่สวนผลไม้ส่วนใหญ่อยู่ถัดจากเรือนแถวริมคลองอัมพวาเข้าไปด้านใน

นอกจากความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแล้วบริเวณตลาดน้ำอัมพวายังได้ชื่อว่าเป็น “เมืองสามน้ำ” กล่าวคือ เป็นเมืองที่มีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ส่งผลให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งความสมบูรณ์ของระบบนิเวศทำให้เกิดมีพรรณไม้ยืนต้นและพุ่มไม้ต่างๆ มากมาย เช่น ลำพู จาก แสมดำ เป็นต้น โดยเฉพาะต้นลำพูที่พบเห็นได้ทั่วไปในบริเวณริมแม่น้ำ บริเวณต้นลำพูนี้เองเป็นที่อยู่ของหิ่งห้อยนับล้านตัว ซึ่งตรงนี้เป็นจุดดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเป็นจำนวนมาก เพราะนอกจากได้เดินตลาดน้ำยามเย็นแล้ว ตกกลางคืนยังได้นั่งเรือออกไปชมหิ่งห้อยอีกด้วย

ประวัติศาสตร์และความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา

ตลาดน้ำอัมพวามีลักษณะเป็นชุมชนริมน้ำที่ยังคงเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐานริมน้ำในอดีต ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองฝั่งคลองอัมพวา พื้นที่บริเวณนี้รวมทั้งพื้นที่ตอนบนของจังหวัดสมุทรสงครามในเขตอำเภออัมพวาและบางส่วนของอำเภอบางคนที เดิมเรียกว่า “แขวงบางช้าง”

รวมอยู่กับเมืองราชบุรี ในรัชสมัยพระเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 2137-2198) แขวงบางช้างมีตลาดค้าขายแห่งหนึ่งเรียกว่า “ตลาดบางช้าง” มีนายตลาดทำหน้าที่เก็บอากรขนอนตลาดเป็นหญิงชื่อ “น้อย” มีบรรดาศักดิ์เป็น “ท้าวแก้วผลึก” ท่านเป็นน้ำสาวของท่านเศรษฐี “ทอง” พระชนกของสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี “นาก” พระบรมราชินีในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1

ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าเอกทัศ แขวงบางช้างกลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองสมุทรสงคราม พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ขณะดำรงพระอิสริยยศเป็น “หลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรี” ได้ทรงสมรสกับ “นาก” (สมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี) ธิดาของท่านทองและท่านสั้น มหาเศรษฐีแห่งแขวงบางช้าง เมื่อกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าในปี พ.ศ. 2310 ทั้งสองพระองค์ได้ทรงหลบภัยพม่ามาอยู่ที่บ้านอัมพวา ระหว่างนั้นสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี ได้ทรงประสูติพระราชโอรสทรงพระนามว่า “ฉิม” ซึ่งต่อมาคือ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 เมื่อวันพุธ ขึ้น 7 ค่ำ เดือน 4 ปีกุน ตรงกับวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2310

ระหว่างที่หลบภัยจากพม่านี้เอง กรมสมเด็จพระศรีสุตดารักษ์ (แก้ว) พระพี่นางองค์ที่ 2 ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ซึ่งเสด็จมาหลบภัยอยู่ที่บ้านอัมพวาด้วย ได้ประสูติพระธิดาเมื่อวันอาทิตย์ แรม 12 ค่ำ เดือน 12 ปีกุน ตรงกับวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2310 ทรงพระนามว่า “บุญรอด” ซึ่งต่อมาคือ สมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินีในสันเกล้าฯ รัชกาลที่ 2

ดังนั้นตลาดน้ำอัมพวา จึงเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 แห่งมหจักรีบรมราชวงศ์

ในปี พ.ศ. 2437 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พื้นที่ตอนล่างของแขวงบางช้างได้ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภออัมพวาขึ้นอยู่กับเมืองสมุทรสงคราม มณฑลราชบุรี ต่อมาในปี พ.ศ. 2481 ได้มีพระราชกฤษฎีกาประกาศรวมท้องที่ตำบลอัมพวา และตำบล

บางกะพ้อมเข้ากันเป็นตำบลอัมพวา และทางราชการได้พิจารณาเห็นว่าตำบลอัมพวามีจำนวนประชากร ความเจริญ และรายได้ท้องถิ่นถึงเกณฑ์ที่จะจัดตั้งเป็นเทศบาลได้ จึงได้ตราพระราชกฤษฎีกายกฐานะตำบลอัมพวา ขึ้นเป็นเทศบาลตำบลอัมพวา ในปี พ.ศ. 2483

รูปแบบการตั้งถิ่นฐาน

รูปแบบการตั้งถิ่นฐานของคนในชุมชนบริเวณตลาดน้ำอัมพวามีลักษณะการตั้งถิ่นฐานของตัวอาคารที่ทอดยาวไปตามแนวสองฝั่งคลองโดยหันหน้าอาคารบ้านเรือนเข้าสู่ลำคลองทั้งสองฝั่ง โดยการตั้งถิ่นฐานลักษณะนี้นับได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนริมน้ำดังเช่นในอดีต ซึ่งต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกมากขึ้น จึงทำให้เกิดรูปแบบการตั้งถิ่นฐานที่มีลักษณะของกลุ่มบ้านทอดตัววางยาวไปตามเส้นทางถนนเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทำให้เกิดเป็นชุมชนกระจุกตัวตามเส้นทางคมนาคมในรูปแบบที่ต่างกัน

โครงสร้างของชุมชนในบริเวณตลาดน้ำอัมพวานั้น แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะที่ชัดเจน คือ

1. ชุมชนชาวสวน เป็นกลุ่มชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานกระจายตัวอยู่ทั่วไปในบริเวณที่ห่างออกไปจากปากคลองอัมพวา ส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพในการทำสวนผลไม้ โดยการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายคลองต่างๆ ที่ไหลผ่านยังพื้นที่ของตน ซึ่งหลักฐานทางประวัติศาสตร์คาดว่า เป็นกลุ่มชุมชนเริ่มแรกในการตั้งถิ่นฐานของพื้นที่ โดยมีความสัมพันธ์กับการก่อสร้างวัดมาแต่เดิม
2. ชุมชนริมน้ำ เป็นกลุ่มชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานขึ้นมาพร้อมๆ กับตลาดน้ำบริเวณปากคลองอัมพวาโดยส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเพื่อการค้าขายเป็นหลัก สังกัดได้จากป้ายชื่อร้านค้าต่างๆ แบบโบราณที่ยังคงมีให้เห็นบ้างในบางหลัง ถึงแม้ว่าในปัจจุบันอาคารร้านค้าต่างๆ เหล่านี้ได้เปลี่ยนสภาพมาเป็นอาคารบ้านพักอาศัยทั่วไป

จะเห็นได้ว่าปัจจุบันชุมชนริมน้ำเป็นพื้นที่ของตลาดน้ำอัมพวาเป็นส่วนใหญ่ โดยชาวบ้านจะขายของตามบ้านเรือนต่อกันไป ทั้ง 2 ฝั่งของคลองอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการตั้งถิ่นฐานที่ตั้งบ้านเรือนขนานไปกับคลอง

การแบ่งชุมชน

ตลาดน้ำอัมพวามีพื้นที่รวมกัน 2.5 ตารางกิโลเมตร มีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 1,060 หลังคาเรือน ในอดีตไม่ได้มีการแบ่งเป็นชุมชนอย่างชัดเจน มาแบ่งเป็นชุมชนครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2538 โดยใช้ถนนและคลองเป็นตัวแบ่ง โดยเรียงลำดับการเกิดขึ้นของแต่ละชุมชนดังนี้ คือ

- พ.ศ. 2538 ชุมชนบางจาก และชุมชนโรงเจ
- พ.ศ. 2539 ชุมชนบ้านหัวแหลม และชุมชนวัดอัมพวัน
- พ.ศ. 2540 ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนประชาอุทิศ
- พ.ศ. 2541 ชุมชนบางกะพ้อม 1 และชุมชนบางกะพ้อม 2

“ปี พ.ศ. 2538 ตั้งชุมชนบางจาก กับโรงเจ ต่อมาปี 2539 บ้านหัวแหลม กับวัดอัมพวัน ตลาดอัมพวา คลองอัมพวา ประชาอุทิศ มันจะไล่ต่อกันเลยคะ ต่อมาก็จะเป็น ริมเขื่อน บางกะพ้อม เมื่อก่อนถูกแบ่งแค่ 1 ปรากฏว่าพื้มองว่าพื้นที่ใหญ่มาก ก็เลยขอแบ่งเป็น 2 ก็เลยเป็นบางกะพ้อม 1 และบางกะพ้อม 2”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

โดยการแบ่งพื้นที่เป็นชุมชนย่อยๆ นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. หาตัวแทนชุมชนมาประสานงานระหว่างเทศบาลและคนในชุมชน
2. สามารถจัดสรรงบประมาณให้แต่ละชุมชนได้อย่างชัดเจน
3. เพื่อความสะดวกในการบริหารงานและการพัฒนาชุมชน

“เค้ารู้ว่าการเป็นชุมชนมันได้อะไร 1. มันจะมีตัวแทนขึ้นมาประสานกับหน่วยงานนะ ขอความช่วยเหลือเราไม่ต้องเดินมาเอง เราไม่ต้องมาทะเลาะกับเจ้าหน้าที่เองนะ อะไรอย่างนี้ 2. มีงบประมาณลงไปด้วย นี่จ้ะ นี่คือประเด็นที่เค้าอยากทำขึ้นมา.....เวลาเราดูแลเรื่องสุขภาพ ดูแลในเรื่องความเป็นอยู่ ดูแลในเรื่องรายหัว ทุกคนเค้ามีสิทธิที่จะได้”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

โครงสร้างการบริหารงานของชุมชน

จากการวิจัยพบว่าชุมชนในเขตตลาดน้ำอัมพวาทุกชุมชนมีโครงสร้างการบริหารงานอย่างชัดเจน และแต่ละตำแหน่งมีบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน คือ

1. ประธานชุมชน มาจากการเลือกตั้งโดยคนในชุมชนและได้รับการแต่งตั้งโดยเทศบาล มีวาระในการทำงาน 4 ปี ต่อ 1 วาระ ซึ่งประธานชุมชน มีบทบาทหน้าที่ในบริหารงาน และพัฒนาชุมชนของตนเอง รวมทั้งประสานงานระหว่างเทศบาลกับคนในชุมชน

2. กรรมการชุมชน มีตำแหน่งดังต่อไปนี้

- 2.1 รองประธาน
- 2.2 เลขานุการ
- 2.3 เภรัญญิก
- 2.4 ประชาสัมพันธ์
- 2.5 การคลัง
- 2.6 ฝ่ายการศึกษา
- 2.7 สวัสดิการสังคม
- 2.8 สาธารณะสุข
- 2.9 พัฒนาชุมชน

กรรมการชุมชนนั้นมาจากการแต่งตั้งของประธานชุมชน เนื่องจากกรรมการเป็นกลุ่มคนที่ต้องทำงานใกล้ชิดกับประธาน ดังนั้นผู้ที่ป็นประธานจะเลือกบุคคลที่ตนมีความสนิทสนมคุ้นเคย และสามารถทำงานร่วมกันได้ โดยกรรมการจะมีหน้าที่ในการบริหารงานร่วมกับประธานชุมชนตามตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง โดยในแต่ละชุมชนจะมีจำนวนกรรมการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประธานชุมชน

3. คนในชุมชน คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น โดยไม่มีบทบาทในการบริหารงานของชุมชน แต่มีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

ชุมชน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ของชุมชน เช่น เมื่อมีงบประมาณมาแต่ละชุมชนจะนำงบประมาณนั้นไปพัฒนาอะไรต้องให้ทุกคนร่วมตัดสินใจ

การสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่า ตลาดน้ำอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบสังคมปฐมนิยม จากการตั้งถิ่นฐานที่อยู่ใกล้ชิดกันแต่ละครัวเรือนจะอยู่เรียงกันไปตามแนวคลอง แนวถนน หรือในส่วนของชุมชนชาวสวนที่ถึงแม้ไม่ได้อยู่ใกล้กัน แต่ก็ไม่มีรั้วมาแบ่งเขตบ้าน ดังนั้นวิธีการสื่อสารที่สำคัญของคนในชุมชนคือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก คือ เมื่อมีข่าวสารเข้ามาในชุมชน ก็จะบอกต่อกันไปเรื่อยๆ ซึ่งผู้วิจัยเองก็ได้มีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ กล่าวคือ ขณะที่สัมภาษณ์คนในชุมชนอยู่นั้น ก็มีสมาชิกคนอื่นเดินมาบอกข่าวเกี่ยวกับการประชุม และเมื่อเสร็จแล้วก็เดินไปบอกคนอื่นๆ ต่อไปเรื่อยๆ

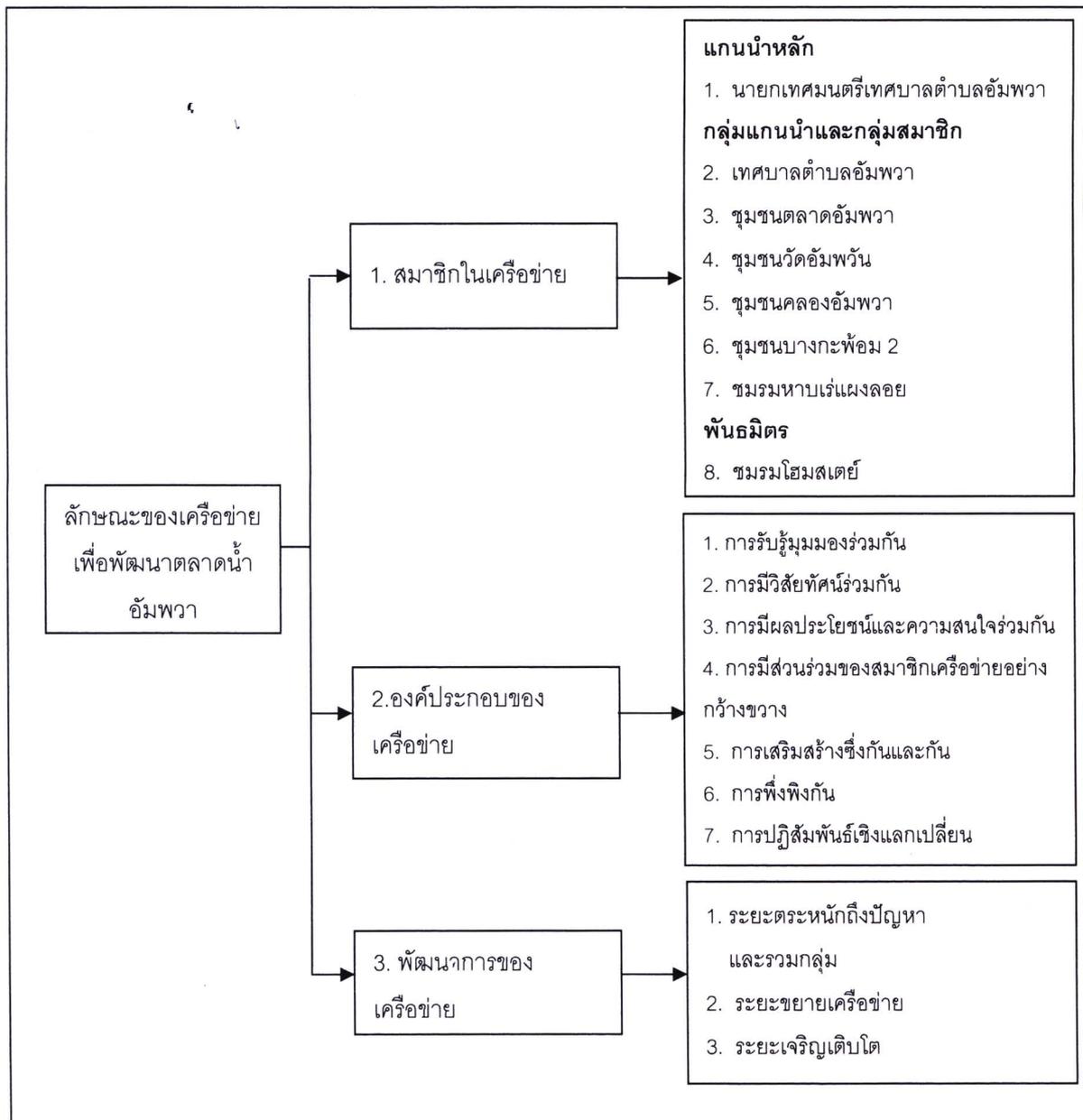
อีกสิ่งหนึ่งที่คนในชุมชนให้ความสำคัญในแง่ของการสื่อสาร คือ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในชุมชนจะต้อง “คุย” เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และเน้นการคุยแบบเห็นหน้า ไม่ว่าจะผ่านการประชุม เดินไปคุยกันที่ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางของทุกชุมชน นอกเหนือจากนั้นในชุมชนยังได้ใช้เสียงตามสาย ซึ่งเทศบาลจะเป็นผู้รับผิดชอบ โดยออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ทุกชุมชน เพื่อแจ้งข่าวสารและเป็นสื่อกลางระหว่างเทศบาลกับคนในชุมชน

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า จากลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา ทำให้เห็นว่าการพัฒนานั้นสภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และการตั้งถิ่นฐานของคนในชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชุมชนแห่งนี้พัฒนาได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์และความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา ทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหน เป็นแรงผลักดันอยากจะทำให้ชุมชนของตนเองมีความเจริญรุ่งเรืองดังในอดีต และมีระบบการสื่อสารที่เชื่อมโยงให้คนในชุมชนไว้ด้วยกัน

ส่วนที่ 2. ผลการวิจัย ตามปัญหานำการวิจัย ดังนี้

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีลักษณะสำคัญดังแสดงในภาพที่ 9



ภาพที่ 9 แสดงลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

1. สมาชิกในเครือข่าย

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมิได้เกิดจากคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และชมรมต่างๆ ได้เข้ามารวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อ ก่อให้เกิดการพัฒนา จากการศึกษาพบว่า การแบ่งกลุ่มต่างๆ ของสมาชิกในเครือข่ายนั้นไม่สามารถ แบ่งสมาชิกคนใดคนหนึ่งให้อยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้อย่างชัดเจน เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนมี หลายบทบาท อาทิ บางคนอยู่ในกลุ่มสมาชิกรวมทั้งเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและเป็น สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วย ดังนั้นในเบื้องต้นผู้วิจัยขอแบ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยยึด ตามลักษณะของหน่วยงานและการแบ่งชุมชนในพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวา เพื่อให้เห็นภาพความเป็น เครือข่ายได้ชัดเจนขึ้น กล่าวคือ หน่วยงานรัฐ ชุมชน และชมรม ได้ 8 กลุ่ม ดังนี้

แกนนำหลัก ได้แก่

1. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ได้แก่

2. เทศบาลตำบลอัมพวา
3. ชุมชนตลาดอัมพวา
4. ชุมชนวัดอัมพวัน
5. ชุมชนคลองอัมพวา
6. ชุมชนบางกะพ้อม 2
7. ชมรมหาบเร่ แผงลอย

พันธมิตรของเครือข่าย ได้แก่

8. ชมรมโฮมสเตย์

โดยนำเสนอในภาพที่ 10 ดังต่อไปนี้

แกนนำหลัก

แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสูวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นผู้ที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และเป็นจุดเริ่มต้นของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา คือ

1. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

จากการวิจัยพบว่า ตลอดระยะเวลาในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักมีบทบาทต่อการพัฒนาในหลายๆ ด้าน ซึ่งสามารถแบ่งได้โดยอาศัยพัฒนาการของเครือข่าย ดังตารางที่ 1

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและ รวมกลุ่ม “ยืนอยู่ข้างหน้า”	ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย “ยืนอยู่ตรงกลาง”	ระยะที่ 3 เจริญเติบโต “ยืนอยู่หลังแถว”
1. เป็นผู้นำ 2. กำหนดกลยุทธ์ 3. นักประชาสัมพันธ์	4. ให้กำลังใจ 5. โนมน้าวใจ 6. แก้ไขปัญหา	6. แก้ไขปัญหา

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบบทบาทของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสูวรรณ
ในแต่ละพัฒนาการของเครือข่าย

“บทบาทของผู้ดำเนินเนี่ย บางครั้งมันก็กำหนดเป็น Position ช่วงปีแรกๆ เราต้องยืนหน้าเค้า เพื่อที่จะนำ เพื่อให้เค้าขับเคลื่อน แต่พอมาปี 2 บางทีเรา ก็อาจจะต้องมายืนตรงกลาง หรือบางครั้งอาจจะต้องมายืนหลังแถว เพราะเราจะได้เห็นว่ามีไ้แถวที่เดินเนี่ยมันตรงไม่ตรง ถ้าเราอยากเห็นแถวตรงเนี่ย ผู้นำจะเดินหัวหรือท้าย ก็ต้องท้ายใช้มั๊ยครับ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสูวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

1. เป็นผู้นำ

แกนนำหลัก คือ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งตำแหน่งดังกล่าวเป็นตำแหน่งบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่หลักในการบริหารงานและพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งผลงานหลักที่แกนนำหลักท่านได้ทำ คือ เป็นผู้ริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเจริญเติบโตอีกครั้ง นอกจากนั้นยังเป็นผู้นำทั้งในด้านของความคิดเห็น เป็นจุดศูนย์กลางทางด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านกำลังใจให้กับสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาประสบผลสำเร็จ

“ท่านนายกฯ จะบอกว่าท่านนายกฯ คนเดียวท่านก็ทำไม่ได้ ถ้าเราไม่มีนายกฯเราก็ทำไม่ได้ เพราะท่านเป็นผู้ที่นำเรา พวกสื่อข่าวอะไรมาเนี่ย ท่านประสานได้ อย่างเราเนี่ยตัวน้อยๆ เราประสานไม่ได้”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

2. กำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

การจะพัฒนาตลาดน้ำให้ประสบผลสำเร็จนั้น มิใช่เพียงมีแนวคิดที่จะระดมคนมาแล้วตั้งร้านขายของ แต่การจะพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จนั้นต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลักมีบทบาทในการเป็นผู้นำในการประชุม ระดมความเห็น และร่วมกำหนดกลยุทธ์กับกลุ่มแกนนำเพื่อที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เช่น ในตลาดน้ำควรจะขายอะไรบ้าง เปิดขายวันใด และเวลาอะไร เป็นต้น

“เพียงแต่ตัวเราไปช่วย เค้าเรียกไปช่วยกำหนดกลยุทธ์มัน คือไม่ใช่บอกอยากทำตลาดน้ำก็เอาเรือกับพายมา แต่เราต้องกำหนดว่าเอี่ยมมันจะเปิดกี่วัน จะขายเวลาไหน ก็ต้องมานั่งคุยกัน”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

3. นักประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาประสบผลสำเร็จ เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ออกสื่อมวลชนอย่างหลากหลายและต่อเนื่อง โดยแกนนำหลักจะเป็นผู้เชิญสื่อมวลชนมาทำรายการ คิดประเด็นในการประชาสัมพันธ์ สืบเนื่องมาจากแกนนำหลักท่านเคยทำรายการทีวีมาก่อนจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบทบาทที่สำคัญอีกด้านหนึ่ง คือ การเป็นนักประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะคิดประเด็นเพื่อออกข่าวประชาสัมพันธ์ เชิญรายการโทรทัศน์มาถ่ายทำรายการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของตลาดน้ำอัมพวา และที่สำคัญคือการทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเป็นนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกลไกหลักที่จะทำให้คนรู้จักและมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น

จะเห็นได้ว่าการทำประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาโดยตลอดนั้น ช่วยสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเพิ่มขึ้น นำไปสู่ความเจริญเติบโตของตลาดน้ำอัมพวาต่อไปในอนาคต

“คือ มันเป็นการประชาสัมพันธ์ทางสื่อกันเยอะ ทางผู้บริหารตรงนี้เค้าจะนำสื่อมาถ่ายทำสารคดีของสมุทรสงคราม ของอัมพวา และวิถีชีวิตชุมชนระบบนิเวศอะไรพวกนี้ก็จะถ่ายทำกันไป แล้วอีกอย่างก็จะมีกิจกรรม แล้วก็ถ่ายทอดไปให้คนได้รู้ได้เห็นเรื่อยๆ ก็ทำให้คนหลังไหลเข้ามา”

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจกกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

“อย่างตัวท่านนายกฯเองก็ต้องชมท่านว่าท่านค่อนข้างกว้างขวางขวางในวงการของสื่อเหมือนกัน ในช่วงแรกก็จะมีสื่อพวก ททท. และพวกช่องทีวีหลายๆช่องเข้ามา ซึ่งท่านก็เชิญชวนว่ามีกิจกรรมตรงนี้นะให้ลองเข้ามาถ่ายทำดู”

(คุณภูพิรฐ์ แต่สุวรรณ : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

“คืออย่างนี้ครับมันมียุทธศาสตร์ที่จะบริหารสื่อ จริงๆ ก่อนเป็นนายกผมเคยทำธุรกิจ ทำรายการทีวี คือ วันนั้นเนี่ยอัมพวาหลักของการใช้สื่อ สมมุติอัมพวามีสื่อเข้ามาหา 10 คน ผมไม่ให้ใบเดียวหรอก ผมฉีกใบนี้ออกเป็น 10 ชิ้น คนที่ 1 มากี่เอาไป 1 ชิ้น คุณเป็น number 1 มั้ย เพราะฉะนั้นผม

จะมีสื่อ 10 คนเป็น number 1 ทุกคนเป็นข่าวใหม่เสมอสำหรับแต่ละคน
แต่ละสื่อ คือ คำเรียกว่าการบริหารข่าว ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

4. ให้กำลังใจ

การที่จะทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายมาร่วมกันพัฒนาตลาดน้ำจากเดิมที่เกือบจะ
ตายไปแล้วให้กลับพลิกฟื้นขึ้นมาใหม่นั้นไม่ใช่เป็นเรื่องที่ง่าย ดังนั้นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก
ต้องใช้ความพยายาม ความอดทนกันอย่างสูง ซึ่งต้องพบกับปัญหาอุปสรรคมากมาย ไม่ว่าจะ
เป็นความเสี่ยง ความท้อใจ ซึ่งที่ผ่านมาแกนนำหลักเป็นอีกผู้หนึ่งที่คอยเป็นกำลังใจให้กับสมาชิก
ทุกกลุ่มในเครือข่ายมาโดยตลอด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกส่วนใหญ่จะให้ความเคารพ ความรัก
และศรัทธาต่อท่านเป็นอย่างมาก

“เพราะฉะนั้นเราจะเคลื่อนคนไม่ใช่ออกคำสั่ง บางทีมันก็ต้องสร้างแรงจูงใจ
คนบางกลุ่มก็ต้องให้ reward บางกลุ่มก็ต้องให้การยกย่องชมเชย”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“อย่างท่านนายกเนี่ยท่านก็ดูแลเราอยู่แล้ว ตรงนี้ท่านทำมากับมือท่านเอา
ใจใส่พอสมควร ตรงนี้ท่านเหนื่อยเยอะกว่าจะได้ตรงนี้นะ ท่านเหนื่อยท่านก็
คุ้มเพราะคนในชุมชนก็นะก็สมัยท่านก็ได้ คนรักท่าน”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“คือว่า เราแบบว่ามีกำลังใจ ท่านนายกฯ บอกสู้ไปเถอะ ไม่เป็นไรหรอก
ติดหรือไม่ติดก็ไม่เป็นไร ทีนี้เรามีแรงจูงใจจ้ะ คือว่าท่านนายกก็ให้กำลังใจ
เพื่อนบ้านแต่ละชุมชนบอกว่าทำไปเถอะ ใครจะว่าอย่างไรไม่ต้องสนใจ ทำ
ของเราไป”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

5. โน้มน้าวใจ

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในช่วงเริ่มแรกคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย มีเพียงคนบางกลุ่มที่เป็นผู้ริเริ่ม แต่เมื่อตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นมาแล้ว การที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวาอยู่รอดและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้คนในชุมชนทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่าย ดังนั้นแกนนำหลักจึงใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการเดินเข้าไปพบคนในชุมชนโดยตรง เพื่อพูดคุยและโน้มน้าวใจให้ออกมาช่วยกันพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

“ตัวท่านก็เป็นคนมาเชิญชวนเอง พอนั้นก็เหมือนกับว่าทางชมรมแฝงลอยทางชุมชนก็มาช่วยกัน เรียกว่าเชิญชวนคนนั้นคนนี่เข้ามา”
(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“ส่วนใหญ่แล้วจะมีแรงจูงใจมาจากท่านนายกฯ ถ้าจะทำอะไรทั้งหมดทางเทศบาลเขาก็จะขอความร่วมมือจากชุมชน เวลาที่มีมติจากชุมชนทุกอย่างก็จะผ่านท่านนายกฯ”
(คุณสนั่น ถิตยานุรักษ์ : ประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

6. แก้ไขปัญหา

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วย เทศบาล ชุมชนต่างๆ ชมรมหาบเร่แฝงลอย และชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มมาทำงานร่วมกัน ดังนั้นจึงอาจมีปัญหหรือข้อขัดแย้งเกิดขึ้น ซึ่งแกนนำหลักจะเป็นผู้ที่ช่วยไกล่เกลี่ยและตัดสินปัญหานั้นๆ โดยการตัดสินปัญหานั้นมีหลากหลายรูปแบบ คือ ถ้าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนจะให้ชุมชนเป็นผู้ตัดสินปัญหาด้วยตนเอง แต่ถ้าในชุมชนไม่สามารถตัดสินปัญหาได้ก็จะขึ้นมาปรึกษาแกนนำหลัก ในอีกกรณีคือถ้าเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อส่วนรวมจะนำปัญหานั้นเข้าไปประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำคนอื่น ๆ เพื่อตัดสินปัญหาร่วมกัน เช่น ที่ผ่านมามีกรณีชุมชนหนึ่งต้องการที่จะเปลี่ยนประธานชุมชน ก็มีการเดินขบวนและรวบรวมรายชื่อขึ้นมาพบแกนนำหลัก โดยท่านให้ข้อคิดว่าการทำงานก็ต้องมีทั้งคนที่ชอบและไม่ชอบ

ดังนั้นการทำงานควรถนอมน้ำใจกันไว้ดีกว่า เพราะอนาคตข้างหน้าอย่างไรก็อยู่ในชุมชนเดียวกัน ซึ่งทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นผ่านไปได้

“คือว่าแบบ มีข้อขัดแย้งเพราะอันนี้ไม่ถูก ท่านเหมือนจะเป็นตัวเชื่อม แบบว่าไม่เป็นไร”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“มีแม้กระทั่งที่ผ่านมาไม่เอาประธานชุมชน เดินขบวน ล่ารายชื่อมาหาผม ผมบอกอยู่ด้วยกันยังไง เพราะฉะนั้นสิ่งที่คุณเลือกมาคุณต้องรับผิดชอบ มันไม่ใช่เลือกเพื่อถูกใจคุณ เค้าทำงานก็ต้องมีทั้งถูกใจไม่ถูกใจ เชื้อเถอะ วันหนึ่งเค้าก็หมดวาระ คุณก็เลือก process ใหม่ แต่รักษาน้ำใจกันไว้ดีกว่า”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

สรุปได้ว่า การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักเป็นผู้นำที่มีบทบาทและความสำคัญ ทั้งในด้านการวางแผนงาน กำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งเป็นผู้ที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ ด้วยความจริงใจ ซึ่งจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย และคนในชุมชนเห็นถึงความตั้งใจ และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมเพื่อทำให้ตลาดน้ำอัมพวาพัฒนาต่อไป

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก

เนื่องจากกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ที่มาร่วมเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา นั้นได้รวมกันอยู่ในกลุ่มของเทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนทั้ง 4 ชุมชน และชมรมหาบเร่แผงลอย ดังนั้นเพื่อให้เห็นความชัดเจนของลักษณะชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนา ลักษณะของความเป็นเครือข่ายและบทบาทของเครือข่ายต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ผู้วิจัยจึงได้นำกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกรวมกัน และจะแสดงให้เห็นการแบ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยมีรายละเอียดดังนี้



2. เทศบาลตำบลอัมพวา

บริเวณพื้นที่เทศบาลปัจจุบัน เดิมเรียกว่า แขวงบางช้าง บริเวณแขวงบางช้างนี้ถูกเรียกกันว่า "สวนนอก" ลักษณะเป็นชุมชนเล็กแต่มีความเจริญทั้งการเกษตรกรรม และการพาณิชย์กรรม เพราะในสมัยพระเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา แขวงบางช้างมีตลาดแห่งหนึ่ง เรียกว่า "ตลาดบางช้าง" มีนายตลาด บางช้าง เป็นผู้เก็บภาษีอากรขนอนตลาดนายตลาดผู้นี้เป็นผู้หญิงชื่อน้อย มีบรรดาศักดิ์เป็นท้าวแก้วผลึก เป็นคนในตระกูลเศรษฐีในแขวงบางช้าง ซึ่งต่อมาเป็นต้นวงศ์ราชินิกุลบางช้าง ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์

ในปี พ.ศ. 2481 ได้ รวมท้องที่ตำบลอัมพวาและตำบลบางกะพ้อมเข้าด้วยกันเป็นตำบลอัมพวาและทางราชการได้พิจารณาเห็นว่าตำบลอัมพวามีจำนวนพลเมือง ความเจริญ และรายได้พอสมควรที่จะจัดตั้งเป็นเทศบาลได้ เพื่อเป็นการส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองตนเองและพัฒนาท้องถิ่น อันเป็นการฝึกหัดและปลูกฝังการปกครองระบอบประชาธิปไตยให้แก่ประชาชน จึงได้ตราพระราชกฤษฎีกายกฐานะตำบลอัมพวา ขึ้นเป็นเทศบาลตำบลอัมพวา เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2483



ดวงตราประจำเทศบาล เป็นรูปวงกลมมีช้างเผือกอยู่ในป่ามะม่วง เทศบาลตำบลอัมพวา จึงหมายถึงตำบลในท้องที่ที่มีมะม่วงมากหรือตั้งอยู่ในดงมะม่วง (ที่มา: <http://www.amphawa.go.th>)

เทศบาลตำบลอัมพวา เป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการบริหารงาน และดูแลตลาดน้ำอัมพวา โดยมีแกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้นำ ดังนั้นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลตำบลอัมพวาจึงอยู่ในกลุ่มแกนนำ โดยพบว่ามีบทบาทที่สำคัญดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารต่างๆ ไปสู่สมาชิก เช่น กรณีที่แกนนำหลักจะนัดกลุ่มแกนนำ สมาชิกในเครือข่าย หรือคนในชุมชนประชุม กลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นผู้ออกจดหมายให้

“ก็เป็นหนังสือส่งมา บางทีทางเทศบาล..เออไปร่วมประชุมกันหน่อย เขาก็มาเรียกเรา”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

2. เป็นที่ปรึกษาให้กับกลุ่มแกนนำของชุมชนและกลุ่มสมาชิก จากการวิจัยพบว่า การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นกลุ่มแกนนำของชุมชนมีบทบาทที่จะคิดรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นถ้ากลุ่มแกนนำของชุมชนมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาที่จะเข้ามาปรึกษากับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือในกรณีที่ชุมชนมีการจัดประชุมจะต้องมีแกนนำหลักหรือไม่กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเข้าร่วมประชุมด้วยทุกครั้ง

“ใช่ เราให้คำปรึกษาเค้า เค้ามา ...เฮ้ย...อย่างนั้นดีมัย ซึ่งเราคิดไม่ถึงเหมือนเค้า เค้าคิดได้ พอดคิดปั๊บ เออ....ดีพี่ เราก็เริ่มที่จะให้คำปรึกษาเค้า”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

3. ชุมชนตลาดอัมพวา



ภาพที่ 11 แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวา

(ที่มา <http://www.amphawa.go.th>)

ชุมชนตลาดอัมพวาตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งเทศบาลตั้งแต่ปากคลองอัมพวา เชื่อมต่อจากแม่น้ำแม่กลอง จนถึงสะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) ลักษณะอาคารชุมชนมีรูปแบบเป็นอาคารตึกแถวสมัยใหม่ สูง 2-3 ชั้น ซึ่งเป็นย่านพาณิชย์กรรมในบริเวณของตลาดอัมพวา ส่วนบริเวณปากคลองมีลักษณะเป็นอาคารเรือนทรงไทยโบราณสูง 1 ชั้น กับอาคารตึกแถวสมัยเก่าสูง 2 ชั้น ถัดเข้าไปตอนในจากริมน้ำเป็นอาคารตึกแถว อยู่ติดกับถนนและอาคารไม้ กับทรงเรือนไทยติดกันเป็นหมู่เรือน การใช้อาคารเป็นการขายสินค้า ของสด ของแห้ง และบริการแก่คนในชุมชน (นิธิ ลิศนันท์, 2544)

สมาชิกส่วนใหญ่ในชุมชนมีอาชีพค้าขาย จะหนาแน่นบริเวณริมคลอง หน้าตลาด ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานชุมชน และกรรมการชุมชน
2. กลุ่มสมาชิก คือ คนในชุมชนตลาดอัมพวาที่ได้เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

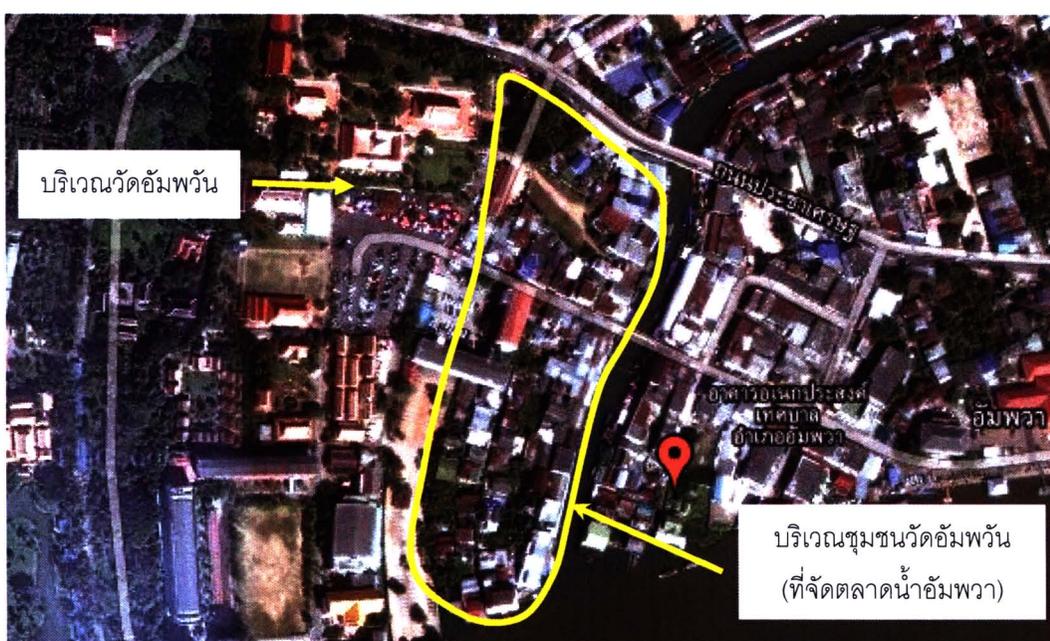
3. สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งพบว่าในชุมชนตลาดอัมพวามีสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยมากที่สุด เนื่องจากในช่วงแรกนั้นตลาดน้ำอัมพวาจัดที่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวา โดยแกนนำหลักมอบหมายให้ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นผู้ดูแลในส่วนของการจัดวางตำแหน่งร้านขายของบริเวณหน้าเทศบาลรวมถึงในบริเวณชุมชนเป็นหลัก ดังนั้นแม่ค้าที่จะขายของในบริเวณนี้ต้องเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมฯ ทุกคน ดังนั้นจึงทำให้สมาชิกที่เข้ามาในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาของชุมชนนี้ส่วนใหญ่จะเข้าร่วมในชมรมหาบเร่แผงลอยทั้งสิ้น

4. สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ โดยในชุมชนตลาดอัมพวามีสมาชิกเพียง 1 ท่านเท่านั้น คือ คุณวรพจน์ เจียมปรีชา เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน เนื่องจากสมาชิกในเครือข่ายส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายเป็นหลัก มีเพียงคุณวรพจน์เท่านั้นที่ดัดแปลงที่พักซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ โดยด้านล่างเป็นร้านขายยา ส่วนชั้นบนได้ดัดแปลงเป็นโฮมสเตย์

“ชุมชนในตลาดอัมพวามีบ้านเดี่ยวณะคะที่เป็นสมาชิกโฮมสเตย์ บ้านสวรรค์พิมาน คุณวรพจน์ เจียมปรีชา”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

4. ชุมชนวัดอัมพวัน



ภาพที่ 12 แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนวัดอัมพวัน

(ที่มา <http://www.amphawa.go.th>)

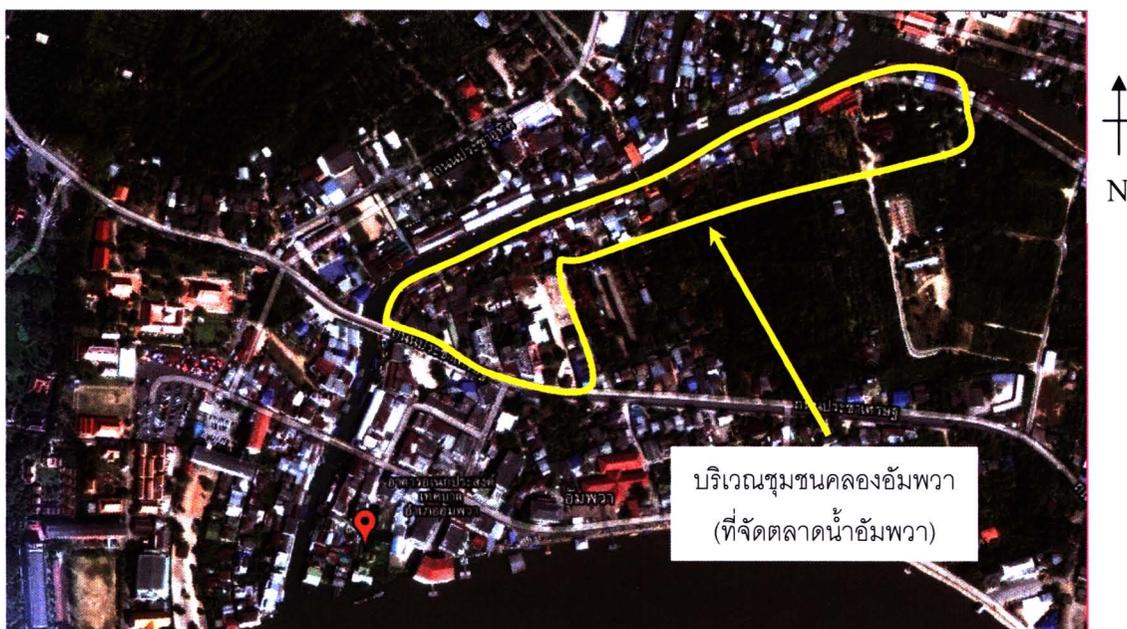
ชุมชนวัดอัมพวันตั้งอยู่บริเวณฝั่งวัดอัมพวันเจติยาราม ตั้งแต่ปากคลองอัมพวาจนถึงสะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) ลักษณะอาคารของชุมชนมีรูปแบบเป็นอาคารตึกแถวสูง 2 ชั้น และอาคารเรือนไม้สูง 1 ชั้น เรียงเป็นแนวสลับกัน โดยบริเวณด้านตรงข้ามกับชุมชนตลาดอัมพวามีอาคารพาณิชย์สมัยใหม่หนาแน่น ถัดเข้าไปภายในเป็นทางเชื่อมไปวัดอัมพวัน มีทางเดินคอนกรีตไปยังกลุ่มอาคารด้านหลังริมคลอง

การใช้อาคารพาณิชย์ที่เป็นตึกแถวจะใช้พื้นที่อาคารพาณิชย์ริมคลองเหมือนกับชุมชนตลาดอัมพวา คือเป็นทั้งแบบพักอาศัยด้านหลังและด้านหน้าที่หันเข้าหาคลองสำหรับทำการค้าขาย ถัดเข้าไปตอนในด้านหลังเป็นที่อยู่อาศัยทั้งหมด และเป็นที่ย่างด้านหลัง มีที่ของโรงเรียนเทศบาล และวัดอัมพวันที่ใช้เป็นที่จอดรถหลักของชุมชน (นิธิ ลิศนันท์, 2544)

ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานชุมชน และกรรมการชุมชน
2. กลุ่มสมาชิก คือ คนในชุมชนวัดอัมพวันที่ได้เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
3. สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย จากการสัมภาษณ์พบว่าในบริเวณชุมชนวัดอัมพวันนี้มีแม่ค้าที่เข้าร่วมในชมรมจำนวน 8 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 19 เมษายน 2552) ซึ่งส่วนใหญ่ที่เข้าเป็นสมาชิกในชมรมฯ เพราะต้องการทำให้การค้าขายในตลาดน้ำอัมพวาเป็นมาตรฐานเดียวกัน และจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ
4. สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ จากการวิจัยและสังเกตพบว่าในชุมชนวัดอัมพวันพื้นที่ริมคลอง และริมถนนที่เชื่อมไปวัดอัมพวันส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ค้าขาย ส่วนที่อยู่ถัดไปด้านหลังเป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งบางส่วนก็ได้พัฒนาให้เป็นโฮมสเตย์ ซึ่งในชุมชนวัดอัมพวันนี้มีโฮมสเตย์ไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนอื่นๆ

5. ชุมชนคลองอัมพวา



ภาพที่ 13 แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนคลองอัมพวา
(ที่มา <http://www.amphawa.go.th>)

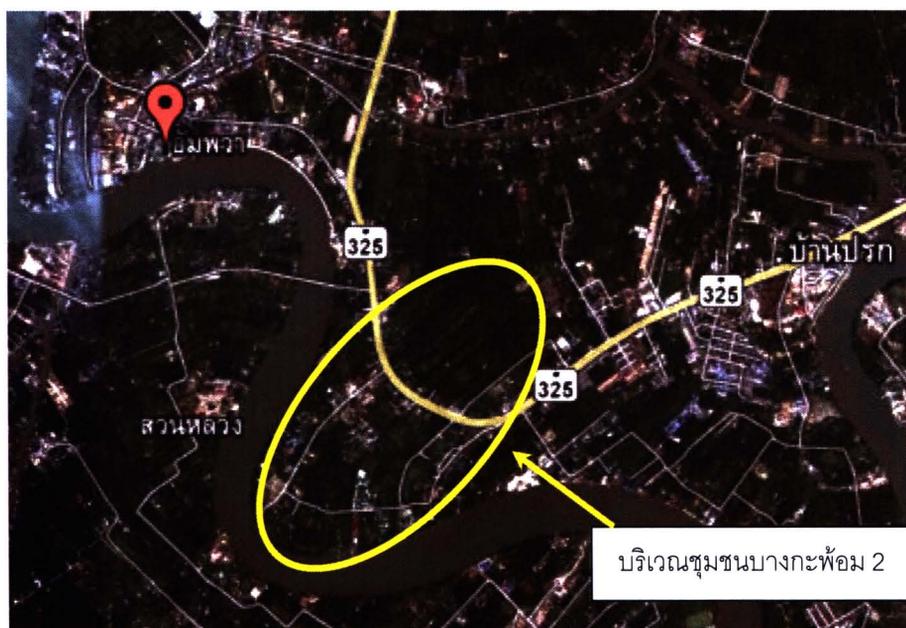
ชุมชนคลองอัมพวาตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งเทศบาลตั้งแต่สะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) จนถึงบริเวณหน้าวัดพระยาญาติ (วัดปากงาม) ลักษณะอาคารของชุมชนนี้มีรูปแบบเป็นอาคารเรือนแถวไม้สูง 1-1.5 ชั้น มีการใช้อาคารเพื่อพักอาศัย และพักอาศัยกับค้าขาย แต่ละครัวเรือนมีการทำสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งของไว้ขายหน้าบ้านเรือนแถว ในบริเวณมีรูปแบบอาคารพาณิชย์สูง 2-3 ชั้น แทรกระหว่างอาคารเรือนแถวไม้

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวซึ่งอยู่ด้านหลังอาคารริมน้ำ ส่วนอาคารเรือนแถวตั้งอยู่หนาแน่นบริเวณริมคลอง เป็นอาคารที่วางตามแนวขนานกับคลอง ใช้พักอาศัยสลับกับร้านค้าและบริการ โดยมีการขายของชำ ขายสินค้าทางการเกษตร มีร้านเสริมสวย ตัดผม คลินิกอนามัยชุมชน โดยจะมีช่องว่างระหว่างอาคารเป็นทางเดินเชื่อมระหว่างพื้นที่ริมคลองกับพื้นที่ในสวนฝั่งด้านใน (นิธิ ลิศนันท์, 2544)

ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานชุมชน และกรรมการชุมชน
2. กลุ่มสมาชิก คือ คนในชุมชนคลองอัมพวาที่ได้เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
3. สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ตามปกติชมรมฯ ไม่ได้เข้ามาดูแลการจัดร้านค้าที่เป็นหาบเร่แผงลอยในชุมชนคลองอัมพวา เนื่องจากอยู่นอกพื้นที่ (ดูแลเฉพาะในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น) แต่จากการวิจัยพบว่า คนในชุมชนที่เปิดร้านขายของก็ได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกในชมรมฯ เพื่อที่จะได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพ
4. สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ จากลักษณะอาคารในชุมชนที่เป็นอาคารเรือนแถวตั้งอยู่บริเวณริมคลองอัมพวา ประกอบกับด้านหลังเป็นสวนมะพร้าว จึงพบว่าในชุมชนมีการทำโฮมสเตย์จำนวนมาก อาทิ บ้านครุฑ บ้านเลียนบที และผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์เช่นกัน

6. ชุมชนบางกะพ้อม 2



ภาพที่ 14 แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนบางกะพ้อม 2

(ที่มา <http://www.amphawa.go.th>)

ชุมชนบางกะพ้อม 2 ตั้งอยู่บริเวณถนนเส้นสาย 325 กระจายตัวทั้งสองฟากฝั่งถนน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวและสวนส้มโอ ลักษณะของบ้านเรือนอยู่อย่างกระจัดกระจายริมถนนซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดร้านขายของ และอีกส่วนจะอยู่บริเวณด้านในสวน ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดเป็นโฮมสเตย์ จากการสังเกตพบว่าบ้านเรือนไม่ได้มีการกันรั้ว ดังนั้นแต่ละบ้านสามารถไปมาหาสู่กันได้ โดยอาศัยการเดิน จักรยาน และมอเตอร์ไซด์

ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานชุมชน และกรรมการชุมชน
2. กลุ่มสมาชิก คือ คนในชุมชนบางกะพ้อม 2 ที่ได้เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
3. สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ จากลักษณะของชุมชนที่เป็นสวนมะพร้าวและอยู่ติดริมคลอง ดังนั้นในชุมชนบางกะพ้อม 2 จึงมีการปรับปรุงบ้านพักให้เป็นโฮมสเตย์จำนวนมาก

“ไม่ได้เน้นในตลาด แต่เน้นว่าให้คนไปเที่ยวสวน ชมสวนในบางกะพ้อม 2 คนที่มาเที่ยวในตลาดนี้แล้วก็ไปพักในโฮมสเตย์ แล้วก็ไปเดินชมสวนในบางกะพ้อม 2 จะเน้นในลักษณะนี้ให้บางกะพ้อม 2 มีคนไปเที่ยวด้วย”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

ในส่วนสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยนั้น เนื่องจากชุมชนบางกะพ้อม 2 มีพื้นที่อยู่ห่างจากตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นจำนวนผู้ที่ไปเป็นสมาชิกชมรมฯ จากการสัมภาษณ์พบว่ามี 2-3 คนเท่านั้น และผู้วิจัยได้สอบถามจากประธานชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกท่านอื่นๆ ที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ แต่ไม่สามารถติดตามเพื่อสัมภาษณ์ได้ ดังนั้นในส่วนของชุมชนบางกะพ้อม 2 จึงไม่มีตัวแทนของสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

7. ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นการรวมกลุ่มของผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา โดยการรวมกลุ่มนั้นเกิดขึ้นเพราะในช่วงนั้นแม่ค้าไม่สามารถขายของได้ จะขายได้บ้างก็เฉพาะช่วงเช้าและเย็นเท่านั้น บางวันขายได้ไม่กี่ร้อยบาท สภาพเศรษฐกิจฝืดดอย รายได้เริ่มลด

น้อยลง จนกระทั่งเมื่อ พ.ศ. 2544 ที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จ.สมุทรสงคราม มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า ซึ่งคุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ และกลุ่มเพื่อนแม่ค้าได้ไปดูงานแล้วมีความคิดอยากจะทำกิจกรรมแบบนี้ที่อัมพวาบ้าง แต่ก็ไม่สามารถจัดได้

พอปีที่ 2 แม่กลองได้มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้าอีกครั้งหนึ่ง โดยคุณอรพินธุ์ก็ไปดูงานอีกครั้ง แล้วก็อยากจะทำให้อัมพวามีโอกาสจัดกิจกรรมแบบนี้บ้าง จนกระทั่งวันที่ 4 ตุลาคม 2545 มีสารจากจังหวัดสมุทรสงครามและกลุ่มกรรมการของชมรมร้านอาหารของแม่กลอง ได้มาคุยกับกลุ่มแกนนำจากเทศบาลร่วมกับสาธารณสุขอัมพวา และได้ชักชวนแม่ค้าในตลาดอัมพวาให้ไปร่วมพูดคุยด้วย ซึ่งในที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นว่าปัจจุบันนี้แม่ค้าอยู่แบบตัวใครตัวมัน จึงอยากให้มีแม่ค้าในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาอยู่เป็นกลุ่ม อยากให้มีการตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของแม่ค้า เป็นการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับแม่ค้า เวลาที่มีข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วย จึงเป็นจุดเริ่มของการตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย ขึ้น มีคุณณัฐยุทธ เป็นประธานชมรมคนแรก และให้ชมรมฯ ขึ้นตรงกับเทศบาลตำบลอัมพวาและสาธารณสุข

“พอดีจังหวัดแม่กลองเขามาโฆษณาว่าเขามีงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า พี่กับเพื่อนๆ ก็เลยชวนกันไปดู แล้วก็ตกใจเพราะคนเยอะมาก เราก็...เอ๊ะ เมื่อไหร่ตลาดอัมพวาจึงจะมีแบบนี้บ้าง เพราะของเราขายแค่ตอนเช้าแป๊บหนึ่ง บางคนถ้าอยู่ใกล้หน่อยก็กลับบ้านนอน ตอนเย็นก็ออกมาอีกรอบ ใต้ที่ไกลหน่อยก็นั่งหลับที่ร้านนั่นแหละกว่าจะได้ขายอีกทีก็เย็นอย่างนี้ ก็ผ่านไป พี่ก็ไปดูแล้วก็กลับมาคุยกับเพื่อนๆ เอ๊ะ เมื่อไหร่ตลาดจะมีแบบนี้บ้าง ก็ไม่มี ก็ผ่านไปอีกปี พอปีที่ 2 เราก็ไปดูเค้าอีก ก็มีงานอีก ก็ไปดูเค้าอีก ก็แบบนี้เราก็นั่งเสียดายเมื่อไหร่จะมีแบบนี้บ้าง...”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

□ วัตถุประสงค์ในการตั้งชมรม

จากการวิจัยพบว่าการรวมกลุ่มของชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นไม่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของชมรมฯ เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน แต่สามารถสรุปได้ว่า ชมรมฯ ตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อจะสามารถจัดกิจกรรมและของงบประมาณเพื่อมาพัฒนาชมรมฯ ได้
2. เพื่อให้มีความคล่องตัวในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลและสมาชิกชมรมฯ
3. เพื่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
4. เพื่อควบคุมดูแลสมาชิกชมรมฯ ให้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างถูกต้องตามลักษณะ
สุขอนามัย

“เขาบอกว่าให้เป็นสมาชิกในกลุ่มเรา เพื่อที่เราอยากทำอะไรหรือของ
งบประมาณเพื่อพัฒนา ถ้ามีชมรมมันก็ง่ายขึ้น เรื่องดูแลแม่ค้า เรื่อง
อาหาร”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

“จริงๆ ก็เหมือนอยู่ด้วยกัน บางครั้งมันก็ต้องมีกฎเกณฑ์ มีกติกา ของเรา
จะต้องทำอะไร อย่างเช่นเรื่องของความสะอาดเรื่องสาธารณสุข จะรวมอยู่
ในนี้หมดเลยทางชมรมจะเป็นเหมือนคนอธิบายเราต้องมี อย่างเช่นเข้าชมรม
คุณต้องปฏิบัติตามกฎอย่างนี้ ถึงจะผ่านเกณฑ์ ให้ตลาดมันมีมาตรฐาน”

(คุณสบันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“ต้องการให้พวกแม่ค้ามารวมตัวกันเพื่อจะได้ควบคุมดูแลกันว่าใครมาทำ
อะไรในบ้านเรา ขายอาหารสะอาดมั๊ย พวกเสื้อผ้าการแต่งตัว คือทุกอย่าง
มันต้องเข้าตามระเบียบของชุมชนหมด”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

□ บทบาทหน้าที่

ภายหลังจากตั้งชมรมฯ ขึ้นมาแล้วกิจกรรมที่ชมรมฯ จัดคือ มหกรรมอาหารริมเขื่อน ซึ่ง
เป็นจุดเริ่มที่ทำให้คนมาเที่ยวและรู้จักอัมพวามากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดตลาดน้ำอัมพวาต่อมา โดย
จะเห็นได้ว่าหลังจากที่มีตลาดน้ำแล้ว บทบาทหน้าที่ของชมรมหาบเร่แผงลอยเริ่มเด่นชัดขึ้น คือ

1. เทศบาลตำบลอัมพวาให้ชมรมฯ เป็นผู้ดูแลการตั้งร้านค้าแผงลอยในบริเวณพื้นที่ของ
ชุมชนตลาดอัมพวา
2. ดูแลสมาชิกชมรมฯ ที่ขายของในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา



3. ขอกระแสไฟ ตั้งหม้อไฟ ให้กับร้านค้าแผงลอย
4. จัดเก็บค่าไฟ ค่าเก็บขยะจากร้านค้าแผงลอย ร้านละ 20 บาทต่อวัน

“...ก็คือคุณอรพินท์เนี่ย เขาจัดตั้งมาให้ เป็นหัวหน้าการค้าขาย เขาก็เลย ต้องเก็บทุกร้านข้างบน 10 บาท ข้างล่าง 10 บาท ขยะ 10 บาท ค่าไฟ 10 บาท มั้ง เย็นแล้วก็ต้องจ่าย 20 บาท ทุกร้านนะคะ”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสวีวัฒน์)

และเมื่อตลาดน้ำอัมพวามีการพัฒนามากขึ้น ได้ขยายพื้นที่ไปยังชุมชนอื่นจะเห็นได้ว่า ทางชมรมฯ ไม่สามารถไปช่วยดูแลได้เนื่องจากข้ามเขตของชุมชน ดังนั้นบทบาทของชมรมฯ จึงมี เพียงเดินไฟไปให้ร้านค้าและจัดเก็บรายได้ เพื่อที่ทางชมรมฯ ยังสามารถบริหารงานได้

“เราจะดูแค่ฝั่งนี้แหละคะ ตลาดน้ำเริ่มแรกเนี่ยจะมีแค่ฝั่งนี้กับในเรือ พอฝั่งนี้ร้านเริ่มเต็ม ทางโน้นก็เริ่มมีแล้ว คนก็เริ่มไปลงฝั่งโน้น แล้วฝั่งโน้นมันไม่มีใครดูแลเลย ก็คือเขตเราก็แค่นี้ แค่นี้ในคลองกับในตลาด พอคนเริ่มเยอะร้านก็เริ่มเพิ่มขึ้นไป บ้านทางฝั่งโน้นก็เริ่มขาย มันก็เลยกลายเป็นสองฝั่ง แต่คือเราก็ดูไม่ได้เพราะมันข้ามเขต แล้วก็อย่างฝั่งโน้นเทศบาลก็จะดูอยู่ สมาชิกเราจะอยู่ฝั่งนี้มาก แต่เรื่องไฟเราก็ทำไปให้”

(คุณอรพินท์ ไซวติกประคัลล : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

□ โครงสร้างการบริหารงานของชมรม

จากการวิจัยพบว่าชมรมหาบเร่แผงลอยมีการกำหนดโครงสร้างการทำงาน และบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในชมรมฯ อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย
 - 1.1 ประธานชมรมฯ มาจากการเลือกตั้งโดยสมาชิกชมรมฯ มีวาระในการทำงาน 2 ปี ซึ่งประธานชมรมฯ จะมีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาล และสมาชิกชมรมฯ และดูแลสมาชิกฯ ชมรมฯ ที่มาตั้งแผงลอยขายสินค้าบริเวณชุมชนตลาดอัมพวา

- 1.2 กรรมการชมรมฯ มีตำแหน่งดังนี้
- 1.2.1 รองประธาน
 - 1.2.2 เกร์ญญิก
 - 1.2.3 เลขานุการ
 - 1.2.4 ผู้ช่วย
 - 1.2.5 ปฏิคม
 - 1.2.6 ประชาสัมพันธ์
 - 1.2.7 ตรวจสอบ
 - 1.2.8 ผู้จัดเก็บรายได้ตลาดน้ำอัมพวา

โดยในส่วนกรรมการชมรมนั้นมาจากการแต่งตั้งของประธานชมรม เนื่องจากกรรมการเป็นผู้ที่ต้องทำงานใกล้ชิดกับประธาน ดังนั้นผู้ที่เป็นประธานจะเลือกบุคคลที่ตนมีความสนิทสนมคุ้นเคย และสามารถทำงานร่วมกันได้ โดยกรรมการจะมีหน้าที่ในการบริหารงานร่วมกับประธานชมรมตามตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง

“เรามีกรรมการชัดเจนค่ะ ก็จะมีรองประธาน 4 คน มีเกร์ญญิก มีเลขา มีผู้ช่วย มีปฏิคม มีประชาสัมพันธ์ แล้วก็มีตรวจสอบ มีหมด กรรมการนี้ก็ 2 ปีเปลี่ยนที”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“แล้วในชมรมเอง ก็จะมีพวกกรรมการ มีประธานอะไรอย่างงี้ แล้วอย่างมีคนที่ เป็นสมาชิกค่ะ แล้วการเลือกผู้นำเข้าประชุมก็คือ โหวตคะก็ลงคะแนนเสียงกันคะ เหมือนการเลือกตั้งอะคะ ส่วนกรรมการใช้มั้ยคะ ประธานเขาจะเป็นคนเลือกเอง เหมือนว่าใครที่จะเข้ามาทำงานกับเขาได้”

(คุณสบันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ร้านสมานการค้า)

2. สมาชิกชมรมฯ อยู่ในกลุ่มสมาชิก ของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยมีบทบาทหน้าที่คือจัดร้านค้า ขายของ และร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เมื่อมีประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำของชมรมฯ โดยสมาชิกชมรมฯ ไม่มีบทบาทในการบริหารงานของชมรมฯ

□ การรับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นตั้งขึ้นมาเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้า เพื่อการบริหารจัดการให้การค้าในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและไม่มีปัญหา ดังนั้นข้อกำหนดอย่างหนึ่งคือผู้ที่จะเป็นสมาชิกชมรมต้องเป็นคนที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเท่านั้น

“คือสมาชิกเนี่ยให้อยู่ในเขตเทศบาล ทั้ง 10 ชุมชนเนี่ย เราจับได้”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“เขาอยากจะสงวนไว้ให้เฉพาะคนในชุมชนจริงๆ เพราะถ้ารับคนทั่วไปจะมีจำนวนมาก และคนมากก็มีปัญหา มาก”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

“ตรงนี้ ก็คือชมรมเขาจะมีจำกัด ข้อจำกัดว่าต้องเป็นคนในพื้นที่”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

จากการวิจัยพบว่าในช่วงแรกที่มีการตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการรวมกลุ่มของแม่ค้า ดังนั้นกลุ่มสมาชิกในช่วงแรกจึงมีอยู่จำนวนน้อย หลายๆ คนยังไม่กล้าที่จะมาเข้าชมรมฯ กลุ่มแกนนำของชมรมฯ ต้องไปเดินอ้อนวอนให้มาเข้าชมรมฯ โดยเน้นเรื่องประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิก คือการสมัครสมาชิกครั้งแรกต้องชำระเงินคนละ 100 บาท โดยจะนำเงินตรงนี้ไปเป็นสวัสดิการที่สมาชิกจะได้รับ เช่น กรณีที่สมาชิกไม่สบายก็จะมีของไปเยี่ยมใช้ ตั้งวงเงินไว้ที่คนละ 200 บาท หรือถ้าสมาชิกตายหรือว่าพ่อแม่ของสมาชิกตาย ชมรมก็จะไปช่วยงานศพ แล้วนำพวงหรีดไปให้ หรือการเน้นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การไปดูงานอบรม การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการค้าขาย เป็นต้น

ณ ขณะนั้นจะเห็นได้ว่าแรกเริ่มมีผู้มาสมัครเป็นสมาชิกทั้งหมด 66 ร้าน จนปัจจุบันมีทั้งสิ้น 215 ร้าน (ข้อมูล ณ วันที่ 4 พฤษภาคม 2552) เนื่องจากคนในชุมชนเริ่มเห็นผลงานและเห็นประโยชน์ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิก

“ก็คือส่วนใหญ่ อย่างคนพื้นที่จริงๆ เขาก็จะเข้านะคะ ไปอยู่ในชมรมแทบทั้งหมด คนที่จะขายของในบริเวณตลาดน้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่เป็นส่วนของเทศบาล ก็คือต้องเป็นสมาชิกของชมรมแฉงลอย”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แฉงลอย / ร้านสมานการคำ)

พันธมิตร

คือหน่วยงานที่สนับสนุนเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จากการวิจัยพบว่าพันธมิตรหลักๆ ที่สนับสนุนเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา คือ ชมรมโฮมสเตย์ เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์นั้นได้รวมกลุ่มหลังจากที่ได้เริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไปแล้ว โดยอยู่ในช่วงที่ 2 ของพัฒนาการของเครือข่าย ดังนั้นผู้วิจัยได้จัดชมรมโฮมสเตย์ เป็น “พันธมิตรของเครือข่าย” มิใช่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการแยกชมรมโฮมสเตย์เป็นพันธมิตร จะทำให้ได้เห็นภาพของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ชัดเจน และสามารถอธิบายการบริหารและการดำเนินงานภายในเครือข่ายได้เป็นระบบดีกว่า

8. ชมรมโฮมสเตย์

จากการขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น จะเห็นได้ว่าคนในชุมชนได้เข้ามาเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของการขายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากชมรมตั้งขึ้นเพื่อให้กลุ่มสมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ ทำให้กลุ่มสมาชิกสามารถประกอบกิจการโฮมสเตย์ได้ประสบผลสำเร็จ มีความมั่นคง ซึ่งเท่ากับเป็นชมรมฯ ตั้งขึ้นเพื่อรักษาและขยายเครือข่ายให้เพิ่มมากขึ้นในอีกทางหนึ่ง

จากการวิจัยพบว่าชมรมโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ โดยแรกเริ่มนั้นเกิดจากกำนันธวัช ที่อยู่ตำบลปลายโพรงพาง เผอิญมีเพื่อนๆ ของท่านมาชมวิถีชีวิตชมธรรมชาติ ดูนั่งห้อย แต่เผอิญบ้านพักของท่านอยู่ไกลจากตลาดอัมพวา อาหารการกินก็ไม่สะดวก ก็เลยมีอาหารให้กินแบบชาวบ้าน วันนี้ทำอะไรกินก็ช่วยกัน แล้วก็ไปเที่ยวพักผ่อนกัน ครั้งนั้นทำให้เพื่อนๆ ที่มาเที่ยวจิตใจ ท่านก็เลยจัดเป็นโฮมสเตย์ในลำดับแรกๆ ของชุมชนแถวนั้น

ในส่วนของการตลาดน้ำอัมพวาการเปิดโฮมสเตย์เกิดขึ้นหลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาได้ไม่นาน ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญคือ แกนนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักได้พัฒนาตลาดน้ำควบคู่กับการพัฒนาโฮมสเตย์ เนื่องจากทั้งสองกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กัน เมื่อคนมาเที่ยวตลาดน้ำมากขึ้น ความจำเป็นเรื่องที่พักก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่ขณะนั้นคนในชุมชนก็ยังไม่เห็นภาพว่าตลาดน้ำกับโฮมสเตย์สัมพันธ์กันอย่างไร และมีคำถามตามมาคือ "...นายก แล้วใครจะมานอน" ดังนั้นเมื่อแกนนำหลักทำโฮมสเตย์อยู่แล้ว จึงพัฒนาเพื่อเป็นตัวอย่งให้คนในชุมชนได้เห็น พร้อมทั้งสนับสนุนให้คนในชุมชนที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่ขายของในตลาดน้ำอัมพวาพัฒนาบ้านพักของตนเองให้เป็นโฮมสเตย์ขึ้น

“แม้กระทั่งตอนเริ่มใหม่ๆ ปีที่ 2 ปีที่ 3 บอกให้ทำโฮมสเตย์ นายก...ใครจะมานอน แต่ตลาดน้ำเนี่ยเค้าเห็น พอบอกตลาดน้ำบู๊ป เค้าสนใจ แต่ถ้าบอกให้คนมานอนพักเมื่อปี 2547 ใครจะมานอน กระบวนการพวกนี้มันก็ต้องกำหนดจุดยุทธศาสตร์”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ท่านก็จะเรียกทั้ง 10 ชุมชนให้มาประชุมกันว่าคนเขาจะเที่ยวอยู่แค่ตรงนี้ อยากให้มีรายได้ก็ให้จัดพัฒนาชุมชนตัวเอง สร้างโฮมสเตย์ แล้วทุกชุมชนถ้าอยากมีรายได้เข้าไป ก็ให้ปลูกโฮมสเตย์ หาสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดลูกค้าเข้าไป”

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

จากความเจริญรุ่งเรืองของตลาดน้ำอัมพวาส่งผลให้มีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะเห็นว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ เนื่องจากที่ผ่านมาสมาชิกประกอบอาชีพค้าขายหรือทำสวน ดังนั้นในช่วงแรกจึงต่างคนต่างทำ ดังนั้นแกนนำหลักเห็นว่าในอนาคตข้างหน้าต้องมีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักจึงมีความคิดที่จะรวมกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ขึ้น

“อันนี้เป็นสิ่งที่ทำล่วงหน้า ท่านนายกฯ คาดไว้แล้วว่าจะต้องเกิดที่พักแบบนี้ขึ้นมาอีกมาก ท่านก็เลยพยายามรวมกลุ่มให้ได้ก่อนเลย”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

ชมรมโฮมสเตย์จึงเกิดขึ้นโดยครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัดของสมุทรสงคราม เนื่องจากมีโฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ อำเภอเมือง อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที แต่ในการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มโฮมสเตย์ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาซึ่งอยู่ในเขตของอำเภออัมพวาเท่านั้น

□ วัตถุประสงค์ในการตั้งชมรมโฮมสเตย์

การตั้งชมรมโฮมสเตย์ เพื่อให้มีความชัดเจนในการทำงานจึงได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจโฮมสเตย์
2. เพื่อช่วยเหลือ แก้ปัญหา ให้คำแนะนำสมาชิกชมรมฯ
3. เพื่อรักษาผลประโยชน์ให้กับสมาชิกชมรมฯ
4. เพื่อส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กับสมาชิกคนอื่นในชมรมฯ กรณีที่โฮมสเตย์ของสมาชิกเต็ม

“แต่จริงๆ กลุ่มไม่ใช่กลุ่มใหญ่ เป็นกลุ่มรักษาผลประโยชน์มากกว่ากลุ่มที่มีผลประโยชน์ถูกมั้ยครับ คือ รายได้ของกลุ่มไม่ใช่เยอะ คือจัดตั้งขึ้นมาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของโฮมสเตย์มากกว่า”

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“มีวัตถุประสงค์ค่อนข้างชัด ตอนจัดตั้งเป็นชมรมก็มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนคือรวมกลุ่มบ้านพักเพื่อช่วยเหลือแก้ปัญหากัน ให้คำแนะนำกัน เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจด้านนี้”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

จากการวิจัยพบว่าการทำงานของชมรมโฮมสเตย์นั้น ชมรมฯ ตั้งใจที่จะให้มีผลชัดเจนกับสมาชิกที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมชมรมฯ คือชมรมฯ จะทำงานโดยเข้าไปช่วยพัฒนาสมาชิกในด้านศักยภาพ การให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำโฮมสเตย์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการดูแลลูกค้า การเขียนบิล การเสียภาษี รวมถึงการส่งต่อนักท่องเที่ยว คือ จะให้สมาชิกในชมรมไปทำความรู้จักกัน บ้านพักที่ไหนเป็นอย่างไร ในกรณีที่โฮมสเตย์เต็มก็สามารถส่งต่อให้สมาชิกคนอื่นที่อยู่ภายใน

ชมรมฯ ได้ โดยจะสอบถามนักท่องเที่ยวว่าต้องการที่พักแบบไหน ไชนได ถ้าที่นี้เต็มก็จะเช็คที่อื่น และก็จะส่งต่อให้

“คือการทำงานของกลุ่มที่แรกเราตั้งใจไว้อยากให้มันมีผลชัดเจนกับคนที่เข้าร่วมกับไม่เข้าร่วมค่ะ คือชมรมจะทำงานเข้าไปช่วยพัฒนาสมาชิก ด้านศักยภาพ ด้านความรู้ และอื่นๆ รวมถึงการส่งต่อนักท่องเที่ยวด้วยกัน ที่นี้เต็มก็ส่งต่อให้อีกที่กันภายในกลุ่ม การเข้ากลุ่มกัน เข้าชมรมกัน ไปรู้จักกัน บ้านไหนเป็นอย่างไร ก็จะส่งต่อกัน ลูกค้ายามาท่องเที่ยวต้องการแบบไหน ที่ไหน ไชนได ถ้าที่นี้เต็มเราก็จะเช็คที่อื่นให้และเราก็จะส่งต่อให้”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชาติฤกษ์ : เลขานุการชมรมโฮมสเตย์)

“เพราะตอนนั้นมีแขกมาแขกเราเต็มก็ส่งไปบ้านอ๊อบ บ้านฐนิชา อ๊อบก็ส่งแขกมาบ้านเรา”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / เจ้าของบ้านครูปู)

□ โครงสร้างการบริหารงาน

จากการวิจัยพบว่าชมรมโฮมสเตย์มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในชมรมอย่างชัดเจน คือ

1. ประธานชมรมโฮมสเตย์ คือ ร้อยโทพิชโรดม อุดมสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา มีบทบาทหน้าที่ในการบริหารงานชมรมฯ และกำหนดกลยุทธ์

2. กรรมการชมรมโฮมสเตย์ มีตำแหน่งดังนี้

2.1 รองประธาน 3 ท่าน ดูแลท่านละ 1 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอ อัมพวา และอำเภอบางคนที ส่วนของอำเภออัมพวามีโฮมสเตย์เป็นจำนวนมากก็จะมีแกนนำอีก 3 ท่าน ท่านที่ 1 ดูแลโซน 2 ฝั่งแม่น้ำของเทศบาล ท่านที่ 2 ดูแลแถบสวนหลวง ท่านที่ 3 ดูแลโซนบางแค บางลี่ (ตลาดน้ำอัมพวา ตั้งอยู่ในเขตอำเภออัมพวา โซน 2 ฝั่งแม่น้ำของเทศบาล)

2.2 เลขานุการ

2.3 ประชาสัมพันธ์

2.4 เกร็ดข่าวกิจกรรม

ซึ่งบุคคลที่ดำรงในตำแหน่งต่างๆ จะพิจารณาจากการพูดคุยในที่ประชุม และกรรมการ จะมีบทบาทหน้าที่ตามตำแหน่งของตนเอง

3. สมาชิกชมรมฯ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์นั้นจะเป็นผู้ที่เปิดกิจการโฮมสเตย์ แล้วมีความประสงค์จะสมัคร เข้าในชมรมโฮมสเตย์

จะเห็นว่าชมรมโฮมสเตย์เข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาตลาดน้ำ คือ ช่วยดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ใช้ชีวิตอยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีกิจกรรมและค่าใช้จ่ายหมุนเวียนมากขึ้นตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็กลุ่มแม่ค้าที่สามารถขายของได้ถึง 4 ทุ่ม กลุ่มแม่ค้าที่ขายของตอนเช้า ซึ่งทำให้รายได้กระจายไปยังแม่ค้าที่ขายของตอนเช้าไม่ใช่เฉพาะเพียงช่วงเย็นเท่านั้น

2. องค์ประกอบของเครือข่าย

ในงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาเครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งมีสมาชิกในเครือข่ายที่ศึกษาทั้งหมด 8 กลุ่มด้วยกันคือ แกนนำหลัก นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ประกอบด้วย เทศบาลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัด อัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอย และพันธมิตรคือ ชมรมโฮมสเตย์ โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยได้เข้าไปศึกษาว่าแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก กลุ่มพันธมิตร มีลักษณะการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายอย่างไรตามหลักองค์ประกอบของเครือข่าย ดังนี้

1. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common perception)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากแนวคิดของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสูวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ต้องการพัฒนาเทศบาลตำบลอัมพวาให้มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้นประกอบกับความต้องการของคนในชุมชน โดยเฉพาะแม่ค้าที่ขายของในตลาด เนื่องจากที่ผ่านมามีตลาดเจียบเหงาเหมือนตลาดที่ตายไปแล้ว แม่ค้าไม่สามารถขายของได้ ขายได้

บ้างเพียงวันละไม่กี่ร้อยบาทเท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกที่มารวมกันเป็นเครือข่ายต่างมีมุมมองในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ต้องการที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาเหมือนเดิม มีรายได้เข้ามาในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

“เดิมอัมพวาเป็นตลาดที่ใหญ่มากเมื่อ 40-50 ปีที่แล้ว และค่อยๆเงียบลงไป จนชาวบ้านเริ่มรู้สึกว่าเราอยากได้ตลาดคืนมา ที่นี่เราไม่รู้จะทำอย่างไร กระแสพูดที่พูดกันมาก่อนที่ตลาดน้ำจะเกิดขึ้นชาวบ้านคุยกันมาเกือบ 10 ปี เท่าที่อ็อบจำได้ อยากมีตลาดน้ำแต่ไม่รู้จะรื้อพื้นมันกลับมาอย่างไร”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการชมรมโฮมสเตย์)

“อยากจะทำให้ชุมชนเรามีรายได้ เพราะทุกวันนี้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดร้าง เลยนะ รายได้เราก็ไม่มี”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“เพราะว่าอยากให้คนในชุมชนมีรายได้ มีอาชีพเสริม คือว่าเวลานั้นก็ปิดบ้านก็เงียบ อ้อมก็เห็นนะว่าเป็นอย่างไร วิถีชีวิตของชาวบ้านในอัมพวาเนี่ย แต่ก่อนนี้จะเงียบมาก มีแต่คนแก่เฒ่าบ้าน พอมีตลาดน้ำขึ้นมาเนี่ย ลูกหลานก็กลับมาหนึ่งคือว่าลูกหลานก็กลับมาบ้านมาค้าขาย แล้วทุกคนแต่ละบ้านก็มีรายได้เพิ่มมากขึ้น”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสมาชิกแต่ละกลุ่มที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต่างรับรู้และมีมุมมองร่วมกัน คือ ต้องการพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาเป็นที่รู้จักอีกครั้ง และทำให้เศรษฐกิจของชุมชนอัมพวาดีขึ้นกว่าเดิม

2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น แกนนำหลักท่านได้ตั้งวิสัยทัศน์ไว้อย่างชัดเจนว่า “ต้องการทำให้เศรษฐกิจของอัมพวาดีขึ้น” โดยการพัฒนาลาดน้ำอย่างที่เคยเป็นมาแต่อดีตขึ้นมาใหม่ แต่จะเห็นได้ว่าการรับรู้ของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายช่วงแรกจะแตกต่างกัน

บางกลุ่มเชื่อว่าสามารถพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง เช่น มาขายของ คนที่ไม่เคยพายเรือก็ต้องลงมาช่วยกันเพื่อให้ตลาดดูคึกคัก แต่สมาชิกบางส่วนก็ยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาตลาดน้ำจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมาตลาดน้ำอัมพวานี้เจียบเหงามาก ไม่ใช่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นสมาชิกที่ออกมาช่วยขายของก็ยังคงกลัวกลัวว่าจะขายได้หรือไม่ แขนงนำหลักจึงต้องจ้างกลุ่มสมาชิกที่พายเรือมาขายของ โดยให้ค่าจ้างวันละ 300 บาท เพื่อสร้างความมั่นใจว่าอย่างน้อยก็ยังมีรายได้ ทำให้ในช่วงแรกการเคลื่อนไหวต่างๆ ไม่มีพลังเท่าที่ควร

“ท่านก็บอกว่าท่านจะทำเศรษฐกิจอัมพวาให้ดีขึ้นท่านก็เริ่มทำตลาดน้ำ เริ่มเรียกชุมชน 10 ชุมชนเข้าประชุม เข้าประชุมแล้วก็ว่าเออเราจะทำยังไงดีให้เรารื้อฟื้นตลาดน้ำเก่าให้มีใหม่แบบอย่างเดิม”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“สมาชิกเราก็ไปชวน คนก็ไม่กล้าขาย เพราะว่าให้เขาขายตอนเย็น เขาขายไม่กี่ชั่วโมงเดี๋ยวมืดแล้ว ของที่ขายถ้าขายไม่ได้จะทำอย่างไร ท่านนายกฯ ก็เลยเอาอย่างนี้ท่านจ้างให้แล้วกัน จ้างลาละ 300 บาทต่อวัน ก็คือของที่เขาขายขายได้คุณก็เอากลับไป แล้วแถมให้อีกลาละ 300 บาท”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“ผมก็ดูๆในใจผมว่าเจ็งคือเราคิดนะ เราก็มาเอ๊ะ...เราก็คนอัมพวา เราอยากให้ตลาดน้ำอยู่นานๆนะอยากจะมีส่วนร่วมด้วยทำอย่างไรดี ก็ตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ ซึ่งก่อนมันเจียบ โต๊ะประชาสัมพันธ์ของเราก็จะมีคาราโอเกะด้วย”

(คุณวิสุทธิ ฌ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

แต่หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปประมาณ 6 เดือน ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น รายได้เริ่มเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเห็นเป้าหมายชัดเจนว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นสามารถพึ่งตนเองได้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในจุดเริ่มของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย แกนนำหลักได้ตั้งวิสัยทัศน์ไว้ อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าในช่วงแรกสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายจะมีวิสัยทัศน์ที่แตกต่างกัน แต่เมื่อ ผ่านไประยะเวลาหนึ่งสมาชิกในเครือข่ายทุกคนต่างมีวิสัยทัศน์ร่วมกันอย่างชัดเจน

3. การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests / Benefits)

การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นตั้งอยู่บนผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับ สมาชิกทุกกลุ่มอย่างชัดเจน คือ ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นที่รู้จักส่งผลให้สมาชิกทุกกลุ่มใน เครือข่ายมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างอาชีพให้กับกลุ่มสมาชิก จะเห็นได้ว่าจากเดิมที่คนในชุมชน บางกลุ่มต้องออกไปทำงานที่กรุงเทพมหานครก็กลับมาทำงานที่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

“ช่วงแรกก็มีพวกแม่ค้า แล้วก็คงจะมีกลุ่มงานของท่าน พอเริ่มขายดีทุกคนก็ ให้ความร่วมมือกันเยอะ พอเห็นประโยชน์เริ่มจะได้”

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียนบตี)

“เหมือนกับว่าช่วงแรกยังไม่รู้ว่าจะรอดหรือเปล่า แต่พอเห็นคนอื่นเข้า มาแล้วขายได้ ก็เลยเข้ามาขายบ้าง”

(คุณผุศณี จำปาทิพย์ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

จากการที่สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายต่างได้รับผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน คือ ในเรื่อง ของเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จึงใจให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อมีส่วนร่วมในการ พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาและส่งผลกระทบต่อความเหนียวแน่นของเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholders Participation)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายนั้น แตกต่างกัน ซึ่งหากพิจารณาจากการมีส่วนร่วมในเรื่องของการวางแผน กำหนดทิศทางการ พัฒนา ทุกกลุ่มในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโท พัชโรดม อุณสุวรรณ ได้เชิญกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยมาร่วม

ปรึกษาและแสดงความคิดเห็น ในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และนอกจากนั้นยังได้มีการจัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทุกคนในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

“ก็เข้ามาร่วมประชุม แต่ชุมชนที่อยู่ใกล้ก็จะมีส่วนในการจัดทำตลาดน้ำมากกว่า”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

แต่ถ้าพิจารณาการมีส่วนร่วมคือการที่สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้เข้ามาช่วยกันทั้งในเรื่องขายของหรือว่าช่วยเตรียมการ จะเห็นได้ว่าสมาชิกแต่ละกลุ่มนั้นเข้ามามีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องด้วยพื้นที่ตั้งชุมชนของสมาชิกแต่ละคนอยู่ใกล้อยู่ไกลจากตลาดน้ำอัมพวาแตกต่างกัน

“ในช่วงเริ่มประธานชุมชนทุกคนก็มารับรู้รับทราบเท่านั้นครับ แต่ทุกคนก็ยังกึ่งกล้ากึ่งไม่กล้าเพราะพื้นที่อยู่คนละพื้นที่จะมาก็ลำบาก เพราะเรือพายก็หมดแล้ว ชาวบ้านหมดสภาพทางเรือไปเยอะ”

(คุณประพัฒน์ กลินจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

“บางที่มันไม่ครบหรอก เพราะว่าบางชุมชนเค้ามองไม่ออก พื้นที่เค้าไม่ใกล้ตลาดน้ำเค้าก็จะยังมองไม่ออกกว่าเค้าควรที่จะทำอะไรในชุมชนของเค้า พอมันมาอยู่ ณ จุดนี้ทุกคนจะมุ่งค้าขาย มันมีทั้งตลาดบนบกและตลาดในน้ำไม่ได้มุ่งเรื่องอื่นเลย”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

โดยช่วงแรกของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนตลาดอัมพวาได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนตลาดอัมพวาอยู่บริเวณพื้นที่ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางของการค้าขายของชุมชน ประกอบกับแกนนำหลักต้องการให้ชุมชนตลาดอัมพวาเป็นจุดเริ่ม และทำให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกที่อยู่ในชุมชนอื่นๆ เห็นว่าสามารถพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ และเพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มแกนนำของชุมชนอื่นๆ นำไปพัฒนาชุมชนตนเองต่อไป

“ทีแรกเริ่มจากฝั่งโน้น(ชุมชนตลาดอัมพวา) ปีแรกเลยเริ่มจาก 47 ถึงกลางปี 48 ฝั่งโน้นอย่างเดียวฝั่งนี้(ชุมชนวัดอัมพวัน)ไม่มี”

(คุณวิสุทธิ ธิ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

หลังจากตลาดน้ำอัมพวาเปิดแล้ว นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและมาเที่ยวมากขึ้น กลุ่มแกนนำ และกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันก็ได้เข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนวัดอัมพวันอยู่ใกล้ชุมชนตลาดอัมพวา เพียงเดินข้ามสะพานเท่านั้นจึงทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

“ใช่ค่ะ แล้วก็มีการประชุมชุมชนตลาดอัมพวา แล้วก็ข้ามไปฝั่งวัดอัมพวันนะคะ ชุมชนวัดอัมพวัน เพราะชุมชนตลาดเหมือนตอนแรกก็เกิดก่อน เกิดก่อนก็ ช่วงหน้าเทศบาล ระยะเวลาหนึ่งคะ พอเริ่มบูมก็ย้ายข้ามฝั่ง มาอยู่ตรงนั้น ตรงนั้น เป็นจุดที่มาทีหลัง แต่ว่าทำไปทำมาเหมือนจะเป็นจุดที่เจริญที่สุด และมี รายได้มากที่สุด มากกว่าแม่ค้าที่อยู่ฝั่งนี้ได้คือ เย็นคะอ้อมมาเรียบริ่อยแล้ว ค่ะถึงจะมาเดินทางนี้ เพราะว่าฝั่งโน้นมันสะดวกตรงที่ว่ามี อุทยาน มีวัด และมีที่จอดรถ”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

หลังจากนั้นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนคลองอัมพวา ก็พัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาโดยต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวาเข้าไปในคลองด้านใน ซึ่งช่วงแรกนักท่องเที่ยว บางส่วนยังเดินไปไม่ถึง ต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปี เพื่อให้ 2 ชุมชนแรกขยายตัวจนไม่มีพื้นที่ ในการขายของ จนต้องขยายมาในชุมชนที่อยู่ด้านใน

“ชุมชนที่มีบทบาทในช่วงแรกก็ตลาดกับวัดอัมพวัน แล้วก็มาคลองอัมพวา ตอนนั้นก็ประชาอุทิศ แต่เรื่องของชุมชน ผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนจะทำกันเอง อย่างพี่เนี่ยพี่ก็เปิดขยายต่อเข้ามาจากตลาด เมื่อวันที่ 7 เดือนกรกฎาคม 2550 พี่เปิดเป็นทางการ คือขยายออกมาจากตรงสะพาน ชุมชนพี่จะอยู่ ตั้งแต่ใต้ถนนสะพานรอยันสะพานจรูฬารอบเกาะ”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

ในช่วงของการพัฒนาและขยายตลาดน้ำอัมพวานั้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในระยะเวลาที่แตกต่างกันตามลักษณะของพื้นที่ แต่ในส่วนของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 เนื่องจากเป็นชุมชนที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวาและอยู่ห่างจากตลาดน้ำอัมพวาโดยมีถนนกั้น ดังนั้นการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมโดยการขายของที่ตลาดน้ำนั้นจะน้อยมาก แต่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 ก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งถือว่าเป็นการต่อยอดมาจากตลาดน้ำอัมพวาเช่นกัน

“ไม่ได้เน้นในตลาด แต่เน้นว่าให้คนไปเที่ยวสวน ชมสวนในบางกะพ้อม 2 คนที่มาเที่ยวในตลาดนี้แล้วก็ไปพักในโฮมสเตย์ แล้วก็ไปเดินชมสวนในบางกะพ้อม 2 จะเน้นในลักษณะนี้ให้บางกะพ้อม 2 มีคนไปเที่ยวด้วย”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

“ที่นี่พอการท่องเที่ยวทางน้ำเกิด โฮมสเตย์เกิด เริ่มมีแนวคิดแล้ว ชุมชนที่อยู่ในภาคเกษตร ชุมชนที่อยู่ริมคลองด้านโน้น คิดในเรื่องของการท่องเที่ยวทางน้ำ เฮ้ย...เราก็เปิดโฮมสเตย์ได้นี่ เป็น โฮมสเตย์ที่อยู่ในสวน อยู่ในสวนผสมผสาน แล้วแต่เค้าจะคิด concept ของเค้า ตรงนี้มันก็เลยมีผลพลอยได้ ซึ่งมันก็ต่อยอดจากตรงจุดนี้ได้”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

จะเห็นได้ว่าจากจุดเริ่มในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกแต่ละชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมมาน้อยแตกต่างกัน แต่จะเห็นได้ว่าปัจจุบันเมื่อตลาดน้ำพัฒนามากยิ่งขึ้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายรูปแบบ เช่น ขายของ เปิดโฮมสเตย์ เป็นต้น

5. การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น จะเห็นได้ว่าสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก ร้อยโทไพฑูริย์ อุดมสุวรรณ กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชน ชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ต่างก็ได้มีการช่วยเหลือ สนับสนุน เสริมสร้างซึ่งกันและกัน ทั้งในเรื่องของความรู้ ความสามารถ เนื่องจากสมาชิกแต่ละกลุ่มต่างก็มีจุดเด่นที่

แตกต่างกัน หรือในส่วนของชุมชนแต่ละชุมชนที่มีสภาพภูมิศาสตร์แตกต่างกัน แต่จะเห็นได้ว่าทุกกลุ่มต่างใช้จุดเด่นของตนเอง เพื่อเสริมสร้างให้เกิดผลทางด้านการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอผลวิจัยของสมาชิกในเครือข่ายแต่ละกลุ่มว่ามีส่วนเสริมสร้างกลุ่มตนเอง กลุ่มอื่นๆ เพื่อส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาอย่างไร โดยมีรายละเอียดดังนี้

แกนนำหลัก - ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

แกนนำหลักได้เข้ามามีบทบาทโดยเป็นผู้ริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างจริงจัง ทั้งการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากสมาชิกกลุ่มต่างๆ ส่วนใหญ่ในเครือข่ายเป็นชาวบ้านอาจยังมองภาพของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ชัดเจน นอกจากนี้แกนนำหลักยังมีส่วนช่วยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ทั้งการคิดประเด็นและวิธีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอัมพวาได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจ เนื่องจากแกนนำหลักท่านทำงานในธุรกิจโทรทัศน์มาก่อนจึงรู้จักกับสื่อหลากหลาย นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าแกนนำหลักท่านยังช่วยให้คำปรึกษากับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกชุมชนเพื่อให้สามารถนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาชุมชนตนเองได้

“เพียงแต่ตัวเราไปช่วย เค้าเรียกไปช่วยกำหนดกลยุทธ์มัน คือไม่ใช่บอกอยากทำตลาดน้ำก็เอาเรื่องกับพายมา แต่เราต้องกำหนดว่าเอี่ยมมันจะเปิดกี่วัน จะขายเวลาไหน ก็ต้องมานั่งคุยกัน”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

“อย่างตัวท่านนายกฯเองก็ต้องชมท่านว่าท่านค่อนข้างกว้างขวางในวงการของสื่อเหมือนกัน ในช่วงแรกก็จะมีสื่อพวก ททท. และพวกช่องทีวีหลายๆ ช่องเข้ามา ซึ่งท่านก็เชิญชวนว่ามีกิจกรรมตรงนี้นะให้ลองเข้ามาถ่ายทำดู

(คุณณัฐพัชร์ แต่สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

กลุ่มแกนนำ - เทศบาลตำบลอัมพวา

เทศบาลตำบลอัมพวาเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน โดยกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารในการติดต่อกับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย กล่าวคือ เมื่อแกนนำหลักต้องการจะประชุมกับกลุ่มแกนนำ ก็จะให้กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกจดหมายให้ นอกจากนี้เมื่อกลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกต้องการที่จะปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชนของตนเอง ก็จะขึ้นมาปรึกษากับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าการพัฒนาชุมชนนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับงบประมาณสนับสนุนมาจากรัฐบาล ซึ่งการจัดสรรงบประมาณ หรือการเขียนโครงการเพื่อขอรับงบประมาณเป็นหน้าที่ของกลุ่มแกนนำจากเทศบาลที่จะต้องดูแลแก่ทุกชุมชน

“ใช่ เราให้คำปรึกษาเค้า เค้ามา ...เฮ้ย...อย่างนั้นดิฉัน ซึ่งเราคิดไม่ถึง เหมือนเค้าคิดได้ พอคิดปั๊บ เออ...ดีพี่ เราก็เริ่มที่จะให้ปรึกษาเค้า ยิ่งทางเทศบาลมันหนักในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ช่วยมากๆ ขอป้าย ขออะไรเราให้หมด เพราะว่าเค้ายังไม่มี”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

นอกจากเป็นศูนย์กลางข่าวสารให้กับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิกแล้ว กลุ่มแกนนำจากเทศบาลยังมีหน้าที่ช่วยเหลือกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยเช่นกัน โดยช่วยเหลือเช่นเดียวกับชุมชน คือ เมื่อกลุ่มแกนนำชมรมฯ ต้องการจะออกจดหมายเชิญประชุมก็จะแจ้งกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกหนังสือให้ หรือเมื่อเทศบาลต้องจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆ ก็แจ้งข่าวและประสานงานไปยังกลุ่มแกนนำชมรมฯ เพื่อให้เข้ามาร่วมกันจัดงาน

“ทางชมรมเราจะแจ้งเองในบางเรื่องเท่านั้น อย่างแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ ทางชมรมจะออกเอง แต่ถ้าเรียกประชุมทางเทศบาลต้องเป็นคนเรียก ก็ประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อบรมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่นห้องร่ว่ง เราก็จะเรียกประชุมที่หนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำจากเทศบาลมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิก รวมทั้งกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในเรื่องของเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางราชการ เช่น การออกจดหมาย และเรื่องของงบประมาณ

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนตลาดอัมพวา

จากการวิจัยพบว่าชุมชนตลาดอัมพวาเองซึ่งมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าสมาชิกทั้ง 4 กลุ่มนั้นต่างเสริมสร้างเพื่อทำให้ในชุมชนมีเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง และทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนา กล่าวคือ ชุมชนตลาดอัมพวา กลุ่มแกนนำจะทำหน้าที่บริหารงานและพัฒนาชุมชนเพียงอย่างเดียวไม่ได้ดูแลในเรื่องของกลุ่มอาชีพ ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่แล้วก็จะเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ก็จะได้ชมรมหาบเร่แผงลอยดูแลในส่วนของการค้าขาย โดยจะได้รับความรู้ ได้รับการอบรมในเรื่องของความปลอดภัย ความสะอาดของอาหาร สำหรับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์นั้นเนื่องจากในชุมชนมีโฮมสเตย์เพียงที่เดียวคือ บ้านสวรรค์พิมาน ดังนั้นจึงเป็นจุดเสริมให้ในชุมชนมีโฮมสเตย์เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน

“ใช่ เพียงแต่เราแยกดูแลแค่อายุอย่างเดียวเลย ชุมชนเค้าจะดูแลเรื่องในชุมชน”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“ก็ประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อบรมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลาเมื่อไรมาอย่างนี้ เช่น ท้องร่วง เราก็จะเรียกประชุมทีหนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกกลุ่มย่อยๆ ในชุมชนตลาดอัมพวา มีส่วนเสริมสร้างทำให้ชุมชนตลาดอัมพวาเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาต่อไป

นอกจากนั้นชุมชนตลาดอัมพวาเองยังมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ ด้วย เนื่องจากชุมชนนั้นตั้งอยู่บริเวณฝั่งเทศบาลตั้งแต่ปากคลองอัมพวา จนถึงสะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) ซึ่งมีพื้นที่ค่อนข้างกว้างทำให้สามารถวางร้านขายของได้หลายร้าน บริเวณ

ด้านหลังอาคารริมน้ำเป็นท่ารถโดยสาร ที่จอดรถจุดเชื่อมต่อไปยังในตัวจังหวัดกับต่างจังหวัด มีท่าเรือเพื่อรับส่งผู้โดยสารจากฝั่งตรงข้าม เช่น ท่าเรือจากวัดบางนางลี่ใหญ่

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจุดเด่นของชุมชนตลาดอัมพวาถือเป็นศูนย์กลางในการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถและทางเรือ แต่จุดอ่อนคือบริเวณชุมชนจะไม่ค่อยมีพื้นที่สำหรับจอดรถ และในช่วงตอนบ่ายบริเวณริมคลองแดดจะค่อนข้างร้อน ทำให้คนเดินในช่วงเวลานี้น้อย

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนวัดอัมพวัน

จากการวิจัยพบว่าชุมชนวัดอัมพวันมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่มเช่นกัน คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าทั้ง 4 กลุ่มมีส่วนเสริมสร้างชุมชนในระดับที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มสมาชิกมีส่วนในการเสริมสร้างตลาดน้ำอัมพวา กล่าวคือ ประกิตตลาดน้ำอัมพวาจะมีแม่ค้ามาขายของเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เท่านั้น แต่กลุ่มแกนนำชุมชนวัดอัมพวันจะขอให้กลุ่มสมาชิกที่อยู่บ้าน ไม่ได้ไปทำงานให้ออกมาขายของในวันธรรมดาด้วย กรณีที่มีนักท่องเที่ยวแวะมาจะได้มีที่ให้นักท่องเที่ยวได้เดินซื้อของบ้าง

“ประชาสัมพันธ์ตรงตลาดน้ำเขาก็เน้นนะว่ามีเฉพาะ ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ แต่บางคนไม่ได้ฟังพอมาทะยิวก็มาจังหวะไม่มี แล้วร้านแถวนี้จะไม่ขายเลยนะ เรอบอกว่าบ้านใครที่อยู่ตรงนี้ช่วยกันบ้างนิดๆ หน่อยๆ เท่านั้นแหละ เขามาเขาจะได้ไม่เก้อ”

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

ในส่วนของสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งมีจำนวน 8 คน (ข้อมูลสัมภาษณ์ ณ วันที่ 19 เมษายน 2552) โดยชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นไม่ได้เข้ามาดูแลในเรื่องของการจัดร้านค้าในชุมชนวัดอัมพวันเพราะข้ามเขตของชุมชน เพียงแต่ดูแลในเรื่องของไฟ แต่ทว่าสมาชิกก็ได้รับข่าวสาร ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพค้าขาย

“เวลามีอะไรขึ้นมาเขาก็จะพิมพ์เป็นใบขึ้นมาแล้วก็ไปแจกแม่ค้า อย่างมี
เรื่องแบบนักท่องเที่ยวทานอาหารแล้วท้องเสีย เป็นไข้ ก็ไปประชุมกันที่
สาธารณสุข แล้วก็มีข้อมูล ข่าวสารใหม่ๆ เข้ามาเรื่อยๆ”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)



สำหรับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ที่อยู่ในเขตชุมชนวัดอัมพวันมีประมาณ 1-2 แห่งเท่านั้น
แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยชุมชน คือ รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักบริเวณ
ชุมชนโดยตรง หรือนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถและไม่สะดวกที่จะต้องเดินทางไกลไปยังชุมชนอื่น ณ
ตรงนี้ได้วิจัยได้พบจากประสบการณ์ตรง คือ ขณะที่สัมภาษณ์ เจ้าของบ้านรสสุคนธ์ ซึ่งอยู่
บริเวณด้านหลังของริมคลองอัมพวา ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาคนเดียว
และไม่ได้จองที่พักล่วงหน้า ก็เดินดูของอยู่บริเวณริมคลอง และได้มีเพื่อนบ้านพานักท่องเที่ยวมา
ส่งและแจ้งว่านักท่องเที่ยวต้องการพักที่ใกล้ๆ แถวนี เพราะมาคนเดียวและไม่มียานพาหนะ ซึ่งจะเห็นได้
ว่า ถึงแม้ในชุมชนนั้นจะมีโฮมสเตย์เพียงไม่กี่แห่ง แต่ก็สามารถส่งเสริมต่อเครือข่ายได้
เช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นชุมชนวัดอัมพวันยังมีส่วนเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ เนื่องจากชุมชนตั้งอยู่
บริเวณฝั่งวัดอัมพวันเจติยาราม ตั้งแต่ปากคลองจนถึงสะพานข้ามคลอง(สะพานเดชาติศร) ใน
บริเวณชุมชนมีทางเชื่อมไปวัดอัมพวัน ซึ่งบริเวณวัดมีพื้นที่สามารถใช้เป็นที่จอดรถให้กับ
นักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับการตั้งบ้านเรือนในส่วนที่อยู่ริมคลองหันหน้าไปทางทิศตะวันออก
ดังนั้นในช่วงบ่ายหน้าบ้านจะไม่ร้อน แม่ค้าสามารถออกมาตั้งขายของกันได้ตั้งแต่เที่ยง จึงทำให้
คนมาจอดรถที่วัดอัมพวันแล้วก็เดินเที่ยวฝั่งชุมชนวัดอัมพวัน พอช่วงเย็นจึงข้ามมาเดินฝั่งชุมชน
ตลาดอัมพวา

“แล้วทางโน้น (ชุมชนตลาดอัมพวา) แดดมันร้อนมันไม่ค่อยมีคน เราก็เลย
เริ่มตรงนี้ริมคลองก่อน”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“ก็มีประธานชุมชนอัมพวา ที่ตลาดอัมพวา แล้วก็ข้ามไปฝั่งชุมชนวัดอัมพวัน นะคะ เพราะตลาดเหมือนตอนแรกก็เกิดก่อน เกิดก่อนก็ช่วงหน้าเทศบาล พอเริ่มบูมก็ย้ายข้ามฝั่ง มาอยู่ตรงนั้น ตรงนั้นเป็นจุดที่มาที่หลัง แต่ว่าทำไป ทำมาเหมือนเป็นจุดที่เจริญที่สุด และมีรายได้มากที่สุด มากกว่าคนที่อยู่แม่ค้าที่อยู่ฝั่งนี้จะได้คือ เย็นคะอิมมาเรียบร้อยแล้วคะถึงจะมาเดินทางนี้ เพราะว่าฝั่งโน้นมันสะดวกตรงที่ว่ามี อุทยาน มีวัด และมีที่จอดรถ”

(คุณสบันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

ดังนั้นชุมชนวัดอัมพวันจึงเป็นจุดเสริมให้กับชุมชนอื่นๆ ในด้านสถานที่จอดรถที่สะดวก และบริเวณชุมชนที่ไม่ร้อน สามารถตั้งร้านขายของได้ตั้งแต่ช่วงบ่าย ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มา ก็สามารถมาเดินบริเวณที่ชุมชนวัดอัมพวันก่อนที่จะไปเที่ยวต่อยังชุมชนอื่นๆ

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนคลองอัมพวา

จากการวิจัยพบว่าภายในชุมชนเองมีสมาชิกจำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าสมาชิกชมรมโฮมสเตย์มีส่วนเสริมสร้างให้คนมาท่องเที่ยวในชุมชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่ทอดยาวเข้าไปตามริมคลองอัมพวา ประกอบกับมีบ้านเรือนแถวต่อกันไป ในชุมชนคลองอัมพวาจึงมีโฮมสเตย์เปิดเป็นจำนวนมาก ซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพัก มาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น และจากการสังเกตพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาพักก็จะเดินจากโฮมสเตย์ไปตลาดอัมพวา ซึ่งระยะทางที่เดินไปนั้นจะผ่านร้านค้าต่างๆ ตลอดชุมชน ซึ่งช่วยให้คนเดินเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนั้นชุมชนคลองอัมพวายังได้รับการเสริมสร้างจากชุมชนอื่นๆ รอบๆ ด้วย เนื่องจากชุมชนคลองอัมพวาอยู่บริเวณฝั่งเทศบาลตั้งแต่สะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) จนถึงหน้าวัดพระยาญาติ นั่นคืออยู่ถัดเข้าไปข้างในคลองต่อจากชุมชนตลาดอัมพวา และลักษณะการตั้งบ้านเรือนจะหนาแน่นบริเวณริมคลองและเป็นพื้นที่สวนฝั่งด้านใน ดังนั้นการเดินทางโดยรถยนต์จึงไม่สะดวก และไม่มีพื้นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยว ประกอบกับอยู่ลึกเข้าไปข้างในคลองอัมพวา ดังนั้นการที่จะพัฒนานั้นค่อนข้างยาก ซึ่งคนบางกลุ่มก็มองว่าชุมชนคลองอัมพวาไม่สามารถพัฒนาได้ นักท่องเที่ยวไม่เดินเข้ามาถึงด้านใน แต่กระนั้นชุมชนคลองอัมพวา

ได้รับแรงเสริมจากชุมชนตลาดอัมพวา และชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของสถานที่จอดรถ และนักท่องเที่ยวที่มาแล้วเดินเที่ยวต่อเข้าไปยังชุมชนคลองอัมพวา

ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย จากการวิจัยพบว่ามิใช่เพียงเสริมสร้างในด้านศักยภาพด้านภูมิศาสตร์สถานที่ตั้งของชุมชนเท่านั้น แต่ในเครือข่ายยังมีการเสริมสร้างกำลังใจซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น ชุมชนคลองอัมพวาที่พื้นที่อยู่ด้านในการพัฒนานั้นค่อนข้างยาก แต่กลุ่มแกนนำชุมชนก็ได้รับกำลังใจแกนนำหลัก และแกนนำชุมชนอื่นๆ ให้พยายามและสู้ต่อไป

“คือว่า เราแบบว่ามีกำลังใจ ท่านนายกบอกสู้ไปเถอะ ไม่เป็นไรหรอก ติดหรือไม่ติดก็ไม่เป็นไร ทีนี้เรามีแรงจูงใจจ้ะ คือว่าท่านนายกก็ให้กำลังใจเพื่อนบ้านแต่ละชุมชนบอกว่าทำไปเถอะ ใครจะว่าอย่างไรไม่ต้องสนใจ ทำของเราไป”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนบางกะพ้อม 2

จากการวิจัยพบว่าชุมชนมีสมาชิกจำนวน 3 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าสมาชิกชมรมโฮมสเตย์มีส่วนเสริมสร้างให้คนมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากชุมชนไม่ได้อยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นชุมชนนี้จึงไม่ค่อยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในเรื่องของการขายของเท่าใดนัก แต่เนื่องจากสภาพของชุมชนเป็นแบบสวน มีคลองหลายสายไหลผ่าน ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นโฮมสเตย์ได้ นอกจากนั้นยังได้รับการเสริมสร้างจากภายนอกชุมชน โดยชุมชนบางกะพ้อม 2 อาศัยคนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแล้วก็มาพักที่โฮมสเตย์ในชุมชน

จะเห็นได้ว่าแต่ละกลุ่มที่มาร่วมเป็นเครือข่ายนั้น ต่างให้จุดเด่นของตนเองสนับสนุนกลุ่มอื่นๆ แกนนำหลักซึ่งเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนด้านนโยบาย การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาให้กับทุกชุมชน ในส่วนของแต่ละชุมชนเองก็มีจุดเด่นจุดอ่อนที่แตกต่างกัน แต่ก็ได้อาศัยจุดเด่นของชุมชนอื่นๆ มาส่งเสริมเพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชนของตนเอง ตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่ม

เสริมสร้างและทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็ง และส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่าง มั่นคงและยั่งยืน

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยได้เข้ามามีส่วนร่วมเสริมสร้างในเครือข่าย กล่าวคือ กลุ่มแกนนำชุมชน จะมีหน้าบริหารงานภายในชุมชนเท่านั้น ไม่ได้เข้ามาดูแลแม่ค้าที่มาขายของในชุมชน ดังนั้นกลุ่ม แกนนำชมรมฯ จึงมีหน้าที่ดูแลกลุ่มสมาชิกที่เป็นแม่ค้าในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเป็นหลัก นอกจากนั้นยังดูแลสมาชิกที่อยู่ในชุมชนอื่นๆ ในเรื่องของการให้ความรู้ด้านอาหาร ความสะดวก ความปลอดภัย ทำให้กลุ่มสมาชิกที่เป็นแม่ค้ามีความรู้ มีความมั่นใจ ซึ่งส่งผลให้เครือข่ายมี ความเข้มแข็งมากขึ้น

“.....คือแยกงานชุมชน ชุมชนเค้าก็จะดูระหว่างเรื่องในชุมชน แต่ชมรมแผง ลอยจะดูเรื่องแม่ค้าเลย”

(คุณอรพินธุ์ ไชวดีทิพย์ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

พันธมิตร - ชมรมโฮมสเตย์

เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์ซึ่งเป็นพันธมิตรของเครือข่ายมีส่วนร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับ เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์นั้นเป็นการรวมกลุ่มสมาชิกที่เปิด โฮมสเตย์ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านและไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์มาก่อน ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์จึงมีส่วนเข้ามาเพื่อให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการทำโฮมสเตย์ ให้กับสมาชิก

มีวัตถุประสงค์ค่อนข้างชัด ตอนจัดตั้งเป็นชมรมก็มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนคือ รวมกลุ่มบ้านพักเพื่อช่วยเหลือแก้ปัญหาให้คำแนะนำกัน เผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจด้านนี้”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

6. การพึ่งพิงกัน (Interdependence)

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่าสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายนั้นมีทั้งการพึ่งพิงกันทั้งในกลุ่มตนเอง และพึ่งพิงกับกลุ่มอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จนั้นต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจระหว่างสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ทั้งนี้แกนนำหลัก ซึ่งเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นศูนย์กลางในการดำเนินการพัฒนาที่ต้องการมีส่วนร่วมจากสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ไม่ว่าจะในเรื่องของการระดมความคิดเห็นซึ่งถือว่ามีความสำคัญอันดับแรกของการพัฒนา หรือการให้สมาชิกเข้ามาเริ่มขายของ เปิดโฮมสเตย์ ซึ่งในช่วงแรกนั้นยังมีสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมน้อย ดังนั้นแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจึงต้องพึ่งพิง อาศัยความร่วมมือจากกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรม และกลุ่มสมาชิกเป็นจำนวนมาก ทั้งการไปจ้างเรือพายมาขายของ ทุกคนขณะนั้นไม่ว่าจะมีตำแหน่งอะไรก็ต้องลงมาช่วยกันหมดเพื่อให้ตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นมาได้

“เพราะฉะนั้นสร้างเป้าให้เค้า ไม่ใช่ให้เค้ามารับคำสั่งผม สิ่งที่เราจะได้รวบรวม แล้ว screen แล้วจัดเรียง สร้าง Process แล้วให้ความสำคัญ”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสูวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“เริ่มแรกหรือคะ เราก็ต้องช่วยท่านนายกฯ เป็นทั้งประธานชุมชนเป็นทั้งเลขา ท่านไม่รู้เนตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกๆบ้าน ขอร้องเขาขาย แรกๆก็ โอ้ย...จะขายได้หรือ? เตียวก็เจ๊งจริงๆ แล้วมันไม่ใช่ ถ้าเราไม่ลองก็ไมรู้นะ ของอย่างงี้ไม่ลองก็ไมรู้อะ ขายเถอะคะ พี่เชื่อว่าถ้าขายทุกบ้าน พี่เชื่อว่าทุกคนต้องขายได้”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“เวลาที่เรียกชุมชน พี่ส่วนใหญ่จะขอชุมชนละ 3 ท่าน คงไม่หมดนะคะ อย่างน้อยประธาน รองประธาน เลขา แล้วแต่ใครจะมา แต่ที่สำคัญ ประธานต้องมา ถ้าประธานติดธุระจริงๆ ประธานมาไม่ได้ ประธานต้อง มอบตัวแทนมาเลยว่านี้ประธานของฉัน สามารถตัดสินใจแทนได้ในที่ประชุม พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

ในส่วนของคุณชุมชนเอง ถึงแม้จะแบ่งการบริหารงานของแต่ละชุมชนอย่างชัดเจน แต่กระนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแต่ละชุมชนก็ยังมีภารกิจที่พัวพันกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลอย่างเห็นได้ชัดเจน

จากนโยบายการบริหารงานและการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาของแกนนำหลัก ร้อยโท พัชโรดม อุดมสุวรรณ ที่ให้กลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้บริหารงานและพัฒนาชุมชนของตนเอง ซึ่งแต่ละชุมชนจะได้รับงบประมาณแยกจากกัน ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละชุมชนจะนำไปพัฒนาด้านอะไร เช่น ชุมชนตลาดอัมพวา ส่วนหนึ่งที่ซื้อของที่ต้องมาใช้ในชุมชน เช่น ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ สำหรับให้นักท่องเที่ยวมานั่งทานอาหาร หรือชุมชนคลองอัมพวา ก็นำเงินงบประมาณไปซื้อเก้าอี้ ถังขยะ ต่อไฟบริเวณริมคลองให้สว่างขึ้น เป็นต้น แต่กระนั้นแต่ละชุมชนก็ต้องมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เนื่องจากเมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้รับงบประมาณในแต่ละครั้งจะต้องมีการระดมความคิดเห็นของคนทั้งชุมชนว่าจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาในเรื่องอะไร หรือกรณีที่มีประชุมในเรื่องการพัฒนาด้านอื่นๆ ซึ่งการประชุมทุกครั้งทุกชุมชนจะต้องมีแกนนำหลักเข้าร่วมด้วย หรือถ้าแกนนำหลักท่านไม่สามารถเข้าร่วมได้ก็จะมีกลุ่มแกนนำจากทางเทศบาลเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชนมีปัญหาต่างๆ ก็จะไปปรึกษากับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล

“..... ส่วนชุมชนจะให้พี่ลงไปอยู่กับเขา หมายความว่าวันนี้ชุมชนเค้าจะประชุมลูกบ้านเค้าละ เรื่องนั้นเรื่องนี้ เค้าก็จะโทรกริ่งคุณเล็กว่ามัยวันนี้วันนี้ อะไอย่างนี้”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

“แต่ส่วนใหญ่เวลารวมตัว หรือจัดประชุมอะไร ท่านก็จะมาทุกครั้ง เหมือนมาพูดมาอะไรอย่างนี้ท่านก็จะมา”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“ก็จะมีคุณศรีประภาศ นักพัฒนาชุมชน ก็จะถามความเห็นว่าคุณทำได้มั๊ย เพราะบางครั้งข้อกฎหมายขัดข้อกฎหมายมั๊ย ทำได้ก็ทำได้ ไม่ได้ก็อย่าทำ”

(คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์ : รองประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

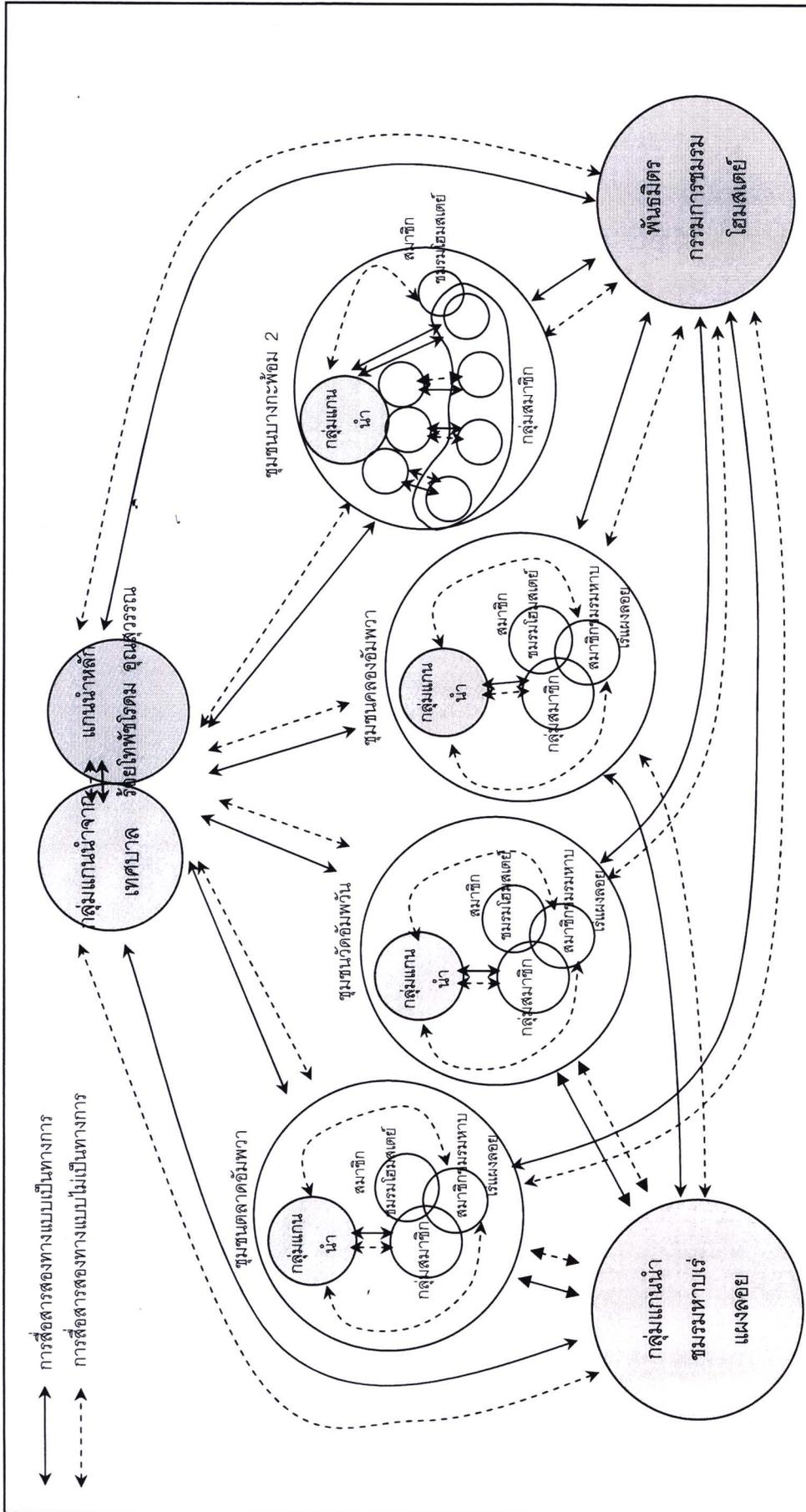
สำหรับกลุ่มสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพ คือ แม่ค้า ก็ได้ฟังฟังชมรมหาบเร่แผงลอย ทั้งในเรื่องสถานที่ขายของ ชาวสาร ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำมาค้าขาย หรือในส่วนของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ก็ได้ฟังฟังชมรมโฮมสเตย์ในเรื่องของการตั้งราคา การดูแลลูกค้า การเขียนบิล การส่งแขก รวมทั้งข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเห็นว่าแต่ละกลุ่มต่างก็มีบทบาทในการเสริมสร้างซึ่งกันและกันอย่างเหมาะสมและลงตัว กล่าวคือ ผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐ ได้แก่ แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เป็นกลุ่มที่ดูแลและวางแผนงานต่างๆ ซึ่งต้องฟังฟังชุมชนในการทำ ให้แผนงานประสบผลสำเร็จ ชุมชน ประกอบด้วยสมาชิกหลากหลายกลุ่ม โดยกลุ่มแกนนำก็ต้องฟังฟังแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลในการบริหารงานในชุมชน ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่งต้องประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเอง ไม่ว่าจะค้าขาย หรือเปิดโฮมสเตย์ ต่างก็ต้องฟังฟังชมรมในด้านข่าวสาร ความรู้ และสุดท้าย ชมรม ซึ่งการที่ชมรมจะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยอาศัยสมาชิกในชมรม ซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกของชุมชนต่างๆ นั่นเอง

ดังนั้นสมาชิกเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละกลุ่มต่างฟังฟังกันเพื่อให้เครือข่ายมีเข้มแข็งอย่างแท้จริง

7. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction)

จากคุณลักษณะของเครือข่ายที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าเครือข่ายจำเป็นต้องมีการสื่อสารภายในเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายเข้าด้วยกัน จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายมีการสื่อสารสามารถอธิบายตามภาพที่ 15 ดังนี้



ภาพที่ 15 แสดงการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย

จากภาพที่ 15 จะเห็นได้ว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีสมาชิกในเครือข่ายทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลนั้นเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน ส่วนกลุ่มแกนนำชุมชนมีหน้าที่รับนโยบายเพื่อนำไปพัฒนาชุมชน และชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ เป็นกลุ่มอาชีพที่คอยดูแลสมาชิกชมรมซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกนั่นเอง ดังนั้นเพื่อให้เห็นลักษณะการติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายไว้ด้วยกัน ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ

7.1 การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มชุมชนและชมรม โดยเข้าไปศึกษาว่าสมาชิกมีการสื่อสารกันอย่างไร

7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นเครือข่ายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

7.1 การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม

ชุมชนตลาดอัมพวา

งานในชุมชนตลาดอัมพวามีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิกสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหารดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำจำเป็นต้องสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา เพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิกอันเป็นหลักการของประชาธิปไตย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ

1. จดหมาย และ 2. การประชุม

□ จดหมาย

กลุ่มแกนนำจะส่งจดหมายเพื่อแจ้งกำหนดการประชุมให้กลุ่มสมาชิกได้รับทราบ เป็นการสื่อสารในด้านของการจัดการเพื่อดึงคนให้ออกมาประชุมร่วมกัน

“ส่วนใหญ่ของตลาดจะเป็นหนังสือเวียน เพราะตลาดมันแค่นี้เอง เดิน 10 กว่านาทีก็นัดแล้ว เดินแจกหนังสือทุกคน ทุกบ้านได้หมดอยู่แล้ว ทัวถึงด้วย การสื่อสารโดยวิธีการแจกหนังสือมันทัวถึง เห็นมัยครับ ชุมชนเล็กนิดเดียวเอง”

(คุณวรพจน์ เจริญปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

□ การประชุม

หลังจากที่กลุ่มแกนนำชุมชนได้รับนโยบายการพัฒนาจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชนจะใช้จดหมายแจ้งวันประชุมและเชิญให้กลุ่มสมาชิกรวมกันเพื่อแจ้งข่าวสาร นโยบาย หรือในกรณีที่ต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน สมาชิกทุกคนจะมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็น และใช้เสียงข้างมากอันเป็นหลักการประชาธิปไตย นอกจากนั้นการจัดประชุมยังเป็นการเปิดเวทีให้สมาชิกได้ออกมาพบเจอกัน มาร่วมแรงร่วมใจในการพัฒนา

“ที่จริงแล้วมันควรจะต้องสร้างความสมานฉันท์ ความรักใคร่ ต้องให้รับรู้รับทราบเดือนละ 1 ครั้งก็จะดีที่สุด บางทีมากินกาแฟกัน มาคุยกัน ปรกติก็ต่างคนต่างทำมาหากินช่วยกันทำงานกันไป แต่เราก็อ้าว มีอะไรหละ มีไอนั้นไอนี้มาคุยกัน ให้เค้าได้รับทราบหน้าที่ ”

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) โดยมีวิธีการการสื่อสารคือ 1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก และ 2. การโทรศัพท์

□ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

เนื่องจากชุมชนตลาดอัมพวาเป็นชุมชนขนาดเล็ก สมาชิกทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นการสื่อสารอีกแบบหนึ่งที่ใช้ คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก เช่น กรณีมีประชุมด่วนไม่สามารถส่งจดหมายได้ทันทีจะให้กลุ่มแกนนำช่วยกันเดินบอกกับสมาชิก แล้วสมาชิกก็จะบอกต่อๆ กันให้สมาชิกคนอื่นทราบด้วย ซึ่งการสื่อสารวิธีนี้ทำให้ข่าวสารกระจายได้รวดเร็ว

“ก็เดินบอกกัน เพราะว่าตลาดมันแคบ มันมีแค่ร้อยกว่าหลังคาเรือนเท่านั้นเอง มันก็จะสื่อกันง่าย เรามีคณะกรรมการ กลุ่ม บางเรื่องถ้าส่งมาที่ประธาน ประธานก็เดินบอก ถ้าเกี่ยวกับเรื่องสาธารณสุขก็บอกประธานสาธารณสุข เกี่ยวกับเรื่องการศึกษา สวัสดิการ ส่วนมากก็ประธานจะเป็นคนรับไป เพราะต้องเข้าประชุม รับเรื่องมา แล้วก็มาสื่อต่อ ไม่มีหลุดหรอกครับ ที่นี้ไม่มีหลุดเลย แป๊ปเดียว เพราะมันสะดวก ถ้าเป็นในสวนนี้บ้างที่บ้านนี้มีสุนัขไม่กล้าไป แต่เค้าก็จะสื่อฝากไป อย่างสมมุติญาติคนนั้นมาเค้าก็ฝากไปให้ไปบอกด้วย ฝากต่อๆ กัน”

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

□ โทรศัพท์

การโทรศัพท์ เป็นการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว โดยพบว่ามีการใช้โทรศัพท์เพื่อแจ้งให้กลุ่มสมาชิกทราบว่าจะมีจัดประชุมเมื่อใด

“ส่วนมากก็จะเป็นเอกสาร เอกสารเนี่ยคุณสนั่นก็จะเอามาแจก ถ้าไม่แจกให้ก็จะโทรศัพท์มาบอกว่าวันนี้จะมีการประชุม วันนี้จะประชุมสัญจรที่นี้แหละ”

(คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์ : รองประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

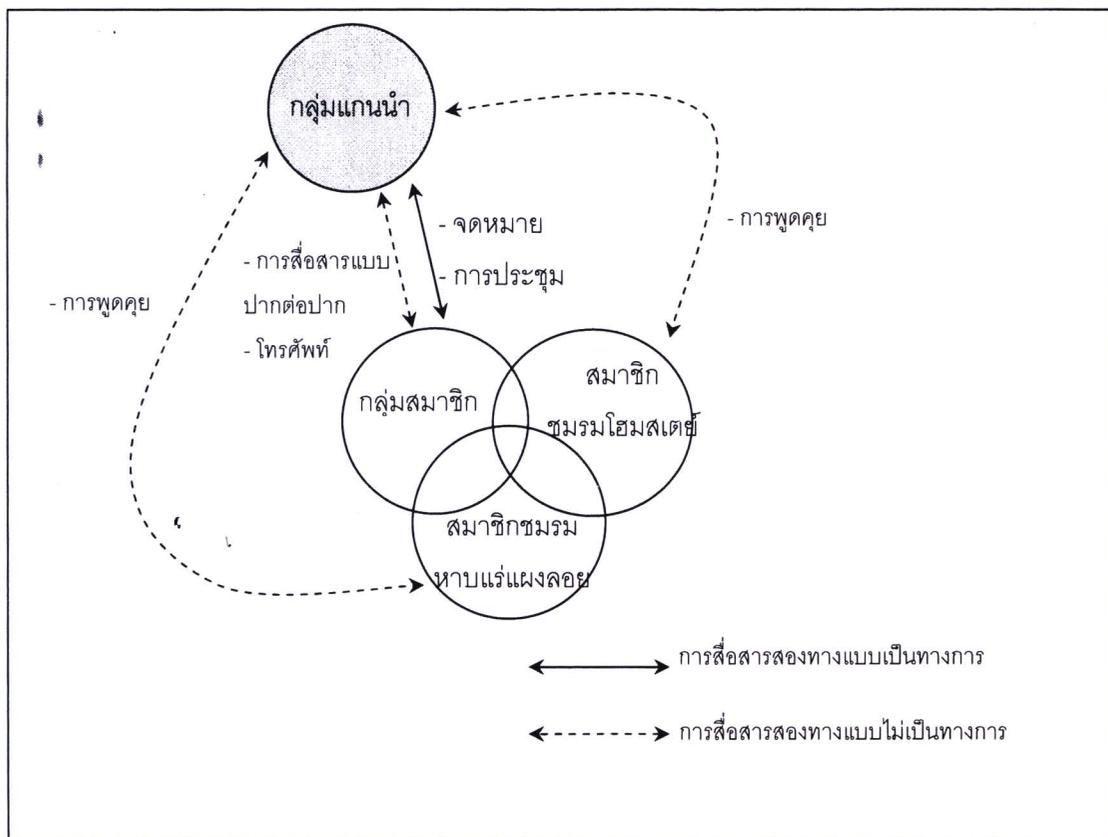
จากการวิจัยพบว่า กลุ่มแกนนำไม่ได้มีการสื่อสารในรูปแบบที่เป็นทางการกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ เนื่องจากสมาชิกของทั้งสองชมรมต่างก็เป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชน ดังนั้นส่วนใหญ่การสื่อสารจึงมีลักษณะแบบพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ เช่น คุณวรพจน์ เจียมปรีชา อยู่ในกลุ่มสมาชิก และยังเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ ดังนั้นเวลาที่ประชุมร่วมกันในชุมชนตลาดอัมพวาคุณวรพจน์ก็มีการนำเสนอความคิดเห็นและพูดคุยในที่ประชุมในฐานะกลุ่มสมาชิก และก็ได้มีการนำข้อมูลที่ได้รับมาจากชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ไปนำเสนอในที่ประชุมด้วย

“อย่างผมเป็นทั้ง 3 ที่เลย โฮมสเตย์ ชุมชน แผงลอย เป็นหมดทุกอย่าง เราก็เหมือนกับว่าประชุมร่วมกันกลายเป็นอย่างผมเป็นสมาชิกทุกกลุ่ม อย่างกลุ่มไหนคุยเรื่องนี้ผมก็รู้แล้ว คือบางทีกลุ่มนี้เราไปเสนอเค้าว่าชมรมเค้าเป็นอย่างไร มันก็กลายเป็นว่าคล้ายๆ กับประชุมร่วมกันในบางส่วน”
(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย สมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จะเห็นได้ว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ของชุมชนตลาดอัมพวาแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ บางคนอยู่ในกลุ่มสมาชิก และเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วย นอกจากนั้นสมาชิกทุกคนในเครือข่ายรู้จักกันหมด ดังนั้นทั้ง 3 กลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารดังกล่าวทำให้คนในเครือข่ายมีความรัก ความสามัคคี ซึ่งจะเป็นการณีกำลังของสมาชิกเพื่อให้เกิดศักยภาพต่อการพัฒนาต่อไป

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนตลาดอัมพวาได้ดังภาพที่ 16
ต่อไป



ภาพที่ 16 แสดงการสื่อสารในชุมชนตลาดอัมพวา

ชุมชนวัดอัมพวัน

ชุมชนวัดอัมพวันมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบแร่แฝงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันทั้งการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหารดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา เพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิกอันเป็นหลักการของ

ประชาธิปไตย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ

1. การประชุม และ 2. ประชาคม

□ การประชุม

ในส่วนของชุมชนวัดอัมพวันจะจัดประชุมเพื่อแจ้งข่าวสารหลังจากที่กลุ่มแกนนำไปประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำประชุมร่วมกันเองแล้วมีข่าวสารที่ต้องแจ้งให้กลุ่มสมาชิกทราบ กลุ่มแกนนำก็จะนัดสมาชิกเพื่อมาแจ้งข่าวสาร หรือกรณีที่ต้องตัดสินใจในปัญหาต่างๆ สมาชิกแต่ละท่านจะได้มาร่วมแสดงความคิดเห็น ปรีกษาหารือ และตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งการจัดประชุมนี้จะทำให้สมาชิกทุกคนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องตรงกัน โดยจะมีการจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง

“พูดค่ะ เวลาอยากจะคุยให้ถูกให้ชาวบ้านมาฟังพร้อมๆกัน เราก็จะเดินไปบอกเขาว่าเดี๋ยวจะมีประชุม เรียกเขามาคุยกันว่าเขาต้องการอะไรบ้าง ทางนี้ต้องการอีกอย่าง ทางนั้นต้องการอีกอย่าง ได้คุยกันหมดแล้วเราถึงจะไปเสนอท่านนายกอีกทีหนึ่ง”

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

□ ประชาคม

จากการวิจัยพบว่า การจัดประชาคมในชุมชนวัดอัมพวันใช้ในกรณีที่ชุมชนได้งบประมาณมาจากเทศบาล ซึ่งเรื่องดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกทุกคน ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเรียกสมาชิกให้ออกมาประชุมร่วมกันเพื่อเสนอความคิด เพื่อดูความต้องการของคนส่วนใหญ่ แล้วตัดสินใจโดยการโหวตหรือลงคะแนนเสียงเพื่อความเป็นธรรม

“เท่าเทียมกันหมด อย่างนี้ประชาคมคราวนี้มึงบเท่านี้จะทำอะไรกันบ้าง บางคนต้องการเดินท์ เรากี่ประชาคมกัน บ้านนี้จะเอาอะไร บ้านนี้จะเอาอะไร”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

□ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

เนื่องจากชุมชนวัดอัมพวันเป็นชุมชนที่มีขนาดเล็ก สมาชิกทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นวิธีการกระจายข่าวสารให้กลุ่มสมาชิกทราบคือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก เช่น เมื่อมีข่าวสารเข้ามาในชุมชนหรือกรณีที่มีเรื่องด่วนเข้ามา กลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน)จะเป็นผู้รับเรื่องแล้วกระจายให้กลุ่มแกนนำ(กรรมการชุมชน) ไปเดินบอกต่อให้สมาชิกทราบ

“เรากี่ไปแจ้งคนในชุมชนว่าเออ วันนี้เขาจะมีประชุม เรากี่จะเดินบอก เพราะมันไม่ไกล บ้านเรากี่ห้องแถวอย่างเจีย ถ้าเราเดินแป็บเดียวก็หมดแล้ว”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“ไม่บางทีเดินเองเลย บางทีมันช้ากว่าจะเรียกประชุมไซ้ใหม่มันช้าเกินไป บางทีเทศบาลเร่งด่วน บางทีมาถึงมันเร่งด่วนอย่างเจียจะเอาเลย มันไม่ทัน บ้านเรากี่ห้องแถวอย่างเจีย ถ้าเราเดินแป็บเดียวก็หมดแล้ว ก็ช่วยกันอ่าว กรรมการคนนี้เดินไปแถบนี้ คนนี้ไปแถบนี้ช่วยกันเดินเลย เรียกประชุมมันไม่ทัน มาวันนี้จะเอาพรงนี้มันไม่ทันแล้ว”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

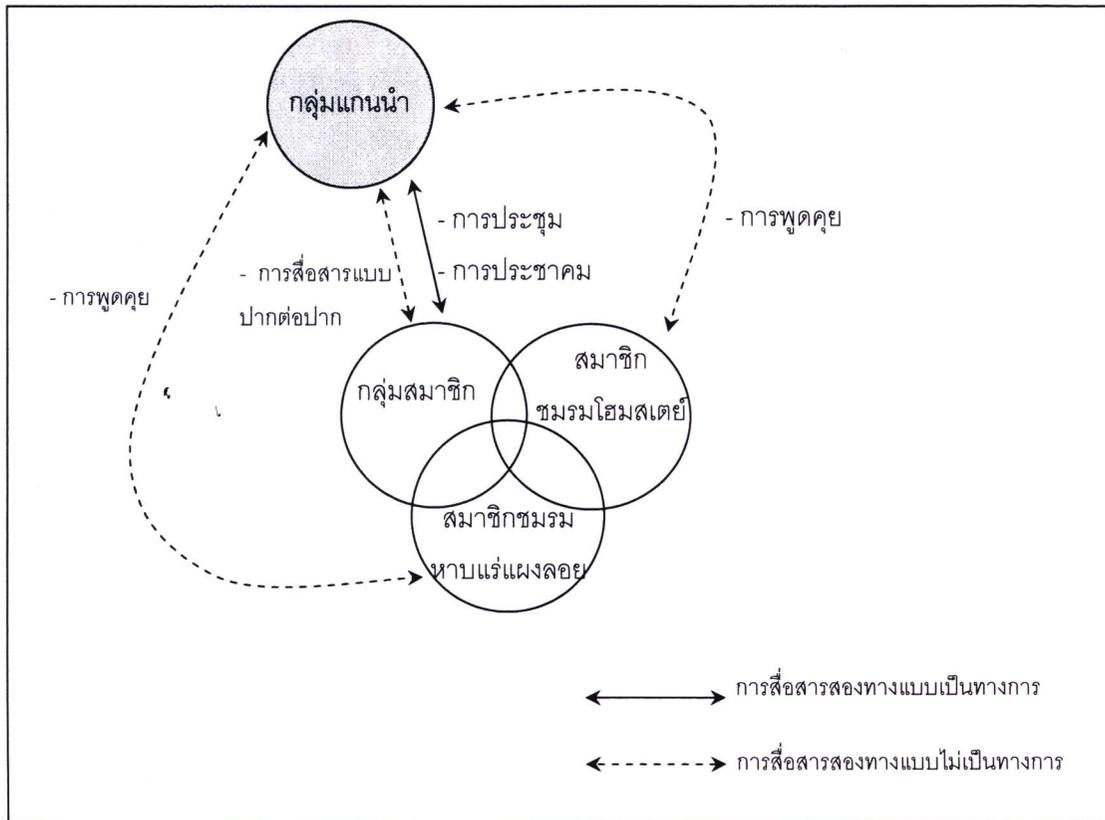
การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรม โฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันทั้งสิ้น ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการประกอบอาชีพของตนเอง ซึ่งผลที่ได้ไม่ว่าจะเป็นการค้าขายหรือเปิดโฮมสเตย์ก็ทำให้ชุมชนพัฒนาและส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเช่นกัน

การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรม โฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนวัดอัมพวันแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวัน ซึ่งลักษณะของชุมชนที่มีขนาดเล็กสมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทุกกลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารดังกล่าวทำให้คนในเครือข่ายมีความรัก ความสามัคคี ซึ่งจะเป็นการผนึกกำลังของเครือข่าย เพื่อให้เกิดศักยภาพต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต่อไป

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนวัดอัมพวันได้ดังภาพที่ 17 ต่อไปนี้



ภาพที่ 17 แสดงการสื่อสารในชุมชนวัดอัมพวัน

ชุมชนคลองอัมพวา

ชุมชนคลองอัมพวามีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบแร่แฝงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้



การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกในเครือข่าย

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่ในการบริหาร ดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ

1. จดหมาย
2. การประชุม
3. ประชาคม

จดหมาย

จากการวิจัยพบว่า จดหมายเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่กลุ่มแกนนำใช้แจ้งข่าวสาร โดยพบว่าชุมชนคลองอัมพวา กลุ่มแกนนำจะส่งจดหมายอย่างเป็นทางการแจกให้กับกลุ่มสมาชิก เพื่อแจ้งให้ทราบว่าจะมีการจัดประชุมวันที่เท่าไร ที่ใด

“อย่างสมมุติประธานชุมชนจะนัดประชุม ทำหนังสือค่ะ แล้วก็แจก”

(คุณสปีณา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“ส่วนใหญ่ก็ถ้าอย่างจะมีการประชุม จะพูดคุย จะมีวาระในการประชุมของเรื่องอะไรอย่างนี้ เค้าจะเป็นหนังสือมา หนังสือมาแจ้งว่าใครที่ว่าจะดวงที่ จะเข้าร่วมประชุมมั๊ยก็เซ็นชื่อลงไป”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

การประชุม

ชุมชนคลองอัมพวาจะใช้การจัดประชุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหลังจากที่กลุ่มแกนนำไปประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำประชุมร่วมกันเองแล้วมีข่าวสาร มีประเด็น หรือมีเรื่องที่ต้องมีการตัดสินใจ แกนนำก็จะนัด

กลุ่มสมาชิกเพื่อมาแจ้งข่าวสาร แสดงความคิดเห็น ปรีกษาหารือและตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งโดยปกติจะมีการจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง

“เพราะว่าประธานชุมชนแต่ละชุมชนไปประชุม ประชุมเสร็จได้เรื่องยังไงก็ ทำหนังสือเรียกคนในชุมชนมาประชุมกันอีกที ไปรับแนวทาง รับข้อเสนอ มา อย่างโน้นอย่างนั้นนะ แล้วก็มากระจายเหมือนกับว่าลูกบ้านอีกที เค้า จะเป็นหนังสือมา จะมีวาระในการประชุมของเรื่องอะไรอย่างนี้ ส่วนใหญ่จะ เรื่องเกี่ยวกับตลาดน้ำนี่แหละ รองลงมาก็เรื่องงบประมาณจัดสรร ว่าได้เงิน มาก่อนนี้นะ จะทำอะไรกัน”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

□ ประชาคม

จากการวิจัยพบว่าเมื่อชุมชนได้งบประมาณมาจากเทศบาล เรื่องดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกทุกคน ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเรียกกลุ่มสมาชิกให้ออกมาประชาคมร่วมกันเพื่อเสนอความคิดว่าจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาอะไรในชุมชน โดยแต่ละคนก็จะเสนอความคิดเห็นของตนเอง เมื่อในที่ประชุมมีความคิดเห็นที่หลากหลายไม่ตรงกัน จึงตัดสินใจโดยการโหวตหรือลงคะแนนเสียง

“บางทีก็มีทะเลาะกันบ้าง ความคิดเห็นสมาชิกไม่ตรงกัน คนนั้นจะเอา อย่างนี้ คนนี้จะเอาอย่างนั้น บางทีมันก็ต้องเหมือนกันว่าประชาธิปไตย ก็ ต้องโหวตว่ายกออกมาเป็นข้อ ข้อหนึ่งแบบนี้ ข้อสองแบบนี้ ใครเห็นด้วย ข้อไหน แบบไหนอย่างไร สมาชิกคนไหนเห็นอย่างไร แล้วคนที่เป็นคน นำเสนอข้อไหนๆ ก็ต้องมีเหตุผล มันก็จะเหมือนข้อโต้แย้งกันว่าทำไมของ ทีมนาย ก. ได้คะแนนเสียงเยอะกว่านาย ข. ทำไมทีมนี้แค่นี้เพราะอะไร เพราะว่าบางทีบางครั้งในกลุ่มทีม นาย ข. มันก็โอเค ไม่ใช่ว่ามันไม่ดี แต่ เหมือนกับว่าคนส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าอันไหนสำคัญมากกว่า อันไหนควรมา อันดับ 1 กว่า ทั้งๆ ที่มันก็สำคัญทั้ง 2 อย่าง แต่ก็ต้องยอมรับในตามเสียง ที่โหวตไป”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

□ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

เนื่องจากชุมชนคลองอัมพวา สมาชิกทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารอีกแบบหนึ่งที่ใช้ในกลุ่ม คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก กล่าวคือ เมื่อมีข่าวสารเข้ามาในชุมชนหรือถ้ามีการเรียกประชุมด่วนไม่สามารถส่งจดหมายได้ทัน กลุ่มแกนนำ (ประธาน) จะเป็นผู้รับเรื่อง แล้วกระจายให้กลุ่มแกนนำ (กรรมการชุมชน) ไปเดินบอกต่อให้กลุ่มสมาชิกทราบ

“เวลามีข่าวอะไรมาก็คุยกับกรรมการแล้วก็ช่วยบอกต่อๆ กันไป บางทีเรารู้คนในชุมชนก็ให้ช่วยบอกต่อๆ กันไปที่นะว่าเค้าบอกมาอย่างนี้ อย่างนี้ เค้าก็บอกต่อกันไป คือว่าใครอยู่ส่วนไหนเค้าจะบอกต่อๆ กันไป”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจน แต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนคลองอัมพวาทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่เป็นกลุ่มสมาชิก แล้วนำข้อมูลมาพัฒนาการประกอบอาชีพของตนเอง ซึ่งผลที่ได้ไม่ว่าจะเป็นการค้าขาย หรือเปิดโฮมสเตย์ก็ทำให้ชุมชนมีการพัฒนาทั้งสิ้น

การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

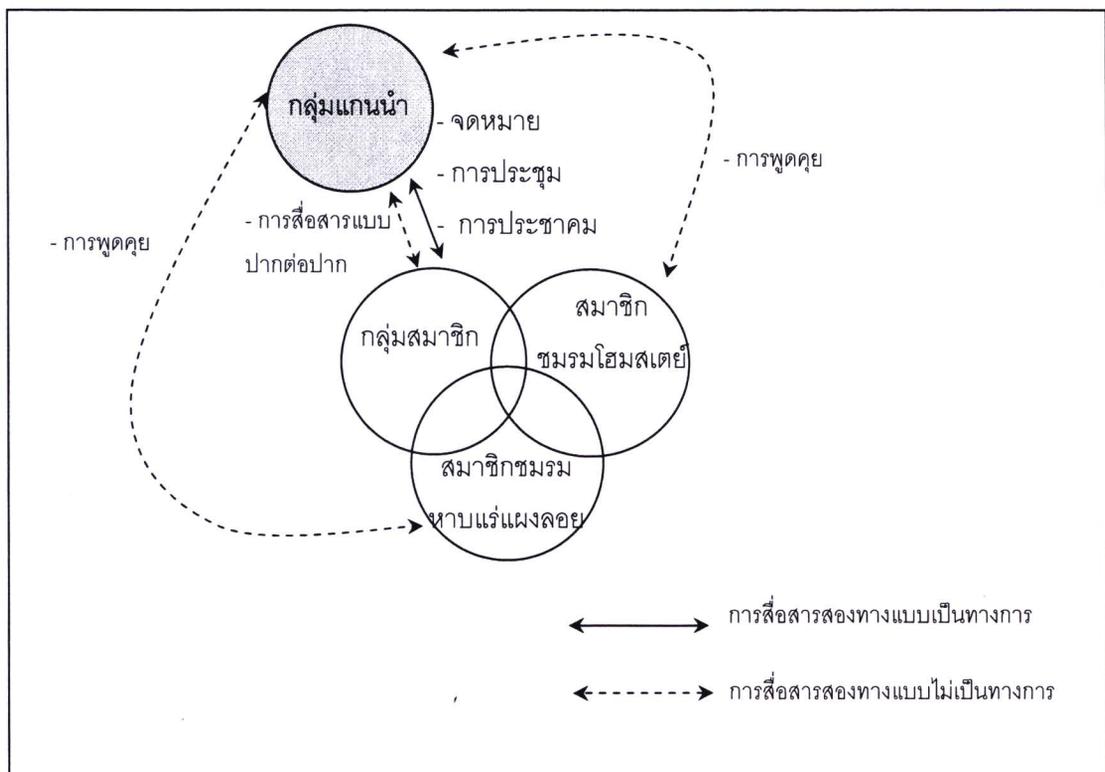
จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนคลองอัมพวาแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ

สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยหรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนทั้งหมด ซึ่งลักษณะของชุมชนที่มีขนาดเล็ก สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทุกกลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารดังกล่าวทำให้คนในชุมชนมีความรัก ความสามัคคี ซึ่งจะเป็นการผลักดันกำลังของเครือข่าย เพื่อให้เกิดศักยภาพต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

“ถ้าเป็นตัวกึ่งนะหรือ ส่วนมากมันก็ถามสารทุกข์สุกดิบ เออ...อาทิตย์นี้เป็นอย่างไร แยกดีมั๊ย อะไรว่างนี้ เป็นอย่างไรบ้าง แยกมากแยกน้อย หรือว่าตอนนี้ซาไปบ้างหรือเปล่า ก็ถามอย่างนี้ เกี่ยวกับการค้าขายในตลาดเดี๋ยวนี้คนซื้อมั๊ย ขายดีมั๊ย ก็เป็นเรื่องทั่วไป”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนคลองอัมพวาได้ดังภาพที่ 18 ต่อไปนี้



ภาพที่ 18 แสดงการสื่อสารในชุมชนคลองอัมพวา

ชุมชนบางกะพ้อม 2

ชุมชนบางกะพ้อม 2 มีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันทั้งการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหารดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ

1. จดหมาย และ 2. ประชาคม

□จดหมาย

จากการวิจัยพบว่าชุมชนบางกะพ้อม 2 เป็นชุมชนที่มีพื้นที่ในลักษณะสวนค่อนข้างมาก และกลุ่มสมาชิกจะอยู่กระจัดกระจายกันไป ดังนั้นวิธีการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกที่ใช้มากที่สุดวิธีหนึ่งคือ จดหมาย เนื่องจากการใช้จดหมายเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีข้อมูลถูกต้องชัดเจน ทำให้ข้อมูลข่าวสารส่งไปยังสมาชิกได้ทั่วถึงเพราะทุกคนต้องได้รับเหมือนกัน นอกจากนี้ยังพบว่าข้อความในจดหมายทำให้สมาชิกมีความเข้าใจที่ชัดเจนและถูกต้องตรงกัน

“ผมก็จะทำหนังสือ เพื่อที่จะทำให้เป็นเรื่องเป็นราว แต่ไม่ได้เดินไปบอกเพียงแต่ว่าให้คนที่ เป็นกรรมการให้เอาหนังสือไป เพราะบางทีคนที่ เป็นกรรมการของเรายังสื่อไม่ถูก แล้วพอไปสื่อไม่ถูก โดนกลับมา ก็โดนผมอีก นั้นแหละ เข้าใจกันคนละอย่าง พอการทำหนังสือออกไป ก็...ชัดเจน”

(คุณสุเมธ อุดมสินประเสริฐ : ประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

□ ประชาคม

จากการวิจัยพบว่าชุมชนมีการจัดประชาคม เมื่อชุมชนได้งบประมาณมาจากเทศบาล ก็จะให้กลุ่มสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้การพัฒนาชุมชนมาจากความต้องการที่แท้จริงของสมาชิก ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเรียกกลุ่มสมาชิกให้ออกมาประชุมร่วมกันเพื่อเสนอความคิด เสนอความต้องการของตน แล้วตัดสินใจโดยการโหวตหรือลงคะแนนเสียง เพื่อความเป็นธรรม

“ถ้ามีงบอะไรมาเค้าก็จะประชาคมกัน เค้าถึงได้มาเจอกัน”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

“การตัดสินใจในชุมชนก็จะประชุม แล้วโหวตกันแหละ ว่าอย่างนี้จะดีมั้ย อะไรอย่างนี้ เห็นด้วยมั้ย”

(คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ

1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก และ 2. โทรศัพท์

□ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

จากการวิจัยพบว่าชุมชนบางกะพ้อม 2 จะมีการกระจายข่าวสารโดยสร้างเครือข่ายในชุมชนตนเอง กล่าวคือ ในชุมชนจะแบ่งพื้นที่เป็นกลุ่มย่อยๆ ประมาณ 4 จุด และแต่ละจุดจะมีกลุ่มแกนนำ (กรรมการชุมชน) เป็นศูนย์กลาง เมื่อมีข่าวสารเข้ามาในชุมชน กลุ่มแกนนำ (ประธาน) จะเป็นผู้รับเรื่องแล้วกระจายให้กรรมการแต่ละจุดไปบอกต่อให้สมาชิกทราบ ซึ่งจะทำให้ข่าวสารไปถึงสมาชิกอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

“อ้อ รูปแบบการสื่อสารในชุมชนของพี่ คือ ในชุมชนนี้มันกว้างใช้มั้ย เข้าไปในสวนเนี่ย พี่จะมีอยู่ 4 จุด เข้าจุดนี้อยู่ตรงนี้ ศูนย์กลางอยู่ตรงนี้ ก็บอกเค้าว่าศูนย์กลางอยู่ตรงนี้ จุดนี้ศูนย์กลางอยู่ตรงนี้ก็บอกกลุ่มนี้ ก็จะจัดเป็นกลุ่มๆ แบ่งโซนกันไป ลักษณะที่โทรในชุมชนเนี่ยพี่จะโทร 4 จุด

โทรหาของแต่ละจุดในชุมชน แล้วก็ให้ 4 จุดเนี่ยโทรบอกต่อคนในชาวบ้าน มีกรรมการแต่ละจุดๆ มันจะกระจายออกมา ไอ้ตรงนี้อยู่ใกล้ตรงนี้ ตรงนี้อยู่ ใกล้ตรงนี้ ก็ให้ออกบอกข่าวสารข้อมูล ก็ทำให้กระจายข่าวสารกันได้ง่าย”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

“เค้าชี้จักรยานไปหากัน อย่างตาเสียมก็จักรยานคันหนึ่ง ไปบอกแจ้ง ประชุมเกษตรนะ ประชุมโน่นนะ ประชุมนี่นะ”

(คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านดวงเงิน)

☐ โทรศัพท์

วิธีการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้คือ การโทรศัพท์ เพราะมีความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากสมาชิกในชุมชนไม่ได้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ไม่สามารถเดินไปมาหากันได้สะดวกเหมือน ชุมชนอื่นๆ ดังนั้นกลุ่มแกนนำก็จะโทรศัพท์เพื่อแจ้งให้สมาชิกทราบว่าจะมีจัดประชุมเมื่อใด

“ใช้ โทรรู้หมด สมมุติว่าเค้าจะมีประชุมที่ไหน คืออะไร เดียวก็โทรศัพท์มา ติดต่อดี”

(คุณปราณี ทองแกง : สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2)

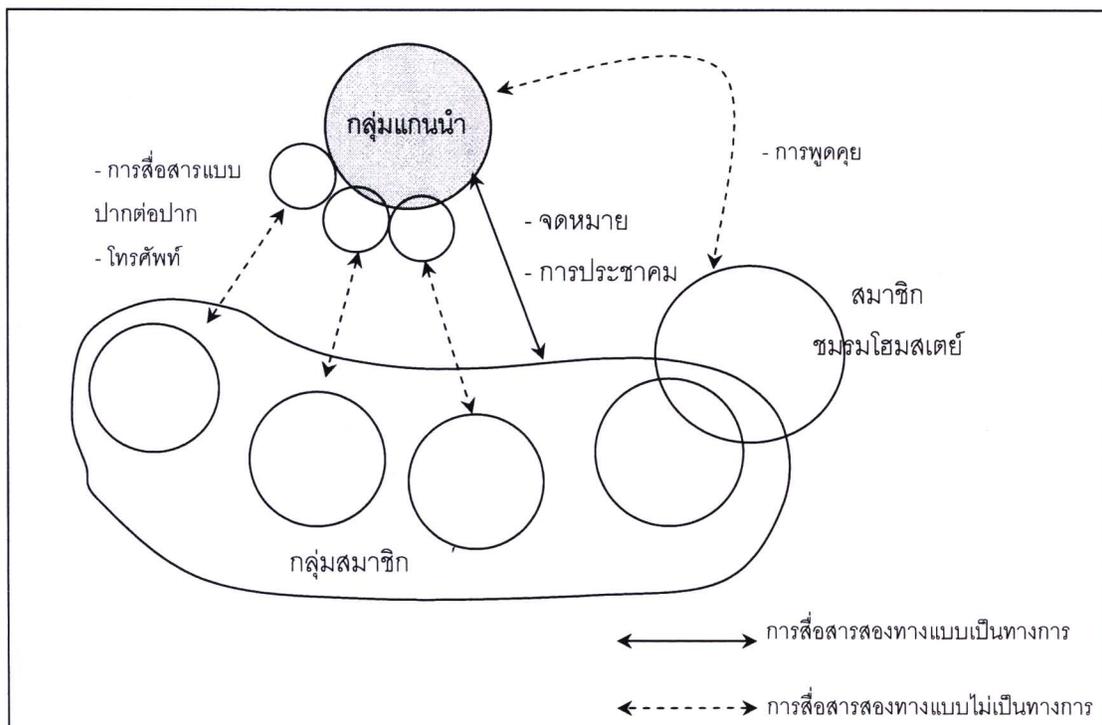
การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะ การสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อนั้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจนแต่จะพบว่า สมาชิกของชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็น รูปแบบที่รับรู้ข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการทำ โฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชน

การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิกและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนบางกะพ้อม 2 แล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 ซึ่งลักษณะของชุมชนที่สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทั้ง 2 กลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา จากการที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน ในวันนั้นก็ได้พบกับ คุณปราณี ทองแกง สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2 ซึ่งทั้ง 2 ท่านได้ไปมาหาสู่กัน เนื่องจากบ้านอยู่ใกล้กัน และได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องการทำโฮมสเตย์ การดูแลแขก ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการพูดคุยระหว่างสมาชิก ทำให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในด้านการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาและการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้คนในชุมชนสามารถที่จะพัฒนาตนเองเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนบางกะพ้อม 2 ได้ดังภาพที่ 19 ต่อไปนี้



ภาพที่ 19 แสดงการสื่อสารในชุมชนบางกะพ้อม 2

ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอย ทำหน้าที่ดูแลร้านค้าที่มาตั้งหาบเร่แผงลอยในบริเวณชุมชนตลาด อัมพวาเป็นหลัก และชมรมฯ มีทั้งกลุ่มแกนนำและสมาชิก(กระจายอยู่ในชุมชน) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มย่อยนี้ก็มี การสื่อสารระหว่างกัน โดยกลุ่มแกนนำจะมีวิธีการสื่อสารแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ

1. จดหมาย 2. เอกสารแจก / อบรม และ 3. การประชุม

□ จดหมาย

การออกจดหมายของชมรมหาบเร่แผงลอยมี 2 กรณี คือ ถ้าเป็นการประชุมรวมทั้งชมรม กลุ่มแกนนำชมรมฯ จะแจ้งไปที่กลุ่มแกนนำจากเทศบาล เพื่อให้ออกหนังสือเชิญให้กับสมาชิกชมรมฯ แต่ในบางกรณีที่เรียกประชุมเฉพาะกลุ่มแกนนำ หรือมีข่าวประชาสัมพันธ์ หรือเรื่องด่วนที่ต้องแจ้งให้สมาชิกทราบ กลุ่มแกนนำ (ประธานชมรมฯ) จะเป็นผู้ออกจดหมายแจกให้สมาชิกเอง เช่น กรณีแบ่งคัปลอมระบาศ

“ส่วนมากเวลาประชุมเราก็หนังสือแจกให้กับสมาชิกทุกคน แล้วเขาก็มาประชุม”

(คุณอรพินธุ์ ไชวดีกประสงค์ภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“เราจะเรียกในบางเรื่องเท่านั้น อย่างแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางชมรมจะออกเอง แต่ถ้าเรียกประชุมทั้งหมดก็รอเทศบาลเรียก เวลาที่มีเรื่อง มีงานใหญ่ ทางชมรมก็จะแจ้งเทศบาล ให้เทศบาลทำหนังสือ เพราะจะต้องไปประชุมที่เทศบาล แต่ถ้าประชุมกรรมการอย่างเดียวก็ชมรมเรียกเอง หรือถ้ามีข่าวอะไรที่สำคัญทางชมรมก็จะทำหนังสือแจก เป็นประชาสัมพันธ์ไป”

(คุณอรพินธุ์ ไชวดีกประสงค์ภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“เค้าก็จะบอกต่อๆ กันไป อย่างเช่น ธนบัตรปลอม เราก็ทำหนังสือแจก สมาชิกทุกคนเลย แล้วก็ยังมีหลายเรื่องๆ ที่เราจะทำหนังสือ อย่างพาไปดูงาน เราก็ทำหนังสือ”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

□ เอกสารแจก / จัดอบรม

จากการวิจัยพบว่า ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นกลุ่มอาชีพตั้งนั้นจึงจำเป็นต้องให้ข้อมูลความรู้ เพื่อให้สมาชิกมีคุณภาพและมีความพร้อมที่จะรองรับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยพบว่ากลุ่มแกนนำจะจัดทำเอกสารแจก เช่น ในช่วงที่มีเบงค์ปลอมระบาด ก็จะจัดพิมพ์วิธีการดูเบงค์ปลอมแจกให้กับสมาชิกในชมรมฯ ทุกคน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมเน้นเรื่องความสะอาดปลอดภัยของอาหารเป็นหลัก การตั้งราคา รวมทั้งการอบรมเพื่อพัฒนาสินค้าของตนเอง เช่น การออกแบบโลโก้ เป็นต้น

“อย่างครั้งหนึ่งมีเรื่องเบงค์ปลอมระบาดอย่างนี้ เหมือนว่าจะดูอย่างไร คุณนันท์เข้าก็จะมีข้อมูลมา แล้วทางชมรมก็จะมาจัดพิมพ์เอกสารทั้งหมดแล้วก็จะเดินแจก ให้แม่ค้าได้รับทราบกัน”

(คุณสบันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“อย่างยุคแรกๆ ชมรมอยากให้แม่ค้ามีมาตรฐานเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยเป็นหลักๆเลย ชมรมอยากให้อาหารที่นักท่องเที่ยวมาทานปลอดภัย ก็เหมือนจะจัดอบรมบ่อยมาก ให้แม่ค้าได้รู้เกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของอาหาร หรือการพัฒนาออกแบบโลโก้ ก็จะมีทีมของท่านรองนายกฯ กระทรวงอุตสาหกรรมก็เข้ามาช่วยเยอะ ก็เหมือนเข้ามาให้ความรู้เราต้องทำอะไร”

(คุณสบันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“ชมรมเขาจะมาจดนะคะ อย่างเช่นแอนชายกะปิ น้ำปลา นอกจากของกินจากที่เราจดทะเบียนการค้าไป แอนต้องไปอบรมละ ต้องไปประชุมละ อย่างเช่นร้านเสริมสวยตัดผม แจ้งว่าตัดผม คุณจะปิ้งข้าวเกรียบ ชายกะปิ

น้ำปลา คุณก็ต้องไปอบรมละ เพื่อว่าเอามาใช้เป็นพร้อมกับเขา ว่ายังไง คุณต้องดูแลราคายังไง”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสริ์วิวัฒน์)

□ การประชุม

ชมรมหาบเร่แผงลอยจะมีการจัดประชุมใน 2 ลักษณะ คือ 1.ประชุมในกลุ่มแกนนำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร บริกรหาหรือในเรื่องต่างๆ ก่อนที่จะแจ้งให้สมาชิกชมรมทราบ ซึ่งโดยปกติจะมีการจัดประชุม 2-3 เดือนต่อครั้ง 2. การประชุมทั้งชมรม เพื่อแจ้งข่าวสาร หลังจากทีกลุ่มแกนนำไปประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือกลุ่มแกนนำประชุมร่วมกันแล้วมีข่าวสารที่จำเป็นหรือกรณีมีเรื่องเร่งด่วนต้องแจ้งให้สมาชิกชมรมฯ ทราบ เช่น กรณีห้องว่าง

ซึ่งจะเห็นได้ว่าชมรมหาบเร่แผงลอยจัดประชุมนั้นเพื่อให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่ทันท่วงที และเพื่อให้เกิดความร่วมมือของสมาชิกในการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ เช่น คนทานอาหารแล้วห้องเสีย ไม่สบาย เป็นต้น

“ใช่ค่ะ พอคณะกรรมการ วางงานเสร็จวันที่เท่าไร ก็เริ่มเรียกประชุมร้านค้า และสมาชิกให้ทราบ เฉพาะกรรมการก็ 2-3 เดือน ประชุมที่ บางทีถ้ามีเรื่องด่วนก็เรียกคุยกันเลยกลางคืนเลย เพราะอยู่กันแค่นี้ ก็เรียกมาคุยที่บ้านนี่”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“ก็ประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่น ห้องว่าง เราก็จะเรียกประชุมทีหนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเราจะต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“จะมีข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เข้ามาเรื่อยๆ แต่ถ้ามีเรื่องแบบนักท่องเที่ยวทานอาหารแล้วท้องเสีย เป็นไข้ เขาก็จะพิมพ์หนังสือมาแจกและก็จะไปประชุมกันว่าใครทำแบบไหน ใครทำอะไรกัน ก็จะไปประชุมกับเทศบาลแล้วก็จะสาธารณสุข”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

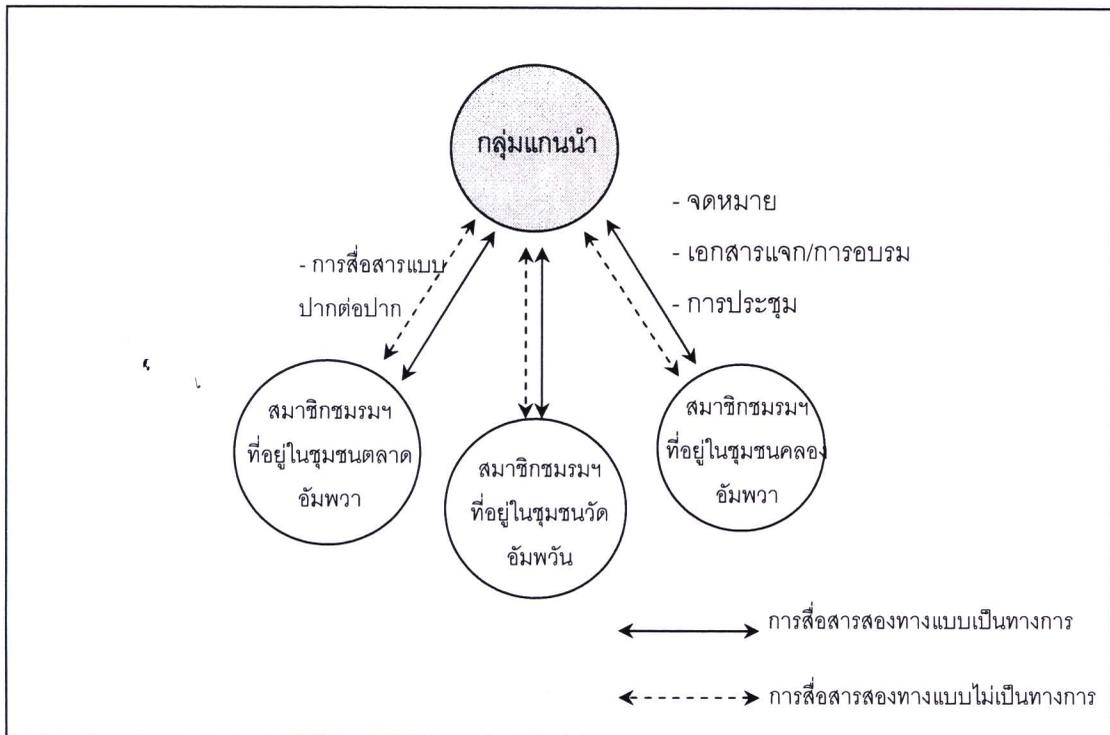
□ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอย อยู่ในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาซึ่งเป็นชุมชนที่เล็ก สมาชิกทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นรูปการสื่อสารอีกแบบหนึ่งที่ใช้ในชมรม คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยเดินบอกต่อๆ กล่าวคือ เมื่อมีข่าวสารเข้ามาในชมรมหาบเร่แผงลอย กลุ่มแกนนำ (ประธานชมรมฯ) จะเป็นผู้รับเรื่องแล้วกระจายให้กลุ่มแกนนำ (กรรมการชมรม) ไปเดินบอกต่อให้สมาชิกทราบ หรือถ้ามีการเรียกประชุมด่วน ไม่สามารถส่งจดหมายได้ทันทีจะให้กลุ่มแกนนำช่วยกันเดินบอกกับ

“ทุกคนต้องมี...อย่างเช่นคุณอรพินท์ก็จะมีลูกน้องไข่ม้อยคะ 3 คนอะไรยังงี้ คุณอรพินท์ก็จะใช้เดินบอกเอา คุณอรพินท์ส่วนใหญ่เดินบอก วันนี้มีประชุมนะ วันนี้ประชุมที่นั่นนะ ก็จะบอกกันต่อไป”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสริ์วัฒน์)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย ได้ดังภาพที่ 20 ต่อไปนี้



ภาพที่ 20 แสดงการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมโฮมสเตย์

ชมรมโฮมสเตย์ ทำหน้าที่ดูแลและให้ความรู้กับสมาชิกที่เปิดกิจการโฮมสเตย์ โดยพบว่าการรวมการชมรมโฮมสเตย์มีวิธีการสื่อสารกับสมาชิกชมรมฯ โดยใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ

1. จดหมาย
2. เอกสารแจก
3. ประชุม
- และ 4. ฝึกอบรม

□ จดหมาย

ชมรมโฮมสเตย์มีการออกจดหมายโดยกรรมการชมรมฯ เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการประชุม อบรม หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ หรือบางครั้งก็จะออกจดหมายโดยผ่านเทศบาลในกรณี que เทศบาลเป็นเจ้าของจัดอบรมให้ความรู้กับสมาชิกชมรมฯ

“คณะทำงานของชมรมฯ มีการตั้งคณะทำงานของชมรมฯชัดเจน แจ้งข้อมูลข่าวสารโดยหนังสือ โดยตัวแทนทำงานไปบอก”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“แล้วก็เวลาที่ทางราชการเค้าจะอบรมอะไรเกี่ยวกับโฮมสเตย์เนี่ย จะมีหนังสือเวียนมาเชิญชวนให้สมาชิกไปอบรม อย่างใครมีเวลา ก็ไปอบรม หรือจะให้ประชุม มีข่าวสารจะขายบัตรอะไรอย่างนี้ ก็จะมีหนังสือเวียนมา”
(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“เค้าก็จะมีหนังสือมาทางไปรษณีย์เลยจากทางเทศบาลให้ไปประชุม เข้าประชุมตรงนั้นตรงนี้”

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

□ เอกสารแจก

จากการวิจัยพบว่า ชมรมโฮมสเตย์เป็นกลุ่มอาชีพดังนั้นจำเป็นต้องให้ข้อมูลความรู้ ที่สำคัญในการประกอบอาชีพของสมาชิกชมรม เช่น กฎหมายเกี่ยวกับที่พัก การเสียภาษี ดังนั้นกรรมการชมรมฯ จะจัดทำเอกสารต่างๆ แล้วแจกให้กับสมาชิกชมรมฯ

“อย่างที่บ่อยๆ ก็มีกฎหมายที่ว่า มีกี่ห้องต้องจดทะเบียนเป็นแบบไหนๆ แล้วรัฐบาลเค้ามีการจัดเก็บภาษีอย่างไร เค้าจะส่งมาให้”

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

□ ประชุม

ชมรมโฮมสเตย์ มีการจัดประชุมรวมกันใน 2 รูปแบบ คือ ประชุมเพื่อพูดคุยและเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโฮมสเตย์ และประชุมวิชาการเพื่อให้ความรู้แก่สมาชิกชมรมฯ

การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จัดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนและเสนอข้อคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ เช่น เรื่องของการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของที่พัก หรือการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถแข่งกับเอกชนได้ ซึ่งส่วนใหญ่การจัดประชุมในลักษณะนี้จะจัด 1 ครั้งต่อเดือน แต่ถ้าในกรณีมีเรื่องเร่งด่วนที่สำคัญเกี่ยวกับสมาชิกชมรมฯ กรรมการชมรมก็จะเชิญประชุมด่วน เช่น กรณีใช้หวัด 2009 ระบาด เป็นต้น

“เวลาประชุมก็มีคุยกันบ้าง เราไม่ได้ขอร้องให้มีเกณฑ์ราคา แต่ขอร้องให้คำนึงถึงคุณภาพ คือราคาให้สมกับคุณภาพที่ตั้งไว้หน่อย พวกที่พักไม่ได้คุณภาพแล้วราคาถูๆ ก็ไม่ยอมให้มีเพราะจะเป็นการมาอุดคนอื่นลงไปด้วย คืออยากให้เห็นในเรื่องคุณภาพ ปัญหาที่เจอจากบ้านพักด้วยกันทำไม่เหมาะสม จะแก้ยังไงและแก้ยังไง อีกส่วนหนึ่งก็คือจะพัฒนาผู้ประกอบการของเราอย่างไร ซึ่งเรื่องนี้ท่านนายกฯ จะเน้นว่าเราต้องช่วยผู้ประกอบการของเราให้พัฒนาความรู้ทางด้านธุรกิจด้านนี้ให้ทัน ให้เร็ว ให้ดีกว่านี้ เพราะไม่เช่นนั้นถ้ามีนายทุนเข้ามาแข่งขัน พวกเราจะสู้เขาไม่ได้”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“อย่างเรื่องใช้หวัด 2009 ที่เค้าให้ผู้ประกอบการไปประชุมที่จังหวัด ก็แป๊ปเดียวอะ คนไปกันเต็มเลย เยอะมาก”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

แต่จากการสัมภาษณ์พบว่าในระยะหลังเริ่มมีการจัดประชุมน้อยลง เนื่องจากสมาชิกแต่ละท่านมีภาระต้องดูแลกิจการของตนเองทำให้ไม่มีเวลามาประชุมร่วมกัน

“แต่ถ้าประชุม พูด ปรัชญาหรือเรื่องในวาระที่ประชุมเนี่ยก็เฉลี่ย แต่ก่อนเนี่ยเดือนละ 1 ครั้ง แต่ตอนนี้เริ่มห่างแล้ว”

(คุณบงกช สุปิณะเฒ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

“ช่วงนี้จะหายไปปกติจะเดือนละครั้ง ส่วนใหญ่จะส่งข่าวทางหนังสือ บางที่งานก็ยุ่ง ต้องบริหารโฮมสเตย์กัน ก็เคยว่าเราจะประชุมกันเดือนละครั้ง”

(คุณปริศนา สุขนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ในส่วนของการประชุมวิชาการ จะจัดขึ้นเพื่อให้ความรู้ที่สำคัญในการทำโฮมสเตย์แก่สมาชิกชมรมฯ โดยจะจัดไม่เป็นวาระแล้วแต่ความเหมาะสม

“เพราะจัดประชุมก็จะมี 2 แบบคือจัดประชุมกันเอง แลกเปลี่ยนปัญหากัน แล้วก็จัดประชุมในเชิงวิชาการ ให้ความรู้ 2-3 ครั้ง แล้วแต่ความเหมาะสม”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“ตอนนี้เขาก็แบบพอมือเจ้าหน้าที่ประชุมแต่ละวาระ แต่ละหัวข้อ เขาก็เชิญเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เรื่องนี้เขาก็มาอธิบาย แจกรายละเอียดเอกสาร”

(คุณบงกช สุปิณะเฒ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

□ การจัดอบรม

เนื่องจากในช่วงพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีโฮมสเตย์เปิดเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และสมาชิกของชมรมฯ ส่วนใหญ่ก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งไม่เคยทำโฮมสเตย์กันมาก่อน ดังนั้นกรรมการชมรมฯ จึงได้จัดอบรมเพื่อให้ความรู้แก่สมาชิกชมรมฯ เช่น การดูแลแขก การเขียนใบเสร็จ อบรมไกด์ เป็นต้น

“แล้วก็เวลาที่ทางราชการเค้าจะอบรมอะไรเกี่ยวกับโฮมสเตย์เนี่ย จะมีหนังสือเวียนมาเชิญชวนให้สมาชิกไปอบรม อย่างใครมีเวลาก็ไปอบรม อย่างเราไม่ค่อยรู้เรื่องก็จะไปอบรม”

(คุณวรรณ เยี่ยมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“เวลาเค้าหนังสือมาเชิญให้ไปอบรมเรื่องการดูแลแขก อะไรอย่างนี้ก็จะไป
ไปแต่ที่เราไปฟังเค้าอบรม เค้ามีวิทยากรมาบอกว่าคุณต้องทำอย่างนั้น
อย่างนี้”

(คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ
การสื่อสารแบบปากต่อปาก

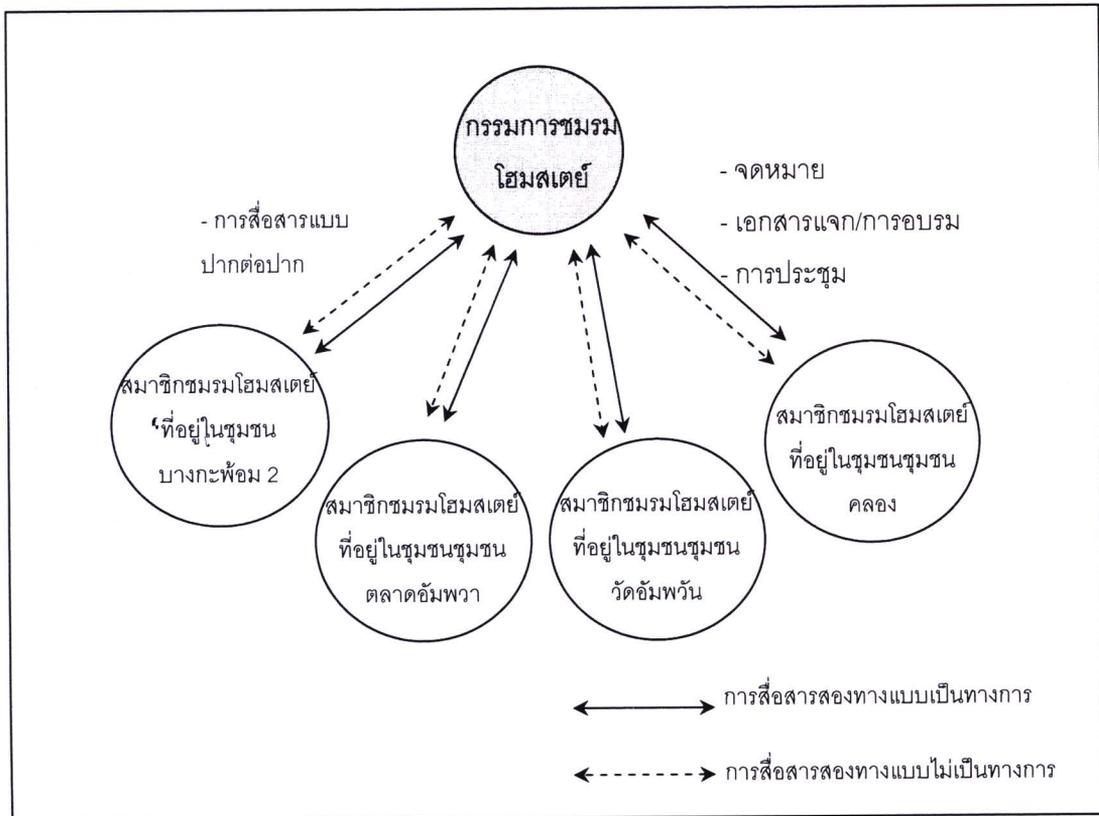
□ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

ในส่วนของชมรมโฮมสเตย์ เนื่องจากสมาชิกชมรมฯ จะอยู่กันอย่างกระจัดกระจายในแต่ละชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากจดหมายของชมรมอยู่แล้ว แต่ในบางกรณีที่มีสมาชิกมีจำนวนมาก และชมรมไม่ได้มีรายได้เข้ามาตลอด ดังนั้นการส่งจดหมายซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายนั้น อาจไม่ทั่วถึง บางครั้งเมื่อสมาชิกได้ทราบข่าวก็จะบอกต่อไปยังสมาชิกคนอื่น

“มีคะเช่นพวกระบบทะเบียน และพวกค่าใช้จ่ายเพราะชมรมไม่ได้มีรายได้
เข้ามาตลอดการออกหนังสือก็จะไม่ทั่วถึง บางทีใช้วิธีบอกต่อกันบ้างซึ่ง
อาจจะไม่ทั่วถึงก็มีคะ”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

จากข้อมูลข้างต้นอธิบายการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย ได้ดังภาพที่ 21 ต่อไปนี้



ภาพที่ 21 แสดงการสื่อสารในชมรมโฮมสเตย์

7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม

จากการวิจัยพบว่า ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งมีสมาชิกอยู่ด้วยกัน 8 กลุ่ม ได้แก่ แกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ประกอบด้วย เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอย และพันธมิตร คือ ชมรมโฮมสเตย์ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในแต่ละกลุ่มต่างมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลาในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพเครือข่ายการสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้จำแนกลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มต่างๆ เป็น 5 ลักษณะ คือ

7.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชุมชน

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชมรมหาบเร่
แผงลอย

7.2.3 การสื่อสารระหว่างชุมชน กับชุมชน

7.2.4 การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอย กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัด
อัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา

7.2.5 การสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์ กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน
ชุมชนคลองอัมพวา และ ชุมชนบางกะพ้อม 2

7.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชุมชน

การติดต่อสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับชุมชนเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นตำแหน่งบริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นหน่วยงานของรัฐบาลซึ่งมีหน้าที่ต้องดูแลและพัฒนางานในชุมชน ดังนั้นจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและตลอดเวลา จากการวิจัยพบว่ามีการใช้วิธีการสื่อสารการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ 1. การประชุม 2. จดหมาย 3. ประชาคม และ 4. เสียงตามสาย

การประชุม

เป็นวิธีการสื่อสารที่จัดขึ้นเพื่อพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร นโยบายการพัฒนา รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของชุมชน ซึ่งการประชุมนั้นมี 2 ลักษณะ คือ

1. การประชุมระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับกลุ่มแกนนำชุมชน เป็นการสื่อสารเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มแกนนำได้มาพบกัน เพื่อชี้แจงนโยบาย แจ้งข่าวสาร และวางแผนงานพัฒนาชุมชน โดยจะมีจัดประชุมในลักษณะนี้ 1 ครั้งต่อเดือน

“ถ้าเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทศบาลจัดกิจกรรมร่วมกัน เราจะประชุมตัวใหญ่เลย แล้วท่านนายกเป็นประธานประชุม”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

“เวลาที่เรียกชุมชน พี่ส่วนใหญ่จะขอชุมชนละ 3 ท่าน คงไม่หมดนะคะ อย่างน้อยประธาน รองประธาน เลขา แล้วแต่ใครจะมา แต่ที่สำคัญ ประธานต้องมา ถ้าประธานติดธุระจริงๆ ประธานมาไม่ได้ ประธานต้องมอบตัวแทนมาเลยว่านี้ประธานของฉัน สามารถตัดสินใจแทนได้ในที่ประชุม พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ ส่วนชุมชนจะให้พี่ลงไปอยู่กับเขา หมายความว่าวันนี้ชุมชนเค้าจะประชุมลูกบ้านเค้าละ เรื่องนั้นเรื่องนี้ เค้าก็จะโทรกริ่งคุณเล็กว่างมั้ยวันนั้นวันนั้น อะไอย่างนี้”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

2. การประชุมระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับ กลุ่มสมาชิก (ประชุมแยกแต่ละชุมชน) หลังจากทีกลุ่มแกนนำชุมชนได้รับนโยบายหรือข่าวสารจากการประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลแล้ว จะต้องนำข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับกลุ่มสมาชิกได้รับทราบ ซึ่งวิธีการสื่อรูปแบบหนึ่งที่แต่ละชุมชนใช้คือ การประชุม ซึ่งการประชุมของแต่ละชุมชนนั้นทางกลุ่มแกนนำชุมชนจะเป็นผู้กำหนดวันประชุม และจะแจ้งกำหนดการไปที่กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเพื่อออกเป็นจดหมายแจ้งให้กับกลุ่มสมาชิกได้รับทราบ และผู้วิจัยพบว่าการประชุมทุกครั้งต้องมีแกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำจากเทศบาลท่านใดท่านหนึ่งเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง

“เรามีการประชุมร่วมกัน ถ้าเป็นบางเรื่องก็ประธานชุมชนไปคนเดียว ไปรับเรื่องราวข่าวสารมาจากท่านนายก แล้วก็มานัดประชุมกลุ่ม คุณศรีประภาส (นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา) ต้องเข้าทุกครั้ง ถ้าคุณศรีประภาสไม่ว่างเราก็จะเลื่อนการประชุม เพราะว่าเราจะให้ความสำคัญ

กับพี่เลี้ยงเราอย่างเช่นท่านนายก หรือนักพัฒนาชุมชน ถ้าท่านนายกฯ อนุญาตให้คุณศรีประภาสเปิดประชุมแทนท่านได้ เราก็จะทำ ต้องมีคนใดคนหนึ่งเข้ามากับเรา”

(คุณอรุณี ศรีราษฎร์ : เลขานุการชุมชนตลาดอัมพวา)

“ในแต่ละกลุ่มเค้าก็มีประชุมค่ะ เน้นทางการ มีเจ้านายเข้าด้วย”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

□ จุดหมาย

กลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะใช้จุดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารเรื่องการประชุมกับกลุ่มสมาชิก กรณีที่แกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นเจ้าภาพเชิญประชุม ก็จะส่งจุดหมายไปยัง กลุ่มแกนนำชุมชน หรือกรณีที่แต่ละชุมชนจะประชุมสมาชิกในชุมชน ก็จะแจ้งมาที่เทศบาล เพื่อให้เทศบาลเป็นผู้ออกจุดหมายให้

“เวลาที่มีประชุมพี่จะทำจุดหมายเชิญประชุมอย่างเป็นทางการ ก็เรื่องของ การใช้โทรศัพท์กรณีที่เร่งด่วนจริงๆ นะคะ”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

นอกจากนั้นยังพบว่ามีการใช้จุดหมายในกรณีที่แต่ละชุมชนมีโครงการพัฒนา กลุ่มแกนนำชุมชนก็จะทำเป็นจุดหมายนำเสนอมายังกลุ่มแกนนำจากเทศบาล

“มันจะต้องเป็นลายลักษณ์อักษรขึ้นมาหาเรา ตอนแรกเค้าจะต้องเข้ามาคุยกับเราก่อนถูกมั้ยคะ พี่ก็บอกเขาอย่างนี้ทำหนังสือขึ้นมา อยากทำโครงการนี้ อยากทำตรงนี้ตรงนี้ เรียนท่านนายกเทศมนตรี จริงๆ จะทำหนังสือขึ้นมา ปะหน้าขึ้นมา แล้วหนังสือตรงนี้พอลงรับปีก็จะมาพี่เลย”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)



□ ประชาคม

เป็นลักษณะของการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดความเห็นของกลุ่มสมาชิก ซึ่งในแต่ละชุมชนก็จะมี การจัดประชาคม เช่น ได้รับงบประมาณมาในชุมชนจะจัดสรรอย่างไร กองทุนหมู่บ้าน ซึ่งโดยปรกติการจัดประชาคมแต่ละชุมชนสามารถจัดได้เอง แต่จะเห็นได้ว่าทุกครั้งที่มีการจัดประชาคมจะต้องเชิญกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเข้าร่วมด้วย

“เวลามีเรื่องแบบนี้เข้ามา ที่เค้าต้องการจะให้ประสานกับชุมชน ยกตัวอย่างนะจะทำกองทุนหมู่บ้าน เค้าก็ต้องให้เราเรียกประชาคมที่จะต้องลง ทั้งๆ ที่จริงๆ ประธานชุมชนเป็นคนประชาคมนะ แต่ที่นี้เพื่อความมั่นใจของชุมชนนั้นเค้าจะต้องเอาพี่ลงหมด เค้าจะเกิดความมั่นใจที่จะพูดจะอะไร ทุกคนจะให้พี่ลงหมดทุกชุมชนเลย”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

□ เสียงตามสาย

เทศบาลตำบลอัมพวาจะจัดเสียงตามสายทุกวันเวลาเช้าและกลางวัน โดยมีพื้นที่ครอบคลุมทุกชุมชน ส่วนเนื้อหานั้นจะเน้นการแจ้งข่าวสารจากเทศบาลหรือกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน)

“ประธานชุมชนหรือกรรมการที่มีความรับผิดชอบก็มาเผยแพร่อีกทีหนึ่ง แล้วก็มีการประชาสัมพันธ์ตามเสียงตามสาย เพราะของเทศบาลเค้าจะมีประจำทุกวัน”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / เจ้าของบ้านครูบุญ)

“มีการประชุม มีการใช้เสียงตามสาย อันนี้เป็นแบบ formal”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ

1. โทรศัพท์ และ
2. การสื่อแบบบุคคลต่อบุคคล

□ โทรศัพท์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล มีการใช้โทรศัพท์ในระดับน้อย โดยส่วนใหญ่ใช้เพื่อแจ้งกำหนดการประชุมในกรณีที่เร่งด่วน โดยกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะโทรศัพท์ไปแจ้งกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน)

นอกจากนั้นยังพบว่ามีการใช้โทรศัพท์ไม่ว่าจะเป็นจากกลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกสื่อสารกลับมาแกนนำหลัก เนื่องจากกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกคนมีเบอร์โทรศัพท์มือถือของแกนนำหลัก และสามารถโทรศัพท์ติดต่อเพื่อปรึกษาหารือได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ทำให้ลดขั้นตอนการสื่อสารให้สั้นลง ทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายสามารถปรึกษาปัญหาต่างๆ ได้รวดเร็ว

“เวลามีประชุมพี่จะทำจดหมายเชิญประชุมอย่างเป็นทางการ ก็เรื่องของการใช้โทรศัพท์กรณีเร่งด่วนจริงๆ นะคะ”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

“ส่วนใหญ่ทุกคนที่เป็นแกนนำก็จะมีเบอร์โทรศัพท์ตรงของท่านนายกฯ สามารถโทรฯตรงเข้าไปได้เลยค่ะ”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“ประธานชุมชนทุกคนสามารถพูดคุยกับท่านนายกฯ ได้โดยตรง โทรศัพท์คุยยังได้เลย คุยได้สบายเลย”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

“ไม่ต้องห่วงหอรอกครับ 24 ชั่วโมง เบอร์ชาวบ้านถึงผมหมด”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

□ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบปริมูมิ สมาชิกในชุมชนรู้จักและสามารถเดินถึงกันได้หมด ดังนั้นการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

กับกลุ่มสมาชิกจึงใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือเดินไปหาที่บ้านและพูดคุยโดยตรง เนื่องจากบางครั้งการสื่อสารแบบทางการกลุ่มสมาชิกอาจไม่เข้าใจ แกนนำหลัก คือ ร้อยโท พัชโรดม อุณสุวรรณ จะเดินเข้าไปคุยกับกลุ่มสมาชิกโดยตรง ซึ่งทำให้เห็นสีหน้าและปฏิกิริยาของผู้ที่ทำการสื่อสารได้หมด

“มีการประชุม มีการใช้เสียงตามสาย อันนี้เป็นแบบ *formal* ซึ่งบางที่ *formal* ไปเค้าไม่รู้เรื่องอีก ก็ต้องมีแบบ *informal* ก็เดินไปคุยกันในตลาด ส่วนใหญ่บางทีสมมุติถ้าผมมีงานอะไร ผมเดิน อยู่ในชุมชนเดินก็แวะเข้าไปคุย เพราะเมืองนี้มันไม่ได้ใหญ่จ๋าย เพราะฉะนั้นดีที่ดีที่สุดคือเข้าไปเดิน เข้าไปคุย ผมว่าการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการได้เจอหน้ากันแล้ว เค้าเรียก *contact* มันเห็นหมดแหละ บางทีพูดโทรศัพท์เราไม่รู้หรือหน้าตา อาจจะตรงข้ามกับเสียง”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับ ชมรมหาบเร่แผงลอย

จากการวิจัยพบว่า ชมรมหาบเร่แผงลอยตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้าในเขตเทศบาล ตำบลอัมพวา เพื่อบริหารจัดการการขายของที่ตลาดน้ำอัมพวา ขึ้นตรงกับเทศบาลโดยมีแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้ดูแล ดังนั้นการทำงานของชมรมหาบเร่แผงลอยจึงมีความเกี่ยวข้องกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลโดยตรง ซึ่งพบว่ามีวิธีการสื่อสารโดยใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ 1. การประชุม และ 2. จดหมาย

□ การประชุม

จากการวิจัยพบว่าเมื่อเทศบาลตำบลอัมพวาจะมีการจัดงานที่ชมรมหาบเร่แผงลอยต้องเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเชิญกลุ่มแกนนำชมรมฯ เข้าไปพูดคุยในรายละเอียดของงาน แต่ในบางกิจกรรม เช่น งานวันเด็ก การตัดบาตร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชมรมฯ สามารถจัดเองได้ก็จะไม่ประชุมร่วมกับเทศบาล

“ส่วนใหญ่ถ้ามีการจัดงานหรือกิจกรรมเทศบาลก็เรียกคุย เพราะงานมันต้องร่วมกันระหว่างเทศบาลกับชมรม แต่ถ้าบางเรื่องอย่างงานวันเด็กเราไม่ผ่านเราคุยกันเอง เราทำได้ ตักบาตรเราก็คุยกันเอง”

(คุณอรพินธุ์ ไชวดีทิพย์ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

□ จุดหมาย

เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้นตรงกับเทศบาลตำบลอัมพวา จึงพบว่ามีการใช้จุดหมายติดต่อระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับชมรมหาบเร่แผงลอย เช่นเมื่อมีการจัดประชุมหรือจัดอบรมในหัวข้อต่างๆ กลุ่มแกนนำ (ประธานชมรมฯ) จะแจ้งกลุ่มแกนนำจากทางเทศบาลให้เป็นผู้ออกจุดหมายแจ้งไปยังสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

“เราจะเรียกในบางเรื่องเท่านั้น อย่างแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางชมรมจะออกเอง แต่ถ้าเรียกประชุมทางเทศบาลต้องเป็นคนเรียก อย่างประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อบรมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่น ท้องร่วง เราก็จะเรียกประชุมที่หนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล”

(คุณอรพินธุ์ ไชวดีทิพย์ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

□ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยแต่ละคนก็จะอยู่ใกล้ๆ กันในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นแกนนำหลักก็จะใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือเดินไปในตลาดและเข้าไปพูดคุยกับสมาชิกชมรมฯ โดยตรง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจน

“มีการประชุม มีการใช้เสียงตามสาย อันนี้เป็นแบบ formal ซึ่งบางที่ formal ไปเค้าไม่รู้เรื่องอีก ก็ต้องมีแบบ informal ก็เดินไปคุยกันในตลาด ส่วนใหญ่บางที่สมมุติถ้าผมมีงานอะไร ผมเดิน อยู่ในชุมชนเดินก็แวะเข้าไปคุย เพราะเมืองนี้มันไม่ได้ใหญ่จ๋าย เพราะฉะนั้นดีที่สุดคือเข้าไปเดิน เข้าไปคุย ผมว่าการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการได้เจอหน้ากันแล้ว เค้าเรียก contact มันเห็นหมดหน้า บางทีพูดโทรศัพท์เราไม่รู้หรือหน้าตา อาจจะตรงข้ามกับเสียง อย่างนี้”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ์ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

7.2.3 การสื่อสารระหว่างชุมชน กับชุมชน

เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาแบ่งพื้นที่การบริหารงานออกเป็นชุมชน โดยมีกลุ่มแกนนำชุมชนทำหน้าที่บริหาร ดูแล และพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยแต่ละชุมชนแยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่ถึงแม้ว่าแต่ละชุมชนจะบริหารจัดการกันเอง แต่ในภาพรวมทุกชุมชนก็เป็นส่วนหนึ่งของเทศบาลตำบลอัมพวา ดังนั้นจึงพบว่าทุกชุมชนมีการสื่อสารระหว่างชุมชน โดยใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) ในลักษณะการสื่อสารแบบเป็นทางการ คือ การประชุม

□ กลุ่มแกนนำ - ผ่านการประชุม

เนื่องจากกลุ่มแกนนำชุมชนแต่ละชุมชนจะอยู่กันคนละพื้นที่ ในบางครั้งไม่มีโอกาสได้พบกันด้วยต่างมีภาระหน้าที่บริหารชุมชนของตนเอง ดังนั้นกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นตัวกลางในการประสานงาน เพื่อให้กลุ่มแกนนำชุมชนได้มีโอกาสมาพบเจอกันผ่านการประชุม ซึ่งจะทำให้กลุ่มแกนนำแต่ละชุมชนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน

“มีชุมชน 10 ชุมชน ทุกชุมชนเขารักกันดี แล้วทุกชุมชนเขามีหัวหน้าเขาก็ต้องประชุมกันบ่อยเหมือนกัน แล้วเขาจะสื่อสารกันเอง”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสริวัฒน์)

“เวลาที่เรียกชุมชน พี่ส่วนใหญ่จะขอชุมชนละ 3 ท่าน คงไม่หมดนะค่ะ อย่างน้อยประธาน รองประธาน เลขา แล้วแต่ใครจะมา แต่ที่สำคัญประธานต้องมา ถ้าประธานติดธุระจริงๆ ประธานมาไม่ได้ ประธานต้องมอบตัวแทนมาเลยว่านี้ประธานของฉัน สามารถตัดสินใจแทนได้ในที่ประชุม พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ”

(คุณศรีประภาส ศรีวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

แต่ทั้งนี้ก็จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่กลุ่มแกนนำจะพูดคุย แสดงความคิดเห็นเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำ และเรื่องอื่นๆ ในชุมชนอย่างเป็นทางการในที่ประชุมเท่านั้น ไม่มีการพูดคุยสื่อสารเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนนอกที่ประชุม เนื่องจากไม่ต้องการให้แต่ละกลุ่มออกไปสื่อสารกันอย่างไม่ดีๆ และอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจที่ตรงกันได้

“การติดต่อระหว่างชุมชนนี้จะน้อยมาก”

(คุณสำราญ ต้นเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

“ถ้าไม่ใช่การประชุมที่ท่านนายกฯ จัดให้ ก็ไม่มีการติดต่อกันเอง ถึงชุมชนใกล้กัน มันก็เป็นแค่คนรู้จักกันเท่านั้นเอง แต่ว่ามาพูดอย่างนี้เรื่องชุมชนคงไม่พูดก็ไปพูดให้จบในที่ประชุม”

(คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์ : รองประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

“ก็มีมาคุยกันบ้างแต่ว่าส่วนมากก็ต่างคนต่างทำ แต่ถ้าหากว่าเชื่อมโยงกัน อย่างเช่น เงินกองทุนมาอย่างเนี่ยะ ทำไม่ไม่ทำเหมือนกันละ มารวมกันแล้วคิดว่าเราจะทำอะไรดี ผมเป็นประธานฝั่งนี้จะทำไรก็ทำไป ถ้าหาก 10 ชุมชนมานั่งคุยกันว่าเราต้องเดินแบบอย่างนี้นะ มันก็จะเป็นในรูปแบบเดียวกัน แต่ไม่คุยกัน แต่ถามว่ารู้จักกันมั๊ยรู้จักกัน”

(คุณวิสุทธิ ฦ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

7.2.4 การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอย กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา

การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอยกับกลุ่มแกนนำชุมชน

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการระหว่างกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยกับกลุ่มแกนนำชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น โดยใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) แบบเป็นทางการ คือ การประชุม

□ การประชุม

เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอยมีหน้าที่ดูแลสมาชิกชมรมฯ ที่มาขายของในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวา ดังนั้นเมื่อจะมีการจัดงานหรือกิจกรรมอะไรก็แล้วแต่ กลุ่มแกนนำชุมชนตลาดอัมพวา และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยจะต้องประชุมปรึกษารื้อกัน

“ก็จะคุยกัน เวลาถึงงานก็เรียกมาคุยกัน เราก็จะคุย มีประธานชุมชน ประธานชมรม แล้วก็จะมีกองทุน เพราะเราจะมีกองทุนหมู่บ้าน ในตลาดเนี่ยจะมีอยู่ 4 หน่วยงาน คือ ชมรมแผงลอย ชุมชนตลาดอัมพวา กองทุนหมู่บ้าน แล้วก็จะมีชมรมรักอัมพวา เราก็จะมาคุยกันเนี่ย 4 ประธาน อย่างเรื่องตักบาตรทางน้ำวันที่ 5 ธันวาคม และ 12 สิงหาคม เนี่ยก็ 4 หน่วยงานมาช่วยกัน”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“อย่างพวกชมรมแผงลอยกับประธานชุมชนตลาดอัมพวา คือเราอยู่เหมือนในพื้นที่เดียวกันทำอะไรเหมือนจะต้องมาประสานกันตลอด”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

จากการวิจัยพบว่าชมรมหาบเร่แผงลอยไม่มีการสื่อสารกับชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวาในรูปแบบที่เป็นทางการเหมือนกับชุมชนตลาดอัมพวา กล่าวคือ ไม่มีการจัดประชุมร่วมกัน ส่วนหนึ่งอาจมาจากชมรมหาบเร่แผงลอยมีหน้าที่ดูแลในพื้นที่ของชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น ไม่สามารถข้ามเขตไปยังชุมชนอื่นๆ ได้ จึงไม่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการ แต่พบว่ามี

การสื่อสารไปที่สมาชิกชมรมที่อยู่ในชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวาเป็นหลัก ซึ่งมีการสื่อสารไม่แตกต่างจากการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย นั่นคือ การใช้จดหมาย เอกสารแจก/อบรม การประชุม เดินบอกต่อๆ กัน พูดคุยกัน เนื่องจากการสื่อสารของชมรมไม่ได้เจาะจงเฉพาะสมาชิกที่อยู่ในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ได้สื่อสารไปยังสมาชิกชมรมฯ ที่อยู่ทุกชุมชน

7.2.5 การสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์ กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และ ชุมชนบางกะพ้อม 2

ชมรมโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในทุกชุมชนของเขตเทศบาลอัมพวาโดยมีลักษณะเป็นกลุ่มเอกชน จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์กับชุมชนไม่ได้มีรูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการที่ชัดเจน เช่น ไม่มีการจัดประชุมร่วมกันระหว่างกรรมการชมรมฯ กับกลุ่มแกนนำชุมชนหรือจัดประชุมกับกลุ่มสมาชิกของชุมชน

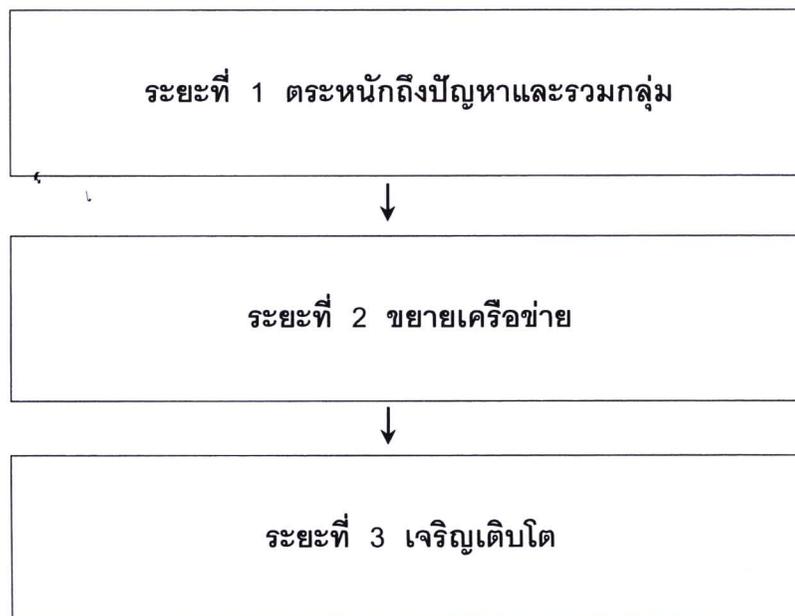
“การประสานงานของกลุ่มโฮมสเตย์กับชุมชนเค้าไม่ชัดเจนหรอก ไม่ค่อยมีอย่างกลุ่มโฮมสเตย์มันไม่ใช่กลุ่มของพวก 10 ชุมชนด้วยงัย มันเป็นของพวกเอกชนก็มี”

(คุณศรีประภาส ศรีวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

สรุปได้ว่า ชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบปฐมนิคม สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายรู้จักกันหมด รู้ว่าคนนี้อยู่ชุมชนไหน เป็นสมาชิกของชมรมอะไรบ้าง ดังนั้นทุกกลุ่มในเครือข่ายจึงมีการสื่อสารกันแบบหลวมๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละกลุ่มก็จะมีความสัมพันธ์มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของกลุ่ม ลักษณะของการดำเนินงาน และเพื่อให้การบริหารงานของเครือข่ายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นแต่ละกลุ่มจึงต้องมีการสื่อสารแบบเป็นทางการ เพื่อเป็นเวทีให้คนที่เกี่ยวข้องได้มาพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสารกัน และมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

3. พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

จากการวิจัยโดยพิจารณาการเจริญเติบโตของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยศึกษาตั้งแต่จุดเริ่มต้น พ.ศ. 2547 จนถึงปี พ.ศ. 2551 นั้น พบว่าสามารถแบ่งพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ได้เป็น 3 ระยะ ตามภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 22 พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

จากการวิจัยพบว่าจุดเริ่มของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของคนในชุมชนเขตเทศบาลตำบลอัมพวาซบเซาลง สาเหตุเพราะตลาดอัมพวาทายมานานกว่า 30 ปี เนื่องจากปี พ.ศ. 2526 นโยบายของรัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมให้มีการสร้างถนนทั่วประเทศ ทำให้สภาพสังคมของคนอัมพวาเปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยเดินทางใช้เรือก็มาใช้รถ จากหน้าบ้านเป็นหลังบ้าน เมื่อนโยบายนี้ครอบคลุมทำให้มีการสร้างถนนหนทางทั่วทุกหนแห่ง ความจำเป็นที่ต้องใช้ทางน้ำสัญจรไปมาหาสู่ซึ่งกันและกันก็ลดลงไป สภาพสังคมโดยเฉพาะตลาดน้ำก็แทบจะหายไป แต่บ้านเรือนที่ตั้งอยู่ยังคงอยู่เหมือนเดิม โดยเฉพาะเรือนแถว เรือนไม้ เรือนทรงปั้นหย่า บริเวณตลาดน้ำอัมพวายังคงอยู่ แต่นับเนื่องจากช่วงนั้นเป็นต้นมา ความเจียบสงบ ความลด

น้อยถอยลงของสภาพเศรษฐกิจที่อัมพวาดูจะเลวร้ายลงไป จนคล้ายๆ เป็นเมืองปิด คนในชุมชน บางส่วนไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้ ต้องออกไปทำงานนอกชุมชน

“อัมพวานี้ตายมานาน ตั้งแต่ตลาดน้ำหน้าบ้านนี้ตลาดอัมพวาตายหมด เพราะว่าถนนมันตัดผ่านทุกซอยทุกแห่ง คนที่อยู่ที่นี่ก็ย้ายถิ่นไป”

(คุณอนงค์ กฤตพันธ์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

“เดิมอัมพวาเป็นตลาดที่ใหญ่มากเมื่อ 40-50 ปีที่แล้ว และค่อยๆ เจียบลงไป จนชาวบ้านเริ่มรู้สึกว่าเราอยากได้ตลาดคืนมา ที่นี่เราไม่รู้จะทำอย่างไร กระแสพุดที่พุดกันมาก่อนที่ตลาดน้ำจะเกิดขึ้นชาวบ้านคุยกันมาเกือบ 10 ปี เท่าที่อ้อมจำได้ อยากมีตลาดน้ำแต่ไม่รู้จะรื้อพื้นมันกลับมาอย่างไร”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“สมัยนั้นพี่ชายป่าเค้าก็ทำสวนอยู่หลังตลาด ช่วงนั้นเมียเค้าบึ้งก้วยขายก็ ยังพอขายได้ แต่ตอนหลังไม่มีคนเลย ต้องทิ้งบ้านไปค้าขายอยู่กรุงเทพฯ อยู่นานหลายปีเลย”

(คุณปราณี ทองแกง : สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2)

“อยากจะทำให้ชุมชนเรามีรายได้ เพราะทุกวันนี้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดร้าง เลยนะ รายได้เราก็ไม่มี”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2544 ที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จ.สมุทรสงคราม มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า ซึ่งคุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ และกลุ่มเพื่อนแม่ค้าได้ไปดูงานแล้วก็ ตกใจเนื่องจากมีคนมางานเป็นจำนวนมาก จึงเกิดความคิดอยากจะจัดกิจกรรมแบบนี้ที่อัมพวาบ้างแต่ก็ไม่สามารถจัดได้

ปีถัดมาแม่กลองได้มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้าอีกครั้ง โดยคุณอรพินธุ์ก็ไปดูงาน แล้วก็รู้สึกว่ “เมื่อไหร่อัมพวาจะได้มีโอกาสจัดกิจกรรมแบบนี้บ้าง” จนกระทั่งวันที่ 4 ตุลาคม 2545 ก็มีสารจากจังหวัดสมุทรสงครามและกลุ่มกรรมการของชมรมร้านอาหารของแม่

กลอง ได้มาคุยกับทางเทศบาลตำบลอัมพวาพร้อมกับสาธารณสุขอัมพวา และได้ชักชวนแม่ค้าในตลาดอัมพวาให้ไปร่วมพูดคุยด้วย ซึ่งในที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นว่าปัจจุบันนี้แม่ค้าอยู่แบบตัวใครตัวมัน จึงอยากให้แม่ค้าในอัมพวาอยู่เป็นกลุ่ม อยากให้มีการตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของแม่ค้า และเป็นการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับแม่ค้า เวลาที่มีข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วยจึงได้ตั้งชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้นมา

“พอดีจังหวัดแม่กลองเขามาโฆษณาว่าเขามีงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า พี่กับเพื่อนๆ ก็เลยชวนกันไปดู แล้วก็ตกใจเพราะคนเยอะมาก เรายัง...เอ๊ะ เมื่อไหร่ตลาดอัมพวาจึงจะมีแบบนี้บ้าง เพราะของเราก็ขายแค่ตอนเช้า แป๊บหนึ่ง บางคนถ้าอยู่ใกล้หน่อยก็กลับบ้านนอน ตอนเย็นก็ออกมาอีกรอบ ไอ้ที่ไกลหน่อยก็นั่งหลับที่ร้านนั่นแหละกว่าจะได้ขายอีกทีก็เย็นอย่างนี้ พี่ก็ไปดูแล้วก็กลับมาคุยกับเพื่อนๆ เมื่อไหร่ตลาดจะมีแบบนี้บ้าง ก็ไม่มี ก็ผ่านไปอีกปี พอปีที่ 2 ก็ไปดูเค้าอีก ก็นั่งเสียดายเมื่อไหร่จะมีแบบนี้บ้าง...”

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

หลังจากตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ ก็มีความคิดที่จะจัดงานแบบที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จึงได้ปรึกษากับร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นสมาชิกเทศบาลตำบลอัมพวาในขณะนั้น ซึ่งร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ก็เห็นด้วย จึงได้มีการจัดงานในชื่อว่า “มหกรรมอาหารริมเขื่อน” ในวันที่ 4 - 5 พฤษภาคม 2546 เวลา 15.00-21.00 น. บริเวณหน้าอำเภอ โดยกิจกรรมแรกที่ทำคือการหาสมาชิกที่จะมาขายของ โดยครั้งนั้นคุณอรพินธุ์ และกรรมการในชมรมหาบเร่แผงลอยไปชักชวนสมาชิกและแม่ค้าได้ 66 คน ให้ไปขายของ แต่จนใกล้งานก็ไม่มีใครกล้าไปขายเพราะทุกร้านไม่เคยขาย กลุ่มแกนนำชมรมฯ (กรรมการ) ต้องเดินไปตามบ้านขอให้มาช่วยขาย เมื่อถึงวันงานมีร้านมาเข้าร่วมจำนวน 50 ร้าน จนกระทั่งวันที่ 4 พฤษภาคม 2546 ก็เปิดงานโดยท่านอธิบดีกรมอนามัย ปรากฏว่ามีคนมาร่วมงานจำนวนมาก ครั้งนี้พอเสร็จงานทุกคนใน อัมพวาพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าไม่เคยเห็นคนมาขนาดนี้มาเป็น 10 ปีแล้ว เพราะที่นี้เงียบไปนาน และเห็นว่าควรให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้ทุกปี แต่พอเสร็จงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนอัมพวาก็กลับมาเงียบเหงาเหมือนเดิม

กฎหมาย 2547 เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักมีความคิดที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 แต่ในขณะนั้นแกนนำหลักท่านไม่ได้เป็นนายกเทศมนตรีเลยไม่สามารถที่จะขับเคลื่อนอะไรได้ เนื่องจากแกนนำหลักท่านอยู่ในพื้นที่ชุมชนอัมพวามานาน ได้ศึกษาได้ลงพื้นที่และเห็นว่าอัมพวามีภูมิสังคม ก็คือ ภูมิศาสตร์ของที่นี่มีแม่น้ำเป็นตัวหลัก มีคลอง 300 – 400 คลอง ซึ่งถือว่าเป็นทุนหลักในการพัฒนา ดังนั้นการที่จะพัฒนาชุมชนแห่งนี้ควรส่งเสริมเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวที่แกนนำหลักมองนั้นแบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ การท่องเที่ยวแบบอุตสาหกรรม กับการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการของการท่องเที่ยว แต่ปัญหาคือ “แล้วจะทำอย่างไรเพราะปัจจุบันชุมชนแห่งนี้มันตาย” เพราะกลไกทางเศรษฐกิจไม่ขับเคลื่อน แกนนำหลักท่านเลยมองว่าการท่องเที่ยวน่าจะตอบโจทย์ของที่นี่ได้ ซึ่งพอกล่าวถึงการท่องเที่ยวที่อัมพวาสิ่งแรกที่นึกถึงก็คือ “ตลาดน้ำ”

“ท่านก็เรียกทางชมรมมาคุย เนี่ยคือตอนที่เราทำมหกรรมปีแรก ท่านนายกยังเป็นแค่ สท. ธรรมดา แต่ท่านก็เห็นงานแล้วว่าอย่างนี้ พอท่านมาเป็นนายกปี 46 พอใกล้งานธรรมดาเราจะจัดพฤษภาคม ท่านก็เรียกมาคุย ปีนี้ท่านจะทำให้ใหญ่ ใหญ่กว่าเก่า แล้วท่านอยากทำตลาดน้ำ.....ท่านก็เลยอยากฟื้นฟูขึ้นมา”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“.....ถามว่าทำไมต้องมาพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ะงแรกคงไม่ใช่ว่าต้องเป็นตลาดน้ำ แต่แรกคือทำอย่างไรถึงจะเห็นชุมชนแห่งนี้มันฟื้นตัวกลับมาอีกครั้ง.....ที่นี้เราก็มองกลับมาว่า จะทำอย่างไรที่จะให้ชุมชนแห่งนี้มันสามารถมีกลไก ที่มันตายเพราะว่ากลไกเศรษฐกิจมันไม่เคลื่อนไหว ถ้าเรามองว่ากลไกเศรษฐกิจมันไม่เคลื่อนไหวเราอาจจะเอาตัวไหนมาสร้างให้มันเคลื่อนไหว ตัวหนึ่งที่เรามองก็คือว่า คนที่นี้เค้าไม่ยากได้อุตสาหกรรม เราก็เลยมามองว่าการท่องเที่ยวเนี่ยน่าจะเป็นตัวตอบโจทย์ว่าถ้าเอามาแทรกแล้วกระจายลงให้กระบวนการของชาวบ้านมีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้นเนี่ยตัวนี้น่าจะเกิดประโยชน์นะครับ เราก็เลยมามองว่าพอมาการท่องเที่ยวคนที่นี่จะพูดแล้วเค้าจะนึกถึงตลาดน้ำให้มั๊ยครับ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“มีร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ คุณพ่อท่านเคยเป็นอดีตนายกเทศมนตรีของอัมพวา ท่านก็อยากจะมาทำอัมพวาให้คนรู้จัก อยากจะให้เจริญขึ้นมา ท่านก็มาปรึกษากับชุมชนว่าจะทำอย่างไรให้คนมาอัมพวา ก็มีความคิดเห็นเรื่อยมา จนมาเมื่อ 11 สิงหาคม 2547 ก็คิดว่าจะทำตลาดน้ำย้อนอดีต แต่ว่าไม่ได้ทำแบบสมัยคุณตา ที่มาซื้อขนมจันอับที่โรงจันอับไม่ใช่แล้ว เราก็จะเปลี่ยนรูปแบบใหม่เป็นตลาดอาหารยามเย็น”

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจกกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

เริ่มมีการรวมกลุ่ม

หลังจากที่แกนนำหลักมีแนวคิดที่จะพัฒนาตลาดน้ำขึ้นมาแล้ว ท่านจึงได้มีการจัดประชุมและเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังแนวคิดและความคิดเห็นจากหลายๆ ฝ่าย

“อย่างแรกถึงบอกว่า เรายินกว่าการสื่อสารที่เอามาอย่างแรกเนี่ยคือรับฟัง เราอาจจะ raise ปัญหาว่าวันนี้จะทำเรื่องท่องเที่ยวมั๊ย เสร็จแล้วเราก็จะมีเวทีที่จะให้ชาวบ้านเค้ามาพูด นั่นคือการรับฟัง เพราะฉะนั้นผมถึงจะเห็นใจว่ามันมีคน 30 ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง เพราะว่าเรารับรู้จากไหน จากสิ่งที่เค้าสื่อสารกลับมา แล้วมีอีก 20 ที่เค้าไม่เห็นด้วย เค้าก็จะพูดอีกแบบ เฮ้ย...มันจะเป็นไปได้หรือ อะไรอย่างไรงี้ เหล่านี้มันทำให้เรารู้พื้นฐาน เพราะฉะนั้นการจะเคลื่อนอะไรก็ตามมันต้องเคลื่อนในขณะที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่เคลื่อนในสิ่งที่เราอยากเคลื่อน เรารับรู้ว่าการบวนการคิดของคนหมู่มากเนี่ย ตัวนี้สัดส่วนมันเป็นอย่างไร พอมันเป็นอย่างไรแล้วเราจะเคลื่อนลักษณะไหน นะครับ”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ช่วงแรกๆใช้เวทีเสวนาเยอะ นายกฯช่วงแรกใครที่ดูเหมือนจะเป็นแกนนำก็จะเรียกเข้าไปคุย ไปช่วยกันคือเรียกเข้าไปประชุมในเทศบาล ช่วยกันออกความคิดเห็น”

(ภญ. พุทธิปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

ตรงจุดนี้เองจึงเป็นจุดเริ่มให้มีการรวมกลุ่มเพื่อที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยมีแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้ริเริ่ม และมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมด้วยกัน กล่าวคือ เนื่องจากชุมชนอัมพวามีรูปแบบการปกครองแบบของศักรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งก็คือเทศบาล มีนายกเทศมนตรีเป็นแกนนำหลัก และมีกลุ่มแกนนำชุมชน คือ ประธานชุมชนทำหน้าที่ในการพัฒนา บริหารงานภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นในจุดเริ่มของการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จึงเป็นการรวมกลุ่มแบบกึ่งทางการและไม่ทางการ เนื่องจากมีสมาชิกทั้งกลุ่มแกนนำชุมชนซึ่งอยู่ในรูปแบบการปกครองของเทศบาล ร่วมกับชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่แกนนำหลักดึงท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

จึงอาจกล่าวได้ว่าในขณะนั้นการรวมกลุ่มประกอบด้วย แกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นผู้นำของกลุ่ม กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน ชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชนอัมพวาที่มีความเชื่อว่าจะสามารถทำได้

“ทั้งภาคราชการ ท้องถิ่น ท้องที่ ภูมิภาค พี่น้องประชาชนนะครับ เราก็มาร่วมกันคิดว่าเราจะทำอย่างไรเพื่อที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเนี่ยมีชื่อเสียงโด่งดังต่อไปในภายภาคหน้า”

(คุณสำราญ ดันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

“ก็มีชมรมร้านค้าแผงลอย แล้วก็มีชุมชน แล้วก็มีภาคประชาชน คืออย่างนี้ครับ เรามองอย่างนี้ก่อน อย่างมองเป็นกลุ่ม มองว่าคนอัมพวา 100 คนที่จะขับเคลื่อนกับผมไปจริงๆ เนี่ยในปี 2547 ประมาณ 30 คน อีก 50 เนี่ยเค้ายืนดูก่อน คุณนายกทำอะไร แล้วอีกประมาณ 20 เนี่ย นายกมันจะบ้าเหวอ จะมีคนอยู่ 3 กลุ่มครับ เราอย่าไปแบ่งกลุ่มว่าตัวนี้จะต้องเป็นตัวหลัก แต่เรา...ผมจะเชิญมาทั้งหมด ประธานชุมชน ชมรมร้านค้าแผงลอย คือพยายามเชิญผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คนนิ่งมันก็อาจจะทำงานหลายๆหมวก”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

“ก็เริ่มต้นก็เริ่มจากชุมชนตลาดอัมพวาแล้วก็ชมรมแมลงลอย เทศบาลอัมพวา ก็ร่วมกันที่ว่าช่วยกันหาแม่ค้ามาขาย ช่วยกันสร้างโน้มนำสร้างนี้ขึ้นมา ช่วยๆ กันคนละไม้คนละมือ”

(คุณวราภรณ์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์/เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“ก็จะมีชาวบ้าน ชุมชนช่วยกัน ก็ร่วมกันเพราะท่านนายกก็บอกว่ามันต้องมี ส่วนร่วมจากชาวบ้านด้วย แಗถึงจะทำสำเร็จใช่ไหม? ก็มีทั้งฝ่ายรัฐ ฝ่าย ชาวบ้านเหมือนเราร่วมกัน”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

ผลจากการวิจัยพบว่าการรวมกลุ่มนั้นเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ ตามบทบาทหน้าที่ ดังนั้นจึงไม่ได้มีการตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน แต่จากการ สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องของหลายท่าน สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามี วัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนอัมพวา ทำให้เศรษฐกิจของคนชุมชนดีขึ้น และเชิญชวนให้ คนในชุมชนกลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่นของตนเอง
2. เพื่อจะประชาสัมพันธ์อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามให้เป็นที่รู้จักของประชาชน ทั่วไป
3. ต้องการสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

“ที่นั่นเนี่ย รายได้ประชากรมันลดลงไปมาก คนที่มีความรู้ถูกหลานก็เข้ามา อยู่กรุงเทพฯหมด เพราะมันไม่มีอาชีพที่จะทำ การที่จะเพิ่มรายได้ให้กับคนที่ อัมพวาหรือคนสมุทรสงคราม ก็คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว..... ข้อที่ 2 ก็คือ เราทำเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์จังหวัดของเราด้วย เราคิดกันเสมอ เลยแม้กระทั่งเดี๋ยวนี้นี้เนี่ย พอบอกว่าอัมพวาเค้าต้องถามว่าสมุทรสาครใช้มั๊ย ไม่ได้พูดถึงสมุทรสงคราม เพราะฉะนั้นตรงนี้เราจะทำตลาดน้ำอัมพวาให้ เป็นที่รู้จักของคนในแผ่นดินเลย..... ข้อที่ 3 เราต้องการที่จะสนับสนุนแผน ยุทธศาสตร์ของจังหวัด ซึ่งก็ล้อมาจากแผนชาติ ว่าจังหวัดเรามียุทธศาสตร์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....”

(คุณสำราญ ต้นเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

“ท่านก็บอกว่าท่านจะทำเศรษฐกิจอัมพวาให้ดีขึ้นท่านก็เริ่มทำตลาดน้ำ เริ่มเรียกชุมชน 10 ชุมชนเข้าประชุม เข้าประชุมแล้วก็ว่าเออเราจะทำยังไงดีให้เรารื้อฟื้นตลาดน้ำเก่าให้มีใหม่แบบอย่างเดิม”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

ก้าวแรกของตลาดน้ำอัมพวา

หลังจากที่มีกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้ว แกนนำหลักได้เชิญทุกฝ่ายเข้าร่วมประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเกี่ยวกับการจัดทำตลาดน้ำ จึงคิดที่จะจัดตลาดน้ำโดยต่อยอดจากงานนมกรรมกริมเขื่อนที่ได้จัดไปเมื่อปีที่ผ่านมา ดังนั้นในปี พ.ศ.2547 จึงได้เลื่อนการจัดงานนมกรรมกริมเขื่อนที่เคยจัดในเดือนพฤศจิกายน ให้ไปจัดวันที่ 10-14 สิงหาคม 2547 แทน โดยรูปแบบนั้นอยากให้จัดตลาดน้ำให้เหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่เนื่องจากอัมพวาในขณะนั้นไม่มีเรือแล้ว จะมีแค่ในสวนและที่ไกลๆ ออกไป ดังนั้นแกนนำหลักเลยให้กลุ่มแกนนำชุมชนไปหาเรือมา โดยในช่วงแรกให้มีแค่ 10 ลำก่อน เพราะไม่รู้ว่าจะเป็นอย่างไรมาก่อน และแม่ค้าเองก็ไม่กล้าขาย เพราะให้ขายตอนเย็นขายไม่กี่ชั่วโมงก็มีหมดแล้ว ของที่ขายไม่ได้จะทำอย่างไร แกนนำหลักเลยใช้กลยุทธ์ คือ จ้างแม่ค้าลำละ 300 บาทต่อวัน ส่วนของที่ขายได้แม่ค้าก็เอาเงินไปพอเริ่มงานนมกรรมกริมเขื่อน คือ ร้านอาหารบนบกก็ไปจัดหน้าอำเภอ และนำพวกคาราวานสินค้าวางขายตั้งแต่หน้าอำเภอถึงริมน้ำ แล้วในน้ำก็เป็นเรือ 10 ลำ คนก็มาเป็นจำนวนมากเดินมาตั้งแต่หน้าอำเภอถึงริมน้ำ หลังจากการจัดงาน 4 วันเรียบร้อย ประชาชนก็เริ่มรู้จักตลาดน้ำ อัมพวาแล้ว จึงเป็นจุดเริ่มของการเปิดตลาดน้ำอัมพวา วันที่ 11 สิงหาคม 2547 และแกนนำหลักท่านก็เลยให้จัดตลาดน้ำอัมพวาเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ช่วงเย็นเท่านั้น เพื่อที่จะไม่ให้เหมือนตลาดน้ำแห่งอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถดึงคนจากจังหวัดใกล้เคียงและกรุงเทพฯ ให้มาเที่ยวได้ และยังคงใช้กลยุทธ์จ้างแม่ค้าให้พายเรือมาขายของต่อไปอีก นอกจากนั้นยังมีการจูงใจให้แม่ค้าพายเรือมาขายอย่างต่อเนื่อง โดยแม่ค้าที่ขายมาตลอดจะมีโอกาสจับเบอร์ มีของรางวัลเป็นสร้อยคอ น้ำปลา หรือถ้าขายไม่หมดก็มีเสียเอก เจ้าของโรงน้ำปลา เหมาสินค้าในเรือขึ้นมาแจกคนที่อยู่บนบก ทำแบบนี้อยู่ประมาณ 1 เดือน คนเริ่มติดและมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจึงเลิกจ้างแม่ค้า

“เหมือนกันว่าเราต้องหาหน้าม้า คนที่เป็นอาชีพจริงๆ มีแค่ 1-2 ลำ ที่นี้พวกนี้เค้าก็จะไปหาหน้าม้ามา บางคนก็เป็นประธานชุมชนลงมาขายเรือหรือกรรมการชุมชนลงมาขายเรือ ไม่ใช่มีอาชีพแต่ช่วยเหลือเมื่อภาพมันออกมาก็โอเค อย่างพี่แจ้ด (ประธานชุมชน) พี่แจ้ดทำข้าวแกง เราก็...พี่แจ้ดช่วยหน่อยเถอะ พี่แจ้ดก็บอกว่า เอา..วะ”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

“ทั้งแม่ค้าเอง ทั้งคณะกรรมการเองก็เลยนึกว่า เราลองอาทิตยหน้าอีกซักอาทิตยหนึ่ง ที่นี้ทำไปถึงจะให้เกิด เขากลัวว่าแม่ค้ามาแล้วจะขายไม่ได้เลิกไป ทางคณะกรรมการก็เลยบอกว่าเอาอย่างนี้แล้วกัน เขาจะจ้าง 10 ลำลำละ 300 บาท อย่างน้อยต้องมี 10 ลำก่อน ส่วนผู้ที่จะเข้ามาต้องเข้ามาทุกวันนะจะมีสิทธิจับเบอร์จับรางวัล สัปดาห์หนึ่งก็จะแจกเหมือนคนบ้า เพราะผมเองอย่างเวลาไปประชุมก็จะบอกว่า ตลาดน้ำเกิดขึ้นได้เพราะคนบ้า บ้าจ้างคนอื่นมาทำ”

(คุณวิสุทธิ ธิ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

“ช่วงที่เรามาสร้างตรงนี้เราก็ปลุกณะครับ แม้กระทั่งมีสร้อยคอ เพื่อที่จะจับฉลากรางวัลเป็นสิ่งจูงใจให้คนมาร่วมกิจกรรม เอน้ำปลามาแจกบ้าง เอาทองมาจับบ้าง เทศบาลมีเงินก็เอางบประมาณไปช่วยบ้าง ควักกระเป๋าบ้าง เพื่อให้คนมาดำเนินการในเรื่องในกิจกรรมของตลาดน้ำ ซึ่งจะต้องมีเรือที่พายขายของในแม่น้ำลำคลอง”

(คุณสำราญ ต้นเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

“ชาวบ้านไม่กล้าค้าขาย กลัวว่าจะขายไม่ได้ ทุกคนก็รับประกันว่าให้มาเถอะขายได้ ถ้าขายไม่ได้จะจ้างให้ลำละ 300 บาท ก็จ้างอยู่ระยะหนึ่งเพราะถ้าขายไม่หมดพวกเสียเอากันก็เหมาขึ้นมาแจกคน คือเพื่อให้เค้าอยู่ได้ก็ทำอยู่ประมาณ 1 เดือน คนก็เริ่มติด เพราะเราก็โปรโมทขึ้นไปคนก็เริ่มติด ตอนนั้นก็เลยเลิกจ้าง”

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

ในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในระยะแรกๆ นั้น กลุ่มแกนนำชุมชนทุกชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ได้เข้ามาประชุมและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน แต่โดยหลักๆ แล้วจะเป็นการจัดการของชมรมหาบเร่แผงลอย เนื่องจากเป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องคอยดูแลแม่ค้า และอีกชุมชนที่มีบทบาทมาก คือ ชุมชนตลาดอัมพวา เพราะเป็นชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จัดกิจกรรมตลาดน้ำ เนื่องจากเดิมบริเวณชุมชนแห่งนี้เป็นตลาดอยู่แล้ว ประกอบกับที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เทศบาลมากที่สุด มีท่าเรือสำหรับรับส่งคนที่มาเที่ยว ส่วนชุมชนอื่นๆ ยังมองไม่ชัดว่าควรจะทำอะไรในชุมชนของตนเอง เพราะถ้าเป็นตลาดน้ำก็ต้องเน้นแต่เรื่องขายของ ดังนั้นชุมชนอื่นๆ ถึงแม้ไม่ได้เข้ามาขายของในบริเวณตลาดน้ำ แต่คนในชุมชนบางส่วนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายรูปแบบ เช่น พายเรือมาช่วยขายของ มาเดินในตลาดเพื่อให้มีความคึกคักเพิ่มมากขึ้น หรือแม้กระทั่งช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนมาเที่ยวตลาดน้ำ

“เริ่มต้นก็จากชุมชนตลาดอัมพวา ชมรมแผงลอย แล้วก็เทศบาลอัมพวา แต่ชมรมแผงลอยนี่คือคุมทั้งหมด ไม่ใช่เฉพาะในฝั่งตลาดน้ำนะ แต่จะดูชุมชนในเขตเทศบาล ทั้งเขตเทศบาลอัมพวาเลย”
(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์/เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“ที่นี้เวลามีส่วนร่วมก็คือ เวลาเริ่มตลาดน้ำเนี่ยเค้าจะชวน ชวนๆ กันไป เหมือนกับว่าเวลาเริ่มตลาดน้ำไ่มั้ยเค้าก็มาชวน เข้าไปช่วยๆ กันหน่อย ไปช่วยกันทำให้มีคนขึ้นมายัง ก็พาไปกันเดินไป”
(คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านดวงเงิน)

“เมื่อมั้ยครบปีแรกๆ คนจะไปงานแต่งเราก็ทำไปปลิวตลาดน้ำ นายก...จะไปงานแต่ง ไรลไปปลิวให้ทีเดียวผมไปแจกแขกในงานแต่ง”
(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ผมก็ดูๆ ในใจผมว่าเจ็ง เราก็มาเอ๊ะ...เราก็คนอัมพวา อยากให้ตลาดน้ำอยู่นานๆ นะ อยากจะมีส่วนร่วมด้วยทำอย่างไรดี ก็ตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ ซึ่งก่อนมันเจียบ โต๊ะประชาสัมพันธ์ของเราก็จะมีคาราโอเกะด้วย”
(คุณวิสุทธิ ฦ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

จากการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ทำให้กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และกลุ่มแกนนำชุมชนทำหน้าที่หลักในการพัฒนา ส่วนเทศบาลจะทำหน้าที่เป็นเพียงพี่เลี้ยงและคอยให้คำแนะนำในการจัดการเท่านั้น เนื่องจากการจัดตลาดน้ำอัมพวาจัดในช่วงวันหยุด ซึ่งข้าราชการไม่ได้ทำงาน ดังนั้นการที่จะให้กลไกทางเศรษฐกิจขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้องค์กรเอกชนและประชาชนเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน

“ที่นี้พอเรามีการรวมตัวแบบชมรมเนี่ย เรายอมรับว่าการท่องเที่ยวหรือธุรกิจเนี่ยมันเกิดโดยรัฐไม่ได้ ถามว่าข้าราชการที่ไหนจะอยู่เสาร์-อาทิตย์กับผมก็มีแต่แม่ค้า เพราะฉะนั้นมันก็ต้องเอากลไก แม่ค้าเรียกกลไกทางเอกชนเป็นตัวขับเคลื่อน”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

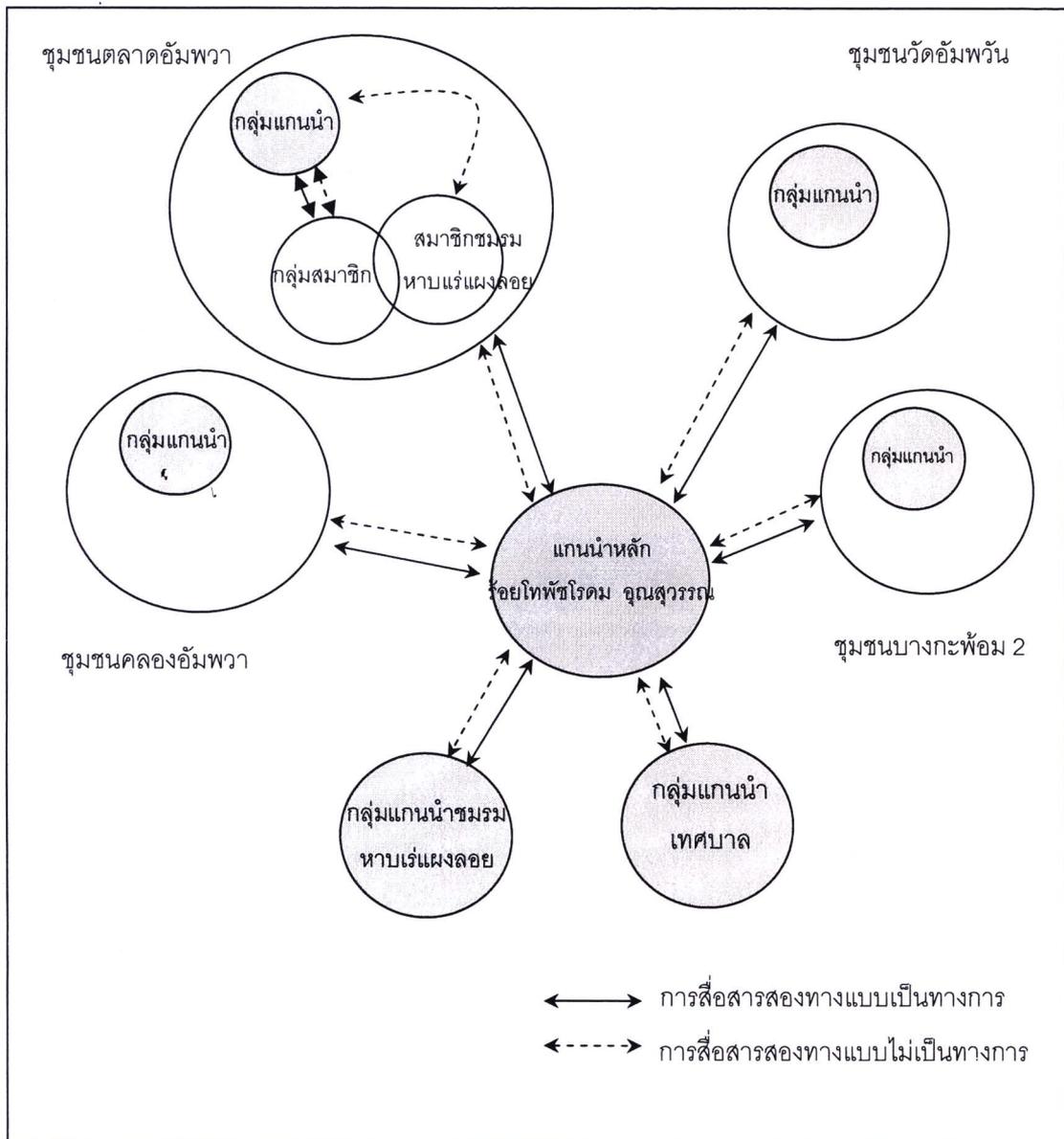
“เทศบาลองค์กรของข้าราชการดูแลคนละแบบก็จบไป เค้กก็ต้องโอนมาให้ประธานชุมชนดูว่า เสาร์-อาทิตย์นี้คุณก็ต้องดูแลกันเองนะ เขาจะไม่มาดูแลมากมาย ก็ต้องดูแลการสื่อสาร ดูประกอบกันว่า คนมาเที่ยวอย่าคิดเขาแพงนะ ตรงนี้ประธานชุมชนจะดูแล ทางด้านอาหารคุณอรพินท์ก็ดูแลเห็นมัยคะ ต้องร่วมมือกัน”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสริวัฒน์)

“เพราะว่าท่านนายกเป็นฝ่ายการเมืองนะคะ ท่านจะไม่ให้ราชการมาดูแลให้คุณสนั่นดูแล คุณอรพินท์ดูแล แกจะให้องค์กรเอกชนดูแลหมด ไม่ให้ราชการมายุ่งเกี่ยว เพราะราชการยังง้อถ้าเขาไม่ดี เขาก็ได้เงินเดือนอยู่แล้ว แต่เอกชนคุณทำไม่ดีเขาเปลี่ยนคุณได้นะ เปลี่ยนได้วันนี้ พรุ่งนี้เลย”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสริวัฒน์)

สรุปได้ว่าในระยะที่ 1 นี้เป็นการรวมกลุ่มของผู้ที่ต้องการที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความเจริญขึ้น โดยการรวมกลุ่มนี้มีแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย รวมทั้งกลุ่มสมาชิกที่เชื่อว่าตลาดน้ำสามารถพัฒนาได้ จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปพัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 1 ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 23 พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 1

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ระยะขยายเครือข่าย เป็นระยะที่การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ได้จำกัดอยู่ที่เฉพาะในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ขยายไปยังชุมชนอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง และได้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และใช้ชื่อว่าชมรมโฮมสเตย์ซึ่งเป็นพันธมิตรของเครือข่าย โดยในระยะนี้เริ่มตั้งแต่ประมาณ ปี พ.ศ. 2548

ตลาดน้ำเริ่มติดแล้ว

ผลการวิจัยพบว่า หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2547 แคนนำหลักและกลุ่มแคนนำใช้เวลาประมาณ 6 เดือน ก็พบว่ามือนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ดังนั้นแคนนำหลักท่านจึงชักชวนให้กลุ่มแคนนำชุมชน และคนในชุมชนอื่นๆ ไปคิดต่อยอดว่าจะทำอย่างไรเพื่อที่จะพัฒนาชุมชนตัวเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มแคนนำชุมชนเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่หลักในการไปขยายเครือข่ายให้กว้างขวางมากขึ้น โดยจะทำอย่างไรเพื่อให้คนในชุมชนมาเข้าร่วมขายของ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น

“6 เดือนนะคะ ก็เริ่มติดตลาดแล้ว ที่นี่ก็ไม่ต้องจ้างแล้ว ที่นี่แย่งกันมาขายแล้ว ตอนนี้อยู่ทุกรางนิ้วแทบไม่มีที่ว่างเพราะว่าคนมาหาที่ไม่ว่าจะทางบกหรือทางน้ำ”

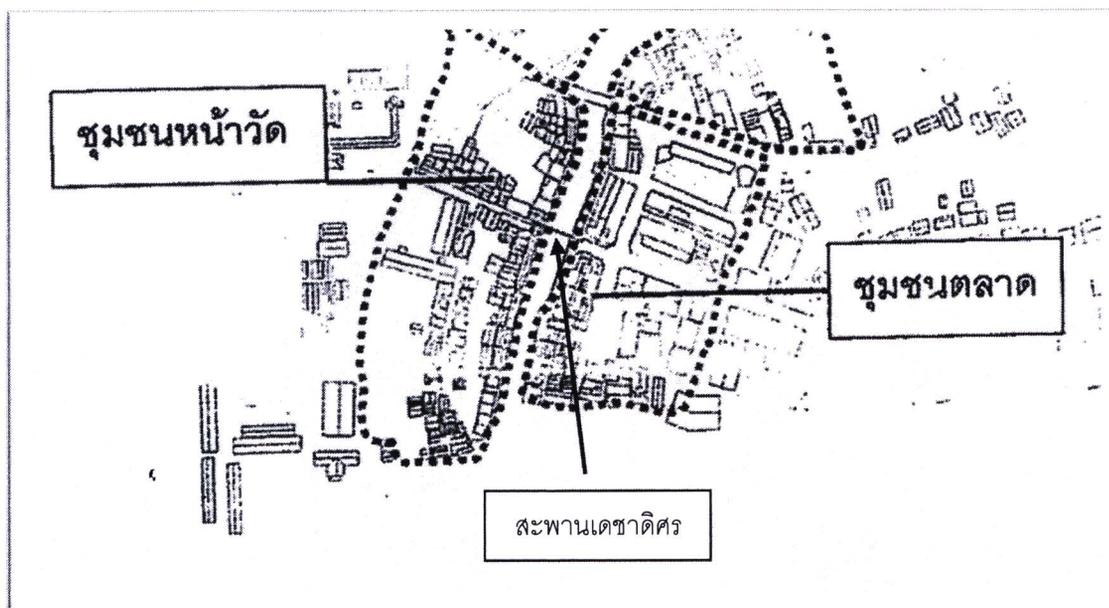
(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“...แต่ถ้าผมมองคนที่จะเวิร์คมากกว่าน่าจะเป็นส่วนของประธานชุมชนเทศบาลแค่เป็นในส่วนของตัวช่วยมากกว่าว่าคุณอยากได้อะไร หรืออยากเพิ่มอะไร แล้วก็หางบมาให้”

(คุณภูพิริฐุ แต่สุวรรณ : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

ขยายเครือข่ายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน

จากเดิมพื้นที่การจัดตลาดน้ำอัมพวาจะอยู่เฉพาะบริเวณหน้าอำเภอเรื่อยมาจนถึงสุดที่บริเวณเชิงสะพาน (สะพานเดชาติศร) ของชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ความเจริญเติบโตของตลาดน้ำอัมพวารวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คนในชุมชนเห็นว่าตลาดน้ำแห่งนี้สามารถพัฒนาได้ คนในชุมชนจึงได้เข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ตรงจุดนี้เองตลาดน้ำอัมพวาจึงได้เริ่มขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน เนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้กับชุมชนตลาดอัมพวา เพียงข้ามสะพานเท่านั้น ดังภาพที่ 24



ภาพที่ 24 แผนที่แสดงขอบเขตของบริเวณแต่ละชุมชนของชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา
(ที่มา : นิธิ ลิศนันท์, 2544)

“ที่แรกเริ่มจากฝั่งโน้น(ชุมชนตลาดอัมพวา) ปีแรกเลยเริ่มจาก 47 ถึงกลางปี 48 ฝั่งโน้นอย่างเดียวฝั่งนี้(ชุมชนวัดอัมพวัน)ไม่มี”

(คุณวิสุทธิ ฌ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

“ตลาดน้ำเริ่มแรกเนี่ยจะมีแค่ฝั่งนี้(ชุมชนตลาดอัมพวา)กับในเรือ พอฝั่งนี้ร้านเริ่มเต็ม ทางโน้นก็เริ่มมีแล้ว คนก็เริ่มไปลงฝั่งโน้น พอคนเริ่มเยอะร้านก็เริ่มเพิ่มขึ้นไป บ้านทางฝั่งโน้นก็เริ่มขาย มันก็เลยกลายเป็นสองฝั่ง แต่คือเราก็ดูไม่ได้เพราะมันข้ามเขต แล้วก็อย่างฝั่งโน้นเทศบาลก็จะดูอยู่ สมาชิกเราจะอยู่ฝั่งนี้มาก แต่เรื่องไฟเราก็ทำไปให้”

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“ใช่ค่ะ แล้วก็มีประธานชุมชนตลาดอัมพวา แล้วก็ข้ามไปฝั่งวัดอัมพวันนะคะ ชุมชนวัดอัมพวัน เพราะชุมชนตลาดเหมือนตอนแรกก็เกิดก่อน เกิดก่อนก็ช่วงหน้าเทศบาล ระยะเวลาหนึ่งค่ะ พอเริ่มบูมก็ย้ายข้ามฝั่ง มาอยู่ตรงนั้น ตรงนั้นเป็นจุดที่มาทีหลัง แต่ว่าทำไปทำมาเหมือนจะเป็นจุดที่เจริญที่สุด และมี

รายได้มากที่สุด มากกว่าแม่ค้าที่อยู่ฝั่งนี้จะได้คือ เย็นคะอิมมาเรียบร้อยแล้ว
คะถึงจะมาเดินทางนี้ เพราะว่าฝั่งโน้นมันสะดวกตรงที่ว่ามี อุทยาน มีวัด
และมีที่จอดรถ”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

เกิดชมรมโฮมสเตย์

ช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของโฮมสเตย์ก็พบว่าขณะนั้นมี
นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เกณฑ์หลักจึงให้แนวคิดที่จะให้คนในชุมชนที่อยากจะเข้า
มามีส่วนร่วมในเครือข่าย หรืออยากจะมีรายได้แต่พื้นที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวาให้เปิดโฮมสเตย์
ขึ้น ตรงจุดนี้จะเห็นได้ว่าแต่ละชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาโดยการ
พัฒนาบ้านพักของตนเองแล้วเปิดเป็นโฮมสเตย์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าทุกชุมชนในเขต
เทศบาล อัมพวามีโฮมสเตย์ทั้งสิ้น

“เริ่มจากกลุ่มแกนนำที่มีความคิดตรงกัน แล้วก็เกิดจากกลุ่มพวกแผงลอย
แม่ค้าขึ้นมาเป็นหลักก่อน เป็นตัวเปิดตลาด แล้วก็ข้ามฝั่งไปวัดอัมพวัน ชัก
ระยะหนึ่งก็เป็นพวกโฮมสเตย์”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“ท่านนายกฯ จะเริ่มทำตั้งแต่ชุมชนตลาดก่อน อยากให้คนเข้ามาพอสุมชน
ตลาดทำได้ ชุมชนวัดอัมพวันก็ไปเสริม พอสุมชนวัดอัมพวันเสริม ท่านก็จะเรียก
ทั้ง 10 ชุมชนให้มาประชุมกันว่าคนเขาจะเที่ยวอยู่แค่ตรงนี้ แล้วทุกชุมชนถ้า
อยากมีรายได้เข้าไป ก็ให้ปลูกโฮมสเตย์ หาสถานที่ท่องเที่ยวตั้งดูลูกค้าเข้า
ไป เราเป็นกรรมการเราก็จะแนะนำให้ไปทางนั้นให้ไปทางนี้ ก็อยู่ได้จย
จังหวัดเราก็เลยเข้มแข็งทั้งจังหวัด”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“ที่นี้พอตีมันมีตลาดน้ำมันก็เลยมีรายได้ขึ้นมา ทางชุมชนแต่ละชุมชนเนี่ย
ชุมชนไหนที่อยู่ใกล้ก็จะมามีส่วนร่วม ชุมชนไหนไม่ได้อยู่ติดก็มีส่วนร่วมน้อย
หน่อย แต่ก็จะมีโฮมสเตย์ให้พัก แต่ก็พยายามดึงคนที่มาพักเนี่ยให้ชมสวน

อย่างประธานคุณสุเมธ ถ้ามีคนไปพักบ้านเขา เขาก็จะพาเดินสวน กิน มะพร้าวอ่อน ศึกษาเกี่ยวกับชีวิตของคนในชุมชนบางกะพ้อม 2 ว่าทำสวน มีอะไรบ้าง รมเย็นเป็นสุขอย่างไร”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

จากจุดเริ่มที่แกนนำหลักอยากให้ทุกคนในชุมชนมีรายได้ มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ทำให้กลุ่มสมาชิกที่พอจะปรับปรุงบ้านพักอาศัยให้เป็นโฮมสเตย์ได้ก็มีการปรับปรุง หรือบางกลุ่มที่บ้านพักมีบริเวณกว้างขวางก็สร้างโฮมสเตย์ขึ้นมาใหม่ โดยในระยะนั้นมีการเปิดโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง แต่หลายๆ ที่ก็เจอกับปัญหา เพราะต่างก็ไม่เคยทำโฮมสเตย์มาก่อน เลยไม่รู้ว่าจะเจอปัญหา เช่นนี้ต้องทำอะไร มีแขกทำอะไร ไม่มีแขกทำอะไร ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักมีความคิดว่า กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ไม่เคยมีประสบการณ์การทำโฮมสเตย์มาก่อน แล้วแกนนำหลักท่าน คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องเกิดโฮมสเตย์แบบนี้ขึ้นมาอีกมาก แกนนำหลักเลยเรียก ผู้ประกอบการโฮมสเตย์มาร่วมปรึกษา และพูดคุยว่าถ้ามีการรวมกลุ่มกันสมาชิกจะได้รับ ประโยชน์และสิทธิอะไรบ้าง นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ด้วยเหตุนี้จึงได้มีรวมกลุ่มและตั้งเป็นชมรมโฮมสเตย์ขึ้นมี ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นประธานชมรม

“...บางคนไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำโฮมสเตย์ มีปัญหาแบบนี้เกิดขึ้น จะแก้ไขอย่างไร อย่างเวลามีแขก หรือทำขึ้นมาแล้วไม่มีแขกเลยจะทำอย่างไร ตอนแรกเค้าก็เรียกผู้ประกอบการแต่ละที่มานั่งคุยว่าถ้าตั้งชมรมนะ คนที่เป็นสมาชิกชมรมจะได้รับสิทธิพิเศษอะไรบ้าง เหมือนกับว่ามาแชร์ ความคิดเห็น อย่างเวลาส่งแขกให้กันคุณก็ต้องมีเป็นมาตรฐานว่าค่าใช้จ่าย อะไรยังไง rate ราคาเท่าไร มีค่าตอบแทนให้กันมั้ย ทำให้ต้องกลายเป็น ชมรม”

(คุณบงกช สุปิณะเฒ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / เจ้าของบ้านครูปู่)

“เริ่มมาจากท่านนายกฯอีกเช่นกัน คือในระยะหลังมีที่โนนที่นี้เปิดเพิ่มขึ้น ท่านนายกฯก็ดำริว่ารวมกลุ่มเถอะ อันนี้เป็นสิ่งที่ทำล่วงหน้า ท่านนายกฯ คาดไว้แล้วว่าต้องเกิดที่พักแบบนี้ขึ้นมาอีกมาก ท่านก็เลยพยายาม รวมกลุ่มให้ได้ก่อนเลย เพื่อที่จะได้คุยกัน ชี้แนะกัน เพื่อจะได้ป้องกันปัญหา



เพราะว่าผู้ประกอบการที่พัก 99 % เป็นคนพื้นที่ ซึ่งไม่มีใครมีประสบการณ์ด้านการโรงแรม ด้านที่พักมาก่อน เพราะฉะนั้นท่านนายกฯจึงพยายามผลักดันให้รวมกลุ่มเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลและสอนกัน”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

ดังนั้นในระยะขยายเครือข่ายนี้ นอกจากจะขยายเครือข่ายไปยังชุมชนวัดอัมพวันแล้ว พบว่ายังมีกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งกลุ่ม คือ ชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นพันธมิตรของเครือข่าย

หลังจากนั้นประมาณปี พ.ศ. 2550 เป็นที่น่าปลาบปลื้มของคนอัมพวา เมื่อสำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา ได้มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนภายใต้ชื่อ “โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์” เป็นโครงการที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีพระราชดำริให้สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา นำที่ดินที่ คุณประยงค์ นาคะวะรังค์ ชาวอัมพวา ได้น้อมเกล้าฯ ถวายมาดำเนินการพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอัมพวา

ภายในโครงการฯ ได้จัดพื้นที่ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวอัมพวา มีร้านค้าชุมชนอยู่ริมถนนประชาอุทิศ ร้านชานชาลา สำหรับจำหน่ายเครื่องดื่มและอาหารว่าง ห้องนิทรรศการชุมชน สวนสาธิตการเกษตรเพื่อการเรียนรู้ และลานวัฒนธรรม “นาคะวะรังค์” ด้วยเหตุนี้ทำให้มีการขยายพื้นที่ของตลาดน้ำต่อเนื่องเข้าไปในคลองอัมพวา นักท่องเที่ยวเริ่มเดินเข้าไปด้านในคลองอัมพวาเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่จะอยู่แค่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวาและชุมชนวัด อัมพวันเท่านั้น ตรงจุดนี้ที่เห็นว่าได้มีการขยายเครือข่ายตลาดน้ำอัมพวาไปยังชุมชนคลองอัมพวา

“เดี๋ยวนี้หน้าบ้านใครหน้าบ้านมันก็ขายกันหมด พอทางนี้เริ่มมีคนมาก มูลนิธิชัยพัฒนาก็เปิด คืออยากให้ความเจริญกระจายเข้าไปข้างใน”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“ชุมชนที่มีบทบาทในช่วงแรกก็ตลาด กับวัดอัมพวัน แล้วก็มาคลองอัมพวา แต่เรื่องของชุมชน ผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนจะทำกันเอง อย่างที่เนี่ยที่ก็เปิดขยายต่อเข้ามาจากตลาด เมื่อวันที่ 7 เดือนกรกฎาคม 2550 ที่เปิดเป็น

ทางการ คือขยายออกมาจากตรงสะพาน ชุมชนที่จะอยู่ตั้งแต่ใต้ถนน สะพานรถ ยันสะพานรถจุฬา รอบเกาะ”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

สรุปว่าในระยะที่ 2 มีการขยายเครือข่ายครอบคลุมไปอย่างกว้างขวางหลายชุมชน ที่เห็นได้ชัดเจนคือ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา ที่ชาวบ้านออกมาขายของกันแทบจะทุกวัน สองฝั่งคลองเต็มไปด้วยร้านค้ามากมาย ส่วนอีกชุมชน คือ บางกะพ้อม 2 ได้ขยายเครือข่ายในรูปแบบของการเปิดโฮมสเตย์ ส่งผลให้ตลาดน้ำอัมพวามีความเจริญเติบโตอย่างมาก จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปพัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 2 ดังภาพต่อไปนี้

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าหลังจากปี พ.ศ. 2551 เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปในชุมชนทุกชุมชน เห็นได้จากจำนวนกลุ่มสมาชิกที่ออกมาขายของในตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนมากทั้งบนบกและในเรือจนแทบจะไม่มีที่ขาย หรือโฮมสเตย์ที่เปิดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนบางคนก็ออกไปทำงานนอกชุมชนก็กลับมาประกอบอาชีพในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

“ตอนที่ตลาดน้ำเปิดใหม่ๆ พี่ทำงานอยู่กรุงเทพฯ ก่อนที่จะมีตลาดน้ำ ที่นี้มันเจ็บบมาก ไม่มีอาชีพอะไรที่จะเสริมให้เรา มีรายได้ พี่ก็เลยต้องไปทำงานที่กรุงเทพฯ พอมีตลาดน้ำก็กลับมาทำมาหากินที่บ้านคะ พี่เป็นคนปากน้ำ-สมุทรปราการ แต่แฟนที่เป็นคนอัมพวาแต่มาอยู่ที่นี่ 20 กว่าปีแล้ว”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

“สมัยนั้นพี่ขายป่าไค้ก็ทำสวนอยู่หลังตลาด ช่วงนั้นเมียไค้บั้งกล้วยขายก็ยังพอขายได้ แต่ตอนหลังไม่มีคนเลย ต้องทิ้งบ้านไปค้าขายอยู่กรุงเทพฯ หลายปีเลย ตอนนี่คนเยอะขึ้น จะได้มีรายได้กัน”

(คุณปราณี ทองแก้ง : สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2)

ปัญหาที่พบ

จากการที่เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวามีความเจริญรุ่งเรือง อัมพวามีเศรษฐกิจดีขึ้น ชุมชนกลับมาเป็นที่รู้จัก เป็นที่กล่าวถึงทั้งสื่อมวลชนหรือแม้กระทั่งประชาชนในประเทศ แต่จากการสัมภาษณ์พบว่าความเจริญที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่เรียกคนในชุมชนที่ไปทำงานยังจังหวัดอื่นกลับมาเท่านั้น แต่ในทางตรงกันข้ามยังส่งผลให้คนในท้องถิ่น คนที่อยู่อัมพวามาตั้งแต่สมัยปู่ย่า ตายาย คนที่เป็นกลุ่มสมาชิกของเครือข่ายอย่างแท้จริง กลับต้องละถิ่นฐานไป เพราะคนภายนอกชุมชนเข้ามาฉกฉวยโอกาสในที่ที่ทำมาหากิน สมาชิกบางคนเช่าบ้านอาศัยอยู่เดือนละไม่เกิน 1,000 บาท พอคนภายนอกมาเสนอค่าเช่าเดือนละ 5,000 – 6,000 บาท เจ้าของบ้านก็ไล่คนที่อยู่แต่เก่าแก่ไป และให้คนภายนอกเข้ามาแทน

“ตอนนี้ลูกหลานก็กลับมาเยอะมากขึ้น เปลี่ยนมากเลย แล้วก็คนในพื้นที่ จะโดนไล่่ออกหมด เพราะคนในกรุงเทพจะมากว่าขึ้น นี้อะเดือร้อน ตรงนี้ เพราะคนในชุมชนพีไปหลายครอบครัวแล้ว คือเจ้าของบ้านเอาที่ดิน แล้วมาเป็นร้านบ้าง เป็นโฮมสเตย์บ้าง ทำให้คนอัมพวาแท้ๆ ต้องกระเด็น ออกไป แต่ก่อนเค้าไม่เหลียวแลเลย”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

“ใช่ ที่นี้คือไม่มีใครไปห้ามจ่ย เทศบาลก็ลงไม่ได้ เค้าก็ยุ่งงานเค้าก็เยอะจ่ย เราก็เลยไม่รู้ทำจ่ย คนนอกมาของก็แพงขึ้น ผังโน้นเช่าหน้าร้านอาทิตย์นี้ ตั้งหลายพัน จะมีผังนี้ที่ไม่ต้องเสียค่าเช่า คือขายเอง ก็คือชมรมก็เก็บร้าน ละ 10-20 บาท แล้วเงินตรงนี้เราก็อามาทำเรื่องไฟ จ้างเด็กทำความสะอาด จ้างเด็กยกโต๊ะ”

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในระยะของความเจริญเติบโตนี้สมาชิกภายในเครือข่ายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในชุมชนและสมาชิกในเครือข่าย แต่เมื่อมีความเจริญเข้ามาก็มี ปัญหาเข้ามาด้วยเช่นกัน

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อ พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

ตลาดน้ำอัมพวาตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 มีประชากร ประมาณ 5,000 คน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์) จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรมีน้อยมากเมื่อเทียบกับชุมชนอื่น ประกอบกับคนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ 1 ใน 3 เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งโดยมากก็อยู่บ้าน เลี้ยงลูก เลี้ยงหลาน ส่วนกลุ่มหนุ่มสาวก็จะออกไปประกอบอาชีพยังจังหวัดอื่นๆ หรือที่กรุงเทพฯ และจากการสัมภาษณ์พบว่าคนที่นี่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่สามารถชักจูงได้ง่ายๆ ดังนั้นการที่ แคนนำหลักและกลุ่มแคนนำจะเชิญชวนหรือขยายเครือข่ายให้คนในชุมชนออกมามีส่วนร่วมใน การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาวิธีการสื่อสารเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง

“ชุมชนที่นี่มีจุดอ่อนและจุดแข็งนะครับ ชุมชนที่นี้จากโครงสร้างเราเป็นสังคมเกษตร แต่เป็นเกษตรแบบไม่พึ่งพาคนอื่น สวนใครสวนมัน ยืนด้วยขาตนเองไม่ต้องพึ่งใคร เพราะฉะนั้นมันคืออย่างตรง...มันยืนบนขาตนเอง แต่ขณะเดียวกันการทำงานเป็นกลุ่มที่นี้ทำงานลำบาก เพราะทุกคนไม่เคยชินที่จะทำงานกลุ่ม มีอัตลักษณ์ของตนเองสูงมาก”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“พอเราทำงานลักษณะนี้เราต้องยอมรับมิติสังคมมันเป็นพลวัต เรามีกลุ่มเล็กในกลุ่มใหญ่ กลุ่มย่อย ไข่ม้อยครับ เพราะฉะนั้นการใช้การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยในส่วนของ การนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยใน 2 ประเด็นคือ

1. วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่าย
2. ประเด็นในการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าในพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละระยะของพัฒนาการ ดังนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งตามพัฒนาการของเครือข่าย 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ในระยะที่ 1 นี้ เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา มีความคิดและเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยแกนนำหลักมีความคิด

ว่าการจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต้องอาศัยความร่วมมือของทุกคนในชุมชน ดังนั้นระยะนี้จึงเป็นการเชิญชวนคนในชุมชนทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่เทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นจะเห็นว่าการสื่อสารในระยะนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรวมกลุ่มเป็นหลัก

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารในระยะนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ 1) การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ และ 2) การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ และ 2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร คือ 1. จดหมาย 2. การประชุม 3. การจัดกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

□ จดหมาย

จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลักจะให้กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกจดหมายและส่งไปยังกลุ่มแกนนำชุมชนทุกชุมชนเพื่อเชิญมาประชุม ปรีกษาหารือ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

“เวลาที่เรียกชุมชน พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

“ก็เป็นหนังสือส่งมา บางที่ทางเทศบาล..เออไปร่วมประชุมกันหน่อย เขาก็มาเรียกเรา”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

□ การประชุม

หลังจากส่งจดหมายแล้ว จึงมีการจัดประชุมโดยมีแกนนำหลักเป็นจุดศูนย์กลางในการประชุม ร่วมกับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งแต่ละกลุ่มมีการทำงานกันคนละสถานที่ คนละชุมชน ดังนั้นจึงเน้นการสื่อสารแบบเป็นทางการ คือ การประชุม โดยในระยะนี้มีการจัดประชุมบ่อยโดยเฉลี่ยแล้ว 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มารับฟังนโยบาย พบปะ พูดคุย ระดมความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งพบว่าการประชุมทำให้ทุกกลุ่มรับนโยบายไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อไม่เข้าใจ มีปัญหา หรือต้องการแสดงความคิดเห็น ก็สามารถพูดและสรุปในที่ประชุม สังเกตได้ว่าจะไม่มีการจัดประชุมนอกรอบ หรือไปพูดกันเองนอกที่ประชุม เพราะอาจเกิดปัญหาเรื่องความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน และอาจส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารที่จะต้องไปสื่อให้กับคนในชุมชนนั้น ผิดเพี้ยนได้

“ประชุม คุย อย่างเดียว เวทีสาธารณะ คือ ฟังต้องฟังพร้อมๆ กัน วันนี้ผมเชื่อว่าภาษาไทยมีปัญหา อย่างคุยกับอาจารย์แล้วก็ถัดไปอีก 2 คนนี่ เปลี่ยนไปอีกเรื่องเลยนะ มันเหมือนกับการตีความ เพราะฉะนั้นวันนี้เนี่ยวิธีที่ต้องใช้คือขนาดของที่นั่งมันใช้ได้ มันไม่ใหญ่เกิน ขนาดของคนที่นี่เรามีประชากร 5,000 เราเชิญประชุมที่ 40-50 คนเนี่ยก็โอเคนะ”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“สุดท้ายเราจะทำเรื่องนี้เราก็ต้องเชิญมาคุย คือในช่วงแรกเนี่ยต้องแยกก่อน กระบวนการในช่วงปีแรกๆ มันเป็นกระบวนการที่จะนำเค้า เพราะฉะนั้นจะต้องสื่อสาร ก็คือ คุย เราก็ใช้ประชุมค่อนข้างเยอะ”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ส่วนมากท่านนายกฯ จะเรียกประชุมกันซะมากกว่า จะได้คุยพร้อมกันทุกคนทีเดียว”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“ให้ทุกคนมาคุยกัน มีอะไรแล้วค่อยว่ากัน ใ้ฉันมีปัญหาว่าทางนี้ไม่เคลียร์ ก็มาคุยด้วยกัน อย่าไปคุยกันเองในเบื้องล่าง ต้องมาคุยในที่ประชุม ”

(คุณศรีประภาส ศรีวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

□ การจัดกิจกรรม

ในระยะที่ 1 นี้พบว่าการจัดกิจกรรมในกลุ่มแกนนำ จากการวิจัยพบว่ากลุ่มแกนนำส่วนใหญ่ยังนึกกระบวนการเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ชัดเจน ดังนั้นแกนนำหลักจึงจัดกิจกรรมโดยพากลุ่มแกนนำไปดูงานตามตลาดต่างๆ เช่น ตลาดที่หัวหิน ตลาดบ้วย เพื่อให้กลุ่มแกนนำได้เห็นภาพของจริง และเปิดกระบวนการคิดเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ชัดเจนมากขึ้น

“คืออย่างนี้ครับ สิ่งที่ให้ไปดูไม่ใช่ให้ไปลอก การไปดูคือไปเปิดกระบวนการคิด ก่อนทำตลาดน้ำจริงๆ แล้วผมยังให้เค้าไปดูตลาดบ้วย คือพอเราจะทำตลาดตอนเย็นเนี่ยยังไปดูตลาดกลางคืนเลย ตลาดที่หัวหิน เป็นยังไง”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลอัมพวา)

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) สามารถแบ่งลักษณะการสื่อสารเป็น 1. การโทรศัพท์ 2. การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

□ การใช้โทรศัพท์

การใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่มแกนนำนั้น พบว่าใช้ในหลายกรณี กล่าวคือ 1.กรณีมีประชุมเรื่องเร่งด่วนและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลไม่สามารถออกหนังสือได้ทันทีจะใช้การโทรศัพท์แจ้งไปยังกลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย

2. เมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนต้องการปรึกษาปัญหาหรือขอคำแนะนำกับแกนนำหลัก ก็สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง 3. กลุ่มแกนนำต้องการติดต่อสื่อตัวเองเพื่อพูดคุย หรือแจ้งข่าวสาร

“ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ เพราะบางทีมีการเร่งด่วน ของเทศบาล บางทีประชุมมาวันนี้ พรุ่งนี้แล้วที่จะต้องนัดหมายกันล่วงหน้า ก็จะใช้วิธีโทรศัพท์ ... หรือเวลามีข่าวสารหรือเรื่องเร่งด่วนที่ต้องการให้ทราบ ก็ไปหาท่านได้เลย ขึ้นไปพบท่านได้เลย หรือไม่ก็โทรศัพท์หาท่านได้ 24 ชั่วโมงเลย ”

(คุณอรุณี ศรีราษฎร์ : เลขานุการชุมชนตลาดอัมพวา)

“บางทีจดหมาย หรือหนังสือให้ประธานชุมชนมาประชุม ประธานเค้าก็จะโทรบอกให้มาประชุม ถ้าประธานชุมชนไม่ว่างก็จะเข้าแทน”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

□ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากกลุ่มแกนนำชุมชนประกอบด้วยประธานและกรรมการชุมชน ซึ่งการประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลบางครั้งกรรมการชุมชนทุกท่านไม่ได้เข้าประชุมร่วมกันหมด ดังนั้นเมื่อกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน) รับนโยบายมาแล้ว ต้องมีการแจ้งข่าวสารให้กับกรรมการชุมชนทราบก่อน และเนื่องจากชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นชุมชนแบบปฐมภูมิ คนในชุมชนมีบ้านเรือนติดๆ กัน และทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นในบางครั้งเมื่อกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน) ต้องการติดต่อกับกรรมการชุมชนก็จะใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือเดินไปคุยที่บ้านโดยตรง

“ถ้ามีเรื่องเร่งด่วนพี่ก็จะเดินไปบอกกรรมการก่อนเลย”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“มีอะไรพี่ก็เดินบอก เพราะมันไม่ไกล บ้านเราก็ห้องแถวอย่างเงี้ย ถ้าเราเดินก็แป๊บเดียว”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ และ 2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีสื่อสาร คือ 1. เวทีสาธารณะ และ 2. การจัดกิจกรรม

เวทีสาธารณะ

จากการวิจัยพบว่าช่วงแรกที่จะเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น กระแสความสนใจของคนในชุมชนมีความหลากหลายทั้งกลุ่มที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และกลุ่มที่นิ่งเฉย ดังนั้นแกนนำหลักท่านจึงได้จัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน และนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาตลาดน้ำต่อไป

“อย่างแรกถึงบอกว่า เรานึกว่าการสื่อสารที่เอามาอย่างแรกเนี่ยคือรับฟัง เราอาจจะ raise ปัญหาว่าวันนี้จะทำเรื่องท่องเที่ยวมัย เสร็จแล้วเราก็จะมีเวทีที่จะให้ชาวบ้านเค้ามาพูด นั่นคือการรับฟัง เพราะฉะนั้นผมถึงจะเห็นใจว่ามันมีคน 30 ที่เชื่อ แต่ไม่รู้จะทำอย่างไร อีก 50 เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง เพราะว่าเรารับรู้จากไหน จากสิ่งที่เค้าสื่อสารกลับมา แล้วมีอีก 20 ที่เค้าไม่เห็นด้วย เค้าก็จะพูดอีกแบบ เฮ้ย...มันจะเป็นไปได้หรือ อะไรอย่างไร สิ่งเหล่านี้มันทำให้เรารู้พื้นฐาน เพราะฉะนั้นการจะเคลื่อนอะไรก็ตามมันต้องเคลื่อนในขณะที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่เคลื่อนในสิ่งที่เราอยากเคลื่อน เรารับรู้ว่าการะบวนการคิดของคนหมู่มากเนี่ย ตัวนี้สัดส่วนมันเป็นอย่างไร พอมันเป็นอย่างไรแล้วเราจะเคลื่อนลักษณะไหน นะครับ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ช่วงแรกๆใช้เวทีเสวนาเยอะ นายกฯช่วงแรกใครที่ดูเหมือนจะเป็นแกนนำก็
จะเรียกเข้าไปคุย ไปช่วยกันคือเรียกเข้าไปประชุมในเทศบาล ช่วยกันออก
ความคิดเห็น”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

□ การจัดกิจกรรม

การจัดกิจกรรมเป็นวิธีการสื่อสารอย่างหนึ่งเพื่อให้คนในชุมชนทราบว่า จะเริ่มมีการ
พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้ว ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นในขณะนั้นคือ “โครงการภาพเก่าเล่าเมือง” โดย
เอารูปเก่าของอัมพวามาแล้วให้คนแก่มาเล่าเรื่อง ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารอย่างหนึ่งที่ต้องการ
ให้คนในอัมพวารู้สึกภาคภูมิใจกับอดีตของชุมชนตนเอง และอยากจะเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อ
พัฒนาอัมพวาให้มีความรุ่งเรืองเหมือนเช่นในอดีต

“โครงการแรกที่ผมทำ “ภาพเก่าเล่าเมือง” พอเราเอารูปขึ้นมาทุกคนสนุก
ไอนี่รูปฉันตอนเด็กๆ มันก็จะเห็นภาพในมิตินี้ และที่สำคัญที่สุดสิ่งเหล่านี้
จะทำให้เค้าภูมิใจในอัมพวา”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีลักษณะการ
สื่อสาร คือ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

□ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

จากที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าพื้นที่ของตลาดน้ำอัมพวามีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ประกอบกับ
ชุมชนแต่ละชุมชนอยู่ใกล้กัน และส่วนใหญ่คนในชุมชนก็อยู่เรือนแถว เรือนไม้ ที่สามารถเดินถึง
กันได้หมด มีเพียงบางชุมชนเท่านั้นที่อยู่ไกลออกไปและมีลักษณะเป็นสวน ดังนั้นวิธีการสื่อสารที่
แกนนำหลักใช้ คือ ไม่ว่าจะจะมีข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องราวอะไรก็แล้วแต่ท่านจะใช้วิธีการสื่อสาร
แบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปหาคนในชุมชนแล้วพูดคุยชักชวนให้มาช่วยกันขายของโดยตรง
รวมทั้งกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ก็จะช่วยท่านอีกแรงหนึ่งด้วย โดย
เหตุผลคือ การที่เดินไปหาแล้วพูดคุยชักชวนโดยตรงช่วยลดลำดับขั้นตอนการสื่อสารให้สั้นลง

และอีกประการหนึ่งการสื่อสารแบบเห็นหน้าเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการที่จะโน้มน้าวใจให้คนในชุมชน มามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ

“แรกๆ เลยท่านนายกฯ จะเดินมาคุยกับพวกชาวบ้าน ท่านเป็นกันเองกับ พวกชาวบ้านมาก เข้าถึงประชาชน ถึงได้ทำอะไรก็ดีหมด เข้าใจ เรามีอะไร ก็จะอธิบายให้ท่านฟังอย่างนี้ๆ นะ”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“เริ่มแรกหอค่ะ เราก็ต้องช่วยนายกเพราะเป็นเลขาด้วย ไม่รู้นะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้าน ใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทูกๆบ้าน ขอร้อง เขาขาย แรกๆก็ โอ๊ย...จะขายได้หรือ? เดียวก็เจ๊ง”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“ถ้าผมมีงานอะไร ผมเดิน อยู่ในชุมชนเดินก็แวะเข้าไปคุย เพราะเมืองนี้มัน ไม่ได้ใหญ่จ๋าย เพราะฉะนั้นดีที่สุดคือเดินเข้าไปคุย ผมว่าการสื่อสารที่ดีที่สุด คือการได้เจอหน้ากันแล้ว คำเรียก contact มันเห็นหมดหน้าตา บางทีพูด โทรศัพท์เราไม่รู้หรือหน้าตา อาจจะต้องข้ามกับเสียง อย่างเนี่ย เพราะฉะนั้นเรากับชาวบ้านต้องพยายามใกล้กันให้มากที่สุด”

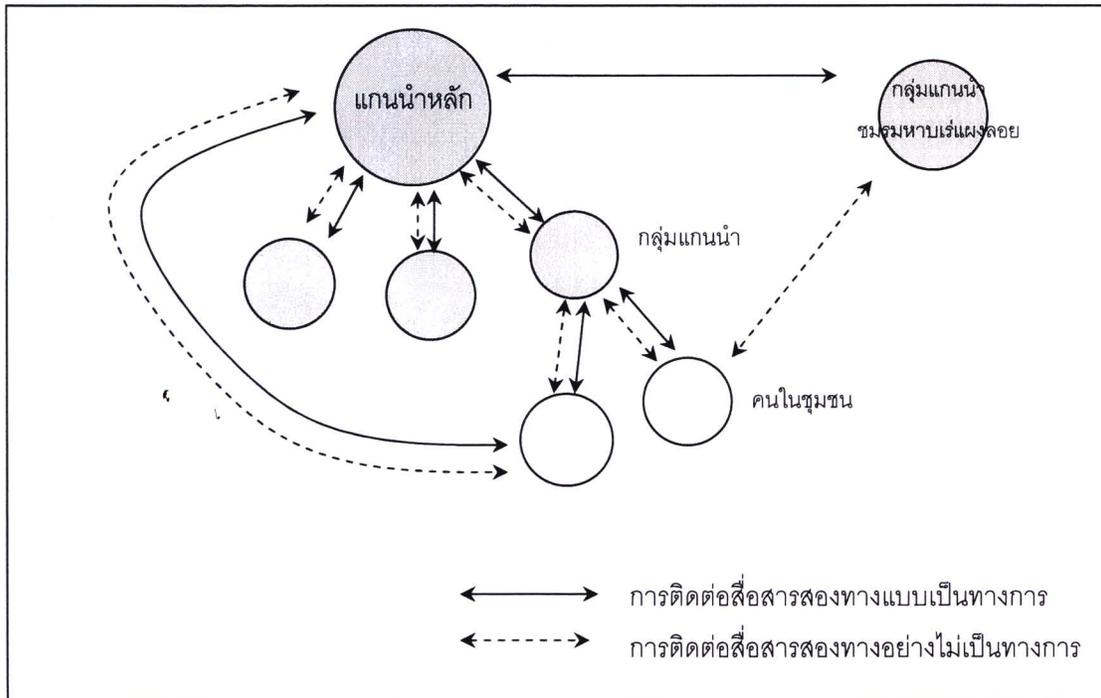
(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“.....ประธานชุมชนก็จะเข้าร่วมประชุม แล้วตัวประธานก็มาแจกจ่าย ข่าวสาร มาบอกลูกบ้าน แล้วอย่างชุมชนแฝงลอยเอง เขาก็มาเดินตามเขต อัมพวา ตามบ้านให้ไปช่วยกันขาย ใครอยากขายอะไรให้มาลงชื่อจอร้าน กันเอาไว้”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

จากการวิจัยพบว่า ระยะเวลาที่ 1 เป็นช่วงของการรวมกลุ่มและเปิดตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้น กลุ่มแกนนำจะเดินทางไปหาคนในชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกและเชิญชวนให้มาช่วยขายของ ไม่ว่าจะบนบก หรือในเรือ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่มได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 26 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

และสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังตารางต่อไปนี้

	การสื่อสารในกลุ่มแกนนำ	การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ และสมาชิกในชุมชน
การสื่อสารแบบทางการ	1. จดหมาย 2. ประชุม 3. จัดกิจกรรม	1. เวทีสาธารณะ 2. จัดกิจกรรม
การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	1. โทรศัพท์ 2. การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล	1. เดินไปคุย

ตารางที่ 2 สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ประเด็นการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ หรือการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน ประเด็นหลักที่ใช้ในการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายในระยะแรกมีความสำคัญมาก เพราะต้องทำให้คนทุกกลุ่มตระหนักถึงความสำคัญว่า “ทำไมต้องพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวาให้เกิดขึ้น” โดยแกนนำหลักใช้ประเด็นเรื่อง “ธงของเมือง” เป็นหลัก เพื่อสื่อให้คนในชุมชนเห็นว่าสิ่งที่ท่านทำ “ทำเพื่อคนอัมพวา ทำเพื่อเมืองนี้ ไม่ใช่ทำเพื่อตัวท่านนายกฯ”

“ส่วนใหญ่ประเด็นคือ ธงของเมือง ให้คนในชุมชนเห็นเป้าหมายของผม ไม่ได้เห็นผม เห็นคำว่า “อัมพวา” เอาฝันของคุณที่คุณเคยเห็นเอากลับมามั้ย เอากลับมา...มาเดี๋ยวผมทำให้ แต่การที่จะทำอย่างนั้นผลประโยชน์มันต้องไม่ใช่ตัวเรา แต่มันต้องเป็นผลประโยชน์เมือง”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ท่านนายกฯ ก็บอกว่าขอแรงเราจะทำอันนี้ เพื่อให้ท้องถิ่นเราเจริญขึ้น ให้คนรู้จักมากขึ้น”

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ในระยะขยายเครือข่ายเป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ พยายามสื่อแนวคิดการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ขยายวงกว้างมากขึ้น นอกจากนั้นยังสนับสนุนให้กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยหาสมาชิกมาร่วมชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น หรือในส่วนของกลุ่มแกนนำชุมชนอื่นๆ ให้ไปต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวา ว่าชุมชนของตนเองจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบใดได้บ้าง ดังนั้นในระยะขยายเครือข่ายกลุ่มแกนนำชุมชนจะมีบทบาทสำคัญที่จะไปเชิญชวนให้คนในชุมชนเข้ามาร่วมเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นวิธีการสื่อสารและประเด็นการสื่อสารในระยะนี้จึงมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิธีการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายในระยะนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ 2) การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน 3) การสื่อสารระหว่างคนในชุมชนโดยมีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำยังคงใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ และ 2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสาร คือ 1. จดหมาย และ 2. การประชุม

จดหมาย

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำยังคงให้ความสำคัญกับการประชุมดังนั้น จึงมีการใช้จดหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารเรื่องกำหนดการประชุมให้กลุ่มแกนนำทราบ

“ท่านก็จะให้หนังสือมา ท่านจะมีเด็กของเทศบาลส่งหนังสือมา”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

“บางทีจดหมาย หรือหนังสือให้ประธานชุมชนมาประชุม”

(คุณอุบล 'แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

□ การประชุม

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่าย เป็นช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการสื่อสารในระยะนี้แกนนำหลักยังคงเน้นการประชุมกับกลุ่มแกนนำอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้มีการจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ประกอบกับในระยะนี้กลุ่มแกนนำชุมชนจะมีบทบาทในการไปขยายเครือข่ายภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นจึงต้องเปิดเวทีโดยการประชุมเพื่อให้กลุ่มแกนนำชุมชนมีโอกาสมาพบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำในชุมชนตนเอง ตลอดจนแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นและนำไปสู่การหาวิธีการแก้ไขปัญหา

“ท่านนายกฯ จะประชุมไม่บ่อย ก็เดือนละครั้ง เพื่อให้ประธานชุมชนไปเจอกัน คุยกัน”

(คุณผุศณี จำปาทิพย์ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“คือท่านก็จะนัดประชุมเดือนละครั้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าเรามีปัญหาอะไร ก็บอกแก แกก็จะช่วยแก้ มีปัญหาอะไร มีข้อเสนอแนะอะไร แกก็แบบว่าเปิดกว้างให้เรา”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน

ในระยะนี้จะเห็นได้ว่าการขยายเครือข่ายในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาออกไปอย่างกว้างขวาง มีคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายโดยการขยายของและเปิดโฮมสเตย์กันเพิ่มมากขึ้น โดยตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปที่ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนบางกะพ้อม 2 ด้วยเหตุนี้จึงแสดงให้เห็นบทบาทของกลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในการใช้วิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายกับคนในชุมชนของตนเอง

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่าย การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนยังคงใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ และ 2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีสื่อสาร คือ
1. การประชุม และ 2. การจัดกิจกรรม

□ การประชุม

เมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้เข้าไปประชุมและรับนโยบายการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากแกนนำหลักแล้ว กลุ่มแกนนำชุมชนจะเรียกประชุมคนในชุมชนเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร และโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมาร่วมในเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น

“ถ้าเราไม่แบ่งไม่ประสานงานกับเทศบาล อย่างนี้มันต้องทำร่วมกัน แล้วนายกมีข่าวสารอะไรก็จะมาบอก แล้วประธานชุมชน กรรมการก็จะเรียกประชุมเดือนละครั้งหรือสองครั้ง”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“ก็คือเราจะมึงงานมหกรรมเราก็พูดคุย แล้วก็มีการประชุมบ้าง”

(คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

□ การจัดกิจกรรม

วิธีการขยายเครือข่ายอย่างหนึ่ง คือ การจัดกิจกรรมเพื่อให้มีเวทีสำหรับคนในชุมชนได้ออกมาพบเจอกัน ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน และยังเป็นกิจกรรมที่ทำให้คนรู้จักและมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น เช่น งานลอยกระทง งานวันพ่อ สุนทรภรณ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อคนมาเที่ยวอัมพวามากขึ้น เป็นการสร้างความมั่นใจให้คนในชุมชน และเป็นจุดดึงดูดให้คนในชุมชนมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น

“ถามว่ากิจกรรมตรงนี้นั้นจะมีเรื่อย ๆ หลังจากมหกรรมแล้วมันก็จะ ก.ค. 47 ก็จะมีเรื่องของวันลอยกระทง วันพ่อ สุนทรภรณ์ พวกนี้มันเข้ามาหมด กิจกรรมจะอยู่ที่พื้นที่นี้บ้าง อุทยาน ร.2 บ้าง”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

“การทำ PR เนี่ย เราต้องมองก่อนว่าอะไรที่เค้ารู้จักมากกว่า พอเค้ารู้จักมากกว่าเราก็เป็นเจ้าภาพจัด แล้วเราก็ปะของเราเข้าไป ที่นี้พอคนเริ่มรับรู้แล้วว่า ครูเอื้ออัมพวา สุดทำเราได้อะไร เราได้ PR ไปกับครูเอื้อ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) จากการวิจัยพบว่า แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำมีการสื่อสารไปยังคนในชุมชนโดย 1. การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล และ 2. การสร้างต้นแบบที่ดี

□ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

พบว่าในระยะขยายเครือข่ายแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำชุมชนได้ลงพื้นที่เข้าไปพบคนในชุมชนทุกครัวเรือนและใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยพูดคุยและเชิญชวนคนในชุมชนให้ออกมาช่วยกันขยายของเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งคนในชุมชนเองก็มีการพูดคุยกันเองเพิ่มมากขึ้นด้วย

“ตัวท่านนายกฯ ก็เป็นคนมาเชิญชวนเอง มาขอร้องให้ช่วยกันขยายของ ทางชมรมแฝงลอย ทางชุมชนก็มาช่วยกัน เรียกว่าเชิญชวนคนนั้นคนนี้เข้ามา”
(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)
“ท่านก็บอกว่าขอแรงเราจะทำอันนี้ เพื่อให้ท้องถิ่นเราเจริญขึ้น ให้คนรู้จักมากขึ้น”

(คุณปริศนา สุขคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

“ไม่รู้จะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ช่วยกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกบ้าน เดินบอกเอง ก็บอกว่าช่วยกันเถอะ ตอนแรกมีข้าวแกงบ้านดินตรงนี้ร้านเดียว แล้วพี่ก็มีข้างบนกับข้างล่าง ทุกคนก็มีส่วนร่วมกันนะ”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

“ก็เหมือนเคาะประตูบ้านมาเดินบอกแต่ละบ้านๆ แล้วคนก็จะบอกแบบ ปากต่อปาก เชิญชวนกันออกมากันขาย ให้มันดูครึกครื้นหน่อย”

(คุณภูพิริฐ แต่สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

□ การสร้างต้นแบบที่ดี

จากการวิจัยพบว่าในระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่มเรื่อยมาจนถึงระยะขยาย เครือข่ายช่วงแรกๆ นั้นคนในชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวามากนัก เนื่องจากเรื่องนี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่หลังจากที่ตลาดน้ำอัมพวาตายไปเกือบ 100 ปี ดังนั้นการที่แกนนำหลักคิดจะพัฒนาตลาดน้ำอีกครั้งจึงเป็นเรื่องที่เสี่ยงมากสำหรับคนในชุมชน คนส่วนหนึ่งมีความคิดว่าการพัฒนาตลาดน้ำตรงนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ถ้ามาร่วมขายของอาจทำให้ขาดทุน

“มันก็มีอะนะ เพราะว่าบางครั้งคนที่จะมาลงที่แรกมันเหมือนกับการเสี่ยง นะครับ ดีหรือไม่ดียังไม่รู้ บางคนก็ยังลังเลดูที่ท่าอยู่ อย่างผมที่แรกก็ไม่ได้ คิดจะเปิดตรงนี้ ที่แรกก็ร่วมทำเรือหึ่งห้อยของชุมชนอยู่ พอทำได้ปึกว่าๆ ก็ เลิกมาทำของตัวเอง”

(คุณวรรณ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“ตอนแรกไม่มีใครเห็นด้วย ทุกคนมองว่ามันเป็นไปไม่ได้ มองรูปแบบแล้ว มันคงไปไม่ได้หรอก เหมือนกับว่าช่วงแป๊บเดียว คนคงไม่ติดหรอก”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

“มีค่ะ ใหม่ๆ พุดกับเขายากเขาไม่เห็นด้วย เขาก็อยากอยู่ของเขาสงบๆ พุด ง่าย ๆ ตลาดอัมพวามีแต่คนมีเงิน เขาไม่อยากรุ่นวายเขาก็อยู่ของเขาได้ ถ้า เรามาทำให้เจ็วจ้าวแรกๆ เขาไม่เอาเลยนะ เริ่มพัฒนาเริ่มแรกยากมากเลย คือเขาจะไม่ร่วมมืออะไรทั้งนั้นเลย พอตอนหลังเห็นว่าดีจริงๆ นะลูกหลาน ของเขาอยู่ที่อื่นเขาก็กลับมาเสาร์-อาทิตย์”

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

ด้วยเหตุนี้วิธีการที่แกนนำหลักใช้เพื่อสื่อสารไปยังคนในชุมชนให้มีความเชื่อมั่น และมั่นใจว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถพัฒนาขึ้นมาได้จริง คือ การสร้างต้นแบบที่ดี โดยการจัดทำตลาดน้ำอัมพวาให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น และทำให้คนในชุมชนที่ไม่กล้าเข้ามาในเครือข่ายเห็นว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถเกิดขึ้นได้จริง สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว ดังนั้นเมื่อคนในชุมชนเห็นต้นแบบ และเห็นว่าการเข้ามาขายของในตลาดน้ำอัมพวาสามารถทำได้จริงจึงมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาในเครือข่ายมากยิ่งขึ้น

หรือในกรณีที่คนในชุมชนที่สนใจจะเปิดโฮมสเตย์ แต่ยังไม่เห็นภาพว่าควรทำอะไร แกนนำหลักก็พัฒนาโฮมสเตย์ของท่านนายกฯ เองให้ชาวบ้านดูเป็นตัวอย่าง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสร้างต้นแบบที่ดี เป็นวิธีการสื่อสารที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจเข้ามาเป็นกลุ่มสมาชิกเพื่อพัฒนาตลาดน้ำได้เป็นอย่างดี

“เพราะฉะนั้นเราอยากให้คนที่ทำอะไร สร้าง model ที่ดี ต้อง model ที่ดี นะครับ ถ้า model ไม่ดี เค้า copy ก็พังไปเลย เพราะฉะนั้นก็พยายาม สร้าง model ที่ดีให้เกิดขึ้น แล้วก็ให้เค้าใช้ model แล้วเอาไปขยายผล ตราบไตที่...เค้าเรียกผลตอบแทนทางเศรษฐกิจมันคุ้ม มันก็จะเกิดกลไก”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“มันยากนะที่จะเอาคนทั้งชุมชนมาร่วม แต่กลายเป็นว่า ส่วนหนึ่งทำให้เขา เห็นภาพเขามาเอง”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

“ด้วยสื่อ ด้วยความสนใจของนักท่องเที่ยวที่หลังไหลกันเข้ามามากขึ้นๆ ทำให้ดูว่าเม็ดเงินมันสะพัดนะ มันขายได้นะ แม้เค้าเขาก็มีกำลังใจในการที่จะขายครับ เขาก็เริ่มออกมาขายกัน เมื่อก่อนอย่างริมคลองนี้จะเปิดอยู่ไม่กี่ร้านเอง เขาจะปิดบ้านจะอยู่กันเองคือไม่ใส่ใจที่จะขายของหรือทำอะไร ก็คือฉันไม่ขายฉันไม่สนใจ แต่พอตอนหลังเขาเริ่มเห็นว่ามันครึกครื้นนะ มันขายได้นะ ทำอะไรโรมามันก็ขายได้ เขาก็เลยเริ่มเปิดมากขึ้น”

(คุณภูพิรุฑ์ แต่สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

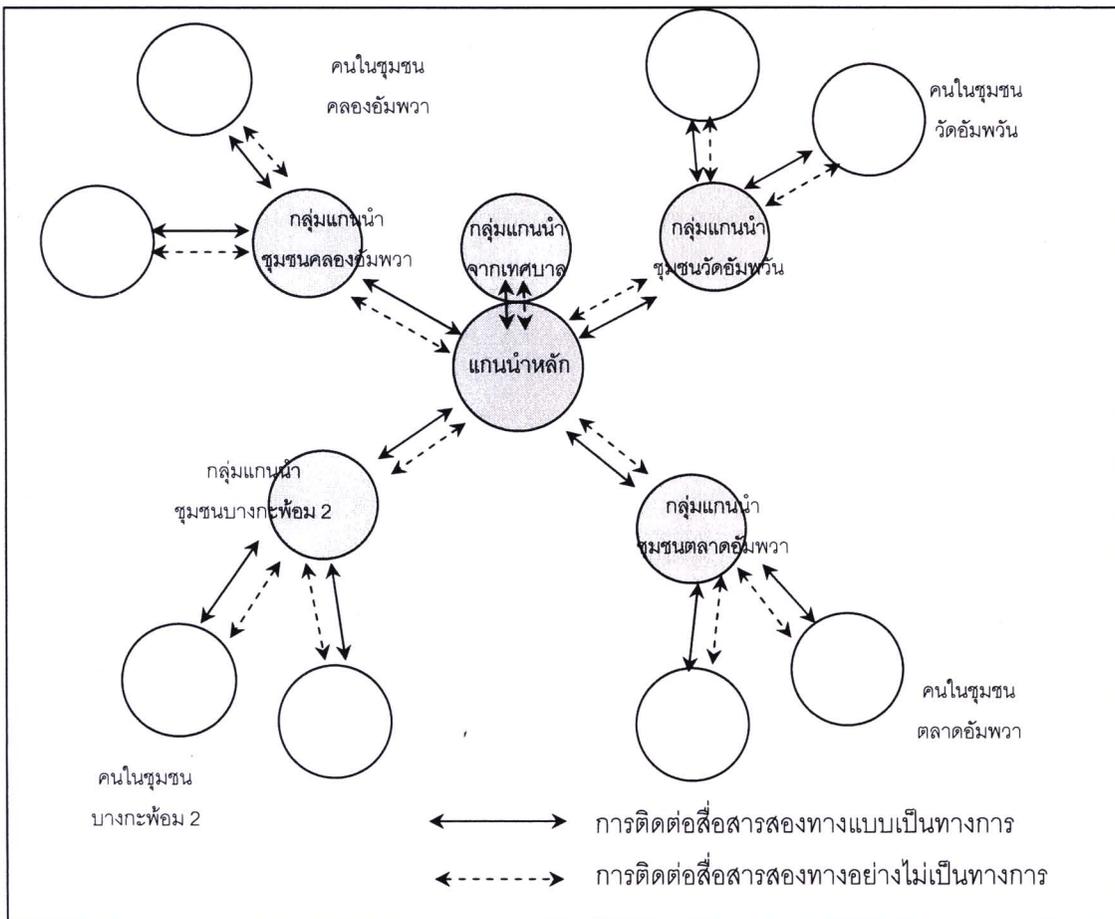
□ การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น นอกจากการเชิญชวนหรือโน้มน้าวใจจาก แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำแล้ว จากการวิจัยพบว่าคนในชุมชนต่างก็ได้มีการพูดคุย และชักชวน สันับสนุนให้เพื่อนบ้านได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาด้วย

“ในบางกะพ้อมประชาชนในพื้นที่เค้าก็จะคิดของเค้าเอง ชาวบ้านเค้าก็จะยุ ของเค้าเอง ว่าเออควรทำนะ เค้าก็ทำกัน เค้าต้องการมีรายได้เค้าก็ทำกัน”

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะขยายเครือข่ายได้ดังภาพ ต่อไปนี้



ภาพที่ 27 แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย

และสามารถสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังตารางต่อไปนี้

	การสื่อสารในกลุ่ม แกนนำ	การสื่อสารระหว่าง กลุ่มแกนนำและ สมาชิกในชุมชน	การสื่อสารระหว่าง สมาชิกในชุมชน
การสื่อสารแบบ ทางการ	1. จดหมาย 2. ประชุม	1. การประชุม 2. จัดกิจกรรม	-
การสื่อสารแบบ ไม่เป็นทางการ	-	1. การสื่อสารแบบบุคคล ต่อบุคคล 2. การสร้างต้นแบบที่ดี	1. การพูดคุย

ตารางที่ 3 สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ประเด็นการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่ายได้ใช้ประเด็นการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อขยายเครือข่าย ดังนี้ 1. ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา 2. ศักยภาพของชุมชน 3. ความเจริญเติบโตของชุมชน 4. ประโยชน์ที่จะได้รับ 5. ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน

1. ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา

ประเด็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งที่แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้ในการสื่อสารไปยังคนในชุมชน คือ การสร้างความรู้สึกที่ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นคนอัมพวา ไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง เพราะเมื่อใดก็ตามที่คนในชุมชนรู้สึกที่ตลาดแห่งนี้ตนเองเป็นเจ้าของ จะทำให้เกิดแรงผลักดันที่จะพัฒนาให้ดีขึ้น

“.....การใช้การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญ ทำอย่างไรถึงจะทำให้คนมองว่าตลาดน้ำอัมพวาเป็นของคนอัมพวา ถ้าคนอัมพวา 5,000 คน คิดว่าตลาดนี้เป็นของเค้า ผมไม่เคยบอกตลาดนายก ตลาดนี้เป็นของคนอัมพวา และสุดท้ายก็ทำเพื่อคนอัมพวา”

ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ท่านก็บอกว่าทุกอย่างนี้เป็นของเรา ของทุกคนไม่ใช่ของนายก ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ ทำให้ดีขึ้นอันไหนแล้วก็แก้ไข ไม่ใช่ว่าตักตวงแต่ผลประโยชน์”

(คุณอนงค์ กฤตพันธ์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียนบตี)

2. ศักยภาพของชุมชน

เนื่องจากคนในชุมชนบางกลุ่มมีความคิดว่าตลาดน้ำอัมพวาไม่สามารถพัฒนาได้ ดังนั้นอีกประเด็นที่สำคัญที่นำมาใช้ในการสื่อสารกับคนในชุมชนคือ ให้คนในชุมชนเห็นว่าชุมชนอัมพวามีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้

“อย่างอ๊อบจะเป็นกลุ่มคนที่พยายามจะผลักดันกับชาวบ้านว่าทำได้ เรามีศักยภาพทำได้ แต่คนส่วนใหญ่ในระยะแรกเขาก็จะไม่เชื่อ เชื่อว่าทำไม่ได้ หรือที่บ้านเราน้ำขึ้นน้ำลง ไม่ได้ขังน้ำเต็มคลองเหมือนดำเนินอะไรอย่างนี้ ก็จะเถียงกันอยู่ จนได้นายกฯ ได้คุณชายเข้ามา คุณชายเขาถึงได้จริงจัง เชื่อว่าทำได้และมีศักยภาพที่จะทำ”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

3. ความเจริญเติบโตของชุมชน

อีกประเด็นหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมาร่วมพัฒนาตลาดน้ำคือ ทำให้ชุมชนอัมพวามีความเจริญเติบโต มีเศรษฐกิจที่ดีมากขึ้น

“ท่านก็บอกว่าเพื่อให้ท้องถิ่นเราเจริญขึ้น ให้คนรู้จักมากขึ้น”

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

“ท่านนายกฯ ก็อยากให้คนในชุมชนจริงๆ ได้ประโยชน์มากที่สุด ให้ชุมชนอยู่ได้ ท่านนายกฯ ก็อยากให้คนในชุมชนจริงๆ ได้ประโยชน์มากที่สุด ให้ชุมชนอยู่ได้ ก็เลยเหมือนขอความร่วมมือ อย่างสมานการค้ำนี้ เดิมเราเป็นโรงคั่วกาแฟ เราจะได้ผลิตกาแฟน้ำ เหมือนเอามาทำตัวนี้เหมือนให้คนได้ชิมเราก็เลย เริ่มเปิดตลาดคือลุยมาตั้งแต่ยุคต้นๆ คือออกไปยื่นขาย”

(คุณสบันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้ำ)

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการวิจัยพบว่าอีกประเด็นหนึ่งที่ถูกนำมาใช้สื่อสารกับคนในชุมชน คือ การพูดถึงประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับจากการที่ได้เข้ามาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรายได้ การสร้างอาชีพ การพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

“ประเด็นหลัก คือ อยากให้ชุมชนเรามีรายได้ถ้วนหน้า จะได้มีรายได้แล้วความเป็นอยู่ก็จะดีขึ้น จะมองแล้วก็ทำตัวอย่างหมดเลยนะ”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“คือว่าเราก็บอกว่าเราสร้างอาชีพให้เค้า ดีกว่าอยู่บ้านเฉยๆ อย่างนี้พอไปแล้วก็ปิดบ้าน ไม่มีอาชีพเสริมอะไร ลูกหลานก็ไม่มา ต้องรอนั่นเสาร์อาทิตย์ หรือไม่ก็หน้าเทศกาลลูกหลานแกมา พอเรามีตลาดบ๊ีบ มีร้านขายของ ลูกหลานก็เออเสาร์ก็กลับบ้านแล้ววันอาทิตย์ก็กลับไปทำงาน”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

“.....เราก็ต้องมองและแนะนำเค้าในเรื่องสิ่งที่เค้าจะได้รับ สังคมจะได้รับ...
นะว่าถ้าเราไม่ห่วงแหนไม่ดูแลในสิ่งเหล่านี้ อีกหน่อยคนอื่นก็จะมาฉกฉวย
ไป”

(คุณสำราญ ต้นเรื่องศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

5. ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน

จากการวิจัยพบว่าได้มีการใช้ประเด็นเรื่องความรู้สึกรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง
นำมาใช้เพื่อเชิญชวนให้คนอัมพวารู้สึกรักตลาดน้ำอัมพวาเพราะที่นี่เป็นบ้านเกิดของเรา ดังนั้น
ทุกคนจึงควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ประกอบกับการทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่าทุกคนเป็นคน
อัมพวาเหมือนกันดังนั้นควรจะให้ความร่วมมือ ร่วมใจ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความ
เจริญต่อไป

“โดยการที่สร้างความรู้สึกรักถิ่นกำเนิดให้เค้า ผมจะใช้แบบนี้ ใช้ความเป็น
คนที่นี่ ใช้ความเป็นคนเกิดที่นี่ เรียนที่นี่ หรือว่าบางคนอาจจะตายที่นี่
เพราะฉะนั้นอันนี้ก็เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่เราให้เห็นว่าเราสร้างความรักถิ่นที่อยู่
ส่วนหนึ่ง ความเป็นคนบ้านเดียวกัน เราได้ไป 50-60% แล้ว ขอความ
ร่วมมือทุกเรื่อง เขาจะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี”

(คุณสำราญ ต้นเรื่องศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

“คนเราถ้ารักบ้าน รักอัมพวา รักบ้านเราจริงต้องทำตรงนี้ ทำเออะคะ
ช่วยกันเออะคะ ถ้าไม่ช่วยกันตรงนี้ก็ไปไม่ไหวมันก็ไม่รอด ถ้าทุกคน
ช่วยกันมันก็ยั่งยืน บ้านนี้ก็ขายน้อยบ้านนี้เออ ตอนแรกก็ทำที่ละน้อยๆ
น้อย ตอนหลังขายดีก็เพิ่มเรื่อยๆ ตอนนั้นก็ทำกันเกือบทุกบ้าน บ้านไหนที่ไม่
ขายจะไม่มีเลย”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ทำให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นกลุ่มสมาชิกใน
เครือข่ายมากขึ้น ทั้งชายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งนอกจากชุมชนแล้วในส่วนของชมรมก็มีรูปแบบ
การสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเช่นกัน จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการ

สื่อสารและประเด็นในการสื่อสารในภาพรวมของทุกชุมชน แต่ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าในส่วนของชุมชนที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ทั้งชุมชนหาบเร่แผงลอยและชุมชนโฮมสเตย์ต่างก็มีวิธีการสื่อสารอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอการขยายเครือข่ายของทั้ง 2 ชุมชน ดังนี้

การขยายเครือข่ายของชุมชนหาบเร่แผงลอย

ในระยะขยายเครือข่ายนี้เป็นช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มติดแล้ว มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่อเนื่องจากพัฒนาการในช่วงแรกที่กล่าวว่าการพัฒนาชุมชนเริ่มเฉพาะในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาและในคลองอัมพวาเท่านั้น ดังนั้นชุมชนหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นชุมชนที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลแม่ค้าหาบเร่แผงลอยที่จะเข้ามาขายของบริเวณเทศบาลและบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาจึงมีการขยายเครือข่ายที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชนตลาดอัมพวาเช่นกัน

จากการวิจัยพบว่ามีสมาชิกมาสมัครเข้าชุมชนฯ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าตลาดน้ำตรงนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ดังนั้นกลุ่มสมาชิกเกือบจะทุกชุมชนจึงมาสมัครเข้าชุมชนฯ โดยไม่ต้องเชิญชวน เพราะถ้าแม่ค้าต้องการที่จะมาขายของบริเวณตลาดน้ำอัมพวาแล้วไม่มีบ้านหรือร้านค้าเป็นของตนเอง ต้องมาตั้งเป็นแผงลอยในบริเวณถนนในเขตเทศบาลจนถึงเชิงสะพานซึ่งสุดเขตของชุมชนตลาดอัมพวา ด้วยเหตุนี้แม่ค้าต้องเข้าเป็นสมาชิกชุมชนฯ มิเช่นนั้นจะไม่มีสิทธิ์ขายของได้

“ก็คือ พอเขาเริ่มเห็นผลงานเขาก็มาสมัครเอง ที่ปีแรกนะร้านหนะว่างเยอะเลยให้มาขายไม่ขาย อุตสาหกรรมต้องไปนั่งอ้อนวอนให้มาขายจนเต็ม หลังๆ เนี่ยคนโน้นก็จะมา คนนี้ก็มา พอเราไม่ให้บอกเต็มก็อึดอัดบ้าง อะไรต่ออะไร”

(คุณอรพินธุ์ ไชวดีทิพย์ : ประธานชุมชนหาบเร่แผงลอย)

“มันขยายตัวมันเองค่ะ พอเขารู้เขาก็จะไปสมัครกันเอง”

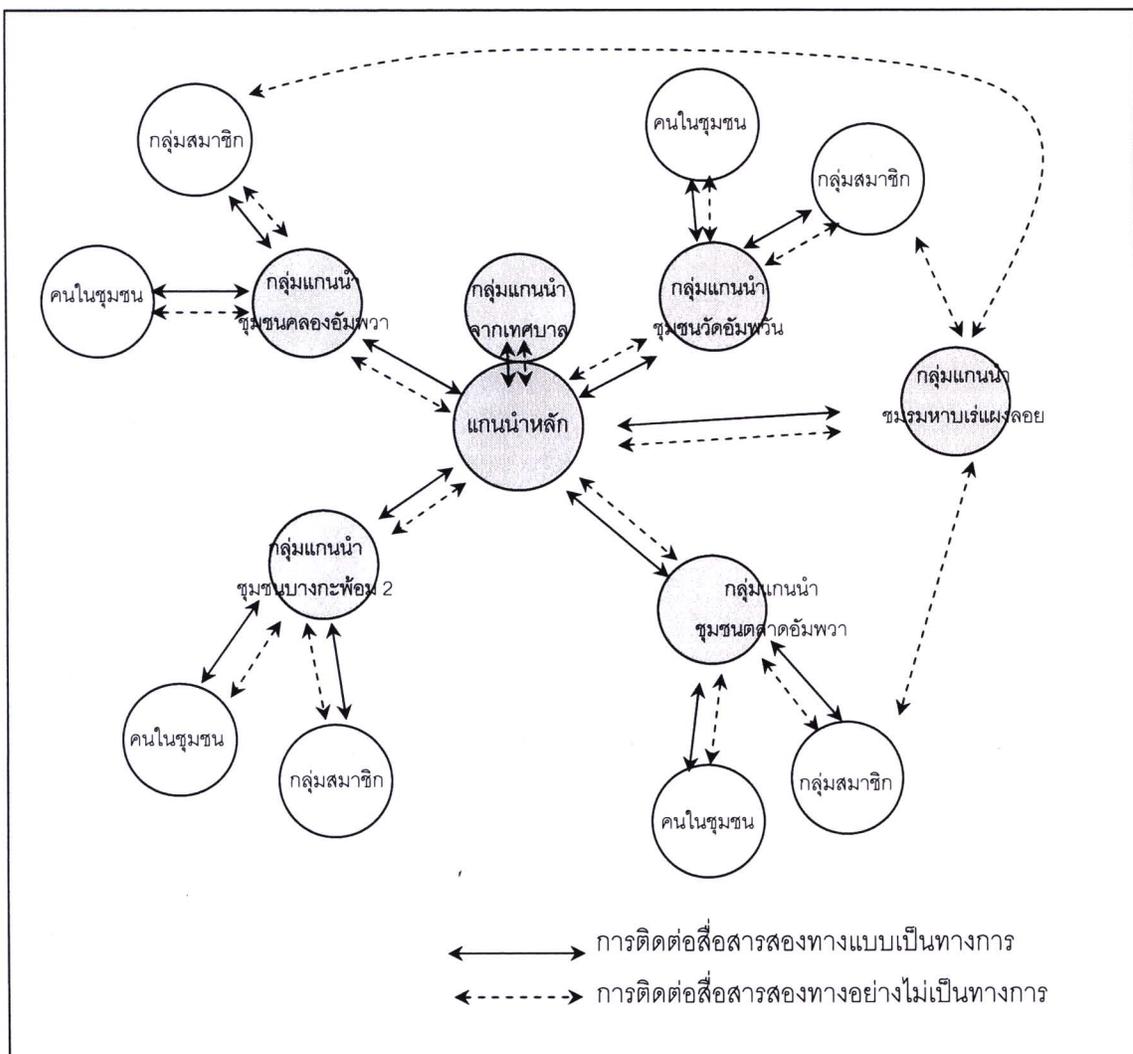
(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนหาบเร่แผงลอย)

นอกจากนั้นยังใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากโดยพุดเชิญชวนแม่ค้าที่ขายของอยู่ในชุมชนอื่นๆ ให้มาเข้าร่วมฯ เพื่อให้การค้าขายในตลาดน้ำอัมพวามีมาตรฐานที่ดีขึ้น

“เขาก็รวมตัวพวกตลาดฝั่งโน้นก่อน พอได้สมาชิกเขาก็มาคุยกันว่าจะทำอะไรบ้าง แล้วคุณอรพินรุ้ก็มาหาสมาชิกเพิ่ม เขาบอกว่าให้เป็นสมาชิกในกลุ่มเรา เพื่อที่เราอยากทำอะไรหรือของประมาณเพื่อพัฒนาอะไรตลาดถ้ามีชมรมมันก็ง่ายขึ้น เรื่องดูแลแม่ค้า เรื่องอาหาร”

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 28 แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย (มีชมรมหาบเร่แผงลอย)

การรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์

ชมรมโฮมสเตย์นั้นเป็นกลุ่มที่เป็นพันธมิตรของเครือข่าย เนื่องจากชมรมไม่ได้มีบทบาทโดยตรงต่อการวางแผน และพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาตั้งแต่ในช่วงแรก แต่มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยกลุ่มสมาชิกที่เปิดบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีความเข้มแข็งและส่งผลต่อความเข้มแข็งของเครือข่าย เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอถึงการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์เพื่อให้เห็นภาพของเครือข่ายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

โดยการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์นั้นอยู่ในระยะที่ 2 ของพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งจะเห็นได้ว่าในระยะนี้ชมรมโฮมสเตย์เองมีพัฒนาการ 2 ระยะด้วยกัน คือ 1. ระยะรวมกลุ่ม และ 2. ระยะขยายเครือข่าย

1. ระยะรวมกลุ่ม

จากการวิจัยพบว่าในช่วงของการรวมกลุ่มโฮมสเตย์นั้นใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) โดยการใช้สื่อสารแบบเป็นทางการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีการสื่อสาร คือ
 1. จดหมาย และ 2. ประชุม

จดหมาย

จากการวิจัยพบว่าในช่วงแรกที่จะมีการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์นั้นแกนนำหลักและผู้ประกอบการโฮมสเตย์บางส่วนต้องการที่จะระดมความคิดเห็นของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ว่าควรจะมีการรวมกลุ่มโฮมสเตย์ขึ้นหรือไม่ ดังนั้นจึงได้ส่งจดหมายไปยังผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทุกที่ตามรายชื่อที่มาจากทะเบียนไว้ เพื่อให้มาประชุมและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน

“แรกมันก็ต่างคนต่างทำ คนนั้นทำคนนี้ทำ แล้วเค้าจะดูว่าใครมีโฮมสเตย์บ้างนะ เค้าก็จะมีหนังสือให้ไปประชุม เข้าประชุมตรงนั้นตรงนี้”

(คุณอนงค์ กฤตพันธ์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียนบท)

□ การประชุม

หลังจากที่ได้มีการส่งจดหมายเพื่อเชิญผู้ประกอบการโฮมสเตย์แล้ว วิธีการสื่อสารในขั้นต่อมาคือ การประชุม เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ว่ามีปัญหาอย่างไรบ้าง ซึ่งตรงนี้เป็นจุดเริ่มที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มและตั้งชมรมโฮมสเตย์

“ต้องมาประชุมกันก่อน ตอนแรกเค้าก็เรียกเหมือนผู้ประกอบการแต่ละที่มานั่งคุยกัน ว่าเนี่ยถ้าตั้งชมรมนะคนที่เป็สมาชิกชมรมจะได้รับสิทธิพิเศษอะไรบ้าง คุยกัน ส่งแขก เหมือนกับว่าแลกเปลี่ยนว่า เออ...ตรงนี้นะ เราก็ต้องมานั่งจับกลุ่มเหมือนกันว่าแสดงความคิดเห็น อย่างเวลาส่งแขกให้กัน คุณก็ต้องมีเป็นมาตรฐานว่าค่าใช้จ่ายอะไรยังไง อัตราค่าที่พักราคาเท่าไรก็มีคำตอบแทนให้กันมัย ทำให้ต้องกลายเป็นชมรม”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)



“หลังจากที่มีตลาดน้ำแล้วท่านก็จะมีการประชุมผู้ประกอบการอะไรแบบนี้ นะในกลุ่มโฮมสเตย์”

(คุณปริศนา สุขคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ดังนั้นการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์จึงเป็นการไปชักชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ได้มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์เพิ่มอีกกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยในส่วนของกรขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์ และประเด็นการสื่อสารอีกส่วนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

2. ช่วงขยายเครือข่าย

ภายหลังจากที่ได้มีการตั้งชมรมโฮมสเตย์ขึ้นมาแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ชมรมฯ มีความมั่นคง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และเพื่อพัฒนามาตรฐานของการทำโฮมสเตย์ให้เหมือนๆ กันในแต่ละที่ ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์จึงพยายามชักชวนกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ให้มารวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกรรมการชมรมโฮมสเตย์กับกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ในช่วงขยายกลุ่มใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งเป็น 1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ และ 2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ จดหมาย

□ จดหมาย

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์นั้น กรรมการของชมรมฯ ได้ส่งจดหมายไปยังกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ทุกแห่ง เพื่อแจ้งให้ทราบว่ามีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และตั้งเป็นชมรมโฮมสเตย์ขึ้น และในจดหมายได้เขียนเชิญชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์อีกกลุ่มหนึ่ง

“ผมว่ามันน่าจะเป็นการเชิญชวนมากกว่า เวลาใครเปิดโฮมสเตย์คือมันจะต้องเข้ามาจดทะเบียน ต้องมาอะไรอย่างนี้ให้มันมีชื่อ แล้วเค้าจะมีหนังสือไปเชิญให้เป็นสมาชิกเลยครับ จะเป็นอย่างนี้มากกว่า”

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“ทางเทศบาลจะออกหนังสือเชิญประชุมผู้ประกอบการเฉพาะที่เปิดเผย เพราะถ้าไม่เปิดเผยเราก็จะไม่ทราบ และก็จะแจ้งให้ทราบว่าเรามีชมรม ไม่มีค่าใช้จ่ายอะไรเพียงแต่ไปลงชื่อไว้”

(คุณปริศนา สุขคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

“ประชาสัมพันธ์ของชมรมพุดถึงเค้าก็แจ้งไปทุกผู้ประกอบการ แบบบ้าน
โนนบ้านนี้ คือ ส่งหนังสือไปเหมือนเชิญชวนว่าเนี่ย คุณสนใจที่อยากจะเข้า
ร่วมเป็นสมาชิกชมรมมั๊ย เรามีเหมือนกับว่าข้อกำหนดเป็นอย่างนี้ อย่างนี้นะ
ถ้าคุณโอเครับได้ สนใจที่จะสมัครก็ได้ เพราะอันนี้คือความสมัครใจ”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) โดยแกนนำหลัก คือ
ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นประธานชมรมโฮมสเตย์ด้วยนั้น และกรรมการชมรมโฮมสเตย์
ใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการไปพูดคุยชักชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ได้มา
เข้าชมรมโฮมสเตย์ร่วมกัน

“ก็จะมีการพูดคุย ชักชวน มีแกนหลักในการทำงานและก็วิ่งไปชักชวน
เพราะเรารู้ว่าตรงไหนเปิดแล้วยังไม่ได้เป็นสมาชิก เราก็วิ่งเข้าไปทำความรู้จัก
ไปชักชวนเขามา แต่ว่าจะเข้าหรือไม่เข้าร่วมก็อีกเรื่องหนึ่ง”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“บ้านฐนิชา เจ้าอ๊อบ เค้ามาชวนนะก็บอกว่า กุ้งนะถ้าเราเข้าไปอยู่ชมรม
เราจะได้เหมือนกับว่า อย่างเวลามีเค้าเชิญวิทยากรทางด้านเอกสาร
ทางด้านกฎระเบียบเป็นอย่างไร อัตราค่าที่พัก อะไรอย่างนี้ คืออย่างน้อย
ที่เราไม่เคยมีความรู้เลย เราก็ได้รู้ตรงนี้ แล้วทุกคนก็ได้แชร์ร่วมกัน รู้
ตรงกัน เข้าใจตรงกัน จะไม่แบบคนบ้านโนนอีกอย่าง เหมือนกับทำ
ให้นักท่องเที่ยวมาทำไมบ้านโนนเป็นอย่างนี้ ทำไมบ้านโนนมันไม่เป็นในแนวทาง
เดียวกัน แต่พอไปเข้าร่วม เออ..ให้เราเข้าใจของเราอย่างนี้ตั้งแต่ไหนแต่ไร
แล้ว แต่พอไปเข้าร่วมกลุ่ม เราเปิดโลกทัศน์เรามากขึ้นให้ได้รับรู้ว่าเออควร
จะเป็นในแนวทางไหน”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชมรมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

“ของป้าเนี่ยมาเข้าร่วมกลุ่มเพราะท่านนายภฯ มาเชิญเอง ป้าเห็นว่าดีป้าก็
เข้า”

(คุณปริศนา สุขคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ในการขยายเครือข่ายนั้นนอกจากแกนนำหลักและกรรมการชมรมโฮมสเตย์เป็นผู้พูดชักชวนแล้ว จากการวิจัยยังพบว่ากลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ก็ได้ชักชวนกลุ่มสมาชิกที่ตนเองสนิทสนม หรือผู้ที่อยู่บ้านใกล้เคียงมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน

“ยายเล็กเนีย บ้านริมคลอง โทรมาบอกว่า เออ...เค้ามีเปิดกลุ่มนะ เป็นชมรมนะ แกจะเข้ามา เราก็บอกว่าเข้าสิ เพราะเราทำตรงนี้ เราไม่ได้เข้าไปสัมผัสเค้าเราจะรู้อะไร เค้าทำอะไรกันเราก็ไม่รู้เรื่องใช้มั้ย เราก็ต้องพยายามเข้าไปเรียนรู้”

(คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านดวงเงิน)

ประเด็นในการสื่อสารของกลุ่มโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มโฮมสเตย์นั้นมีวิธีการสื่อสารแยกจากชุมชนและชมรมหาบเร่แผงลอย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นสมควรศึกษาประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์เฉพาะ ซึ่งพบว่าประเด็นที่แกนนำหลักและกรรมการชมรมโฮมสเตย์ใช้ในการเชิญชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์มาเข้าร่วมชมรมฯ คือ 1. ได้รับความรู้/ข่าวสารที่จำเป็นในการทำโฮมสเตย์ และ 2. การส่งต่อนักท่องเที่ยว

1. ได้รับความรู้/ข่าวสารที่จำเป็นในการทำโฮมสเตย์

จะเห็นได้ว่ากลุ่มสมาชิกผู้เปิดโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นคนในชุมชน ซึ่งไม่มีประสบการณ์ในการทำโฮมสเตย์มาก่อน ดังนั้นประเด็นหลักที่ใช้ในการเชิญชวนคือ ประโยชน์ที่จะได้รับทั้งข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ เช่น ในเรื่องเอกสาร กฎระเบียบ อัตราค่าที่พัก เป็นต้น

“คือในฐานะที่เรามาทำตรงนี้แล้ว ก็ควรจะรู้ว่าเขามีความเคลื่อนไหวอะไรบ้าง แล้วเขามีกฎ ระเบียบอะไรเราจะไปปฏิบัติตาม เวลาเราไปเสียภาษี เขามีข่าวอะไรจะได้รู้”

(คุณปริศนา สุขคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

“อย่างอ๊อบชวนนะ ก็บอกว่า กุ้งนะถ้าเราเข้าไปอยู่ชมรมเราจะได้เหมือนกับว่า อย่างเวลามีเค้าเชิญวิทยากรทางด้านเอกสาร ทางด้านกฎระเบียบเป็นอย่างไร อัตราค่าที่พัก อะไรอย่างนี้ คืออย่างน้อยที่เราไม่เคยมีความรู้เลย เราก็ได้รู้ตรงนี้ แล้วทุกคนก็ได้แชร์ร่วมกัน รู้ตรงกัน เข้าใจตรงกัน แต่พอไปเข้าร่วม เออ..ใช่เราเข้าใจของเราอย่างนี้ตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้ว แต่พอไปเข้าร่วมกลุ่ม เราเปิดโลกทัศน์เรามากขึ้นให้ได้รับรู้ว่าเออควรจะเป็นในแนวทางไหน”

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชนคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

“อบรมเรื่องการดูแลแขก อะไรอย่างนี้ก็จะไป ไปแต่ที่เราไปฟังเค้าอบรม เค้ามีวิทยากรมาบอกว่าคุณต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้”

(คุณนภาพร แซ่เอี้ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านดวงเงิน)

“ก็ไปพูดคุย บอกกล่าวว่ามีชมรมนะ ไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายอะไรมากมาย ค่าสมัครประมาณ 200-400 บาท จะได้รู้ข่าวสารกัน มีอะไรจะได้ช่วยเหลือกัน”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

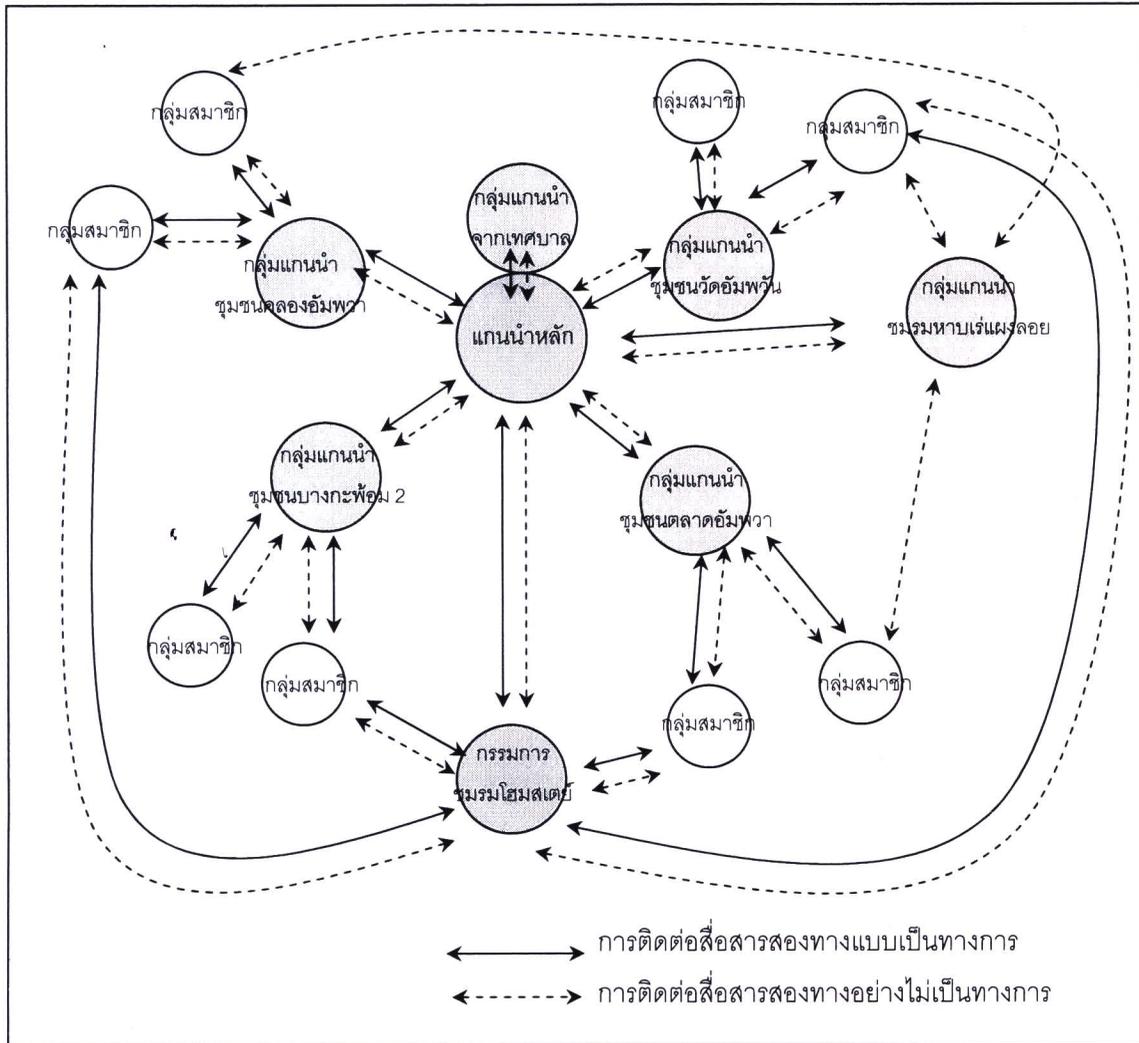
2. การส่งต่อนักท่องเที่ยว

อีกประเด็นหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสาร คือ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มสมาชิกผู้เปิดโฮมสเตย์ที่เข้าชมรมฯ คือ กรณีที่จำนวนห้องพักของสมาชิกเต็มก็จะใช้วิธีส่งนักท่องเที่ยวไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ในชมรมฯ ที่ยังมีห้องว่างอยู่

“ก็มีการช่วยเหลือกัน ส่งต่อนักท่องเที่ยวกันในกรณีที่บ้านพักของเราเต็ม”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 2 ครอบคลุมถึงปัญหาและรวมกลุ่มได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 29 แสดงการสื่อสารในระยาะที่ 2 ขยายเครือข่าย (รวมชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ สมาชิกของเครือข่ายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยพบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกนั้นทั้งในด้านการเข้ามาร่วมขายของ หรือ การเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งในแต่ละอาชีพต่างก็มีชมรมที่ตั้งขึ้นมาทั้งชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งทั้ง 2 ชมรมต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน คือ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ แจ่มแจ้งข่าวสารที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ รวมทั้งให้มีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความมั่นคง สร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกในเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าในระยะที่ 3 เป็นช่วงที่เครือข่ายมีความเจริญเติบโต กลุ่มสมาชิกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยดูจากจำนวนแม่ค้าที่เข้ามาขายของในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จนแทบจะไม่มีให้ขาย หรือจำนวนโฮมสเตย์ที่มีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารในระยะนี้จึงไม่ได้เน้นในเรื่องของการขยายเครือข่าย แต่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการในเครือข่ายเป็นหลัก

“ปีแรกนะร้านหนะว่างเยอะเลยให้มาขายไม่ขาย อุตสาหกรรมต้องไปนั่งอ้อนวอน ให้มาขายจนเต็ม หลังๆ เนี่ยคนไหนก็จะมา คนนี้ก็จะมา”

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

วิธีการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ 2) การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

พบว่าในระยะเจริญเติบโตนี้เป็นช่วงที่เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายเครือข่ายออกไปอย่างกว้างขวาง กลุ่มสมาชิกมีเพิ่มมากขึ้นแทบจะทุกครัวเรือน แต่ก็พบว่ายังมีการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) ซึ่งใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีการสื่อสาร คือ การประชุม

□ การประชุม

จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลักจากยังคงมีการจัดประชุม แต่ในระยะที่ 3 นี้ข้อมูลข่าวสาร หรือเนื้อหาที่นำมาพูดคุย ปรีกษาหารือจากเดิมที่เน้นเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แต่ในระยะนี้จะเน้นเรื่องการศึกษา หาแนวทางแก้ไข และร่วมกันตัดสินใจปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย และปัญหาจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดน้ำอัมพวา

“คือระยะแรกของการก่อตั้งกลุ่มมีปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจเป็นหลัก ทำยังงัยก็ได้ ที่ให้เงินมันหมุนในอัมพวา แต่พอเงินมันหมุนได้แล้วกับเกิดปัญหาที่มันไม่คาดคิดต่างๆตามมา มันกลายเป็นไม่ใช่กลุ่มที่จะสร้างแล้วแต่รวมกลุ่มกัน เพื่อแก้ปัญหา ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการรวมกลุ่มคือเจอปัญหาแล้วรวมกลุ่มกัน”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

“เราก็จะพูดถึงแนวทางในการที่จะรักษาการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ การช่วยกันดูแลในเรื่องที่จะทำอะไรที่ให้ตลาดน้ำให้หนึ่งห้อย ให้สิ่งแวดล้อมยังดีอยู่ เพราะว่าบางที่ทางวิทย์ จส.100 เค้าก็ออกข่าวว่าไปเที่ยวที่นี่แล้วเนี่ยไม่ดูแล ไม่รักษาสิ่งแวดล้อม หรือว่าเข้าไปแล้วการจราจรไม่ดีอะไรอย่างนี้ เราก็จะฟังแล้วก็มาประชุมมาพูดคุยกัน เพื่อที่จะแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว”

(คุณสำราญ ต้นเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

“ถามว่าจะทำอะไรถึงจะเจริญก้าวหน้าใช้มั้ยคะ ก็นี่ไงคะ แกประชุมบ๊อบ แกบอกเลยนะ อาหารอย่าแพงนะ สะอาดนะ ต้องพูดจาดีนะ แล้วก็เรื่องหนึ่งห้อย ก็ต้องกำชับนะว่าอย่าขึ้นราคา ถึงคนมากก็อย่าเห็นแก่คนมากเอาพออยู่ได้ค่ะ”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสริ์วัฒน์)

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

จากการวิจัยพบว่าในระยะเจริญเติบโตการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน ยังคงมีลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งเป็น 1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) และ 2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) ดังนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสารดังนี้คือ จดหมาย

จดหมาย

การใช้จดหมายระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลไปยังคนในชุมชน ไม่ได้เน้นเชิญชวนแต่จะมีลักษณะการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลตลาดน้ำอัมพวาเพื่อให้มีมาตรฐานที่ดีแจกเช่นสมัยเปิดตลาดน้ำอัมพวาใหม่ๆ เช่น จดหมายหรือหนังสือร้องเรียนต่างๆ ที่มีมายังเทศบาล แกนนำหลักก็จะนำจดหมายนี้ไปแจ้งแก่กลุ่มสมาชิกเพื่อให้ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

“ก็วันนี้อะไรที่ขึ้นมาเนี่ย หรือมีหนังสือร้องเรียนมา ร้านนี้ขายของไม่ดีผมก็เอาเทศกิจ เทศกิจถือไปให้เค้าที่ ให้เค้ารับรู้ ไม่ใช่ผมไปว่าเค้า วันนี้คุณถูกคนข้างนอก คุณเป็นส่วนหนึ่งของเมือง ผมรับส่ง แต่ถ้าให้ผมไปพูดเค้าก็หาว่านายกไปว่าเค้า ไซ้มัยครับ เราแค่ส่งผ่าน อันนี้สำคัญนะครับ คนเราจะไม่ชอบถูกว่าหรอก จะเคือง แต่เราก็ไปบอกเจ้าหน้าที่ ไม่ต้องถืออย่างนั้นนะ แอบๆ ไปให้เค้า บอกว่านายกฝากเอามาให้ดูที่ ข้างนอกเค้าว่ามาเดี๋ยวลีเยื่อ ไซ้มัยครับ เค้าก็ไม่เสียหน้า กลไกอีก...คนก็ต้องปรับตัว”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มแกนนำมีการสื่อสารไปยังคนชุมชนโดยใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

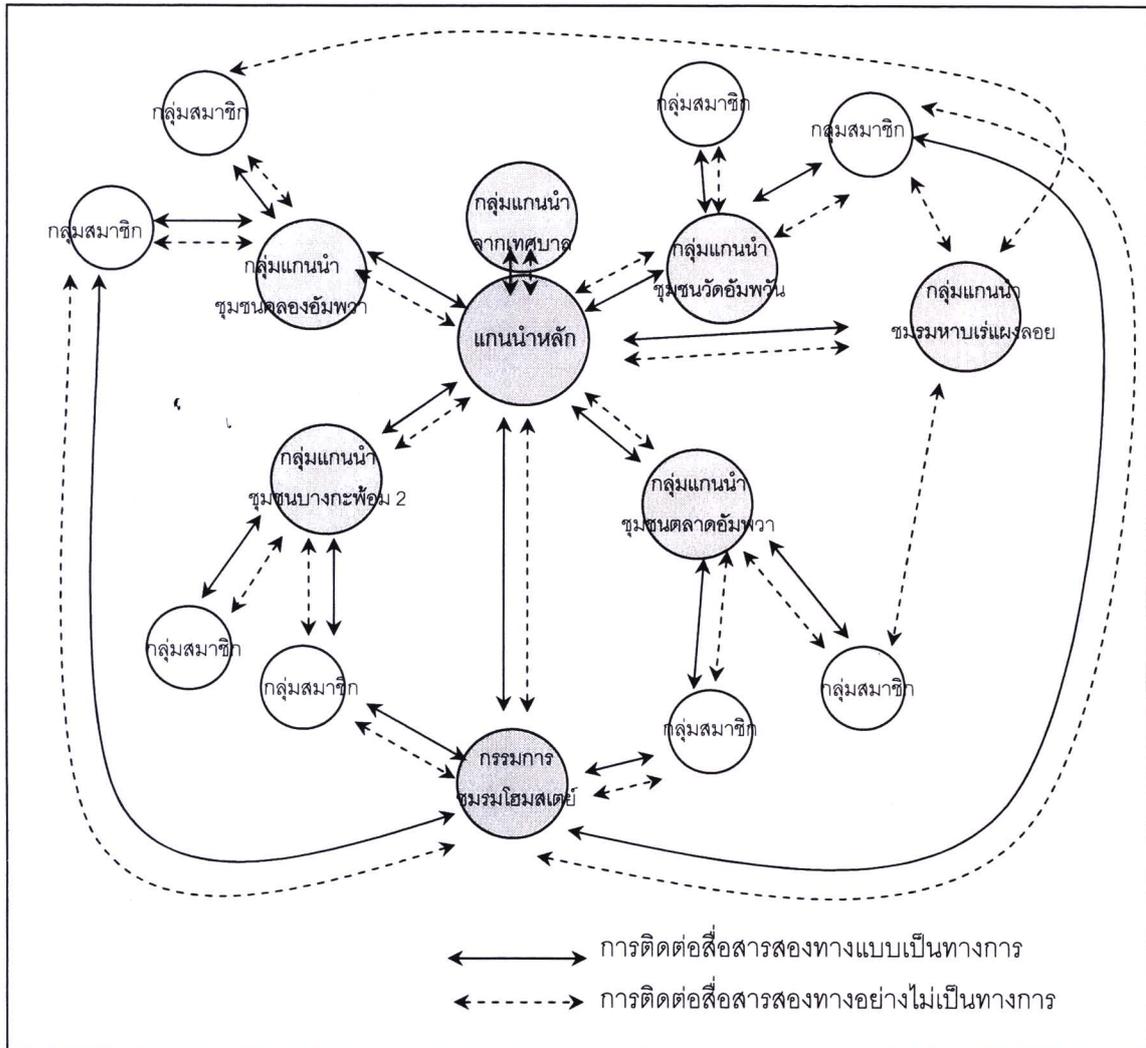
□ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากในระยะนี้เป็นช่วงที่เครือข่ายเจริญเติบโตมาก มีกลุ่มสมาชิกออกมาช่วยขายของเปิดโฮมสเตย์กันมากขึ้น จากตรงนี้ส่งผลให้การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากเดิมที่เน้นสร้างและขยายเครือข่าย ต้องเปลี่ยนเป็นการดูแลกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกให้ปฏิบัติตามระเบียบ หรือแนวทางที่ได้วางไว้ เช่น การตั้งราคาสินค้า การดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเมื่อสมาชิกเพิ่มมากขึ้นการดูแลก็ยิ่งมีความลำบากมากขึ้นไปด้วย ซึ่งพบว่าเมื่อมีปัญหาหรือมีเรื่องร้องเรียนต่างๆ เข้ามาแกนนำหลักจะใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปบอกโดยตรงหรือมิให้เกิดความอับอาย

“คะ ไซ้ ให้คนบอก แล้วก็อีเมลมาที่เว็บไซต์ แกจะรู้ว่าตรงนี้ไม่ดีนะ แกจะต้องเดินไปบอกเลย ตรงนี้มีลูกค้ามาตักเตี๊ยนนะ แกจะบอกทางด้านนี้ แต่แกจะไม่มาเอ็ดมาว่ารวมกลุ่มอย่างนั้น ไม่ใช่ อย่างเช่นว่าร้านหอยทอดเนี่ย มีคนไปเสนอว่า หอยทอดร้านนี้ทำแพงนะ ขายแพงนะเอาเปรียบลูกค้า แกจะต้องลงมาตักเตี๊ยน ตัวต่อตัวเลย”

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสวีวัฒน์)

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะเจริญเติบโตได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 30 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต



และสามารถสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังตารางต่อไปนี้

	การสื่อสารในกลุ่ม แกนนำ	การสื่อสารระหว่าง กลุ่มแกนนำและ สมาชิกในชุมชน	การสื่อสารระหว่าง สมาชิกในชุมชน
การสื่อสารแบบ ทางการ	1. ประชุม	1. จดหมาย	-
การสื่อสารแบบ ไม่เป็นทางการ	-	1. การพูดคุย	-

ตารางที่ 4 สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต

ประเด็นการสื่อสาร

จากพัฒนาการของเครือข่ายใน 2 ระยะที่ผ่านมาจะเน้นในเรื่องของการสร้างและขยายเครือข่าย แต่ในระยะที่ 3 นี้เครือข่ายขยายออกไปเป็นวงกว้าง ตลาดน้ำอัมพวามีความเจริญรุ่งเรืองมาก ดังนั้นประเด็นในการสื่อสารจึงไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องการขยายเครือข่าย แต่มุ่งเน้นไปที่การทำกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการดูแลรักษาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความยั่งยืนต่อไป โดยประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารในระยะนี้ คือ 1. การรักษาสิ่งแวดล้อม 2. คุณภาพของอาหารและราคา และ 3. กระบวนการจัดการความรู้

1. การรักษาสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการขยายตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อจำนวนสมาชิกที่ออกมาขายของและเปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับนักท่องเที่ยวต่างก็หลั่งไหลไปเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่าจากกิจกรรมต่างๆ ในตลาดน้ำทั้งขายของบนบก ขายของในเรือ ส่งผลต่อปริมาณขยะที่มีมากขึ้นจากเดิม รวมถึงพฤติกรรมต่างๆ ของแม่ค้าและนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งเศษอาหาร ทิ้งขยะลงในแม่น้ำลำคลอง ซึ่งพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อมแม่น้ำลำคลอง ด้วย

เหตุนี้ประเด็นหลักในการสื่อสารจึงพยายามให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยังคงมีสภาพดีอยู่

“การดูแลรักษาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม จะเน้นตรงนี้ให้กับเค้าทุกเรื่อง พยายามให้รักษาตรงนี้เพราะว่าทุกคนจะรักคลองอัมพวา ไม่ชอบให้มีขยะ ไม่ชอบให้คนไปทิ้งขยะในน้ำ อย่างนี้ค๊ะจะเน้น”

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

2. คุณภาพของอาหารและราคา

จากการวิจัยพบว่าจุดเด่นอย่างหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา คือ อาหารอร่อยและราคาถูก ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาเป็นจำนวน ซึ่งในระยะแรกๆ จะเห็นว่าอาหารนั้นมีราคาถูกและรสชาติอร่อย แต่เมื่อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่างมีคนอยากเข้ามาจับจองพื้นที่ในการขายของ ทำให้สมาชิกบางคนที่บ้านอยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จากเดิมที่เสียค่าเช่าเพียงเดือนละ 500 – 1,000 บาท ปัจจุบันบางบ้านขึ้นค่าเช่าเป็น 5,000 – 10,000 บาท ส่งผลจากเดิมที่เคยขายข้าวจานละ 15-20 บาท ทำให้ไม่สามารถขายได้ต้องเพิ่มราคาให้สูงขึ้นตามไปด้วย ตรงจุดนี้เองอาจทำให้ความประทับใจของนักท่องเที่ยวลดน้อยลงไป ซึ่งหากนักท่องเที่ยวน้อยลง อาจส่งผลกระทบต่อสมาชิกของเครือข่ายที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้น จะเห็นว่าประเด็นการสื่อสารอีกประเด็นที่ใช้สื่อสารในเครือข่าย คือ ควรคำนึงถึงคุณภาพและราคาของอาหารให้คงอยู่เหมือนเดิม

“เราก็บอกพวกแม่ค้าที่คุ้นเคยกันที่มาซื้อเขาว่า คุณอยากอยู่นานๆอยากหา กินได้นานๆคงรสชาติได้ คงความสะอาดไว้ คงราคาไว้มันขายได้นาน แต่พอเห็นมีคนมาเยอะๆ ตลาดเริ่มติดมีคนมาใช้บริการอันนั้นอร่อยอันนี้อร่อย ปากต่อปาก เสร็จแล้วแล้วลดปริมาณไปลดคุณภาพไปเพิ่มราคาไป เขากิน เขาก็เบื่อ”

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเสียบนที)

“คือ พูดจริงๆว่าเราร่วมมือกันนะ แต่สิ่งไหนที่ไม่ดีเราก็จะค่อยๆ พูดค่อยๆ ปรับไป อันนี้มันไม่ดีนะ ทะเลาะกันบ้างอะไรบ้างก็เกลี้ยกล่อมเขานะนี่ไม่ได้ สอนนะ เพราะว่าตลาดน้ำจะเกิดมันเกิดยาก แล้วพวกเธอไม่ได้เป็นคน เดินสายโปรโมทอย่างเรา นอนศาสดบ้าง นอนโรงเรียนบ้าง เพราะว่าเขา ไม่มีงบให้เราก็ต้องลำบากมากเลย พวกเธอมาถึงก็ขายได้เลย ทำอะไรก็ให้ รักษาคุณภาพ เราจะไม่ว่าเขา เราพูดกับเขาดีๆค่อยๆบอก”

(คุณเบญจรงค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

“อาการการกิน ราคาที่เหมาะสม มิตรภาพ หรือความซื่อสัตย์ที่มีต่อลูกค้ามี แค่ไหนอย่างไร เพราะฉะนั้นตรงนี้หลายๆ อย่างเราก็ต้องสร้างให้เค้า เพื่อให้การท่องเที่ยวตรงนี้ออยู่ได้คงทนถาวร ไม่เช่นนั้นมันเกิดขึ้นก็จะดับไป”

(คุณสำราญ ต้นเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

3. กระบวนการจัดการความรู้

จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นผู้นำในการริเริ่มและ พัฒนาลาดน้ำอัมพวามาตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2551) โดย ตำแหน่งของแกนนำหลัก ทำนมาจากการเลือกตั้งโดยมีวาระ 4 ปี และผู้ดำรงตำแหน่งสามารถ ได้รับเลือกตั้ง 2 วาระติดกัน แล้วต้องเว้นวรรค 1 วาระ จึงจะกลับมาสมัครลงเลือกตั้งใหม่ได้ ปัจจุบันนี้ท่านดำรงตำแหน่งมาจะครบ 2 วาระ แล้วต้องเว้นวรรค ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่แกนนำหลักท่าน พยายามสร้างให้กับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ไม่ใช่ออกมาขายของในตลาดน้ำเพียงอย่าง เดียว แต่แกนนำหลักท่านพยายามสร้างองค์ความรู้ในการจัดการตลาดน้ำอัมพวา ทำให้กลุ่มแกน นำและกลุ่มสมาชิกมองภาพของการจัดการ และพัฒนาลาดน้ำอัมพวา พัฒนาชุมชนต่อไปได้ ด้วยความสามารถของสมาชิกเอง

“วันนี้สิ่งที่ต้องใส่ไปในสังคมทุกวันนี้คือ องค์ความรู้กับจริยธรรม เค้าเรียก รื้อสร้าง...สร้างกลไกที่มันเป็น Social Content คือ ทุกอย่างถ้ามันเป็นธรรม มาภิบาล หรืออะไรที่วันนี้ประเทศเค้าพยายามเรียกกัน คือมันมี กระบวนการตรวจสอบ อย่าให้สิ่งเหล่านี้มายึดกับผม วันหนึ่งผมไม่เป็น นายไปแล้วเมืองตายนั่นก็ไม่ถูก คือ ถ้าเราไปวางยุทธศาสตร์อย่างนั้นผมไป

เมืองตายก็จบ มันต้องคิดว่าเมืองต้องอยู่แต่คนไปได้ เพราะฉะนั้นกลไก
ของเมืองมันต้องอยู่”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าในระยะที่เครือข่ายเจริญเติบโตนี้ การบริหารและดูแลสมาชิกใน
เครือข่ายเป็นเรื่องที่มีความสำคัญไม่ต่างจากการรวมกลุ่มและขยายเครือข่าย เพราะจากคำกล่าว
ของคุณสำราญ ต้นเรืองศรี ที่ว่า “การทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเกิดอีกครั้งนั้นยาก แต่การที่จะ
รักษาให้ยืนยวนนั้นยากกว่า” ดังนั้นตรงจุดนี้ต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกทุกคนใน
เครือข่ายเป็นหลัก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวิธีการสื่อสารส่วนใหญ่จะเป็นการแก้ไขปัญหา และใช้
ประเด็นในการสื่อสารที่พยายามให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเห็นความสำคัญของส่วนรวม
มากกว่าประโยชน์ส่วนตน ทั้งเรื่องของสิ่งแวดล้อม คุณภาพและราคาของสินค้า

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีบทบาทการทำงาน
ในระดับพื้นที่ กล่าวคือ เป็นเครือข่ายการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือเพื่อพัฒนาชุมชนให้มี
ความเจริญยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนา
ชุมชนดังนี้

1. ทำให้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาส่งสำคัญอันดับหนึ่ง คือ แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและกลุ่ม
สมาชิก ต้องทราบว่าขณะนี้ชุมชนมีปัญหาใดบ้าง ซึ่งปัญหาดังกล่าวต้องเป็นปัญหาที่สะท้อนมา
จากความคิดเห็น หรือปัญหาที่สมาชิกกำลังเผชิญอยู่อย่างแท้จริง จากการวิจัยพบว่าในระยะ
เริ่มแรกการสื่อสารในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีบทบาทสำคัญ คือ ทำให้สมาชิกกลุ่ม
ต่างๆ ในเครือข่ายซึ่งมีอยู่หลายกลุ่ม หลายอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำ กลุ่ม
สมาชิก ได้มารวมกลุ่มกันเพื่อแสดงความคิดเห็น พูดคุย เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่
โดยในช่วงนั้น เครือข่ายได้ใช้การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นจดหมาย การประชุม การจัดเวทีสาธารณะ
เพื่อร่วมระดมความคิดเห็น ซึ่งทำให้แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำได้ทราบความคิดเห็นในขณะนั้นว่า

ถ้าจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้ง คนในชุมชนมี 30 % ที่เชื่อแต่ไม่รู้ว่าต้องทำอะไร อีก 50 % เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งตรงจุดนี้นำไปสู่การวางกลยุทธ์ เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำ ต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่ผู้นำอยากจะทำ ดังนั้นการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้นำรับรู้ว่าการคิดของคนในชุมชนว่าเป็นอย่างไร

ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจึงมีบทบาททำให้สมาชิกทุกกลุ่มได้มาร่วมสื่อสาร ประชุมร่วมพูดคุย ซึ่งทำให้สะท้อนปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชนได้อย่างแท้จริง

“คือในช่วงแรกเนี่ยต้องแยกก่อน กระบวนการในช่วงปีแรกๆ มันเป็นกระบวนการที่จะนำเค้า เพราะฉะนั้นจะต้องสื่อสาร ก็คือ คุณ เราก็ใช้ประชุมค่อนข้างเยอะ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“ถูกครับถึงบอกว่า การสื่อสารที่เอามาอย่างแรกเนี่ยคือรับฟัง เราอาจจะ raise ปัญหาว่าวันนี้จะทำเรื่องท่องเที่ยวมั๊ย เสร็จแล้วเราก็จะมีเวทีที่จะให้ชาวบ้านเค้ามาพูด นั่นคือการรับฟัง เพราะฉะนั้นผมถึงจะเห็นไงว่ามันมีคน 30 ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอะไร อีก 50 เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง เพราะว่าเรารับรู้จากไหน จากสิ่งที่เค้าสื่อสารกลับมา แล้วมีอีก 20 ที่เค้าไม่เห็นด้วย เค้าก็จะพูดอีกแบบ เฮ้ย...มันจะเป็นไปได้หรือ อาจจะพูดทั้งโดยตรงโดยอ้อม สิ่งเหล่านี้มันทำให้เรารู้พื้นฐาน”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“มีการเรียกประชุมกันและก็สอบถามความต้องการของแต่ละคน ปัญหาและก็นำมาวิเคราะห์ว่าอะไรต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน อะไรที่ควรปรับปรุงหรือที่ดีแล้วก็ควรอนุรักษ์ไว้”

(คุณภุพิริฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

“การสื่อสารมีความสำคัญ คือ ทำให้เราได้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่จะมาพัฒนาชุมชน เราเห็นว่าเราได้ข้อมูลมาใหม่ๆ ก็มาคิดก็มาช่วยกันทำ ทุกคนก็ช่วยกันปฏิบัติทำอย่างนี้ เราต้องช่วยกันสร้างจิตสำนึก ถ้าสมมุติเราสื่อทุกคนก็จะรู้จะเข้าใจ”

(คุณวัฒนา สอนสวัสดิ์ : กรรมการชุมชนบางกะพ้อม 2)

“เรามองว่าทำไมวันนี้สังคมไทยมีหน้าที่ทำงาน แต่ชาวบ้านไม่รู้เลยในสิ่งที่รัฐทำงาน เราจะไปทางไหน ทิศทางอย่างไร หรือแม้กระทั่งรัฐเองก็ทำงานโดยที่ไม่ได้รับฟังจากข้างล่าง มันก็เกิดปัญหาที่ว่า สิ่งของรัฐทำไปเนี่ยมันไม่ใช่สิ่งที่ชาวบ้านอยากได้ เพราะฉะนั้นกลไกตัวนี้มันเป็นเรื่องสำคัญ”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

2. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน

เครือข่ายการสื่อสารทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และจะเห็นได้ว่าการพัฒนาแต่ละครั้ง มีประเด็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาหลายเรื่อง ซึ่งหากชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ว่าปัญหาใดเร่งด่วนหรือมีความสำคัญ หรือมีเพียงแกนนำหลักเป็นผู้วิเคราะห์ อาจส่งผลให้ไม่ทราบถึงปัญหาเร่งด่วนที่สำคัญสำหรับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างแท้จริง ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจะทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายได้ร่วมกันใช้การสื่อสารช่วยกันวิเคราะห์ เสนอแนวความคิด เพื่อพิจารณาว่าปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไขตามลำดับก่อนหลัง หรือเป็นปัญหาที่กระทบกับคนจำนวนมากคือปัญหาอะไร โดยพบว่าวิธีการสื่อสารที่ชุมชนใช้คือ การจัดประชุม และจัดเวทีประชาคมเพื่อให้สมาชิกทุกกลุ่มเป็นผู้จัดลำดับปัญหาและความต้องการ เพราะเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง ตัวอย่างเช่น เมื่อได้รับงบประมาณสำหรับการพัฒนาตลาดน้ำ แกนนำหลักจะให้กลุ่มแกนนำชุมชนแต่ละชุมชนเป็นผู้นำเสนอว่าชุมชนของตนเองนั้นจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาด้านใด ซึ่งกลุ่มแกนนำชุมชนจะต้องนำเรื่องดังกล่าวไปสื่อสาร ทำความเข้าใจกับกลุ่มสมาชิก โดยผ่านการประชุม เพื่อให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น และร่วมกันวิเคราะห์ว่าเรื่องใดควรได้รับการแก้ไขก่อน-หลัง เช่น ชุมชนวัดอัมพวัน นำไปสร้างบันไดหน้าบ้าน ชุมชนคลองอัมพวานำไปติดตั้งไฟบริเวณทางเดิน และซื้อม้านั่งมาตั้งไว้หน้าบ้านทุกหลัง เป็นต้น ซึ่งเมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้ปรึกษากับกลุ่มสมาชิกแล้วก็จะนำข้อสรุปขึ้นไปเสนอกับแกนนำหลักอีกครั้งหนึ่ง

“อย่างเทศบาลเค้าก็มีงบประมาณ มีอะไร สมมุติว่า อย่างต้องการอะไร อย่างคนในชุมชนร้องมาว่าต้องการอะไร ถ้าเค้าหางบให้ได้เค้าก็จะเจียดงบประมาณที่มีอยู่ในชุมชน อย่างโครงการของรัฐบาลนะ เค้าก็ถามว่าจะทำอะไร ฝั่งนั้นเค้าจะทำบ้านโดรง คนในชุมชนเค้าก็มาประชาคมกันว่าเงินที่ได้มาตรงนี้จะมาทำอะไร เค้าจะประชาคมก่อน เสียงส่วนใหญ่ให้ทำอะไร เค้าก็จะทำ”

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

“เพราะฉะนั้นสร้างเป้าให้เค้า ไม่ใช่ให้เค้ามารับคำสั่งผม สิ่งที่เราจะได้กลับคืนคืออะไรู้อยู่ ทุกคนเสนอความคิดใส่ผมมาเลย...ผมว่าดี เรายังมารวบรวม แล้ว screen แล้วจัดเรียง สร้าง Process แล้วให้ความสำคัญดูจากปัญหาที่เกิดขึ้นมันกระทบกับคนหมู่มาก หรือคนหมู่น้อย ถ้าอันนี้มันเป็นปัญหาที่ต้องเกิดผลกระทบกับคนหมู่มากเนี่ย พวกนี้ก็ต้อง rase เป็นปัญหาระดับต้นๆ ปัญหาที่ยังไม่เกิดผลกระทบก็จะเบาหน่อย หรือปัญหาที่จะเกิดในอนาคตเราก็ต้องไปวางกระบวนการจัดการอีกอย่างหนึ่ง”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

“ใช่ๆ ทุกคนจะต้องออกความคิดเห็นที่ว่าไปประชุมเนี่ย ไปหาลูกบ้านแล้ว ลูกบ้านอธิบายให้เราฟัง พอเราฟังปัญหาของชาวบ้านแล้ว ปัญหาของแม่ค้า เรายังจะมารวมกันวิเคราะห์กันก่อนว่า อันนี้มันปัญหาใหญ่นะ เราต้องส่งปัญหานี้ขึ้นไปก่อน แล้วเราก่อยทยอยปัญหา พออันนี้แก้ได้เสร็จ เราก็มีเรื่องตามไปอีก เราก็พูดกับชาวบ้านว่าอันนี้มันต้องค่อยเป็นค่อยไปเป็นขั้นตอน”

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอีกด้าน คือ ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ เครือข่ายให้มาร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วงแรกแกนนำหลักใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชน ทำให้ทราบว่าคนในชุมชนมี 30 % ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 % เชื่อครึ่ง

ไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย สิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานต่อการวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำ ต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่แกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำอยากจะทำ ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้รู้ ว่ากระบวนการคิดสมาชิก ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้แกนนำหลักมองเห็นทิศทางที่จะพัฒนาตลาดน้ำ และ กำหนดยุทธศาสตร์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นจะเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จได้มิใช่เกิดจากแกนนำหลักเพียงคนเดียวเท่านั้น แต่เกิดจากทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารทำให้แต่ละกลุ่มมาร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ ทั้งการประชุมในกลุ่มแกนนำ การประชุมกับกลุ่มสมาชิก ที่จะทำให้ทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผนทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เช่น จะพัฒนาตลาดน้ำไปในทิศทางใด เพราะตลาดน้ำอัมพวาอยู่ใกล้กับตลาดน้ำดำเนินสะดวก ดังนั้นถ้าทำเหมือนกันจะมีคนมาเที่ยวหรือไม่ ดังนั้นจึงต้องร่วมกันวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็งของตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่ามีอะไรบ้าง และที่สำคัญคือกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่จะมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาควรเป็นใคร ซึ่งขณะนั้นตลาดน้ำอัมพวาคนยังไม่รู้จัก ดังนั้นช่วงแรกไม่ควรเป็นชาวต่างชาติ แต่ควรเป็นกลุ่มคนที่สามารถเดินทางได้ใน 1 ชั่วโมง นั่นก็คือคนกรุงเทพมหานคร ส่วนวันที่จะขายถ้าเปิด 7 วัน จะมีนักท่องเที่ยวมาหรือไม่ ดังนั้นควรเปิดขายเพียง 3 วัน เท่านั้น ส่วนอีก 4 วันที่เหลือก็ไปพักผ่อน ไปเที่ยว ไปทำธุระ

ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางในการพัฒนา ถ้าเป็นความคิดเห็นของบุคคลหลายฝ่ายจะทำให้สามารถวางทิศทางได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้สมาชิกทุกกลุ่มรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง

“...เพราะฉะนั้นการสื่อสารมันจะเป็นหัวใจแรกเลย เรารับรู้ว่าการบวนการคิดของคนหมู่มากเนี่ย ตัวนี้สัดส่วนมันเป็นอย่างไร พอมันเป็นอย่างไรแล้วเราจะเคลื่อนลักษณะไหน นะครับ เพราะฉะนั้นการสื่อสารอย่างแรกคือการที่เราได้ตัว feedback เราจะมีช่องทางอย่างไรที่ให้ชาวบ้านเหล่านั้นส่ง feedback เหล่านี้ผ่านช่องทางการสื่อสารกลับมาที่เรา จะได้เอามาประมวลผล มาการกำหนดยุทธศาสตร์ มากำหนดทิศทางในการพัฒนา”

(ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ได้เกิดจากแกนนำหลักหรือสมาชิกคนใดคนหนึ่ง แต่เกิดจากความร่วมมือการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ใช้การสื่อสารเพื่อดึงคนในชุมชนให้ออกมามีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการส่งจดหมายเพื่อเชิญประชุมและแจ้งข่าวสาร การประชุม เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ร่วมกันวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น การพูดแบบปากต่อปาก หรือการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปหาแล้วชักชวนให้สมาชิกให้ออกมาร่วมกันขายของ

“เพราะเป็นส่วนร่วมของท้องถิ่นภัย ท่านนายกฯ ต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม อยู่แล้วในการที่จะทำงานร่วมกัน ถ้า ถ้าแกคิดเองเออเองความสำเร็จมันก็เกิดขึ้นยาก เพราะว่าเราต้องหลายๆ ฝ่ายช่วยกัน ใครให้ความร่วมมือได้ก็ช่วยกัน”

(คุณวัฒนา สอนสวัสดิ์ : กรรมการชุมชนบางกะพ้อม 2)

“เริ่มแรกหรือคะ เราก็ต้องช่วยนายกเป็นทั้งประธานชุมชนเป็นทั้งเลขาท่านไม่รู้จะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกๆบ้าน ขอร้องเขาขาย แรกๆก็ โอ๊ย...จะขายได้หรือ? เดียวก็เจ๊งจริงๆ แล้วมันไม่ใช่ ถ้าเราไม่ลองก็ไม่รู้เนาะ ของอย่างงี้ไม่ลองก็ไม่รู้ ขายเออะคะ พี่เชื่อว่าถ้าขายทุกบ้าน พี่เชื่อว่าทุกคนต้องขายได้”

(คุณนิภา จารุพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน

จะเห็นได้ว่าในแต่ละช่วงของพัฒนาการของเครือข่าย เครือข่ายการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกได้นำข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น กรณีที่เกิดถนนตัดรปดอมระบาด กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยก็ได้จัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับสมาชิกทุกคน และนอกจากนั้นสมาชิกเองก็ได้มีการพูดคุยกันเองด้วย หรือกรณีกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ สมาชิกก็มีการพูดคุยเกี่ยวกับการทำธุรกิจ

เนื่องจากในช่วงแรกสมาชิกต่างก็ไม่เคยทำธุรกิจด้านนี้มาก่อน ดังนั้นการมีชมรมโฮมสเตย์ จึงทำให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ และได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น

หรือกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำ ถ้าต่างฝ่ายต่างแก้ไขปัญหากันเองอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือแก้ไขปัญหาก็ไม่ตรงจุด แต่เครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามารับรู้ปัญหาร่วมกัน รับรู้ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้แต่ละฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกันเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญห และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาก็ชัดเจนยิ่งขึ้น

“แต่ทั้งหมดเนี่ยเวลาคุยจะคุยภาพรวม แต่ข้อดีก็คือ อย่างทั้งหมดเนี่ย เค้ทำให้เกียรติที่จะเอาเราเป็นผู้บริหารท้องถิ่น เวลาที่มีผมจะเชิญเนี่ยอาจารย์มานั่งจะเห็นคนเข้ามาเปิดเสมอ ชาวบ้านมานั่งคุย ยกเว้นปัญหาอะไรที่มัน less ขึ้นมาแล้วมันจะเป็นปัญหาที่มันเกี่ยวข้องกับคนเยอะ อันนี้จะเชิญผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดมาประชุมใหญ่ นั่งคุย นั่งแก้ปัญหา สร้าง solution เอาข้อกฎหมายมาดู”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

“เวลามีเรื่องหรือมีข่าวสาร ปัญหาอะไรกันก็ต้องเรียกคุยกัน เป็นการขอความคิดเห็นกัน มีประสานงานกันหลายๆจุด แล้วก็มีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สามารถนำเสนอได้ ตอบโต้กันได้”

(คุณภวิรัฐ แต่สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

“การสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญมากคะ เพราะปัญหาเดียวกันแต่เรามองไปคนละมุม ถ้าไม่มานั่งคุยกันเราก็จะไม่รู้ สมมุติปัญหานี้เป็นในส่วนของกลุ่มแม่ค้า แต่เราอยู่ในส่วนของโฮมสเตย์เรามองเข้าไปแล้วเราเห็นปัญหานี้แบบนี้ในมุมมองของเรา แต่กลุ่มแม่ค้าเองเขาบอกว่าโดยเบื่องลึกลงแล้วมันเป็นแบบนี้ เพราะฉะนั้นเราต้องคุยกันมากๆ ไม่เช่นนั้นเราจะไม่รู้เรื่องหนึ่งมีหลายมิติและแต่ละมิติก็มีปัจจัยไม่เหมือนกันเลย”

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิจิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจะประสบความสำเร็จนั้นการร่วมมือของสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเป็นเพียงจุดเริ่มต้น แต่อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ การได้รับการสนับสนุนจากนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในชุมชน ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตลาดน้ำอัมพวา และมีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยว จากการวิจัยพบว่า นอกจากชุมชนจะประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อมวลชนแล้ว สื่อบุคคลก็มีบทบาทสำคัญเช่นกัน โดยจะเห็นได้ว่าแกนนำหลักใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมีความรักในท้องถิ่น และให้สมาชิกทุกคนช่วยกันสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนของตนเอง

“ท่านนายกฯเองเวลาประชุมแต่ละครั้งท่านก็จะย้ำเรื่องช่วยกันประชาสัมพันธ์ แล้วก็จะขอความร่วมมือจากชุมชนว่า ในชุมชนมีความคิดเห็นอย่างไร มีอะไรที่เห็นแล้วช่วยกันแก้ไขปรับปรุง หรือว่าจะมีปัญหาอย่างไรก็มาคุยกัน ท่านนายกฯเองก็เอาใจใส่ตรงนี้ได้ดี ก็จะมีการพูดคุยตรงนี้บ่อยว่าใครมีปัญหาอะไรตรงนี้ เรื่องตลาดน้ำ เรื่องอะไรอย่างนี้ ใครมีปัญหาตรงไหนอะไรก็มีการพูดคุยกันบ่อย ท่านนายกฯก็จะเอาตรงนี้ไปปรับปรุงแก้ไข”

(คุณสนั่น ถิตยานุรักษ์ : ประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

“พอเราทำงานลักษณะนี้เราต้องยอมรับมิติสังคมมันเป็นพลวัต เรามีกลุ่มเล็กในกลุ่มใหญ่ใช้มั้ยครับ เพราะฉะนั้นการใช้การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญ ถ้ามองว่าตลาดน้ำที่เกิดขึ้นเนี่ยถ้ามันเป็นของคนคนเดียวนั่นหมายถึงผมก็ประชาสัมพันธ์คนเดียว แต่ถ้าตลาดน้ำอัมพวาเป็นของคนอัมพวา 5,000 คน เราจะมีนักประชาสัมพันธ์ 5,000 ชีวิต 5,000 ชีวิตเค้ามีเพื่อนอีก 10 ขวนเที่ยวมาเนี่ยเราได้คน 50,000 มาเที่ยวฟรีๆ อ่า...กลไกเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญ เชื่อมมั้ยครับปีแรกๆ คนจะไปงานแต่งเราก็ทำไปปลิวตลาดน้ำนายก...จะไปงานแต่ง ไรไปปลิวให้ทีเดียวมไปแจกแขกในงานแต่ง”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

7. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และรวดเร็วแก่สมาชิกในเครือข่าย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากการพัฒนาจะประสบผลสำเร็จ แกนนำหลักและสมาชิกทุกคนต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน กล่าวคือ แกนนำหลักท่านเองก็จำเป็นต้องรู้ว่าชุมชนมีความต้องการอะไร และสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายก็จำเป็นต้องรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ถูกต้องตรงกัน

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย โดยจะเห็นได้ว่าก่อนเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักได้ใช้การประชุมกับกลุ่มแกนนำเพื่อร่วมปรึกษาและหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ และส่วนใหญ่การพูดคุยจะเน้นสื่อสารในที่ประชุมเพื่อให้ทุกคนรับรู้และเข้าใจให้ตรงกัน และจะไม่มี การไปพูดคุยนอกห้องประชุม เพราะอาจทำให้มีการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ หรือในชุมชนบางกะพ้อม 2 ที่ชุมชนมีลักษณะเป็นสวน ดังนั้นสมาชิกแต่ละคนจะอยู่ห่างกัน กลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน) จึงเลือกสื่อสารโดยใช้จดหมาย เนื่องจากจดหมายมีความคงทนและมีความชัดเจน สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ส่วนกรณีที่กลุ่มสมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารไปแล้วเกิดความไม่เข้าใจ ก็จะทราบว่าจะสามารถติดต่อใครซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายตนเองได้

“สำคัญ แล้วใช้เยอะมาก เพราะว่าถ้าเราสื่อสารไปไม่คืนะคนในชุมชนเรา จะแย้ง เพราะว่าเราอาจจะไม่มีการพัฒนาเกิดขึ้น”

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

“มีนะ มีความสำคัญมากเลย ไม่เช่นนั้นเราเก็บอะไรไว้แล้วไม่ได้บอก ความชัดเจนก็ไม่มี ความที่จะต่อยอดอะไรก็ไม่มี ควรที่จะสื่อสารให้เค้ารับรู้ และเข้าใจ”

(คุณอรุณี ศรีราษฎร์ : เลขานุการชุมชนตลาดอัมพวา)

“ปึกว่าบางที่มันก็เหมือนได้ข้อมูลที่จริง เหมือนกับว่าถ้าเราไม่มีกลุ่ม เราไม่สามารถที่จะจับต้นชนปลายได้ถูกว่ามาจากใคร อย่างนี้ถ้าเกิดเรามีอะไร วิ่งเข้าหากกลุ่ม เขาก็จะมีข้อมูล คือ รับรู้พร้อมกันแล้วก็คือจบ แต่ถ้าเกิดอย่างนี้คุยกันคนนั้นบอกคนนี้บอก ผลสุดท้ายข้อมูลก็จะคลาดเคลื่อน”

(คุณสปีนนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

นอกจากนั้นการมีเครือข่ายช่วยทำให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสาร ดังจะเห็นได้จากแกนนำหลักจะเชิญกลุ่มแกนนำชุมชนมาประชุม และกลุ่มแกนนำชุมชนจะไปแจ้งข่าวสารให้กับกลุ่มสมาชิกต่อ และเนื่องจากลักษณะชุมชนในบริเวณเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นชุมชนแบบปฐมภูมิ ดังนั้นชุมชนส่วนใหญ่ เช่น ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา การสร้างบ้านเรือนของคนในชุมชนจะอยู่ติดกัน ดังนั้นเมื่อประชุมเสร็จกลุ่มแกนนำต่างก็แยกย้ายกันไปแจ้งข่าวสาร หรือในส่วนของชุมชนบางกะพ้อม 2 ที่มีลักษณะเป็นสวน สมาชิกอยู่กระจัดกระจาย ดังนั้นภายในชุมชนเองก็ได้มีการสร้างเครือข่าย โดยแบ่งเป็น 4 จุด มอบหมายให้กลุ่มแกนนำแต่ละท่านรับผิดชอบกระจายข่าวสารในจุดของตนเอง ทำให้ข่าวสารกระจายได้อย่างรวดเร็ว

“คือ ที่นี้คืออย่าง อย่างที่บอกว่ามันเป็นชุมชนปฐมภูมิ การสื่อสารมันสั้น เพราะฉะนั้นการเข้าถึงข้อมูลได้เร็ว การขับเคลื่อนมันเคลื่อนตัวได้เร็วแป๊บเดียวหะครับ พอออกมาก็คุยกันแล้ว คือ เมืองนี้จะคุย ที่นี้มันต้องดูเฉพาะเรื่องก่อน ถ้าเรื่องที่มีมันเป็นประเด็นของเมืองเนี่ยเค้าก็จะคุย ค่อยข้างเร็ว...นะครับ ส่วนใหญ่ก็เป็นประธานที่จะไปบอกเล่า บางทีก็มีกรรมการด้วย ที่นี้บางทีบอกประธานไปเค้าก็ไปคุยในกลุ่ม แต่ปรากฏคุยแล้วไม่ตรงที่นี้ยกกลุ่มมาเลยก็ต้องคุยกันใหม่”

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

ด้วยเหตุนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเจริญรุ่งเรือง และทำเครือข่ายมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น