

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
2. ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
3. ศึกษาบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ จำนวน 15 คน กลุ่มสมาชิก จำนวน 13 คน รวมทั้งสิ้น 28 คน และสามารถสรุปผลการวิจัยตามปัญหาคำถามวิจัยได้ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

#### ปัญหาคำถามวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา สามารถอธิบายได้ 3 ประเด็น คือ 1. สมาชิกในเครือข่าย 2. องค์ประกอบของเครือข่าย และ 3. พัฒนาการของเครือข่าย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. สมาชิกในเครือข่าย

สมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ประกอบด้วยกลุ่มหลักๆ ด้วยกัน 8 กลุ่ม ได้แก่ แกนนำหลัก คือ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ประกอบด้วย เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชน

วัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอย และพันธมิตร คือ ชมรมโฮมสเตย์ โดยในแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

## แกนนำหลัก

### 1. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยตลอดระยะเวลาในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาท่านมีบทบาทต่อการพัฒนาในหลายๆ ด้าน ดังนี้

1. เป็นผู้นำ
2. กำหนดกลยุทธ์
3. นักประชาสัมพันธ์
4. ให้กำลังใจ
5. โน้มน้าวใจ
6. แก้ไขปัญหา

จะเห็นได้ว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักเป็นผู้นำที่มีบทบาทและความสำคัญทั้งในด้านการวางแผนงาน กำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งเป็นผู้ที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือด้วยความจริงใจ ซึ่งจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย และคนในชุมชนเห็นถึงความตั้งใจและพร้อมที่จะมีส่วนร่วมเพื่อทำให้ตลาดน้ำอัมพวาพัฒนาต่อไป

### กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก

เนื่องจากกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ที่มาร่วมเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นได้รวมกันอยู่ในกลุ่มของเทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนทั้ง 4 ชุมชน และชมรมหาบเร่แผงลอย ดังนั้นเพื่อให้เห็นความชัดเจนของลักษณะชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนา ลักษณะของความเป็นเครือข่ายและบทบาทของเครือข่ายต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ผู้วิจัยจึง

ได้นำกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมาอธิบายรวมกัน และจะแสดงให้เห็นการแบ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ดังนี้

## **2. เทศบาลตำบลอัมพวา**

เทศบาลตำบลอัมพวา เป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการบริหารงาน และดูแลตลาดน้ำอัมพวา โดยมีแกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้นำ ดังนั้นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลตำบลอัมพวาจึงอยู่ในกลุ่มแกนนำ โดยพบว่ามีบทบาทที่สำคัญดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารต่างๆ ไปสู่สมาชิก
2. เป็นที่ปรึกษาให้กับกลุ่มแกนนำของชุมชนและกลุ่มสมาชิก

## **3. ชุมชนตลาดอัมพวา**

ชุมชนตลาดอัมพวาตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งเทศบาลตั้งแต่ปากคลองอัมพวา เชื่อมต่อจากแม่น้ำแม่กลองจนถึงสะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) ลักษณะอาคารในชุมชนมีรูปแบบเป็นอาคารตึกแถวสมัยใหม่ สูง 2-3 ชั้น ซึ่งเป็นย่านพาณิชย์กรรมของตลาดอัมพวา สมาชิกส่วนใหญ่ในชุมชนมีอาชีพค้าขาย ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่มคือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

## **4. ชุมชนวัดอัมพวัน**

ชุมชนวัดอัมพวันตั้งอยู่บริเวณฝั่งวัดอัมพวันเจติยาราม ตั้งแต่ปากคลองอัมพวาจนถึงสะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) ลักษณะอาคารของชุมชนมีรูปแบบเป็นอาคารตึกแถวสูง 2 ชั้น และอาคารเรือนไม้สูง 1 ชั้น เรียงเป็นแนวสลับกัน การใช้อาคารพาณิชย์ที่เป็นตึกแถวจะใช้พื้นที่อาคารพาณิชย์ริมคลองทั้งแบบพักอาศัยด้านหลังและด้านหน้าที่หันเข้าหาคลองสำหรับทำการค้าขาย ถัดเข้าไปตอในด้านหลังเป็นที่อยู่อาศัยทั้งหมด ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

## 5. ชุมชนคลองอัมพวา

ชุมชนคลองอัมพวาตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งเทศบาลตั้งแต่สะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาติศร) จนถึงบริเวณหน้าวัดพระยาญาติ (วัดปากง่าม) ลักษณะอาคารของชุมชนนี้มีรูปแบบเป็นอาคารเรือนแถวไม้สูง 1-1.5 ชั้น มีการใช้อาคารเพื่อพักอาศัย และพักอาศัยกับค้าขาย ในบริเวณมีรูปแบบอาคารพาณิชย์สูง 2-3 ชั้น แทรกระหว่างอาคารเรือนแถวไม้ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวซึ่งอยู่ด้านหลังอาคารริมน้ำ ส่วนอาคารเรือนแถวตั้งอยู่หนาแน่นบริเวณริมคลอง เป็นอาคารที่วางตามแนวขนานกับคลอง ใช้พักอาศัยสลับกับร้านค้าขายและบริการ โดยระหว่างอาคารจะมีช่องว่างเป็นทางเดินเชื่อมระหว่างพื้นที่ริมคลองกับพื้นที่ในสวนฝั่งด้านใน ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

## 6. ชุมชนบางกะพ้อม 2

ชุมชนบางกะพ้อม 2 ตั้งอยู่บริเวณถนนเส้นสาย 325 กระจายตัวทั้งสองฝากฝั่งถนน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวและสวนส้มโอ ลักษณะของบ้านเรือนอยู่อย่างกระจัดกระจายริมถนนซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดร้านขายของ และอีกส่วนจะอยู่บริเวณด้านในสวนซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดเป็นโฮมสเตย์ จากการสังเกตพบว่าบ้านเรือนไม่ได้มีการกันรั้ว ดังนั้นแต่ละบ้านสามารถไปมาหาสู่กันได้ โดยอาศัยการเดินทาง จักรยาน และมอเตอร์ไซด์ ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

## 7. ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นการรวมกลุ่มของผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา โดยการรวมกลุ่มนั้นเกิดขึ้นเพราะในช่วงนั้นแม่ค้าไม่สามารถขายของได้ สภาพเศรษฐกิจถดถอย รายได้เริ่มลดน้อยลง จนกระทั่งวันที่ 4 ตุลาคม 2545 ได้มีสารจากจังหวัดสมุทรสงครามและกลุ่มกรรมการของชมรมร้านอาหารของแม่กลองได้มาคุยกับทางเทศบาลร่วมกับสาธารณสุขอัมพวา และได้ชักชวนแม่ค้าในตลาดอัมพวาให้ไปร่วมพูดคุยด้วย ซึ่งในที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นว่าปัจจุบันนี้แม่ค้าอยู่แบบตัวใครตัวมัน จึงอยากให้แม่ค้าในเขต

เทศบาลตำบลอัมพวาอยู่เป็นกลุ่ม อยากให้มีการตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของแม่ค้า อีกทั้งยังช่วยประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับแม่ค้า เวลาที่มีข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วย จึงเป็นจุดเริ่มของการตั้งชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้น และให้ชมรมฯ ขึ้นตรงกับเทศบาลตำบลอัมพวาและสาธารณสุข

ชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อสามารถจัดกิจกรรมและของปริมาณเพื่อนำมาพัฒนาชมรมฯ ได้
2. เพื่อให้มีความคล่องตัวในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลและสมาชิกชมรมฯ
3. เพื่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
4. เพื่อควบคุมดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างถูกต้องตามลักษณะสุขอนามัย

บทบาท หน้าที่ของชมรมหาบเร่แผงลอย คือ

1. เทศบาลตำบลอัมพวาให้ชมรมฯ เป็นผู้ดูแลการตั้งร้านค้าแผงลอยในบริเวณพื้นที่ของชุมชนตลาดอัมพวา
2. ดูแลสมาชิกชมรมฯ ที่ขายของในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา
3. ขอกระแสไฟ ตั้งหม้อไฟ ให้กับร้านค้าแผงลอย
4. จัดเก็บค่าไฟ ค่าเก็บขยะจากร้านค้าแผงลอย ร้านละ 20 บาทต่อวัน

จากการวิจัยพบว่าชมรมหาบเร่แผงลอยมีการกำหนดโครงสร้างการทำงาน และบทบาท หน้าที่ของสมาชิกในชมรมฯ อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น

#### 1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย

1.1 ประธานชมรมฯ มาจากการเลือกตั้งโดยสมาชิกชมรมฯ มีวาระในการทำงาน 2 ปี ซึ่งประธานชมรมฯ มีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลและสมาชิกชมรมฯ และดูแลสมาชิกฯ ชมรมฯ ที่มาตั้งแผงลอยขายสินค้าบริเวณชุมชนตลาดอัมพวา

1.2 กรรมการชมรมฯ มีตำแหน่งดังนี้ รองประธาน เจริญญิก เลขานุการ ผู้ช่วยปฏิบัติกร ประชาสัมพันธ์ ตรวจจสอบ และผู้จัดเก็บรายได้ตลาดน้ำอัมพวา โดยกรรมการชมรมฯ

นั้นมาจากการแต่งตั้งของประธานชมรม โดยกรรมการจะมีหน้าที่ในการบริหารงานร่วมกับประธานชมรมตามตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง

2. สมาชิกชมรมฯ จัดอยู่ในกลุ่มสมาชิกของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยมีบทบาทหน้าที่คือจัดร้านค้า ขายของ และร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เมื่อมีประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำของชมรมฯ โดยสมาชิกชมรมฯ ไม่มีบทบาทในการบริหารงานของชมรมฯ

การรับสมัครชมรมหาบเร่แผงลอย เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้า เพื่อบริหารจัดการให้การค้าในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและไม่มีปัญหา ดังนั้นข้อกำหนดอย่างหนึ่งคือผู้ที่จะเป็นสมาชิกชมรมต้องเป็นคนที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเท่านั้น

## พันธมิตรของเครือข่าย

### 8. ชมรมโฮมสเตย์

ชมรมโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญคือ คือ แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักได้พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาควบคู่กับการพัฒนาโฮมสเตย์ เนื่องจากทั้งสองกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กัน เมื่อคนมาเที่ยวตลาดน้ำมากขึ้นความจำเป็นเรื่องที่พักก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่ขณะนั้นคนในชุมชนก็ยังไม่เห็นภาพว่าตลาดน้ำกับโฮมสเตย์สัมพันธ์กันอย่างไร ดังนั้นเมื่อแกนนำหลักท่านทำโฮมสเตย์อยู่แล้ว จึงพัฒนาเพื่อเป็นตัวอย่างให้คนในชุมชนได้เห็น พร้อมทั้งสนับสนุนให้คนในชุมชนที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่ขายของในตลาดน้ำอัมพวาพัฒนาบ้านพักของตนเองให้เป็น โฮมสเตย์ขึ้น

จากความเจริญรุ่งเรืองเรื่องของตลาดน้ำอัมพวาส่งผลให้มีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะเห็นว่าการทำงานโฮมสเตย์เป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับกลุ่มสมาชิกในอดีตเคยประกอบอาชีพค้าขายหรือทำสวน ดังนั้นในช่วงแรกจึงต่างคนต่างทำ ดังนั้นแกนนำหลักเห็นว่าในอนาคตข้างหน้าต้องมีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักจึงมีความคิดที่จะรวมกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ขึ้น

ชมรมโฮมสเตย์จึงเกิดขึ้นโดยครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัดของสมุทรสงคราม เนื่องจากมีโฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ อำเภอเมือง อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที แต่ในการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มโฮมสเตย์ในเขตตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งอยู่ในส่วนของอำเภออัมพวาเท่านั้น

โดยชมรมโฮมสเตย์ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจน คือ

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจโฮมสเตย์
2. เพื่อช่วยเหลือ แก้ปัญหา ให้คำแนะนำระหว่างสมาชิกภายในชมรมฯ
3. เพื่อรักษาผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในชมรมฯ
4. เพื่อส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กับสมาชิกคนอื่นในชมรมฯ กรณีที่โฮมสเตย์ของสมาชิกเต็ม

จากการวิจัยพบว่าชมรมโฮมสเตย์มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในชมรมอย่างชัดเจน คือ

1. ประธานชมรมโฮมสเตย์ คือ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ 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 เกร็ดความรู้
3. สมาชิกชมรมฯ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

## 2. องค์ประกอบของเครือข่าย

ในงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาเครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งมีสมาชิกในเครือข่ายที่ศึกษาทั้งหมด 8 กลุ่มด้วยกัน โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยได้เข้าไปศึกษาว่าแกนนำหลัก

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก พันธมิตร มีลักษณะการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายอย่างไรตามหลักองค์ประกอบของเครือข่าย ดังนี้

### 1. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common perception)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากแนวคิดของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ต้องการพัฒนาเทศบาลตำบลอัมพวาให้มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้นประกอบกับความต้องการของคนในชุมชน โดยเฉพาะแม่ค้าที่ขายของในตลาด เนื่องจากที่ผ่านมาแม่ค้าไม่สามารถขายของได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกที่มารวมกันเป็นเครือข่ายต่างมีมุมมองในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ต้องการที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาเหมือนเดิม มีรายได้เข้ามาในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

### 2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น แกนนำหลักท่านได้ตั้งวิสัยทัศน์ไว้อย่างชัดเจนว่า “ต้องการทำให้เศรษฐกิจของอัมพวาดีขึ้น” โดยการพัฒนาตลาดน้ำอย่างที่เคยเป็นมาแต่อดีตขึ้นมาใหม่ แต่การรับรู้ของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายช่วงแรกจะแตกต่างกัน บางกลุ่มเชื่อว่าสามารถพัฒนาตลาดน้ำได้ ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง เช่น มาขายของ แต่สมาชิกบางส่วนก็ยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาตลาดน้ำครั้งนี้จะประสบผลสำเร็จหรือไม่ สมาชิกที่ออกมาช่วยขายของก็ยังกึ่งกล้ากึ่งกลัวว่าจะขายได้หรือไม่ แกนนำหลักท่านจึงจ้างกลุ่มสมาชิกที่พายเรือมาขายของ โดยให้ค่าจ้างวันละ 300 บาท เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับแม่ค้าว่าอย่างน้อยก็ยังมีรายได้

หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปประมาณ 6 เดือน ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น รายได้เริ่มเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเห็นเป้าหมายชัดเจนว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้

### 3. การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests / Benefits)

การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นตั้งอยู่บนผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างชัดเจน คือ ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นที่รู้จัก ส่งผลให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างอาชีพให้กับกลุ่มสมาชิก ดังนั้นจากเดิมที่คนในชุมชนบางกลุ่มต้องออกไปทำงานที่กรุงเทพมหานครก็ให้กลับมาทำงานที่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

จากการที่สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายต่างได้รับผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน คือ ในเรื่องของเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จึงใจให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น

### 4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholders Participation)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่าวนั้นแตกต่างกัน ซึ่งหากพิจารณาจากการมีส่วนร่วมในเรื่องของการวางแผน กำหนดทิศทางการพัฒนา ทุกกลุ่มในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโท พัชโรดม อุณสุวรรณ ได้เชิญกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยมาร่วมปรึกษาและแสดงความคิดเห็น ในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และนอกจากนั้นยังได้มีการจัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทุกคนในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

แต่ถ้าพิจารณาการมีส่วนร่วมคือการที่สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้มาช่วยกันทั้งในเรื่องขายของ หรือว่าช่วยเตรียมการ จะเห็นได้ว่าแต่ละชุมชนนั้นเข้ามามีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องด้วยพื้นที่ตั้งชุมชนของสมาชิกแต่ละคนอยู่ใกล้อยู่ไกลจากตลาดน้ำอัมพวาแตกต่างกัน โดยช่วงแรกกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนตลาดอัมพวาได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนตลาดอัมพวาอยู่บริเวณพื้นที่ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าขายของชุมชน ภายหลังจากตลาดน้ำอัมพวาเปิดแล้ว นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและมาเที่ยวมากขึ้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันก็ได้เข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนวัดอัมพวันอยู่ใกล้ชุมชนตลาดอัมพวา

เพียงเดินข้ามสะพานเท่านั้น จากนั้นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกชุมชนคลองอัมพวาก็พัฒนา ตลาดน้ำอัมพวาโดยต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวาเข้าไปในคลองด้านใน

ในส่วนของชุมชนบางกะพ้อม 2 เนื่องจากเป็นชุมชนที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวา และอยู่ห่างจากตลาดน้ำอัมพวาโดยมีถนนกั้น ดังนั้นการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมโดยการขายของที่ตลาดน้ำนั้นจะน้อยมาก แต่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งถือเป็นการต่อยอดมาจากตลาดน้ำอัมพวา

### 5. การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชน ชมรมหีบแร่แฝงลอย ชมรมโฮมสเตย์ต่างก็ได้มีการช่วยเหลือ สนับสนุน เสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### **แกนนำหลัก - ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา**

แกนนำหลักได้เข้ามามีบทบาทโดยเป็นผู้ริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างจริงจัง ทั้งการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เรื่องของการประชาสัมพันธ์ ทั้งการคิดประเด็นและวิธีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอัมพวา นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าแกนนำหลักท่านยังช่วยให้คำปรึกษากับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกชุมชนเพื่อให้สามารถนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาชุมชนตนเองได้

#### **กลุ่มแกนนำ - เทศบาลตำบลอัมพวา**

เทศบาลตำบลอัมพวาเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน โดยกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารในการติดต่อกับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหีบแร่แฝงลอย โดยหน้าที่หลักคือเป็นผู้ออกจดหมาย นอกจากนี้ยังเป็นที่ยังเป็นที่

ปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชนให้กับกลุ่มแกนนำชุมชน และยังช่วยเขียนโครงการเพื่อของบประมาณให้แก่ทุกชุมชน

นอกจากเป็นศูนย์กลางข่าวสารให้กับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิกแล้ว กลุ่มแกนนำจากเทศบาลยังมีหน้าที่ช่วยเหลือกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยเช่นกัน โดยช่วยเหลือเช่นเดียวกับชุมชน คือ เมื่อกลุ่มแกนนำชมรมฯ ต้องการจะออกจดหมายเชิญประชุมก็จะแจ้งกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกหนังสือให้ หรือเมื่อเทศบาลต้องจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆ ก็แจ้งข่าวและประสานงานไปยังกลุ่มแกนนำชมรมฯ เพื่อให้เข้ามาร่วมกันจัดงาน

จะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำจากเทศบาลมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิก รวมทั้งกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในเรื่องของเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางราชการ เช่น การออกจดหมาย และเรื่องของงบประมาณ

### **กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนตลาดอัมพวา**

จากการวิจัยพบว่าชุมชนตลาดอัมพวาเองซึ่งมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าสมาชิกทั้ง 4 กลุ่มนั้นต่างเสริมสร้างเพื่อทำให้ในชุมชนมีเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง และทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนา กล่าวคือ กลุ่มแกนนำจะทำหน้าที่บริหารงานและพัฒนาชุมชนเพียงอย่างเดียวไม่ได้ดูแลในเรื่องของกลุ่มอาชีพ ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะประกอบอาชีพค้าขาย และได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยด้วย ก็จะได้ชมรมหาบเร่แผงลอยดูแลในส่วนของ การค้าขายและความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์นั้นเนื่องจากในชุมชนมีโฮมสเตย์เพียงที่เดียวคือ บ้านสวรรค์พิมาน ดังนั้นจึงเป็นจุดเสริมให้ในชุมชนมีโฮมสเตย์เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกกลุ่มย่อยๆ ในชุมชนตลาดอัมพวา มีส่วนเสริมสร้างทำให้ชุมชนตลาดอัมพวาเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนา

นอกจากนั้นชุมชนตลาดอัมพวาเองยังมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ ด้วย เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่กว้างทำให้สามารถวางร้านขายของได้หลายร้าน บริเวณด้านหลังอาคาร

ริมน้ำเป็นท่ารถโดยสาร ที่จอดรถจุดเชื่อมต่อไปยังในตัวจังหวัดกับต่างจังหวัด มีท่าเรือเพื่อรับส่งผู้โดยสาร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจุดเด่นของชุมชนตลาดอัมพวาถือเป็นศูนย์กลางในการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถและทางเรือ แต่จุดอ่อนคือบริเวณชุมชนจะไม่ค่อยมีพื้นที่สำหรับจอดรถ และในช่วงตอนบ่ายบริเวณริมคลองแดดจะค่อนข้างร้อน ทำให้คนเดินในช่วงเวลานี้น้อย



### กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนวัดอัมพวัน

จากการวิจัยพบว่าชุมชนวัดอัมพวันมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่มเช่นกัน คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าทั้ง 4 กลุ่มมีส่วนเสริมสร้างชุมชนในระดับที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มสมาชิกมีส่วนในการเสริมสร้างตลาดน้ำอัมพวา คือ กลุ่มแกนนำชุมชนวัดอัมพวันจะขอให้กลุ่มสมาชิกที่อยู่บ้านให้ออกมาขายของในวันธรรมดานอกเหนือจากวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ กรณีที่มีนักท่องเที่ยวแวะมาจะได้มีที่ให้นักท่องเที่ยวได้เดินซื้อของบ้าง ทำให้ตลาดไม่เงียบเหงา

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

สำหรับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ที่อยู่ในเขตชุมชนวัดอัมพวันมีประมาณ 1-2 แห่งเท่านั้น แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยชุมชน คือ รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักบริเวณชุมชนโดยตรง หรือนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถและไม่สะดวกที่จะต้องเดินทางไกลไปยังชุมชนอื่น ซึ่งจะเห็นได้ว่า ถึงแม้ในชุมชนนั้นจะมีโฮมสเตย์เพียงไม่กี่แห่ง แต่ก็สามารถส่งเสริมต่อเครือข่ายได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นชุมชนวัดอัมพวันยังมีส่วนเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ เนื่องจากชุมชนตั้งอยู่บริเวณฝั่งวัดอัมพวันเจติยาราม ในบริเวณชุมชนมีทางเชื่อมไปวัดอัมพวัน ซึ่งบริเวณวัดมีพื้นที่สามารถใช้เป็นที่จอดรถให้นักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับการตั้งบ้านเรือนในส่วนที่อยู่ริมคลองหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ดังนั้นในช่วงบ่ายหน้าบ้านจะไม่ร้อน แม้อากาศสามารถออกมาตั้งชาย

ของได้ตั้งแต่เพียง จึงทำให้คนมาจอดรถที่วัดอัมพวันแล้วก็เดินเที่ยวฝั่งชุมชนวัดอัมพวัน พอช่วงเย็นจึงข้ามมาเดินฝั่งชุมชนตลาดอัมพวา

ดังนั้นชุมชนวัดอัมพวันจึงเป็นจุดเสริมให้กับชุมชนอื่นๆ ในด้านสถานที่จอดรถที่สะดวก และบริเวณชุมชนที่ไม่ร้อน สามารถตั้งร้านขายของได้ตั้งแต่ช่วงบ่าย ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาก็สามารถมาเดินบริเวณที่ชุมชนวัดอัมพวันก่อนที่จะไปเที่ยวต่อยังชุมชนอื่นๆ

### **กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนคลองอัมพวา**

จากการวิจัยพบว่าภายในชุมชนเองมีสมาชิกจำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าสมาชิกชมรมโฮมสเตย์มีส่วนเสริมสร้างให้คนมาท่องเที่ยวในชุมชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่ทอดยาวเข้าไปตามริมคลองอัมพวา ประกอบกับมีบ้านเรือนแถวต่อกันไป ในชุมชนคลองอัมพวาจึงเปิดโฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก ซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักมาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนั้นชุมชนคลองอัมพวายังได้รับการเสริมสร้างจากชุมชนอื่นๆ รอบๆ ด้วย เนื่องจากชุมชนคลองอัมพวาอยู่ถัดเข้าไปข้างในคลองต่อจากชุมชนตลาดอัมพวา และลักษณะการตั้งบ้านเรือนจะหนาแน่นบริเวณริมคลองและเป็นพื้นที่สวนฝั่งด้านใน ดังนั้นการเดินทางโดยรถยนต์จึงไม่สะดวก และไม่มีพื้นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยว ประกอบกับอยู่ลึกเข้าไปข้างในคลองอัมพวา ดังนั้นการที่จะพัฒนานั้นค่อนข้างยาก แต่กระนั้นชุมชนคลองอัมพวาได้รับแรงเสริมจากชุมชนตลาดอัมพวา และชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของสถานที่จอดรถ และนักท่องเที่ยวที่มาแล้วเดินเที่ยวต่อเข้าไปยังชุมชนคลองอัมพวา

### **กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนบางกะพ้อม 2**

จากการวิจัยพบว่าชุมชนมีสมาชิกจำนวน 3 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่าสมาชิกชมรมโฮมสเตย์มีส่วนเสริมสร้างให้คนมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสภาพของชุมชนเป็นแบบสวน มีคลองหลายสายไหลผ่าน มีสวนผลไม้ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นโฮมสเตย์ได้ นอกจากนี้ยังได้รับการเสริมสร้างจากภายนอกชุมชน โดยชุมชนบางกะพ้อม 2 อาศัยคนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแล้วก็มาพักที่โฮมสเตย์ในชุมชน

จะเห็นได้ว่าแต่ละกลุ่มที่มารวมเป็นเครือข่ายนั้น ต่างใช้จุดเด่นของตนเองสนับสนุนกลุ่มอื่นๆ แกนนำหลัก เป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นเจ้าของรัฐทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนด้านนโยบาย การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาให้กับทุกชุมชน ในส่วนของแต่ละชุมชนเอง ก็จะมีจุดเด่นจุดอ่อนที่แตกต่างกัน แต่ก็ได้อาศัยจุดเด่นของชุมชนอื่นๆ มาส่งเสริมเพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชนของตนเอง ตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มเสริมสร้างและทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็ง และส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างมั่นคงและยั่งยืน

### **กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ชมรมหาบเร่แผงลอย**

ชมรมหาบเร่แผงลอยได้เข้ามามีส่วนเสริมสร้างในเครือข่าย กล่าวคือ กลุ่มแกนนำชุมชนจะมีหน้าบริหารงานภายในชุมชนเท่านั้น ไม่ได้เข้ามาดูแลแม่ค้าที่มาขายของในชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำชมรมฯ จึงมีหน้าที่ดูแลกลุ่มสมาชิกที่เป็นแม่ค้าในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเป็นหลัก นอกจากนั้นยังดูแลสมาชิกที่อยู่ในชุมชนอื่นๆ ในเรื่องของกาให้ความรู้ด้านอาหาร ความสะอาด ความปลอดภัย ทำให้กลุ่มสมาชิกที่เป็นแม่ค้ามีความรู้ มีความมั่นใจ ซึ่งส่งผลให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งมากขึ้น

### **พันธมิตร - ชมรมโฮมสเตย์**

เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์ซึ่งเป็นพันธมิตรของเครือข่ายมีส่วนเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์นั้นเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกในเครือข่ายที่เปิดโฮมสเตย์ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านและไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์มาก่อน ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์จึงมีส่วนเข้ามาเพื่อให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการทำโฮมสเตย์ให้กับสมาชิก

## **6. การพึ่งพิงกัน (Interdependence)**

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่าสมาชิกในเครือข่ายแต่ละกลุ่มในเครือข่ายนั้นมีการพึ่งพิงกันทั้งในกลุ่มตนเอง และพึ่งพิงกับกลุ่มอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จนั้นต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจระหว่างสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ทั้งนี้แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลซึ่งเป็น

เจ้าหน้าที่ของรัฐ ก็ต้องการการมีส่วนร่วมจากสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ไม่ว่าจะในเรื่องของการระดมความคิดเห็น หรือการให้สมาชิกเข้ามาเริ่มขายของ เปิดโฮมสเตย์ ซึ่งในช่วงแรกนั้นยังมีสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมน้อย ดังนั้นแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจึงต้องฟังฟัง อาศัยความร่วมมือจากกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรม และกลุ่มสมาชิกเป็นจำนวนมาก ทั้งการไปจ้างเรือพายมาขายของ ทุกคนขณะนั้นไม่ว่าจะมีตำแหน่งอะไรก็ต้องลงมาช่วยกันหมดเพื่อให้ตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นมาได้

ในส่วนของคุณชนเอง ถึงแม้จะแบ่งการบริหารงานของแต่ละชุมชนอย่างชัดเจน แต่กระนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแต่ละชุมชนก็ยังมี การฟังฟังกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งจากนโยบายการบริหารงานและการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาของแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสูวรรณ ที่ให้กลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้บริหารงานและพัฒนาชุมชนของตนเอง ซึ่งแต่ละชุมชนจะได้รับงบประมาณแยกจากกัน ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละชุมชนจะนำไปพัฒนาด้านอะไร แต่กระนั้นแต่ละชุมชนก็ยังมี ความเกี่ยวข้องกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เนื่องจากเมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้รับงบประมาณในแต่ละครั้งจะต้องมีการระดมความคิดเห็นของคนทั้งชุมชนว่าจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาในเรื่องอะไร ซึ่งการประชุมทุกครั้งทุกชุมชนจะต้องมีแกนนำหลักเข้าร่วมด้วย หรือถ้าแกนนำหลักท่านไม่สามารถเข้าร่วมได้ก็จะมีกลุ่มแกนนำจากทางเทศบาลเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชนมีปัญหาต่างๆ ก็จะไปปรึกษากับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล

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

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเห็นว่าแต่ละกลุ่มต่างก็มีบทบาทในการเสริมสร้างซึ่งกันและกันอย่างเหมาะสมและลงตัว กล่าวคือ ผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐ ได้แก่ แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เป็นกลุ่มที่ดูแลและวางแผนงานต่างๆ ซึ่งต้องฟังฟังชุมชนในการทำให้แผนงานประสบความสำเร็จ ชุมชน ประกอบด้วยสมาชิกหลากหลายกลุ่ม โดยกลุ่มแกนนำก็ต้องฟังฟังแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลในการบริหารงานในชุมชน ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่ง

ต้องประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเอง ไม่ว่าจะค้าขาย หรือเปิดโฮมสเตย์ ต่างก็ต้องพึ่งพิงชมรมในด้านข่าวสาร ความรู้ และสุดท้าย ชมรม ซึ่งการที่ชมรมจะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยอาศัยสมาชิกในชมรม ซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกของชุมชนต่างๆ นั่นเอง

ดังนั้นสมาชิกเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละกลุ่มต่างพึ่งพิงกันเพื่อให้เครือข่ายมีเข้มแข็งอย่างแท้จริง

## 7. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction)

เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีสมาชิกในเครือข่ายทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลนั้นเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน ส่วนกลุ่มแกนนำชุมชนมีหน้าที่รับนโยบายเพื่อนำไปพัฒนาชุมชนและชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ เป็นกลุ่มอาชีพที่คอยดูแลสมาชิกชมรมซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกนั่นเอง ดังนั้นเพื่อให้เห็นลักษณะการติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายไว้ด้วยกัน ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ

7.1 การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มชุมชนและชมรม โดยเข้าไปศึกษาว่าสมาชิกมีการสื่อสารกันอย่างไร

7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นเครือข่ายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

### 7.1 การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม

#### ชุมชนตลาดอัมพวา

ภายในชุมชนตลาดอัมพวามีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิกสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา เพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิกอันเป็นหลักการของประชาธิปไตย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก ดังนี้

- ส่งจดหมาย
- การประชุม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก
- โทรศัพท์

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มแกนนำไม่ได้มีการสื่อสารในรูปแบบที่เป็นทางการกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ เนื่องจากสมาชิกของทั้งสองชมรมต่างก็เป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชน ดังนั้นส่วนใหญ่การสื่อสารจึงมีลักษณะแบบพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย สมาชิกชมรมโฮมสเตย์

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

## **ชุมชนวัดอัมพวัน**

ชุมชนวัดอัมพวันมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

### **การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก**

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาเพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

- การจัดประชุม
- ประชาคม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

### **การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์**

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อนำในเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันทั้งสิ้น ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการประกอบอาชีพของตนเอง

## การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนวัดอัมพวันแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวัน ซึ่งลักษณะของชุมชนที่มีขนาดเล็กสมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทุกกลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา

### **ชุมชนคลองอัมพวา**

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

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

- จดหมาย
- การประชุม
- ประชาคม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อนำใน เรื่องการพัฒนาที่ชัดเจน แต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่าง ก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนคลองอัมพวาทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับ ข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่เป็นกลุ่มสมาชิก

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนคลองอัมพวาแล้ว สมาชิก ของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยหรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนทั้งหมด ซึ่งลักษณะของชุมชนที่มีขนาดเล็ก สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทุกกลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา

#### **ชุมชนบางกะพ้อม 2**

ชุมชนบางกะพ้อม 2 มีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และ สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

#### การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็น สำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

- จุดหมาย
- ประชาคม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก
- โทรศัพท์

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการทำโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชน

### การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิกและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนบางกะพ้อม 2 แล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างไม่ออก สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 ซึ่งลักษณะของชุมชนที่สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทั้ง 2 กลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา

### **ชมรมหาบเร่แผงลอย**

ชมรมหาบเร่แผงลอย ทำหน้าที่ดูแลร้านค้าที่มาตั้งหาบเร่แผงลอยในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาเป็นหลัก และชมรมฯ มีกรรมการชมรมฯ และสมาชิก(กระจายอยู่ในชุมชน) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มย่อยนี้ก็มีการสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

- จุดหมาย
- เอกสารแจก / จัดอบรม

- การประชุม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

### ชมรมโฮมสเตย์

ชมรมโฮมสเตย์ ทำหน้าที่ดูแลและให้ความรู้กับสมาชิกที่เปิดกิจการโฮมสเตย์ โดยพบว่าการชมรมชมรมโฮมสเตย์มีวิธีการสื่อสารกับสมาชิกชมรมฯ แบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

- จดหมาย
- เอกสารแจก
- ประชุม
- การจัดอบรม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

## 7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม

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

7.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชุมชน

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชมรมหาบเร่แผงลอย

7.2.3 การสื่อสารระหว่างชุมชน กับชุมชน

7.2.4 การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอย กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา

7.2.5 การสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์ กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และ ชุมชนบางกะพ้อม 2

### 7.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับ ชุมชน

การติดต่อสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับชุมชนเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นตำแหน่งบริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นหน่วยงานของรัฐบาลซึ่งมีหน้าที่ต้องดูแลและพัฒนางานในชุมชน ดังนั้นจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและตลอดเวลาทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

- การประชุม
- จดหมาย
- ประชาคม
- โทรศัพท์
- เสี่ยงตามสาย
- การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

### 7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับ ชมรมหาบเร่แผงลอย

จากการวิจัยพบว่า ชมรมหาบเร่แผงลอยตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้าในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา เพื่อบริหารจัดการการขายของที่ตลาดน้ำอัมพวา ขึ้นตรงกับเทศบาลโดยมีแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้ดูแล ดังนั้นการทำงานของชมรมหาบเร่แผงลอยจึงมีความเกี่ยวข้องกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลโดยตรง ซึ่งพบว่ามี การสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการสื่อสารที่พบคือ

- การประชุม
- จดหมาย
- การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

### 7.2.3 การสื่อสารระหว่างชุมชน กับชุมชน

เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาแบ่งพื้นที่การบริหารงานออกเป็นชุมชน โดยมีกลุ่มแกนนำชุมชนทำหน้าที่บริหาร ดูแล และพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยแต่ละชุมชนแยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่ถึงแม้ว่าแต่ละชุมชนจะบริหารจัดการกันเอง แต่ในภาพรวมทุกชุมชนก็เป็นส่วนหนึ่งของเทศบาลตำบลอัมพวา ดังนั้นจึงพบว่าทุกชุมชนมีการสื่อสารระหว่างชุมชน โดยใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการ คือ การประชุม

### 7.2.4 การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอย กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา

จากการวิจัยพบว่ามีวิธีการสื่อสารแบบเป็นทางการระหว่างกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย กับกลุ่มแกนนำชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น โดยวิธีการที่พบ คือ การประชุม แต่พบว่าแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยไม่มีการสื่อสารกับแกนนำชุมชนวัดอัมพวัน และแกนนำชุมชนคลองอัมพวาในรูปแบบที่เป็นทางการเหมือนกับชุมชนตลาดอัมพวา กล่าวคือ ไม่มีการจัดประชุมร่วมกัน ส่วนหนึ่งอาจมาจากชมรมหาบเร่แผงลอยมีหน้าที่ดูแลในพื้นที่ของชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น ไม่สามารถข้ามเขตไปยังชุมชนอื่นๆ ได้ จึงไม่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการ แต่พบว่ามี การสื่อสารไปที่สมาชิกชมรมที่อยู่ในชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวาเป็นหลัก ซึ่งมีการสื่อสารไม่แตกต่างจากการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย นั่นคือ การใช้จดหมาย เอกสารแจก/อบรม การประชุม เดินบอกต่อๆ กัน พูดคุยกัน เนื่องจากการสื่อสารของชมรมฯ ไม่ได้เจาะจงเฉพาะสมาชิกที่อยู่ในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ได้สื่อสารไปยังสมาชิกชมรมฯ ที่อยู่ทุกชุมชน

### 7.2.5 การสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์ กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนบางกะพ้อม 2

ชมรมโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในทุกชุมชนของเขตเทศบาลอัมพวาโดยมีลักษณะเป็นกลุ่มเอกชน จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์กับชุมชนไม่ได้มีรูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการที่ชัดเจน เช่น ไม่มีการจัดประชุมร่วมกันระหว่างกรรมการชมรมฯ กับกลุ่มแกนนำชุมชนหรือจัดประชุมกับกลุ่มสมาชิกของชุมชน

**สรุปได้ว่า** ชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบปฐมนิคม สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายรู้จักกันหมด รู้ว่าคนนี้อยู่ชุมชนไหน เป็นสมาชิกของชมรมอะไรบ้าง ดังนั้นทุกกลุ่มในเครือข่ายจึงมีการสื่อสารกันแบบหลวมๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละกลุ่มก็จะมีความสัมพันธ์ มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของกลุ่ม ลักษณะของการดำเนินงาน และเพื่อให้การบริหารงานของเครือข่ายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นแต่ละกลุ่มจึงต้องมีการสื่อสารแบบเป็นทางการ เพื่อเป็นเวทีให้คนที่เกี่ยวข้องได้มาพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสารกัน และมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

### 3. พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

จากการวิจัยโดยพิจารณาการเจริญเติบโตของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยได้ศึกษาตั้งแต่จุดเริ่มต้น พ.ศ. 2547 จนถึงปี พ.ศ. 2551 นั้น พบว่าสามารถแบ่งพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

- ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม
- ระยะที่ 2 การขยายเครือข่าย
- ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

## ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

จุดเริ่มของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของคนในชุมชนเขตเทศบาลตำบลอัมพวาซบเซาลง เพราะตลาดอัมพวาตายมานานกว่า 30 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 ที่นโยบายของรัฐบาลสนับสนุนให้มีการสร้างถนนทั่วประเทศ ทำให้ความจำเป็นที่ต้องใช้ทางน้ำสัญจรไปมาหาสู่ซึ่งกันและกันลดลงไป สภาพสังคมโดยเฉพาะตลาดน้ำก็แทบจะเลือนหาย นับจากช่วงนั้นเป็นต้นมา ความเงิบลง ความลดน้อยถอยลงของสภาพเศรษฐกิจที่อัมพวาดูจะเลวร้ายลงไปจนคล้ายๆ เป็นเมืองปิด คนในชุมชนบางส่วนไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้ ต้องออกไปทำงานนอกชุมชน

จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2544 ที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จ.สมุทรสงคราม มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า ซึ่งคุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ และกลุ่มเพื่อนแม่ค้าได้ไปดูงานแล้วก็ตกใจเนื่องจากมีคนมางานเป็นจำนวนมาก จึงมีความคิดอยากจะจัดกิจกรรมแบบนี้ที่อัมพวาบ้าง แต่ความคิดนี้ก็ยังไม่เกิดผลใดๆ พอปีที่ 2 แม่กลองได้มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้าอีกครั้งหนึ่ง โดยคุณอรพินธุ์ก็ไปดูงานอีกครั้ง แล้วก็รู้สึกเสียดายว่าเมื่อไหร่อัมพวาจะได้มีโอกาสจัดกิจกรรมแบบนี้บ้าง จนกระทั่งวันที่ 4 ตุลาคม 2545 มีสารจากจังหวัดสมุทรสงครามและกลุ่มกรรมการของชมรมร้านอาหารของแม่กลอง ได้มาคุยกับเทศบาลตำบลอัมพวาพร้อมกับสาธารณสุขอัมพวา และได้ชักชวนแม่ค้าในตลาดอัมพวาให้ไปร่วมพูดคุยด้วย ซึ่งในที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นว่าอยากให้แม่ค้าในอัมพวาอยู่เป็นกลุ่ม อยากให้มีการตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของแม่ค้า และเป็นการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับแม่ค้า เวลาที่ข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วยจึงได้ตั้งชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้นมา

หลังจากตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย คุณอรพินธุ์ ไชวติกประคัลภ ก็มีความคิดที่จะจัดงานแบบที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จึงได้ปรึกษากับร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็น สท. ของเทศบาลตำบลอัมพวาในขณะนั้น ซึ่งร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ก็เห็นด้วย จึงได้มีการจัดงานในชื่อว่า “มหกรรมอาหารริมเขื่อน” ในวันที่ 4 - 5 พฤษภาคม 2546 เวลา 15.00-21.00 น. บริเวณหน้าอำเภอ ปรากฏว่ามีคนมาร่วมงานจำนวนมาก ครั้งพอเสร็จงานทุกคนในอัมพวาพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าไม่เคยเห็นคนเยอะขนาดนี้มาเป็น 10 ปีแล้ว และเห็นว่าควรให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้ทุกปี แต่พอเสร็จงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนอัมพวาก็กลับมาเงิบเหงาเหมือนเดิม

กุมภาพันธ์ 2547 เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสูวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักมีความคิดที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้งมีความคิดเห็นที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับฟื้นคืนชีพอีกครั้ง

หลังจากที่มีแนวคิดที่จะพัฒนาตลาดน้ำขึ้นมาแล้ว แกนนำหลักได้มีการจัดประชุม และจัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังแนวคิดและความคิดเห็นจากหลายๆ ฝ่าย ตรงจุดนี้เองจึงเริ่มมีการรวมกลุ่มประกอบด้วย แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสูวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้ริเริ่ม และมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมด้วยกัน กล่าวคือ เนื่องจากชุมชนอัมพวามีรูปแบบการปกครองแบบองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งก็คือเทศบาล มีนายกเทศมนตรีเป็นแกนนำหลัก และมีกลุ่มแกนนำชุมชน คือ ประธานชุมชนทำหน้าที่ในการพัฒนา บริหารงานภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นในจุดเริ่มของการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จึงเป็นการรวมกลุ่มแบบกึ่งทางการและไม่ทางการ เนื่องจากมีสมาชิกทั้งกลุ่มแกนนำชุมชนซึ่งอยู่ในรูปแบบการปกครองของเทศบาล ร่วมกับชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่แกนนำหลักตั้งท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

หลังจากที่มีกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้ว แกนนำหลักได้เชิญทุกฝ่ายเข้าร่วมประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเกี่ยวกับการจัดทำตลาดน้ำ จึงคิดที่จะจัดตลาดน้ำโดยตัดยอดจากงานมหกรรมริมเขื่อนที่ได้จัดไปเมื่อปีที่ผ่านๆ มา ดังนั้นในปีนี้ (พ.ศ.2547) จึงได้เลื่อนการจัดงานมหกรรมริมเขื่อนที่เคยจัดในเดือนพฤษภาคม ให้ไปจัดวันที่ 10-14 สิงหาคม 2547 แทน โดยรูปแบบให้จัดตลาดน้ำให้เหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่เนื่องจากว่าอัมพวาในขณะนั้นไม่มีเรือแล้ว แกนนำหลักเลยให้กลุ่มแกนนำชุมชนไปหาเรือมา โดยในช่วงแรกให้มีแค่ 10 ลำก่อน เพราะแม่ค้าเองก็ไม่กล้าขาย เพราะให้ขายตอนเย็นขายไม่กี่ชั่วโมงก็มีหมดแล้ว ของที่ขายไม่ได้จะทำอย่างไร แกนนำหลักเลยใช้กลยุทธ์ คือ แจกแม่ค้าลำละ 300 บาทต่อวัน ส่วนของที่ขายได้แม่ค้าก็เอาเงินไป พอเริ่มงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนคนก็มาเป็นจำนวนมาก เดิมมาตั้งแต่หน้าอำเภอถึงริมน้ำ หลังจากการจัดงาน 4 วันเรียบริ่อย ประชาชนก็เริ่มรู้จักตลาดอัมพวาแล้ว จึงเป็นจุดเริ่มของการเปิดตลาดน้ำอัมพวา ณ วันที่ 11 สิงหาคม 2547 และแกนนำหลักก็เลยให้ทำตลาดน้ำโดยจัดเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ช่วงเย็นเท่านั้น เพื่อที่จะไม่ให้เหมือนตลาดน้ำแห่งอื่นๆ

## ระยะที่ 2 ระยะขยายเครือข่าย

ระยะนี้เริ่มตั้งแต่ประมาณ ปี พ.ศ. 2548 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ไม่ได้จำกัดอยู่ที่เฉพาะในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ขยายไปยังชุมชนอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง และได้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์และใช้ชื่อว่าชมรมโฮมสเตย์

หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2547 แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้เวลาประมาณ 6 เดือน ก็พบว่ามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นแกนนำหลักท่านจึงชักชวนให้กลุ่มแกนนำชุมชนและคนในชุมชนอื่นๆ ไปติดต่อขอจะทำอย่างไรเพื่อจะพัฒนาชุมชนตัวเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่หลักในการไปขยายเครือข่ายให้กว้างขวางมากขึ้น โดยจะทำอย่างไรเพื่อให้คนในชุมชนมาเข้าร่วมขายของ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ตรงจุดนี้เอง ตลาดน้ำอัมพวาจึงได้เริ่มขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน

ในช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของโฮมสเตย์ก็พบว่าขณะนั้นมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แกนนำหลักจึงมีแนวคิดที่จะให้คนในชุมชนที่อยากจะมีรายได้แต่พื้นที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวาให้เปิดโฮมสเตย์ขึ้น ทำให้คนในชุมชนที่สามารถจะปรับปรุงบ้านพักอาศัยให้เป็นโฮมสเตย์ได้ก็มีการปรับปรุง หรือบางกลุ่มก็สร้างโฮมสเตย์ขึ้นมาใหม่ โดยในระยะนี้มีการเปิดโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง แต่หลายๆ ที่ก็เจอกับปัญหา เพราะต่างก็ไม่เคยทำ โฮมสเตย์มาก่อน ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักก็มีความคิดว่าคนในชุมชนอัมพวาไม่เคยมีประสบการณ์การทำโฮมสเตย์มาก่อน แล้วแกนนำหลักท่านคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องเกิดที่แพแบบนี้นั้นขึ้นมาอีกมาก ท่านเลยเรียกผู้ประกอบการโฮมสเตย์มาร่วมปรึกษา และได้มีรวมกลุ่มและตั้งเป็นชมรม โฮมสเตย์ขึ้นมี ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นประธานชมรม

หลังจากนั้นประมาณปี พ.ศ. 2550 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีพระราชดำริให้สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา นำที่ดินที่คุณประยงค์ นาคะวะรังค์ ชาวอัมพวาได้น้อมเกล้าฯ ถวายมาดำเนินการพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอัมพวา โดยได้เข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนภายใต้ชื่อ “โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์” ด้วยเหตุ

นี้ทำให้มีการขยายพื้นที่ของตลาดน้ำต่อเนื่องเข้าไปในคลองอัมพวา นักท่องเที่ยวเริ่มเดินเข้าไปด้านในคลองอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการเครือข่ายตลาดน้ำอัมพวาไปยังชุมชนริมคลอง

### ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าหลังจากปี พ.ศ. 2551 เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปในชุมชนทุกชุมชน เห็นได้จากจำนวนกลุ่มสมาชิกที่ออกมาขายของในตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนมากขึ้นบนบกและในเรือจนแทบจะไม่มีที่ขาย หรือโฮมสเตย์ที่เปิดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนบางคนก็ออกไปทำงานนอกชุมชนก็กลับมาประกอบอาชีพในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

### ปัญหาการวิจัยข้อที่ 2 วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากเดิมที่เคยเงียบเหงาชาวบ้านให้กลับมามีความเจริญรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งนั้นมิใช่เรื่องง่าย ดังนั้นการที่แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจะสื่อสารเพื่อชักชวนหรือโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนออกมามีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง ดังนั้นในการวิจัยจึงมุ่งศึกษาในส่วนของการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาโดยผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยใน 2 ประเด็นคือ

1. วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่าย
2. ประเด็นในการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าในพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละระยะของพัฒนาการ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งตามพัฒนาการของเครือข่าย 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

## ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ในระยะที่ 1 นี้ คือ เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยแกนนำหลักท่านเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต้องอาศัยความร่วมมือของทุกคนในชุมชน ดังนั้นระยะนี้จึงเป็นการเชิญชวนคนในชุมชนทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่เทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นจะเห็นว่าการสื่อสารในระยะนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรวมกลุ่มเป็นหลัก

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารในระยะนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ และการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

### การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ มีทั้งการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น

#### 1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร คือ

- จดหมาย
- การประชุม
- การจัดกิจกรรม

#### 2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร

คือ

- การใช้โทรศัพท์
- การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

## การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสาร คือ

- เวทีสาธารณะ
- การจัดกิจกรรม

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

## ประเด็นการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ หรือการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน ประเด็นหลักที่ใช้ในการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายในระยะแรกมีความสำคัญมาก เพราะต้องทำให้คนในกลุ่มแกนนำและคนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญว่า “ทำไมต้องพัฒนาให้ตลาดน้ำเกิดขึ้น” โดยแกนนำหลักใช้ประเด็นเรื่อง “ธงของเมือง” เป็นหลัก เพื่อสื่อให้คนในชุมชนเห็นว่าสิ่งที่ท่านทำ “ทำเพื่อคนอัมพวา ทำเพื่อเมืองนี้ ไม่ใช่ทำเพื่อตัวท่านนายกฯ”

## ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ในระยะขยายเครือข่ายเป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ พยายามสื่อแนวคิดการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ขยายวงกว้างมากขึ้น นอกจากนั้นยังสนับสนุนให้กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยหาสมาชิกมาร่วมชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น หรือในส่วนของกลุ่มแกนนำชุมชนอื่นๆ ให้ไปต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวา ว่าชุมชนของตนเองจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบ

ได้บ้าง ดังนั้นในระยะขยายเครือข่ายกลุ่มแกนนำชุมชนจะมีบทบาทสำคัญที่จะไปเชิญชวนให้คนในชุมชนเข้ามาร่วมเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นวิธีการสื่อสารและประเด็นการสื่อสารในระยะนี้จึงมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

## วิธีการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายในระยะนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน และการสื่อสารระหว่างคนในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

### **การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ**

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารในกลุ่มแกนนำยังคงใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกเป็น

#### **1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร คือ**

- จดหมาย
- การประชุม

### **การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน**

ในระยะนี้จะเห็นได้ว่าการขยายเครือข่ายในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาออกไปอย่างกว้างขวาง มีคนในชุมชนออกมาร่วมขายของกันเพิ่มมากขึ้น และเปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงแสดงให้เห็นบทบาทของกลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในการใช้วิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายกับคนในชุมชนของตนเอง

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่าย การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนยังคงใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) คือ

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) มีลักษณะการสื่อสารคือ

- การประชุม
- การจัดกิจกรรม

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีลักษณะการสื่อสารคือ

- การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล
- การสร้างต้นแบบที่ดี

### การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น นอกจากการเชิญชวนหรือโน้มน้าวใจจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำแล้ว จากการวิจัยพบว่าคนในชุมชนต่างก็ได้มีการพูดคุย และชักชวนสนับสนุนให้เพื่อนบ้านได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพवादด้วย

### ประเด็นการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่ายได้ใช้ประเด็นการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อขยายเครือข่าย ดังนี้

1. **ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา** โดยสร้างความรู้สึกว่าตลาดน้ำแห่งนี้เป็นคนอัมพวาไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นการพัฒนาต้องเกิดจากคนทุกคนในชุมชนจึงจะเกิดผลสำเร็จ

2. **ศักยภาพของชุมชน** เนื่องจากคนในชุมชนบางกลุ่มมีความคิดว่าตลาดน้ำอัมพวาไม่สามารถพัฒนาได้ ดังนั้นอีกประเด็นที่สำคัญที่นำมาใช้ในการสื่อสารกับคนในชุมชนคือ ให้คนในชุมชนเห็นว่าอัมพวามีศักยภาพเพียงพอที่จะทำตลาดน้ำได้

3 **ความเจริญเติบโตของชุมชน** ประเด็นนี้ใช้เพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมาร่วมพัฒนาตลาดน้ำ คือ ทำให้ชุมชนอัมพวามีความเจริญเติบโตมากขึ้น

4. **ประโยชน์ที่ได้รับ** โดยการพูดถึงประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับจากการที่ได้เข้ามาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรายได้ การสร้างอาชีพ การพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

5. **ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน** ได้มีการใช้ประเด็นเรื่องความรู้สึกรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง นำมาใช้เพื่อเชิญชวนให้คนอัมพวา รู้สึกว่าตลาดน้ำอัมพวานี้เป็นของคนในชุมชนทุกคน ดังนั้นทุกคนจึงควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ประกอบกับการทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่าการขอความร่วมมือในทุกๆ เรื่องนั้นการที่ทุกคนเป็นคนอัมพวาเหมือนกันดังนั้นควรจะให้ความร่วมมือ ร่วมใจ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความเจริญต่อไป

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ทำให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายมากขึ้น ทั้งชายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งนอกจากชุมชนแล้วในส่วนของชมรมก็มีรูปแบบการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเช่นกัน จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการสื่อสารและประเด็นในการสื่อสารในภาพรวมของทุกชุมชน แต่ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าในส่วนของชมรมที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ทั้งชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ต่างก็มีวิธีการสื่อสารอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยขอนำเสนอการขยายเครือข่ายของทั้ง 2 ชมรม ดังนี้

#### การขยายเครือข่ายของชมรมหาบเร่แผงลอย

ในระยะขยายเครือข่ายนี้เป็นช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มติดแล้ว มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่อเนื่องจากพัฒนาการในช่วงแรกที่กล่าวว่าการพัฒนาชุมชนเริ่มเฉพาะในบริเวณ

ชุมชนตลาดอัมพวาและในคลองอัมพวาเท่านั้น ดังนั้นชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นชมรมฯ ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลแม่ค้าหาบเร่แผงลอยที่จะเข้ามาขายของบริเวณเทศบาลและบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาจึงมีการขยายเครือข่ายที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชนตลาดอัมพวาเช่นกัน

จากการวิจัยพบว่ามีสมาชิกมาสมัครเข้าชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าตลาดน้ำตรงนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ดังนั้นคนในชุมชนเกือบจะทุกชุมชนจึงมาสมัครเข้าชมรมฯ โดยมีต้องเชิญชวนเพราะถ้าแม่ค้าอยากจะมาขายของแล้วไม่มีบ้านหรือร้านค้าเป็นของตนเอง ต้องมาตั้งเป็นแผงลอยในบริเวณถนนในเขตเทศบาลจนถึงเชิงสะพานซึ่งสุดเขตของชุมชนตลาดอัมพวา ต้องเข้าเป็นสมาชิกของชมรมฯ ทุกคนมีเช่นนั้นจะไม่มีสิทธิ์ขายของ

นอกจากนั้นยังใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากโดยพูดเชิญชวนแม่ค้าที่ขายของอยู่ในชุมชนอื่นๆ ให้มาเข้าชมรมฯ เพื่อให้การค้ำขายในตลาดน้ำอัมพวามีมาตรฐานที่ดีขึ้น

### การรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์

ถึงแม้การรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์นั้นอยู่ในระยะที่ 2 ของพัฒนาการของเครือข่าย แต่เป็นระยะแรกของชมรมโฮมสเตย์ คือ ระยะรวมกลุ่ม ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยใน 2 ส่วนด้วยกันคือ 1. ระยะรวมกลุ่ม และ 2. ระยะขยายเครือข่าย

#### **ระยะรวมกลุ่ม**

จากการวิจัยพบว่าในช่วงของการรวมกลุ่มโฮมสเตย์นั้นใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) แบบเป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### **1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีการสื่อสาร คือ**

- จดหมาย
- การประชุม

ดังนั้นการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์จึงเป็นการไปชักชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ได้มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์เพิ่มอีกกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยใน

ส่วนของการขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์ และประเด็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

### **ช่วงขยายเครือข่าย**

ภายหลังจากที่ได้มีการตั้งชมรมโฮมสเตย์ขึ้นมาแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ชมรมฯ มีความมั่นคง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และเพื่อพัฒนามาตรฐานของการทำโฮมสเตย์ให้เหมือนกันในแต่ละที่ ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์จึงพยายามชักชวนกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ให้มารวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำของชมรมโฮมสเตย์กับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในช่วงขยายกลุ่มใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) โดยมีการสื่อสาร คือ จดหมาย เพื่อแจ้งให้ทราบว่ามีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และตั้งเป็นชมรมโฮมสเตย์ขึ้น และในจดหมายได้เขียนเชิญชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์อีกกลุ่มหนึ่ง

2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) โดยกลุ่มแกนนำ คือ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นประธานชมรมโฮมสเตย์ด้วยนั้น และกรรมการชมรมโฮมสเตย์ใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการพูดคุยชักชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ได้มาเข้าชมรมโฮมสเตย์ร่วมกัน

ในการขยายเครือข่ายนั้นนอกจากแกนนำหลักและกรรมการชมรมโฮมสเตย์เป็นผู้พูดชักชวนแล้ว จากการวิจัยยังพบว่ากลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ก็ได้ชักชวนกลุ่มสมาชิกที่ตนเองสนิทสนม หรือผู้ที่อยู่บ้านใกล้เคียงมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน

### **ประเด็นในการสื่อสารของกลุ่มโฮมสเตย์**

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มโฮมสเตย์นั้นมีวิธีการสื่อสารแยกจากชุมชนและชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งพบว่าประเด็นที่แกนนำหลักและกรรมการชมรมโฮมสเตย์ใช้ในการเชิญชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์มาเข้าร่วมชมรม คือ

1. **ได้รับความรู้ข่าวสารที่จำเป็นในการทำโฮมสเตย์** จะเห็นได้ว่ากลุ่มสมาชิกผู้เปิดโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นคนในชุมชนนั้นไม่มีประสบการณ์ในการทำโฮมสเตย์มาก่อน ดังนั้นประเด็นหลักที่ใช้ในการเชิญชวนคือ ประโยชน์ที่จะได้รับทั้งข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ ในเรื่องเอกสาร กฎระเบียบ อัตราค่าที่พัก ฯลฯ

2. **การส่งต่อนักท่องเที่ยว** อีกประเด็นหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสาร คือ กลุ่มสมาชิกผู้เปิดโฮมสเตย์ที่เข้าชมรมฯ โดยกรณีที่จำนวนห้องพักของสมาชิกเต็มก็จะใช้วิธีส่งนักท่องเที่ยวไปยังสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่ในชมรมที่ยังมีห้องว่างอยู่

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ สมาชิกของเครือข่ายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยพบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกนั้นทั้งในด้านการเข้ามาร่วมขายของ หรือการเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งในแต่ละอาชีพต่างก็มีชมรมที่ตั้งขึ้นมาทั้งชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งทั้ง 2 ชมรมต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน คือ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ แจ่มแจ้งข่าวสารที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ รวมทั้งให้มีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความมั่นคง สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มสมาชิกที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

### ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าในระยะที่ 3 เป็นช่วงที่เครือข่ายมีความเจริญเติบโต กลุ่มสมาชิกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยดูจากจำนวนแม่ค้าที่เข้ามาขายของในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จนแทบจะไม่มีที่ให้ขาย หรือจำนวนโฮมสเตย์ที่มีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารในระยะนี้จึงไม่ได้เน้นในเรื่องของการขยายเครือข่าย แต่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการในเครือข่ายเป็นหลัก

### วิธีการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ และการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

## **การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ**

พบว่าในระยะเจริญเติบโตนี้เป็นช่วงที่เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายเครือข่ายออกไปอย่างกว้างขวาง กลุ่มสมาชิกมีเพิ่มมากขึ้นแทบจะทุกครัวเรือน ดังนั้นจากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำน้อยลงเมื่อเทียบกับพัฒนาการช่วงระยะที่ 1 และระยะที่ 2 แต่ก็พบว่ามี การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) ในรูปแบบการสื่อสารแบบทางการ คือ

1. **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) โดยมีการสื่อสาร คือ การประชุม

## **การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน**

จากการวิจัยพบว่าในระยะเจริญเติบโตการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนยังคงมีลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ดังนี้

1. **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสารคือ การใช้จดหมาย
2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) จากการวิจัยพบว่ากลุ่มแกนนำมีการสื่อสารไปยังคนชุมชนโดยใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการพูดคุยเป็นหลัก

## **ประเด็นการสื่อสาร**

ในระยะนี้เครือข่ายขยายออกไปเป็นวงกว้าง ตลาดน้ำอัมพวามีความเจริญรุ่งเรืองมาก ดังนั้นประเด็นในการสื่อสารจึงไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องการขยายเครือข่าย แต่มุ่งเน้นไปที่การทำให้กลุ่ม

แกนนำและกลุ่มสมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการดูแลรักษาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความยั่งยืนต่อไป โดยประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารในขณะนี้ คือ

**1. การรักษาสิ่งแวดล้อม** เนื่องจากจำนวนสมาชิกที่ออกมาขายของ และเปิดโฮม สเตย์ เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับนักท่องเที่ยวต่างก็หลงใหลไปเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ทำให้ปริมาณขยะมีมากขึ้นจากเดิม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แม่น้ำลำคลอง ด้วยเหตุนี้ประเด็นหลักในการสื่อสารจึงพยายามให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยังคงมีสภาพดีอยู่

**2. คุณภาพของอาหารและราคา** จุดเด่นอย่างหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา คือ อาหารอร่อยและราคาถูก ซึ่งในระยะแรกๆ นั้นอาหารมีรสชาติอร่อยและราคาถูก แต่เมื่อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่างมีคนอยากเข้ามาจับจองพื้นที่ในการขายของ ทำให้สมาชิกบางคนที่เช่าบ้านอยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาต้องจ่ายค่าเช่าบ้านสูงขึ้น ส่งผลให้ต้องเพิ่มราคาสินค้าให้สูงขึ้นตามไปด้วย ตรงจุดนี้เองอาจทำให้ความประทับใจของนักท่องเที่ยวลดน้อยลงไปได้ อาจส่งผลกระทบต่อสมาชิกของเครือข่ายที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้นจะเห็นว่าประเด็นการสื่อสารอีกประเด็นที่ใช้สื่อสารในเครือข่าย คือ การคำนึงถึงคุณภาพและราคาของอาหารให้คงอยู่เหมือนเดิม

**3. กระบวนการจัดการความรู้** เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นผู้นำในการริเริ่มและพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มาตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2551) โดยตำแหน่งของแกนนำหลัก ท่านมาจากการเลือกตั้งโดยมีวาระ 4 ปี และผู้ดำรงตำแหน่งสามารถได้รับเลือกตั้ง 2 วาระติดกัน แล้วต้องเว้นวรรค 1 วาระ จึงจะกลับมาสมัครลงเลือกตั้งใหม่ได้ ปัจจุบันนี้ท่านดำรงตำแหน่งมาครบ 2 วาระ แล้วต้องเว้นวรรค ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่แกนนำหลักท่านพยายามสร้างให้กับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ไม่ใช่ออกมาขายของในตลาดน้ำเพียงอย่างเดียว แต่ท่านพยายามสร้างองค์ความรู้ในการจัดการตลาดน้ำอัมพวา ทำให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมองภาพของการจัดการ และพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา พัฒนาชุมชนต่อไปได้ด้วยความสามารถของสมาชิกเอง

## ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีบทบาทการทำงานในระดับพื้นที่ กล่าวคือ เป็นเครือข่ายการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนดังนี้

### 1. ทำให้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาสิ่งสำคัญอันดับหนึ่ง คือ แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ต้องทราบว่าขณะนี้ชุมชนมีปัญหาใดบ้าง ซึ่งปัญหาดังกล่าวต้องเป็นปัญหาที่สะท้อนมาจากความคิดเห็น หรือปัญหาที่สมาชิกกำลังเผชิญอยู่อย่างแท้จริง โดยเครือข่ายการสื่อสาร ทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย ซึ่งมีอยู่หลายกลุ่ม หลายอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก ได้มารวมกลุ่มกันเพื่อแสดงความคิดเห็น พูดคุย เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ โดยในช่วงนั้น เครือข่ายได้ใช้การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นจดหมาย การประชุม การจัดเวทีสาธารณะ เพื่อร่วมระดมความคิดเห็น ซึ่งทำให้แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำได้ทราบความคิดเห็นในขณะนั้นว่า ถ้าจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้ง คนในชุมชนมี 30 % ที่เชื่อ แต่ไม่รู้จะทำอย่างไร อีก 50 % เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งตรงจุดนี้นำไปสู่การวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา

### 2. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน

เครือข่ายการสื่อสารทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และจะเห็นได้ว่าการพัฒนาแต่ละครั้ง มีประเด็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาหลายเรื่อง ซึ่งหากชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ว่าปัญหาใดเร่งด่วนหรือมีความสำคัญ หรือมีเพียงแกนนำหลักเป็นผู้วิเคราะห์ อาจส่งผลให้ไม่ทราบถึงปัญหาเร่งด่วนที่สำคัญสำหรับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างแท้จริง ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจะทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายได้ร่วมกันใช้การสื่อสารช่วยกันวิเคราะห์ เสนอแนวความคิด เพื่อพิจารณาว่าปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไขตามลำดับก่อนหลัง หรือเป็นปัญหาที่

กระทบกับคนจำนวนมากคือปัญหาอะไร โดยพบว่าวิธีการสื่อสารที่ชุมชนใช้คือ การจัดประชุม และจัดเวทีประชาคมเพื่อให้สมาชิกทุกกลุ่มเป็นผู้จัดลำดับปัญหาและความต้องการ เพราะเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง

### 3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอีกด้าน คือ ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ เครือข่ายให้มาร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวา ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วงแรกแกนนำหลักใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานต่อการวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่แกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำอยากจะทำ ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้รู้วาระบนการคิดของกลุ่มสมาชิก

นอกจากนั้นจะเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จได้มิใช่เกิดจากแกนนำหลักเพียงคนเดียวเท่านั้น แต่เกิดจากทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารทำให้แต่ละกลุ่มมาร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ ทั้งการประชุมในกลุ่มแกนนำ การประชุมกับกลุ่มสมาชิก ที่จะทำให้ทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางในการพัฒนา ถ้าเป็นความคิดเห็นของบุคคลหลายฝ่ายจะทำให้สามารถวางทิศทางได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้สมาชิกทุกกลุ่มรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง

### 4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

จะเห็นได้ว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาได้ใช้การสื่อสารเพื่อดึงคนในชุมชนให้ออกมามีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการส่งจดหมายเพื่อเชิญประชุมและแจ้งข่าวสารการประชุม เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ร่วมกันวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น การพูดแบบปากต่อปาก หรือการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปหาแล้วชักชวนให้สมาชิกให้ออกมาร่วมกันขายของ



## 5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน

ในแต่ละช่วงของพัฒนาการของเครือข่าย เครือข่ายการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกได้นำข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น กรณีที่เกิดเบงค์ปลอมระบาด กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยก็ได้จัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับสมาชิกทุกคน และนอกจากนั้นสมาชิกเองก็ได้มีการพูดคุยกันเองด้วย

หรือกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำ ถ้าต่างฝ่ายต่างแก้ไขปัญหากันเองอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือแก้ไขปัญหาก็ไม่ตรงจุด แต่เครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามารับรู้ปัญหาร่วมกัน รับรู้ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้แต่ละฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกันเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญห และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาก็ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

## 6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจะประสบความสำเร็จนั้นการร่วมมือของสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเป็นเพียงจุดเริ่มต้น แต่อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ การได้รับการสนับสนุนจากนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในชุมชน ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตลาดน้ำอัมพวาและมีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยว โดยจะเห็นว่าแกนนำหลักท่านใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมีความรักในท้องถิ่น และให้สมาชิกทุกคนช่วยกันสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนของตนเอง

## 7. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และรวดเร็วแก่สมาชิกในเครือข่าย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากการพัฒนาจะประสบผลสำเร็จ แกนนำหลักและสมาชิกทุกคนต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน กล่าวคือ แกนนำหลักท่านเองก็จำเป็นต้องรู้ว่าชุมชนมีความต้องการอะไร และสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายก็จำเป็นต้องรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ถูกต้องตรงกัน จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย โดยจะเห็นได้ว่าก่อนเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

แกนนำหลักได้ใช้การประชุมกับกลุ่มแกนนำเพื่อร่วมปรึกษาและหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ และส่วนใหญ่การพูดคุยจะเน้นสื่อสารในที่ประชุมเพื่อให้ทุกคนรับรู้และเข้าใจให้ตรงกัน และจะไม่มีการไปพูดคุยนอกห้องประชุม เพราะอาจทำให้มีการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ นอกจากนี้กรณีที่กลุ่มสมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารไปแล้วเกิดความไม่เข้าใจ ก็จะทราบว่าสามารถติดต่อใครซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายตนเองได้

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

ด้วยเหตุนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเจริญรุ่งเรือง และทำเครือข่ายมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

## อภิปรายผลการวิจัย

### ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

□ จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดจากการรวมตัวกันของหน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และองค์กรเอกชน ได้แก่ 1. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา 2. เทศบาลตำบลอัมพวา 3. ชุมชนตลาดอัมพวา 4. ชุมชนวัดอัมพวัน 5. ชุมชนคลองอัมพวา 6. ชุมชนบางกะพ้อม 2 7. ชมรมหาบเร่ แผงลอย และ 8. ชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและสมาชิก และกลุ่มพันธมิตร โดยในแต่ละกลุ่มมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในลักษณะเป็นเครือข่าย สอดคล้องกับที่ ปารีชาติ สถาปิตานนท์

และชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ (2546) กล่าวว่า เครือข่าย หมายถึง การที่คนมาพบปะกัน มาชุมนุมกัน และทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกัน เพราะมีสิ่งที่ยึดโยงใจระหว่างสมาชิกเข้าด้วยกัน คือ สัมพันธภาพของสมาชิกในเครือข่าย โดยบุคคลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างกันบนพื้นฐานของความเท่าเทียมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านโอกาสในการสื่อสาร การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน

นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาตามหลักองค์ประกอบของเครือข่าย (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) พบว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีลักษณะความเป็นเครือข่ายครบในทูลองค์ประกอบ คือ

1 การรับรู้มุมมองร่วมกัน โดยสมาชิกในแต่ละกลุ่มที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต่างรับรู้และมีมุมมองร่วมกัน คือ ต้องการพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาเป็นที่รู้จักอีกครั้ง และทำให้เศรษฐกิจของอัมพวาดีขึ้นกว่าเดิม

2 การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน โดยแกนนำหลักจะตั้งวิสัยทัศน์ไว้อย่างชัดเจนว่า การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นท่านต้องการทำให้ “เศรษฐกิจของอัมพวาดีขึ้น” โดยจะเห็นได้ว่าในจุดเริ่มของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย แกนนำหลักท่านตั้งวิสัยทัศน์ไว้อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าในช่วงแรกสมาชิกทั้งหมดของเครือข่ายจะมีวิสัยทัศน์ที่แตกต่างกัน แต่เมื่อมีการรวมกลุ่มในช่วงระยะเวลาหนึ่งสมาชิกทุกคนต่างมีวิสัยทัศน์ร่วมกันอย่างชัดเจน

3 การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน การรวมตัวของเครือข่ายนั้นตั้งอยู่บนผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย คือ ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

4 การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายนั้นแตกต่างกัน ซึ่งหากพิจารณาจากการมีส่วนร่วมในเรื่องของการวางแผน กำหนดทิศทางการพัฒนา ทุกกลุ่มในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน แต่ถ้าพิจารณาการมีส่วนร่วมคือสมาชิกได้มาช่วยกันทั้งในเรื่องขายของ จะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกแต่ละชุมชนนั้นเข้ามามีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องด้วยพื้นที่ตั้งของชุมชนที่อยู่ใกล้อยู่ไกลจากตลาดน้ำอัมพวา แต่เมื่อตลาดน้ำพัฒนามากยิ่งขึ้น แต่ละชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน

5 การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน จะเห็นได้ว่าสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายต่างก็ได้มีการช่วยเหลือและสนับสนุน เสริมสร้างซึ่งกันและกัน ทั้งในเรื่องของความรู้ ความสามารถ หรือใช้

จุดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์ของแต่ละชุมชนที่มีความแตกต่างกัน เสริมสร้างให้เกิดผลทางด้าน การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

6 การพึ่งพิงกัน สมาชิกเครือข่ายแต่ละกลุ่มนั้นมีทั้งการพึ่งพิงกันทั้งในกลุ่มตนเอง และ พึ่งพิงกับกลุ่มอื่นๆ อย่างชัดเจน

7 การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน เนื่องจากเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมี สมาชิกในเครือข่ายทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยสมาชิกแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันในกลุ่ม และมีการ สื่อสารระหว่างกลุ่มจนเชื่อมโยงและโยงใยเป็นเครือข่ายการสื่อสาร

**□ บทบาทในการพัฒนาของแกนนำหลัก** จากการวิจัยพบว่า แกนนำหลัก ร้อยโท พิชโรดม อุนสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยเห็นว่าตลอดระยะเวลาของการพัฒนาตลาดน้ำนั้น แกนนำหลักมีบทบาทที่หลากหลาย โดยในช่วงแรกมีบทบาทเป็นผู้นำ เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายเพื่อกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ใน การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา นอกจากนั้นยังเป็นผู้นำทั้งในด้านของความคิดเห็น เป็นจุดศูนย์กลาง ทางด้านข้อมูลข่าวสาร และเป็นกำลังใจให้กับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกคนเพื่อให้การ พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาประสบผลสำเร็จ แต่ทว่าเมื่อตลาดน้ำอัมพวาเริ่มเป็นที่รู้จัก สมาชิกเริ่มที่จะ ดำเนินงานด้วยตัวเองได้ ท่านก็จะถอยออกมาเป็นเพียงที่ปรึกษาเท่านั้น เนื่องจากตำแหน่ง ของแกนนำหลักเป็นตำแหน่งที่มาจากการเลือกตั้ง โดยมีระยะเวลาการทำงาน 4 ปีต่อ 1 วาระ และดำรงตำแหน่งได้ 2 วาระติดต่อกัน แล้วต้องเว้นวรรค ดังนั้นท่านเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวานั้นส่วนหนึ่งต้องให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกสามารถเรียนรู้การพัฒนาได้ด้วยตนเอง ถึงแม้ว่าท่านไม่ได้ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีแล้ว กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกยังคงที่จะรักษา ความเป็นเครือข่ายและสามารถที่จะพัฒนาตลาดน้ำต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้ท่านจึงพยายามที่จะลด บทบาทของตนเองลงมา

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545 : 212) ที่ศึกษาเรื่อง เครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาลับประรด" พบว่า เมื่อเด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและการทำงาน ของ "ขบวนการตาลับประรด" มากขึ้น คุณ ฉัตรชัย เชื้อรามัญ ได้ลดบทบาทตนเองลงเป็นเพียงผู้ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ ประสานงานเท่านั้น การลดบทบาทของคุณฉัตรชัยลงนี้มีสาเหตุสำคัญมาจากแนวคิดและ อุดมการณ์ของคุณฉัตรชัยเองที่ต้องการให้คนรุ่นใหม่เข้ามาทำงานแทนตน ซึ่งลักษณะดังกล่าว

สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี พชรพิมานสกุล (2452 : 58) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาเครือข่าย การสื่อสารของกลุ่ม ชีวจิต พบว่าในระยะแรกของการต่อตั้งเครือข่าย ดร.สาทิส อินทรกำแหง จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักการและวิธีการปฏิบัติตามแนวคิดนี้ เมื่อกลุ่มต่างๆ มีความเข้าใจที่ชัดเจนด้านแนวทางการปฏิบัติ บทบาทของ ดร.สาทิส จะลดลงเพียงทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาเมื่อกลุ่มนี้มีปัญหา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ อภัยไพบุลย์สวัสดิ์ (2549 : 74) ที่ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่ม ผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอาสภาราม จ.นครราชสีมา พบว่า ในระยะแรก หลวงพ่อพระครูภาวนาวิสิฐ จะเป็นผู้คอยอบรมสั่งสอนการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานให้กับลูกศิษย์ที่มาปฏิบัติ แต่เมื่อมีผู้สนใจจำนวนมากจึงมีการคัดเลือกวิทยากร โดยหลังจากได้มีการคัดเลือกผู้มาช่วยอบรมผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานแล้ว หลวงพ่อพระครูภาวนาวิสิฐจึงลดบทบาทของตนเองลงไป เป็นผู้คอยให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางเท่านั้น

□ **ความหลากหลายของบทบาทในการพัฒนาของแกนนำหลัก** จะเห็นได้ว่าผู้นำที่จะพัฒนาชุมชนหรือสังคมนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาที่หลากหลายรวมกันจึงจะทำให้การพัฒนานั้นประสบผลสำเร็จ ซึ่งจะเห็นได้ว่าแกนนำหลักท่านมีบทบาทที่หลากหลายตลอดระยะเวลาที่ท่านได้พัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับที่ พนม ลิมอารีย์ (2522) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของผู้นำ ได้แก่ ผู้นำในฐานะบริหาร ผู้นำในฐานะผู้วางแผน ผู้นำในฐานะผู้วางนโยบาย ผู้นำในฐานะตัวแทนของกลุ่มเพื่อติดต่อกับภายนอก ผู้นำในฐานะผู้ควบคุมความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ผู้นำในฐานะผู้ตัดสินประนีประนอม ผู้นำในฐานะผู้ให้คำปรึกษา กล่าวคือ

1. การเป็นผู้นำ ซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญที่สุดของผู้บริหาร เนื่องจากการจะโน้มน้าว และจูงใจคนในชุมชนซึ่งมีความหลากหลายให้มาร่วมมือและประสานงานเพื่อให้งานอื่นๆ ที่ต้องดำเนินการตลอดระยะเวลาของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ให้ดำเนินไปได้ด้วยดีนั้นเป็นงานที่ต้องใช้ภาวะความเป็นผู้นำสูง

2. กำหนดกลยุทธ์ เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาซึ่งตายไปแล้วให้กลับมาเจริญรุ่งเรืองอีกนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์อย่างชัดเจน ซึ่งแกนนำหลักท่านได้ใช้ประสบการณ์และทักษะของผู้นำในการเก็บข้อมูล ทั้งจากความคิดเห็นของคนในชุมชน และจากที่ได้ไปศึกษาตลาดที่อื่นๆ มารวบรวมและกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดน้ำ จนกระทั่งทำให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมามีความเจริญรุ่งเรืองได้อีกครั้งหนึ่ง

3. นักประชาสัมพันธ์ เป็นอีกหนึ่งบทบาทของแกนนำหลักที่มีส่วนช่วยให้ตลาดน้ำอัมพวาได้รับการพูดถึงและบอกต่อจนกลายเป็นกระแสที่เกิดขึ้นในสังคม เนื่องจากแกนนำหลักท่านทำงานทางด้านสื่อสารมวลชนมาก่อน ดังนั้นท่านจึงมีเครือข่ายด้านสื่อที่จะเป็นกระบอกเสียงช่วยทำให้ชื่อตลาดน้ำอัมพวาได้รับการพูดถึง บวกกับแกนนำหลักท่านอยู่ในชุมชนอัมพวามาตั้งแต่ยังเด็ก ดังนั้นจึงทราบว่าจะสามารถดึงประเด็นและจุดเด่นด้านใดของตลาดน้ำอัมพวานำไปเสนอสู่สายตาของคนภายนอก ซึ่งตรงจุดนี้เป็นบทบาทที่สำคัญที่ผู้นำจะนำมาใช้เพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นที่รู้จักและได้รับการพูดถึง

4. ให้กำลังใจ ตลอดระยะเวลาของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งหากมองย้อนกลับไปจะพบว่า ทั้งกลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และพันธมิตร ได้ลุกขึ้นมาช่วยกันต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มากมาย เวลามีปัญหา หรือรู้สึกท้อถอย แกนนำหลักท่านจะไม่เคยทอดทิ้ง แต่จะเป็นผู้ที่ให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือทุกอย่าง ซึ่งเป็นจุดหนึ่งที่เป็นแรงผลักดันให้ทุกคนสู้ และพยายามจนกระทั่งประสบผลสำเร็จ

5. โน้มน้าวใจ จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นแล้วว่า การที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมิใช่เกิดจากใครคนใดคนหนึ่ง แต่ต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของทุกคน ดังนั้นบทบาทที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของแกนนำหลัก คือ จะโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายได้อย่างไร ซึ่งพบว่าแกนนำหลักท่านได้ใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยเดินไปพูดคุย เชิญชวนที่บ้านโดยตรงทำให้ได้เห็นปฏิริยาตอบกลับ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าส่วนหนึ่งคือคนในชุมชนรักท่าน เมื่อท่านเป็นผู้เดินไปขอร้องและเชิญชวนด้วยตนเอง คนส่วนใหญ่จึงเห็นว่าเมื่อท่านเองยังสู้เต็มที่ ดังนั้นทุกคนก็ควรลุกขึ้นมาสู้เช่นเดียวกัน

6. แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่าเมื่อมีความขัดแย้งต่างๆ เกิดขึ้นแล้วในชุมชนไม่สามารถตัดสินใจหรือแก้ปัญหาได้แกนนำหลักจะเป็นผู้เข้าไปแก้ไขปัญหาให้

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับที่ ทิศนา แคมมณี (2545) ได้จำแนกบทบาทของผู้นำในการทำงานเป็นกลุ่มไว้ว่า สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ บทบาทเกี่ยวกับการทำงาน และบทบาทเกี่ยวกับการดำรงไว้ คือ บทบาทของผู้นำในการช่วยให้กลุ่มมีกำลังใจ มีความพึงพอใจที่จะทำงานร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียว ได้แก่ การสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นเป็นมิตรให้เกิดขึ้นในกลุ่ม และขจัดหรือลดความขัดแย้งต่างๆ ในกลุ่ม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณสิริ จิตรรัตน์ (2544 : 61) ที่ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี พบว่า นายสมชาย คุณปลื้ม ในฐานะผู้นำเครือข่ายมีบทบาทในด้าน คือ 1. การให้ความช่วยเหลือ

สมาชิก 2. การใกล้ชิดความขัดแย้งและข้อพิพาทระหว่างสมาชิก 3. การจัดสรรปันส่วนงบประมาณในพื้นที่ต่างๆ และ 4. การกลั่นกรองผู้สมัครรับเลือกตั้งใน จ. ชลบุรี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545 : 111) ที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำ ตลิ่งชัน พบว่า แกนนำริเริ่มที่มีลักษณะเฉพาะที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีอยู่ 3 ประการ คือ มีการติดต่อกับสังคมภายนอกสูง เป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก และมีภาพลักษณ์ที่ดี

□ อีกประเด็นหนึ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นก็คือ การที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จนั้นนอกจากบทบาทของผู้นำซึ่งมีส่วนสำคัญแล้ว อีกประเด็นหนึ่งซึ่งมีความสำคัญเช่นเดียวกัน คือ **ลักษณะของผู้นำ** ซึ่งมีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่น และทำให้คนในชุมชนพร้อมที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายและมีส่วนร่วมในการพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้นำที่สมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ให้ความรัก ความเคารพ ความเชื่อถือ และมีความเชื่อใจ เนื่องจากตลอดระยะเวลาของการพัฒนาแกนนำหลักท่านได้ประกาศอย่างชัดเจนว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาท่านไม่ได้ทำเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง แต่คำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก ดังนั้นตรงจุดนี้เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้สมาชิกมีความกล้า และมีกำลังใจที่จะออกมาช่วยกันพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับที่กรมพัฒนาชุมชนได้สรุปให้เห็นถึงลักษณะของผู้นำชุมชนที่ดี (กองฝึกอบรม กรมพัฒนาชุมชน, 2512) คือ เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตัวประชาชน และมีความต้องการที่จะให้ประชาชนได้ปรับปรุงตนเอง รักการทำงานร่วมกับประชาชน เป็นผู้ที่ทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี เป็นผู้ที่ประชาชนยกย่องนับถือ เป็นผู้ที่มีความตั้งใจจะทำงานเพื่อส่วนรวม เป็นผู้ที่เชื่อถือได้ และเป็นมิตรที่ดีของคนทุกชั้น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Bettinghaus (1980 อ้างถึงใน วรวรรณ อารีประชาภิรมย์, 2547: 116) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสารในด้านของความน่าไว้วางใจ คือ ลักษณะของความจริงใจ ไม่เห็นแก่ตัว เป็นมิตร มีผลต่อการยอมรับข้อเสนอและข้อคิดเห็นของผู้สื่อสาร

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิเสน (2543 : 89) ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากระพงขาว อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี พบว่าลักษณะของนายมานพ เบ็ญจวรรณ ประธานชมรมผู้เลี้ยงปลากระพงขาว เป็นผู้ที่เข้าใจในสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของผู้เลี้ยงปลากระพงขาวและชุมชนยะหริ่งเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และตั้งใจในการทำงานให้ความช่วยเหลือแก่ทุกคน เป็นที่ยอมรับนับถือจาก

สมาชิกชมรม ประกอบกับนายมานพได้รับคัดเลือกให้เป็นเกษตรกรดีเด่น ยิ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและการยึดมั่นในตัวบุคคลของสมาชิกชมรมว่าผู้นำสามารถช่วยเหลือสมาชิกในเรื่องการเลี้ยงปลากะพงขาวให้ดีขึ้น และทำให้ครอบครัวมีความสุขมากขึ้น

ในส่วนของความน่าเชื่อถือของผู้หน้านั้นพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544 : 141) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมร่วมกับประชาคมทับเที่ยงส่วนหนึ่งเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวกับกลุ่มแกนนำมาก่อน เมื่อได้รับการชักชวนให้เข้าร่วมก็มีความเชื่อถือในตัวบุคคลเหล่านั้นจึงตัดสินใจเข้าร่วม นอกจากนั้นแล้ว Middlebrook (1974) (อ้างถึงใน เกติณี จุฑาวิจิตร, 2440) กล่าวไว้ว่า ถ้าผู้รับสารมีความรู้สึกที่ผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trustworthy) มีความสามารถ (Competent) และมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น

□ **ตำแหน่งหน้าที่มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาชุมชน** ผู้วิจัยสังเกตว่าชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวาเริ่มจัดงาน “มหกรรมอาหารริมเขื่อน” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ซึ่งน่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างจริงจัง แต่ทว่าเมื่องานจบลงตลาดอัมพวาก็กลับมาเงียบเหงาเช่นเดิม สืบเนื่องจากในขณะนั้นไม่มีแกนนำหลักที่จะขับเคลื่อนให้งานมหกรรมอาหารริมเขื่อนพัฒนาต่อไปเป็นตลาดน้ำอัมพวาได้ เนื่องจาก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นแกนนำหลักในการพัฒนาตลาดน้ำในเวลาต่อมา ในขณะนั้น (พ.ศ. 2546) ดำรงตำแหน่งเป็น สท. ของเทศบาลอัมพวา จึงไม่มีพลังในการขับเคลื่อนเท่าใดนัก แต่เมื่อกุมภาพันธ์ 2547 เป็นช่วงที่ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา จึงเริ่มความคิดที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้ง ซึ่งโดยตำแหน่งของแกนนำหลักที่ต้องทำหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน ทำให้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นโยบายการพัฒนาตลาดน้ำได้รับแรงผลักดันและสนับสนุน สอดคล้องกับที่วีระศักดิ์ เครือเทพ (2550 อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว , 2551 : 264) กล่าวไว้ว่า ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Mayor / City administration) เป็นผู้นำที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาสาธารณสุขที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น

## พัฒนาการของเครือข่าย

จากผลการวิจัยพบว่าพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ได้เป็น 3 ระยะ คือ ระยะตระหนักถึงปัญหาและเกิดการรวมกลุ่ม ระยะขยายเครือข่าย และระยะเจริญรุ่งเรือง กล่าวคือ

### ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและเกิดการรวมกลุ่ม

□ ผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีจุดกำเนิดเพียงคนเดียว คือ แกนนนำหลัก ร้อยโท พิชโรดม อุณัฐวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ครั้งเมื่อได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีของเทศบาลตำบลอัมพวา เมื่อปี พ.ศ. 2547 แกนนนำหลักท่านมีนโยบายที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้งโดยการพัฒนา “ตลาดน้ำอัมพวา” และหลังจากนั้นท่านได้เชิญบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประชุมเพื่อปรึกษาหารือไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำ ชมรมหาบเร่แผงลอย และเปิดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวงจรชีวิตของเครือข่าย (อ้างถึงใน ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์, 2545) ที่กล่าวว่าในระยะก่อตัว ช่วงนี้เป็นระยะเริ่มต้นของเครือข่าย เริ่มจากการมีแกนนำเป็นผู้ริเริ่มเครือข่าย ซึ่งแกนนำอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคล แกนนนำเหล่านี้จะกำหนดประเด็นที่ตนเองสนใจและต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมจัดการและเป็นผู้จุดประกายให้บุคคลอื่นๆ เริ่มรับรู้ในปัญหาร่วมกัน จนเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องรวมตัวกันเป็นเครือข่าย

สอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า จุดกำเนิดในการรวมตัวของ “ขบวนการตาสับปะรด” เกิดจากคนเพียงคนเดียว คือ คุณฉัตรชัย เชื้อรามัญ เป็นผู้ที่มิ่ววัตถุประสงค์ในการทำงานเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหริสุดา ปันทวนันท์ (2544 : 86) เรื่องการสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์เมาไม่ขับ ที่พบว่าโครงการ “เมาไม่ขับ” เกิดขึ้นจากความคิดริเริ่มของสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข โดยมี นพ. แท้จริง ศิริพานิช เป็นแกนนำผู้ริเริ่มเพียงคนเดียว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิสเสน (2543 : 79) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า การเริ่มเข้ามารวมเป็นกลุ่มของผู้เลี้ยงปลากระพงขาวในระยะแรก มีนายมานพ เบ็ญจวรรณ เป็นผู้นำในการประสานพูดคุยกับผู้เลี้ยงปลาให้มารวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจารุณี

พัชรพิमानสกุล (2542 : 112) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าดร.สาทิส อินทรกำแหง เป็นแกนหลักของเครือข่ายชีวิต เนื่องจากเป็นผู้จุดประกายแนวคิดนี้ขึ้นในสังคม

ซึ่งจะแตกต่างจากงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544:167) เรื่อง(อ้างถึงแล้ว) ที่กล่าวว่าแกนนำในประชาคมทับเที่ยงประกอบด้วย กลุ่มข้าราชการท้องถิ่น กลุ่มนักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มเด็ก กลุ่มอาชีพอิสระ กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มชุมชนเทศบาลนครตรัง ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างในจุดกำเนิดของเครือข่ายที่เริ่มมาจากคนหลายคน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ที่เป็นผู้ริเริ่มในเครือข่ายนั้นสามารถเป็นได้ทั้งบุคคลเพียงคนเดียวหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันไปตามแนวคิดหรือลักษณะของเครือข่าย

□ การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดจากแนวคิดการพัฒนาตลาดน้ำโดยแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศบาลตำบลอัมพวา ต้องการพัฒนาให้อัมพวามีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ประกอบกับคนในชุมชนเขตเทศบาลอัมพวาขณะนั้นเผชิญกับภาวะปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ เมืองเจ็บบเหงา แม่ค้าแทบจะขายของไม่ได้ ตรงจุดนี้เองทำให้คนในชุมชนต้องการให้ชุมชนอัมพวากลับมามีความเจริญ มีเศรษฐกิจที่ดี จึงรวมกลุ่มกัน โดยประกอบด้วยแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำจากเทศบาล ชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชน ที่ต่างทุ่มเทแรงกายแรงใจที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากที่เคยเป็นตลาดที่แทบจะตายไปแล้วให้พลิกฟื้นกลับมาอีกครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดการรวมกลุ่มของประชาสังคม (Civil Society) ที่ นพ.ชูชัย ศุภวงศ์ (2541) กล่าวถึงการรวมตัวกันเป็นประชาสังคมไว้ว่า “เกิดจากการที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤติการณ์หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลบซับซ้อนยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งจะไปสู่การก่อจิตสำนึก (Civic Consciousness) ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร (Civic Group) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ด้วยความรัก ความสามัคคี ความเอื้ออาทรกัน ภายใต้ระบบการจัดการเชื่อมโยงเครือข่าย (Civic Network) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Scott Peck (อ้างถึงใน จารุณีพัชรพิमानสกุล , 2542 : 123) ที่กล่าวว่าชุมชนส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นจากวิกฤติการณ์ เป็นการรวมตัวกันของบุคคลเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการเสริมสร้างกลุ่มของ ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543) ที่ได้นำเสนอว่าสถานการณ์ทำให้คน

รวมกันเพื่อความอยู่รอด เพื่อผลประโยชน์ จะเห็นได้ว่าแนวคิดการรวมกลุ่มมีจุดเริ่มจากการเผชิญปัญหาาร่วมกันก่อน แล้วจึงเกิดจิตสำนึกร่วม และเกิดการรวมตัวในที่สุด ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับการรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า การรวมตัวในระยะเริ่มแรกของ “ขบวนการตาสับปะรด” เกิดจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การเผชิญปัญหาาร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกัน และการมีจิตสำนึกร่วมกัน แล้วจึงทำให้เกิดการรวมตัว โดยในที่นี้จะเริ่มจากการที่กลุ่มเด็กและเยาวชนเผชิญปัญหาาร่วมกันในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม และคุณภาพชีวิตที่เลวร้าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544 : 168) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า การก่อตัวในระยะแรกของประชาคมทับเที่ยง เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเอง ที่มองเห็นปัญหาและความเปลี่ยนแปลงทางลบที่เกิดขึ้นกับเมืองและวิถีชีวิตของผู้คน และต้องการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหา และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิดา คอยระงับ (2543 :60) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่วัฒนธรรมระบบเงินตราชุมชน “เบี้ยกุดชุม” ในอำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ที่พบว่า การรวมตัวของชาวบ้านกุดชุม เกิดจากความต้องการของชาวบ้านที่จะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองของชาวบ้าน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเผชิญปัญหาาร่วมกันของชาวบ้านเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมตัวดังกล่าว

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์ (2545 : 128) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารและเครือข่ายของกลุ่มเพื่อน "อ" พบว่าสาเหตุของการก่อตัวของกลุ่มเพื่อน อ. มาสาเหตุใหญ่จากความคับแค้นใจ และภาวะความกดดันที่ผู้ติดเชื้อเอดส์ต้องเผชิญกับสังคมรอบด้าน รวมทั้งความไม่เท่าเทียมกันทางสังคมระหว่างผู้ติดเชื้อและไม่ติดเชื้อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้ติดเชื้อและครอบครัว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ นับได้ว่าสภาวะดังกล่าวเป็นตัวบีบบังคับให้ผู้ติดเชื้อเอดส์ต้องออกมารวมกลุ่มกันเพื่อเรียกร้องสิทธิต่างๆ เพื่อตนเองและเพื่อกลุ่มของตนเองในภาพรวม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ อู่ยไพบูลย์สวัสดิ์ (2549 :103) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า กลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เกิดจากรวมตัวกันของบุคคลซึ่งส่วนมากมีปัญหาด้านร่างกายและจิตใจ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการรวมกลุ่มส่วนใหญ่เกิดจากการที่บุคคลเผชิญสภาวะปัญหาเดียวกัน ดังนั้นจึงได้มารวมกันเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

□ ลักษณะการรวมกลุ่มของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในช่วงแรกนั้นพบว่ามีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป และมีสมาชิกจำนวนน้อย โดยเริ่มจากแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และกลุ่มสมาชิกที่คิดว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถที่จะพัฒนาได้เท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิด วงจรชีวิตของเครือข่าย (อ้างถึงใน ประภาพรณ สุปรียาภรณ์, 2545) ที่กล่าวว่าในระยะก่อตัว ช่วงนี้เป็นระยะเริ่มต้นของเครือข่าย เริ่มจากการมีแกนนำเป็นผู้ริเริ่มเครือข่าย แต่สมาชิกยังมีจำนวนน้อย และจำกัดเฉพาะคนเพียงบางกลุ่มหรือบางพื้นที่เท่านั้น อีกทั้งบุคคลภายนอกเครือข่ายส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักเครือข่ายเพราะข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายยังไม่เผยแพร่ออกไปในวงกว้าง จึงเป็นที่รู้จักเพียงในวงแคบเฉพาะกลุ่มเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของรณชาติ บุตรแสนคม (2545 : 202) (อ้างถึงแล้ว) กล่าวว่าลักษณะการก่อตัวของเครือข่าย “ขบวนการตาสับปะรด” ที่มีลักษณะการก่อตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป กล่าวคือ เป็นการขยายตัวโดยอาศัยเพียงกิจกรรมค่ายเยาวชน การใช้จดหมายในการติดต่อสื่อสาร และการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของจากรุณี พัทธพิมานสกุล (2542 : 125) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิตมีการพัฒนาค่อนข้างช้าในระยะเริ่มแรก มีเพียงการรับรู้ของบุคคลกลุ่มเล็กในสังคมเท่านั้น เนื่องจากลักษณะกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นกิจกรรมเชิงรับ โดยไม่ได้พยายามที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง แต่อาศัยช่องทางหลักคือการบอกปากต่อปาก ทำให้การขยายตัวในระยะเริ่มแรกเป็นไปอย่างช้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ อภัยไพบูลย์สวัสดิ์ (2549 : 104) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าเครือข่ายการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอสาภาราม จ.นครราชสีมา มีพัฒนาการค่อนข้างช้าในระยะแรก เพียงการรับรู้ของบุคคลกลุ่มเล็กๆ ที่ให้ความสนใจในการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เนื่องจากเน้นการจัดอบรมในเชิงรับ ไม่ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากนัก แต่อาศัยช่องทางหลักคือ การบอกกล่าวปากต่อปาก ทำให้การขยายตัวของเครือข่ายในระยะแรกเป็นไปอย่างช้าๆ แต่เมื่อแนวคิดวิปัสสนากรรมฐานมีการเผยแพร่โดยใช้สื่อต่างๆ เข้ามาประกอบด้วย จึงทำให้แนวคิดนี้เผยแพร่อย่างรวดเร็ว

□ ในระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม ภายหลังจากที่ได้มีการรวมกลุ่มเครือข่าย เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าการพัฒนาตลาดน้ำที่ตายไปแล้วให้กลับคืนมาอีกครั้ง ทางเครือข่ายฯ ได้ใช้กลยุทธ์แบบ “ตลาดแบบจัดตั้ง” โดยการสร้างบรรยากาศของตลาดน้ำ ในแบบอดีตให้กลับคืนมาอีกครั้ง ต่างกันตรงที่ในอดีตตลาดน้ำเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน แต่ในปัจจุบันเป็นตลาดน้ำที่เน้นขายสินค้าทั้งอาหารคาวหวาน และสินค้าในชุมชน โดยเครือข่ายฯ ได้เชิญชวนแม่ค้าให้ออกมาขายของทั้งบนบกและในเรือ นอกจากนั้นยังมีการจ้างแม่ค้าให้มาพายเรือขายในคลองด้วย

## ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

□ จากการวิจัยพบว่าระยะนี้การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ได้จำกัดอยู่ที่เฉพาะในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ขยายไปยังชุมชนอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เนื่องจากเมื่อเวลาผ่านไปประมาณ 6 เดือน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง คนในชุมชนเริ่มเห็นแล้วว่าตลาดน้ำแห่งนี้สามารถพัฒนาขึ้นมาได้ ดังนั้นคนในชุมชนจึงเข้ามาร่วมในเครือข่ายเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกมาขายของทั้งบนบกและในเรือ อีกทั้งบางส่วนได้พัฒนาบ้านตนเองให้เป็นโฮมสเตย์ จนได้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการบ้านพักโฮมสเตย์ และใช้ชื่อว่าชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิด วงจรชีวิตของเครือข่าย (อังกา ใน ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์, 2545) ที่กล่าวไว้ว่า ระยะขยายตัว เครือข่ายเริ่มมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้จูงใจให้ผู้ที่สนใจจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เครือข่ายเริ่มเกิดการขยายตัวในเชิงปริมาณ และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนส่งผลทำให้เครือข่ายดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง สมาชิกรู้สึกว่าคุณเองได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมเครือข่าย ได้ผลประโยชน์โดยตรงที่เป็นรูปธรรมทำให้สมาชิกเริ่มเกิดการเชื่อมโยงตัวเข้ากับเครือข่าย

## ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

□ จากการวิจัยพบว่าหลังจากปี พ.ศ. 2551 เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปในชุมชนทุกชุมชน เห็นได้จากจำนวนสมาชิกในเครือข่ายที่ออกมาขายของในตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนมากทั้งบนบกและในเรือ จนแทบจะไม่มีที่ขายหรือบ้านพักโฮมสเตย์ที่เปิดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนบางคนก็ออกไปทำงานนอกชุมชนก็

กลับมาประกอบอาชีพในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิด วงจรชีวิตของ เครือข่าย (อ้างใน ประภาพรณ สุปรียาภรณ์, 2545) ที่กล่าวไว้ว่า ระยะรุ่งเรือง ระยะนี้อาจแบ่ง ได้เป็น 3 ช่วงย่อยๆ ได้แก่ ระยะรุ่งเรืองช่วงต้น ระยะรุ่งเรืองช่วงเสถียร และระยะรุ่งเรืองช่วง ถดถอย โดยระยะเวลาในแต่ละช่วงจะมากขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการ เครือข่าย บางเครือข่ายอาจอยู่ในระยะรุ่งเรืองช่วงต้นยาวนานหลายปี ในขณะที่บาง เครือข่ายอาจอยู่ในช่วงนี้เพียงไม่กี่ปีแล้วเข้าสู่ระยะถดถอยอย่างรวดเร็วก็ได้ และยังคงสอดคล้องกับ วินิจ เกตุขำ (2522) ที่กล่าวว่าพัฒนาการในระยะสุดท้ายว่าเป็นระยะปฏิบัติการ คือ ระยะที่ สมาชิกร่วมมือประสานกันเป็นอย่างดี สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายของกลุ่ม เรียกว่าเป็น ระยะที่มีผลงานและยึดกลุ่มเป็นศูนย์กลาง

## ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อ พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าการรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากแนวคิด ของแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ประกอบ กับสภาพเศรษฐกิจของอัมพวาในขณะนั้นที่แยลง จึงนำมาสู่การรวมกลุ่มเพื่อจะพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาที่ตายไปแล้วให้กลับมีความเจริญรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งพัฒนาของเครือข่ายนั้นมี 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย และ ระยะที่ 3 เจริญเติบโต ซึ่งในแต่ละระยะก็มีการใช้วิธีการสื่อสารและจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน โดยการ อภิปรายผลการวิจัยจะแยกเป็น 2 ประเด็นคือ รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและเครือข่าย และ การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารโดยมีรายละเอียด ดังนี้

### รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่าย

□ ในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและการรวมกลุ่ม ในช่วงแรกนั้นแกนนำหลักเน้นการ พุดคุยและระดมความคิดของคนในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาใน ช่วงแรก กระแสความสนใจของคนในชุมชนมีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และกลุ่มที่นิ่งเฉย ดังนั้นแกนนำหลักจึงเน้นการสื่อสารโดยการพูดคุยเพื่อที่จะรับฟังความคิดเห็น ของคนในชุมชน โดยใช้วิธีการสื่อสาร คือ การจัดเวทีสาธารณะ และการประชุม ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ รจิตร์ เข้มศักดิ์สิทธิ์ (2544 :165) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารและการสร้าง

ประชาคมหมู่บ้านปลอดยาเสพติดในพื้นที่ทุ่งครุ พบว่า มีการจัดเวทีระดมสมอง เป็นการประชุมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน โดยใช้ 3 ช่วงของการจัดตั้งเป็นประชาคมปลอดยาเสพติด คือ ตั้งแต่ช่วงการหาแนวร่วมในการทำงานและแก้ไขปัญหายาเสพติด ไปจนถึงช่วงของการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน

□ จุดเด่นของการสื่อสารที่นำมาใช้ในการสร้างและขยายเครือข่าย คือ ใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลเป็นหลัก เนื่องจากพื้นที่ของชุมชนเขตเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นชุมชนที่มีขนาดเล็ก บ้านเรือนอยู่ชิดติดกันเป็นเรือนแถว ทุกคนภายในชุมชนเดินไปมาหาสู่กันได้สะดวก คนในชุมชนรู้จัก และคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ดังนั้นแกนนำหลักจึงใช้วิธีเดินไปพูดคุยกับคนในชุมชนด้วยตนเองโดยตรง เพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่าย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถทำให้เกิดความเข้าใจ โน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดีและยังช่วยลดขั้นตอนในการสื่อสารให้สั้นลง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด สื่อบุคคล (อ้างถึงใน วัชรภา บุรีศรี, 2551 : 212) ซึ่งหมายถึง ตัวบุคคลผู้นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งในลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการติดต่อสื่อสารจะเป็นลักษณะตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป โดยจะเห็นว่าลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล Rosengren (2000 อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว, 2551:33) สามารถเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่างกันและกันได้ทันที เนื่องจากกระบวนการสื่อสารนี้เป็นไปในรูปแบบของการเห็นหน้าเห็นตากัน และสลับบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นระยะๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ผ่านสื่อบุคคลซึ่งได้เห็นหน้าเห็นตากันนี้ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิด และพึ่งพาอาศัยกันระหว่างปัจเจกบุคคล ก่อให้เกิดความรู้สึก “ไว้วางใจ” จึงกล่าวได้ว่า “สื่อบุคคล” เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างๆ จากสื่ออื่นๆ ตรงที่เป็น “สื่อที่เกิดขึ้นบนปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้ากัน”

นอกจากนั้น หากพิจารณาจากลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล (อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ , 2549 : 216-221 อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว, 2551:34) กล่าวว่า ปัจจุบันการใช้สื่อ โดยเฉพาะสื่อบุคคลสะท้อนให้เห็นว่าภาครัฐเริ่มให้ความสำคัญในการใช้สื่อบุคคลเพื่อการพัฒนามากขึ้น ประสิทธิภาพของสื่อบุคคลในการพัฒนาชุมชน และส่วนใหญ่วิธีแบบการสื่อสารที่ใช้จะ

เป็นลักษณะการขอความร่วมมือ การปรึกษาหารือ และเป็นสื่อที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ เนื่องจากเป็นสื่อที่ใกล้ชิดติดชุมชนมากที่สุด ดังนั้นสื่อบุคคลจึงมากไปด้วยพลังการพัฒนา

และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เสถียร เขยประทับ (2528:18 อ้างถึงใน วัชรานันท์, 2551 : 212) ที่กล่าวถึงช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลไว้ว่า คือ ช่องทางที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ช่องทางแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย สอดคล้องกับที่ Roger and Meynen (1969 : 234) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับความคิดใหม่ เช่นเดียวกับที่ Lazarsfeld and Menzel (1968 : 97) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคยซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดได้ง่ายขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545 :200) (อ้างถึงแล้ว) พบว่าการใช้การสื่อสารระดับบุคคลแบบบุคคลต่อบุคคลของ “ขบวนการตาสับปะรด” ในการรวมตัวของเครือข่ายทำให้การรวมตัวเกิดขึ้นได้ง่าย การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลถือเป็นการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งเด็กและเยาวชนสามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้อย่างอิสระ โดยเนื้อหาของสารจะเกี่ยวข้องกับแนวความคิดหรือลักษณะการทำงานของ “ขบวนการตาสับปะรด” และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิสเสน (2543 : 84) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการสื่อสารในระยะการก่อสร้างกลุ่มใช้การสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการระหว่างผู้เลี้ยงปลากะพงขาวด้วยกัน ที่สามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ ขณะเดียวกันก็ใช้การสื่อสารในแนวระนาบเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะต่างก็เป็นผู้ที่มีสถานภาพที่เหมือนกันในสังคม ประกอบอาชีพเดียวกัน นอกจากนี้เนื้อหาของสาระที่ถ่ายทอดถึงกันเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงปลากะพงขาว ปัญหาที่แต่ละคนประสบอยู่ ความต้องการที่จะหาคนมาช่วยเหลือให้เป็นอาชีพที่มั่นคงขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจิตร์ เข้มศักดิ์สิทธิ์ (2544 : 164) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการใช้สื่อบุคคลในพื้นที่ทุ่งครุจะเป็นการใช้สื่อเพื่อรุกเข้าไปหาแนวร่วมในการทำงานโดยใช้วิธีการพูดคุยกันโดยตรง เป็นการพูดคุยแบบตัวต่อตัวเห็นหน้า หรือที่เรียกว่าแบบเคาะประตูบ้าน

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544 : 166) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า กลุ่มแกนนำรู้จักใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย คือ เริ่มจากการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากในการชักชวนบุคคลให้มาเข้าร่วม

หลังจากนั้นก็ใช้การประชุมอย่างสร้างสรรค์ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อทำความเข้าใจเป้าหมายและแนวทางการประสานความร่วมมือในลักษณะประชาสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวรรณ อารีประชาภิรมย์ (2547 :118) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สัมฤทธิ์ผลในธุรกิจประกันชีวิต พบว่า การพบปะพูดคุยเพื่อแจ้งข่าวสาร การพูดคุยเพื่อขอคำปรึกษาและความช่วยเหลือ การพูดคุยเพื่อชักชวนให้มารวมกลุ่ม มีอิทธิพลต่อการชักจูงใจและโน้มน้าวใจสูง

จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่ของเครือข่าย คือ คนในชุมชน ประกอบกับลักษณะของชุมชนคลองอัมพวาเป็นแบบปฐมภูมิตามที่ได้กล่าวไปแล้ว ดังนั้น การสื่อสารโดยเข้าไปพบคนในชุมชนและใช้สื่อบุคคลในการโน้มน้าวใจเป็นสื่อที่เหมาะสมที่สุด

□ จากการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบที่นำมาใช้เพื่อสร้างและขยายเครือข่ายนั้น ผู้วิจัยพบว่า สมาชิกทุกกลุ่มพยายามลดขั้นตอนการสื่อสารให้สั้นลง เพื่อให้ทุกคนในชุมชนสื่อสารกันได้มากขึ้น มีความรวดเร็ว กล่าวคือ ทุกคนในชุมชนสามารถสื่อสารกันได้หมด ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลักไปพูดคุยกับคนในชุมชนโดยตรง หรือคนในชุมชนถ้ามีข้อข้องใจ สงสัยในประเด็นใดก็ได้แล้วแต่สามารถเข้ามาพบท่านที่ห้องทำงานฯ ได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรม หรือสมาชิกสภาเทศบาล (สท.) นอกจากนั้นยังสามารถโทรศัพท์มาพูดคุยได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณสิริ จิตรรัตน์ (2544 : 154) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า บางครั้งสมาชิกในเครือข่ายที่สนิทสนมกับนายสมชาย สามารถเข้ามาพูดคุยกับนายสมชายได้โดยตรง ซึ่งทำให้ลดขั้นตอนในการสื่อสารลงได้

□ ลักษณะของการสื่อสารในการรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจะใช้การสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการควบคู่กันไป โดยจะใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการใน 2 รูปแบบ กล่าวคือ ระหว่างแกนนำหลักให้กลุ่มแกนนำจากเทศบาลออกจดหมายแจ้งไปยังกลุ่มแกนนำชุมชน หรือในอีกกรณี กลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมออกจดหมายไปยังกลุ่มสมาชิก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญประชุม แจ้งข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะเห็นได้ว่าส่วนหนึ่งที่กลุ่มแกนนำใช้จดหมาย เนื่องจากจดหมายเป็นเอกสารของทางราชการ มีตราครุฑอยู่ด้านบนของกระดาษ ดังนั้นเวลากลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกได้รับจดหมายก็จะทราบเป็นงานของราชการก็จะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และนอกจากนั้นยังใช้การประชุมเพื่อปรึกษาหารือ

ระดมความคิดเห็น เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงกัน สอดคล้องกับแนวคิด การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในโครงสร้างที่มีแบบแผนกำหนดไว้อย่างแน่นอน (Prescribed communication) สารจะถูกส่งออกไปตามลำดับขั้น หรือตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจ โดยจะไหลผ่านสายใยความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่ค้ำนึ่งถึงบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีการกำหนดระเบียบแบบแผนไว้ชัดเจน ทั้งนี้ อาจจะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น บันทึกร่างต่างๆ หรืออาจจะเป็นการสื่อสารที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรก็ได้ เช่น การสั่งงานโดยตรงผ่านการพูดกันทางวาจา โดยการสื่อสารอย่างเป็นทางการจะมีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เป็นการนำเอานโยบาย การวินิจฉัยสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา
2. เป็นการนำกลับมายังผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ รายงาน และการสนองตอบของผู้บังคับบัญชา
3. เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กร แก่ข้าราชการ พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่

ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการนั้นมีการติดต่อโดยใช้โทรศัพท์ในกรณีที่เร่งด่วน ทั้งนี้เนื่องจากในบางครั้งแกนนำหลักมีนัดประชุมอย่างเร่งด่วน ไม่สามารถออกจดหมายได้ทัน จึงใช้วิธีการโทรศัพท์แทน นอกจากนั้นยังมีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล เช่นภายหลังจากประชุมเสร็จแล้ว แกนนำหลักก็จะเดินไปพูดคุย ปรีกษา แจ้งข่าวสารกับกลุ่มสมาชิกทันที ทำให้ข่าวสารกระจายได้อย่างรวดเร็ว และเมื่อกลุ่มสมาชิกไม่เข้าใจ หรือมีข้อสงสัยก็สามารถสอบถามได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง และเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่เป็นไปตามระเบียบแบบแผนขององค์กร มีลักษณะการสื่อสารที่เป็นส่วนตัวมากกว่าทางตำแหน่งหน้าที่ ส่วนใหญ่จะใช้คำพูด การสื่อสารแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระ ในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารต่างกัน ลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบนี้ คือ ความรวดเร็วของการสื่อสารจะมีมาก แต่มีข้อเสียตรงที่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อาจผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย ลักษณะของการสื่อสารอย่างเป็นทางการ มีดังนี้

- 3.1 ผ่านความเกี่ยวพันทางวาจา
- 3.2 เป็นอิสระจากข้อจำกัดขององค์กรและตำแหน่ง
- 3.3 ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว
- 3.4 มีลักษณะการสื่อสารสายที่เป็นลูกโซ่
- 3.5 มีโอกาสในความถูกต้องของข่าวสารมีน้อย
- 3.6 มีอิทธิพลทั้งด้านบวก และด้านลบต่อองค์กร

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรรา บุรีศรี (2551:221) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตาและพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตา มีรูปแบบการสื่อสารต่างๆ กัน ประกอบด้วย การสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการ การสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการ และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยการสื่อสารแบบเป็นทางการ ใช้การประชุมหรือสัมมนา คำสั่งต่างๆ ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารกันระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูลเป็นการพูดคุยนอกรอบเพื่อชี้แจงข้อมูลต่างๆ การติดต่อนัดหมายด้วยโทรศัพท์ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หริสุตา ปันทวนันท์ (2544:173) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานงานภายในเครือข่ายเมาไม่ขับจะใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทาง คือวิธีการคุยโทรศัพท์อย่างไม่เป็นทางการ และนำเรื่องเข้าหารือในที่ประชุมอย่างเป็นทางการ ภายหลัง ส่วนงานวิจัยของ ประภาพรพรณ สุปริยาภรณ์ (2545) (อ้างถึงแล้ว) พบว่าการสื่อสารภายในกลุ่มสมาชิกของเพื่อน อ. ในช่วงก่อตั้งมีรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากเป้าหมายของการติดต่อสื่อสารกันนั้นก็เพื่อจะตั้งกลุ่มเพื่อน อ. ขึ้นมา โดยเป็นการพูดคุยเฉพาะกลุ่มสมาชิกที่ทำหน้าที่เป็นคณะทำงานเฉพาะกิจซึ่งมีแกนนำสำคัญๆ เพียงไม่กี่คนเท่านั้น เป็นรูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้ล้วนอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวที่สมาชิกแต่ละคนมีอยู่ จากการทำงานทางด้านเอดส์เหมือนกันเป็นหลัก โดยเป็นการติดต่อสื่อสารผ่านการพูดคุยกันทางโทรศัพท์และการนัดคุยกันกลุ่มย่อย ซึ่งการพูดคุยในลักษณะแบบนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากจำนวนสมาชิกที่มีไม่มากแล้วยังแสดงให้เห็นลักษณะสำคัญของความยืดหยุ่นและความคล่องตัวของการปฏิบัติการเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เป็นลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการสร้างกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมกลไกหนึ่งขึ้นมาซึ่งก็คือ กลุ่มเพื่อน อ. นั่นเอง

□ กลยุทธ์การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งนำมาใช้ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และเป็นวิธีที่สามารถทำให้คนในชุมชนตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมได้รวดเร็วคือ คือ การสร้างต้นแบบที่ดีให้เห็น เนื่องจากในช่วงแรกคนในชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามากนัก เนื่องจากเรื่องนี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่หลังจากที่ตลาดน้ำอัมพวาตายไปเกือบ 100 ปี ดังนั้นการที่แกนนำหลักจะพัฒนาตลาดน้ำอีกครั้งจึงเป็นเรื่องที่เสี่ยงมากสำหรับคนในชุมชนคนส่วนหนึ่งมีความคิดว่าการพัฒนาตลาดน้ำครั้งนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ถ้ามาร่วมขายของอาจทำให้ขาดทุน ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักท่านจึงต้องสื่อสารไปยังคนในชุมชนให้มีความเชื่อมั่น และมั่นใจว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถพัฒนาขึ้นมาได้จริง ซึ่งการสร้างต้นแบบที่ดี เพื่อทำให้คนในชุมชนเห็นว่าการเข้ามาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ว่าจะร่วมขายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวรรณ อารีประชาภิรมย์ (2547) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า การสร้างความน่าสนใจในอาชีพตัวแทนประกันชีวิตได้รับการพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น กิจกรรมต่างๆ ได้รับการยอมรับมากขึ้น เช่น การจัดบูท การประชาสัมพันธ์ โดยเนื้อหาในการนำเสนอส่วนหนึ่ง คือ ต้นแบบความสำเร็จ โดยการนำเสนอความสำเร็จของสมาชิกในเครือข่าย โดยการเชิญสมาชิกที่ประสบความสำเร็จมาร่วมพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ชี้แนะแนวทางการทำงานให้แก่ผู้ที่คาดหวังว่าจะเข้าเป็นสมาชิกใหม่ของเครือข่าย

□ เน้นการสื่อสารอย่างเป็นทางการโดยใช้การประชุม เนื่องจากสมาชิกกลุ่มต่างๆ ของเครือข่ายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ กัน ดังนั้นโอกาสที่จะมาพบกันทุกชุมชนนั้นยาก จึงต้องใช้การประชุมเพื่อเป็นเวทีให้ทุกคนได้มีโอกาสมาพูดคุย สื่อสารกัน นอกจากนั้นยังพบว่า สาเหตุที่ใช้การประชุมนั้นเพื่อให้ทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการพัฒนาพร้อมกัน มีความเข้าใจถูกต้องตรงกัน จะได้ไปสื่อสารต่อไม่ผิดพลาด นอกจากนั้นการประชุมยังเป็นศูนย์กลางให้สมาชิกได้มาร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นสำหรับการตัดสินใจในประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ หริสุดา บัณฑวนันท์ (2544 : 174) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการสื่อสารอย่างเป็นทางการของสมาชิกในเครือข่ายจะเป็นรูปแบบของการประชุมร่วมกัน ซึ่งสมาชิกมีโอกาสที่จะทำการสื่อสารกันแบบสองทางที่เอื้ออำนวยให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติกับสมาชิกคนอื่นๆ ได้ รวมถึงการร่วมกันวางแผน ระดมความคิดเห็นในการสร้างสรรค์แนวทางดำเนินกิจกรรม และมีการตัดสินใจร่วมกันในการหาข้อสรุปที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ซึ่ง ปารีชาติ สถาปิตานนท์

สโรบล (2542) กล่าวว่า กระบวนการโต้ตอบกันของสมาชิก (Dialectic Process) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน เป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างแกนนำ และก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดของประชาชน

สอดคล้องกับ นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2543 อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว , 2551 : 266) กล่าวว่า การจัดเวทีการประชุมประจำเดือนของหัวหน้าหน่วยทุกเดือน ซึ่งช่วยให้คณะกรรมการกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ของโครงการติดตามสถานการณ์ต่างๆ ของสมาชิกได้ทันการณ์ ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสให้หัวหน้าหน่วยได้รับทราบผลการดำเนินงานของโรงสี และนำข้อมูลข่าวสารกระจายให้กับสมาชิก การประชุมดังกล่าวนี้จึงเป็นเวทีการเชื่อมต่อระหว่างกรรมการบริหารโรงสีและสมาชิก

□ มีการใช้สื่อที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน จากผลการวิจัยพบว่าแกนนำหลักมีช่องทางการสื่อสารที่ความหลากหลาย เช่น ถ้าต้องการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นทางการก็จะเลือกใช้จดหมาย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ หรือในกรณีที่จะโน้มน้าวใจคนในชุมชนก็จะเลือกใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับที่เกดนิ จุฑาวิจิตร (2540) กล่าวถึงการใช้สื่อผสม (Media Mix หรือ Multi-Media Approach) ว่าเป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารหลายๆ ช่องทางมาใช้ร่วมกันในการส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยการคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสมและความพยายามที่จะจัดให้การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นไปอย่างสอดคล้องและเสริมซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จำนงค์ บัวเนียว และคณะ (2546 : 281) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา พบว่า เครือข่ายมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ จดหมายเวียน ออกอากาศผ่านหอกระจายข่าว ติดประกาศในที่ชุมชนของหมู่บ้าน เดินไปบอกความที่บ้าน หรือใช้การส่งข่าวแบบปากต่อปาก ทั้งนี้โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการสื่อสาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545 : 113) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า กลุ่มแกนนำริเริ่มสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมจะทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545:211) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า ช่องทางการสื่อสารของ “ขบวนการตาสับประรด” มีหลายช่องทาง และรู้จักเลือกใช้ช่องทางการอย่างเหมาะสม

### ประเด็นในการสื่อสาร

ในการใช้ประเด็นการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น พบว่าในแต่ละพัฒนาการมีการหยิบยกประเด็นที่แตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละพัฒนาการมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

**ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม** เป็นช่วงที่แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำต้องการโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นกลุ่มสมาชิก ดังนั้นจึงใช้ประเด็นหลักคือ “ธงของเมือง” เพื่อแสดงให้เห็นว่าการมาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับคนในชุมชน เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งประเด็นดังกล่าวจะดึงคนให้มาร่วมในเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับที่ กิตติ กันภัย (อ้างถึงใน อรุณีวรรณ นาศรี, 2544 : 184) กล่าวถึงประเด็นที่จะดึงคนให้เข้ามามีส่วนร่วมไว้ในบทความเรื่อง “ยุทธวิธีสื่อสาร : ยุทธศาสตร์ชุมชน” ว่าการสร้างสรรค์ประเด็นต้องอาศัยความรู้เบื้องต้นก่อนว่าประเด็นหรือเรื่องที่จะพูดกันในชุมชนนั้นมีเรื่องอะไรอยู่แล้วบ้างที่ติดตรึงอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของชุมชน และเป็นประเด็นที่ใกล้ตัวมากๆ เกี่ยวพันกับปากท้องในปัจจุบันและในอนาคต สอดคล้องกับที่ John Arquilla & David Ronfeldt นักวิจัยจาก National Defense Research Institute ซึ่งเป็นผู้เขียนหนังสือเรื่อง network and Netwars (2001 :328 อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว, 2551 : 30) พบว่า “เครือข่ายประกอบสร้างขึ้นผ่านเรื่องเล่า หรือเรื่องราวต่างๆ ซึ่งบอกเล่าโดยผู้คน” โดยเรื่องราวต่างๆ เหล่านั้นทำหน้าที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ (Identity) และความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Belonging) โดยอาจเป็นเรื่องราวที่ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมว่าพวกเราเป็นใคร เราารวมตัวกันทำไม และเครือข่ายเราแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร นอกจากนั้นเรื่องราวยังทำหน้าที่บอกเล่าถึงความรู้สึกเกี่ยวกับมูลเหตุในการก่อกำเนิดเครือข่าย วัตถุประสงค์ และภารกิจของเครือข่าย ตลอดจนเป้าหมาย วิธีการหรือจุดยืนเชิงวัฒนธรรม โดยในที่นี้เรื่องราวหรือเรื่องเล่าต่างๆ ที่ปรากฏในเครือข่ายก็คือเนื้อหาสาระหรือประเด็นต่างๆ ที่มีการสื่อสารกันในเครือข่ายนั่นเอง

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544:166) (อ้างถึงแล้ว) ที่ศึกษา เรื่อง การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง พบว่า เนื้อหาสารที่กลุ่มแกนนำหยิบยกมา ชักชวนให้บุคคลมาเข้าร่วมทำกิจกรรม คือ ประเด็นเรื่อง “เมืองน่าอยู่” ซึ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตของผู้คนและเป็นประเด็นร่วมที่หลายฝ่ายเกี่ยวข้องได้ อีกทั้งยังเป็นประเด็นในเชิง สร้างสรรค์และมีหลายมุมให้คิดให้ทำ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ระวีวรรณ ประกอบผล (2535 อ้างถึงใน อรุณีวรรณ นาศรี, 2544:178) ที่กล่าวถึงคุณค่าภายในตัวสารที่มีต่อการ สื่อสารไว้ว่า เนื้อหาสารต้องมีคุณค่าในสายตาทุกฝ่าย หากสารไม่มีคุณค่าเพียงพอจะทำให้การ สื่อสารนั้นถูกประเมินว่า “ไร้สาระ” ทำให้คนไม่สนใจจะมาเข้าร่วม

**ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย** ในระยะนี้ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น โดย พบว่า ประเด็นการสื่อสารในระยะนี้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยประเด็นแรกเน้นเรื่อง “ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา” ที่ทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่าการตลาดน้ำแห่งนี้เป็นของสมาชิกทุกคน ดังนั้นจึงควรตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาให้มีความเจริญรุ่งเรืองมาก ยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ ปิยนุช พุทธิรัตน์ (2545 : 114) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการจัดตั้ง ประชาคมขึ้นมาบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ผู้อำนวยการเขตตลิ่ง ชันได้หยิบยกประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกัน” มาเป็นประเด็นหลักในการ ชักจูงใจผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้เข้ามารวมตัวกันเป็นประชาคม และกระตุ้นให้ผู้ค้าตลาดน้ำเกิด จิตสำนึกในการช่วยกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันในฐานะที่เป็นช่องทางในการทำมาค้าขาย

และนอกจากนั้นประเด็นที่นำมาใช้ยังเน้นในเรื่อง ความเจริญเติบโตของชุมชน และ ประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับหากเข้ามาร่วมในเครือข่าย ซึ่งจำนงค์ บัวเนียว และคณะ (2546 : 259) (อ้างถึงแล้ว) กล่าวถึงการเสริมสร้างศักยภาพของตัวสารว่า เนื้อหาสารที่จะนำมา สื่อควรเป็นสารที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ผลประโยชน์ส่วนได้ส่วนเสียที่จะบังเกิดกับสมาชิกในชุมชน อย่างชัดเจน เพราะการสื่อสาร สาร ที่ไกลตัวจะไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชนเท่าที่ควร การ วิจัยพบว่า เมื่อมีการพูดคุยในประเด็นประโยชน์หรือความเสียหายที่ชาวบ้านแต่ละคนจะได้รับ มักจะเป็นหัวข้อสนทนาที่ได้รับการตอบสนองด้วยดีจากชุมชน นอกจากนั้นชาวบ้านมีข้อเสนอแนะ ว่า เหตุผลหรือผลอันเป็นรูปธรรมจับต้องได้ชัดเจนจะเป็นตัวผลักดันที่สำคัญที่จะให้ชาวบ้าน ร่วมมือกันแก้ไขปัญหา โดยการสร้างประโยชน์โดยเฉพาะทางเศรษฐกิจให้แก่ชาวบ้านจึงเป็น ประเด็นสำคัญที่จะสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้น

ในอีกประเด็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเช่นกัน คือ “ศักยภาพของชุมชน” ซึ่งจะพบว่า ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอัมพวาที่มีแม่น้ำหลายสายเชื่อมโยงกันอยู่ มีความงดงามจนได้รับคำกล่าวว่าเป็นเวนิสตะวันออก ประกอบกับลักษณะการตั้งบ้านเรือนที่ขนานไปกับลำน้ำ ซึ่งหาได้ยากในสังคมปัจจุบัน สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่คนในชุมชนเห็นอยู่จนเป็นเรื่องปรกติ แต่ทว่ากับคนภายนอกชุมชนแล้วเป็นสิ่งที่สวยงามและน่าสัมผัส ดังนั้นแกนนำหลักจึงต้องสื่อให้คนในชุมชนเห็นจุดเด่นที่ชุมชนมี และจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นในอีกประเด็นที่มีความน่าสนใจคือ “การสร้างความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน” โดยจะเห็นว่าอัมพวามีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน เป็นชุมชนประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์ ซึ่งสร้างความภาคภูมิใจให้คนในชุมชนอัมพวา ดังนั้นแกนนำหลักจึงได้หยิบประเด็นนี้ขึ้นมาเพื่อตอกย้ำ และเสริมความรู้สึกในเรื่องความเป็นคนอัมพวาเหมือนกัน ซึ่งประเด็นนี้จะเป็นภูมิคุ้มกันให้คนในชุมชนมีพลังและความเข้มแข็งที่จะรวมกันเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความเจริญต่อไป สอดคล้องกับ สมสุข หินวิมาน และคณะ (2547 :239) ที่พบว่า รากฐานต้นทุนทางสังคมและการสื่อสาร ที่ชุมชนสั่งสมเอาไว้อย่างต่อเนื่องทำให้เครือข่ายการสื่อสารแห่งบ้านทุ่งขวางมีศักยภาพที่เข้มแข็งในการปะทะประสานและต่อสู้กับพลังภายนอกที่กำลังไหลบ่าเข้ามาในชุมชน

**ระยะที่ 3 เจริญเติบโต** ในระยะนี้ประเด็นการสื่อสารมิได้มีจุดประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจให้คนเข้ามาเป็นสมาชิกของเครือข่าย แต่เป็นการสื่อสารไปยังกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกเพื่อให้ยังสามารถดำรงความเป็นเครือข่าย รักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำให้ยังคงอยู่เหมือนเดิม นอกจากนั้นมีหนึ่งประเด็นที่แกนนำหลักให้ความสำคัญ คือ กระบวนการจัดการความรู้ เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ เห็นว่าตำแหน่งนายกเทศมนตรีที่ท่านดำรงอยู่นั้น เป็นตำแหน่งที่มาจากกาเลือกตั้ง โดย 4 ปี มีการเลือกตั้ง 1 ครั้ง และสามารถดำรงตำแหน่งได้ 2 สมัย และต้องเว้นวรรคให้ผู้อื่นได้เข้ามาทำหน้าที่บริหาร ดังนั้นท่านจึงพยายามให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมีความรู้ และสามารถพัฒนาชุมชนของตนเองต่อไปได้ถึงแม้ว่าท่านจะไม่ได้เป็นผู้นำแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาชุมชน ที่ให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ คือ สมาชิกและองค์กรต่างๆ ในชุมชน มีความเข้มแข็งพอที่จะช่วยเหลือหรือพึ่งตนเองได้

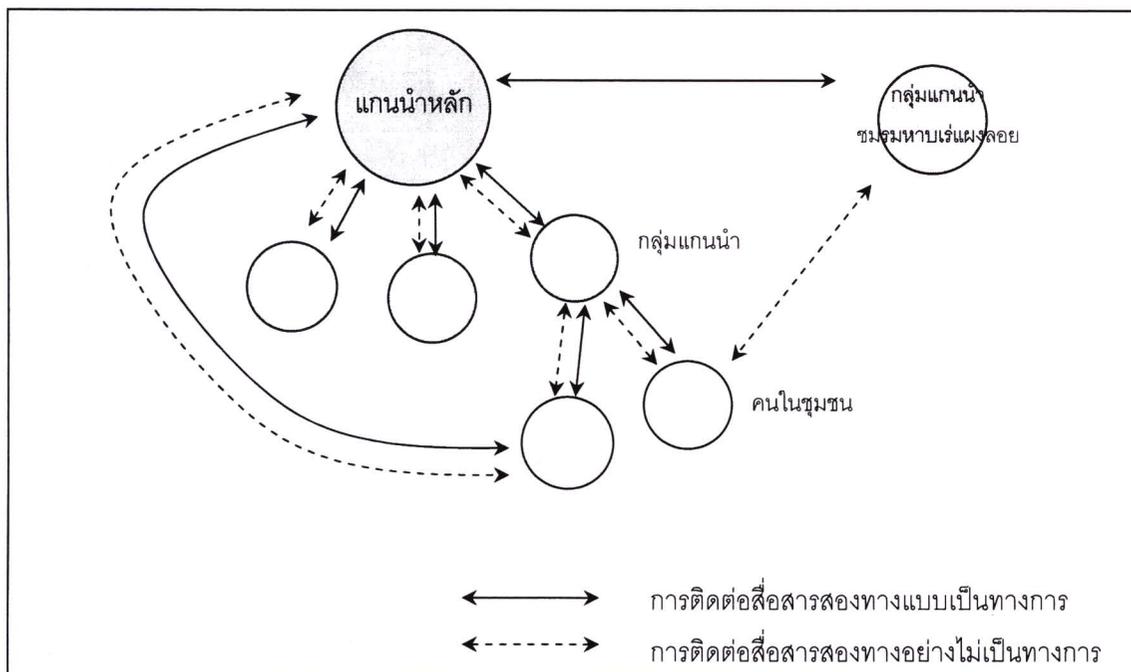
ดังนั้นจะเห็นได้ว่าประเด็นการสื่อสารที่นำมาใช้ในเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็ประเด็นจากแกนนำหลักที่สื่อสารไปยังคนในชุมชน หรือประเด็นที่ชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ใช้นั้น จะเน้นในเรื่องประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้ามาร่วมเป็นสมาชิก

### การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร

ในการรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงของพัฒนาการ ดังนี้

#### ระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

จากภาพที่ 26 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม



ภาพที่ 26 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

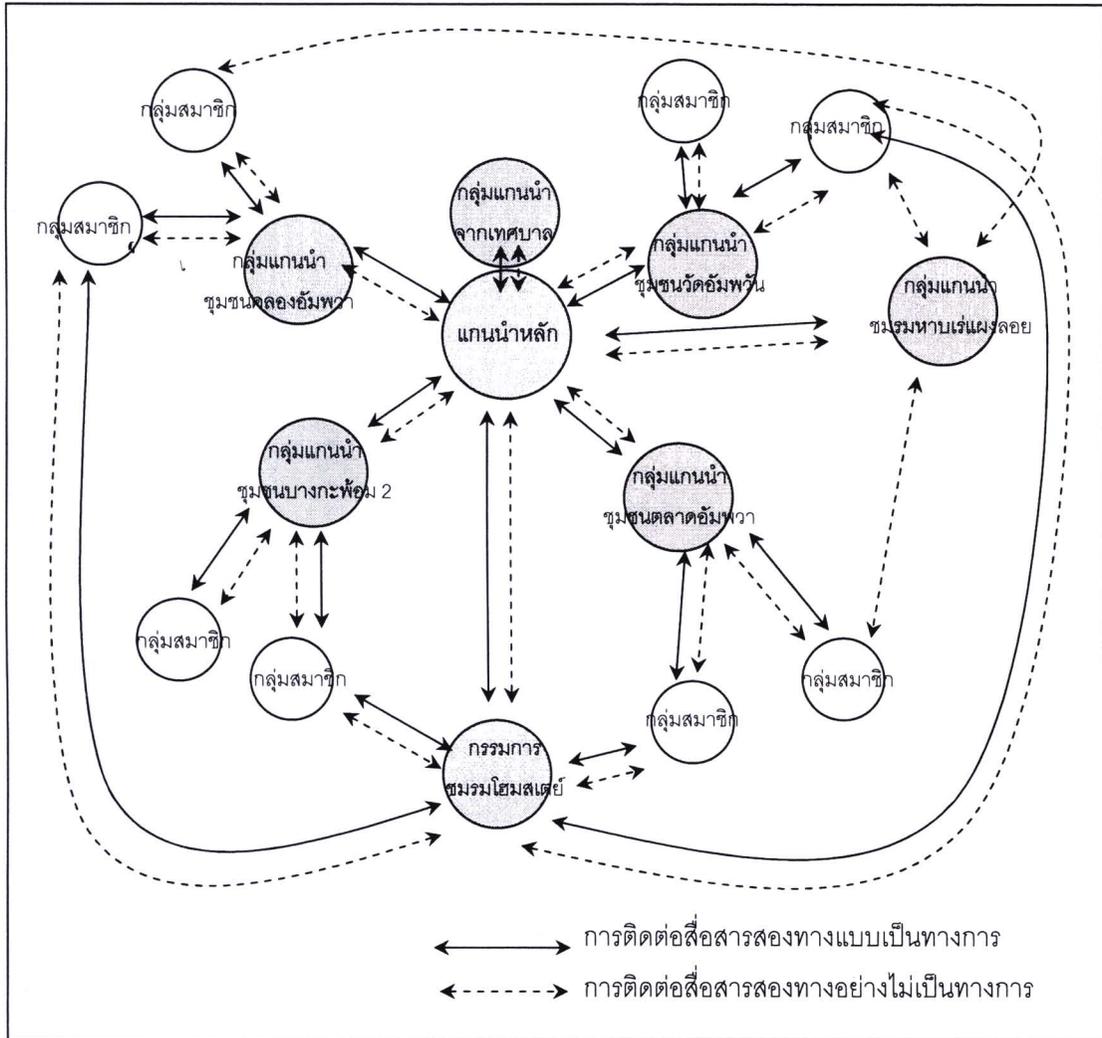
จากภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ช่วงของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยมี แกนนำหลัก ร้อยโทพิชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้ริเริ่ม พบว่าใน

ระยะนี้แกนนำหลักเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายทั้งการรวบรวมความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ผ่านการประชุมและเวทีสาธารณะ และนำข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับกลุ่มแกนนำโดยการประชุม นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อใดที่กลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกมีปัญหา ก็จะเข้ามาปรึกษาแกนนำหลักโดยตรง ซึ่งลักษณะการสื่อสารของเครือข่ายในระยะนี้ตรงกับแนวคิดรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารของ Harold J. Leavitt (อ้างอิงแล้วในบทที่ 2) ในลักษณะเครือข่ายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) กล่าวคือ เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่านโดยที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง ต้องผ่านคนกลาง ซึ่งข้อดีอย่างหนึ่งของการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเป็นเรื่องที่ใหม่ ซึ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกเองก็ยังไม่มีความมั่นใจว่าจะสามารถพัฒนาได้ ดังนั้นแกนนำหลักซึ่งเป็นศูนย์กลางจะเป็นเหมือนที่ยึดเหนี่ยวให้กับกลุ่มแกนนำและสมาชิก ทำให้สมาชิกแต่ละกลุ่มได้ติดต่อและรู้จักกันมากขึ้น ทำให้การไหลของข้อมูลข่าวสารมีความคล่องตัวและมีทิศทางที่ชัดเจนขึ้น ตลอดจนสามารถส่งข่าวสารต่อไปยังสมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สมาชิกได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งเมื่อมีการส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ สมาชิกในเครือข่ายจะทราบว่าคุณสมบัติดังกล่าวมาจากใคร และเมื่อมีข้อสงสัยสมาชิกก็จะทราบว่าจะต้องไปสอบถามที่ใคร

หากพิจารณาแยกย่อยลักษณะการติดต่อสื่อสารเป็นเครือข่ายแบบนี้ตามแนวคิดของ Harold J. Leavitt ว่ามีลักษณะเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) กล่าวคือเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกคนหนึ่งเป็น ซึ่งก็คือ แกนนำหลักเป็นผู้รับข่าวจากสมาชิกคนใดคนหนึ่ง แล้วส่งข่าวนั้นไปยังสมาชิกคนอื่นๆ โดยที่แกนนำหลักเป็นบุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มและเป็นผู้มีอำนาจอย่างแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่ม เพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบผลสำเร็จของงาน ซึ่งลักษณะของเครือข่ายแบบนี้ หากอธิบายตามแนวคิดของ Shaw (อ้างอิงในจารุณี พัชรพิมานสกุล, 2542) ทำการสรุปผลงานวิจัยในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารไว้ในประเด็นสำคัญ ดังนี้ เครือข่ายแบบรวมอำนาจสู่ส่วนกลาง จะก่อให้เกิดผู้นำเพียงคนเดียว และเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะคนกลางในโครงสร้างจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหามากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ ทำให้เขาเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการทำงานของกลุ่ม เพราะเขาอยู่ในตำแหน่งตัวเชื่อมการสื่อสารที่สำคัญ

**ระยะขยายเครือข่าย และระยะเจริญเติบโต**

จากลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารในระยะขยายเครือข่ายและระยะเจริญเติบโต ซึ่งแสดงได้ในภาพที่ 29



ภาพที่ 29 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย (รวมชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์)

ในระยะขยายเครือข่ายและระยะเจริญเติบโตจากการวิจัยพบว่าลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาจากระยะตรรกะถึงปัญหาและรวมกลุ่มจะเห็นได้ว่าลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวายังคงมีลักษณะคล้ายเดิม คือ เป็น

เครือข่ายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) ตามแนวคิดของ Harold J. Leavitt กล่าวคือ ศูนย์กลางของเครือข่ายในการรับส่งข่าวสารยังคงเป็นแกนนำหลัก โดยมีกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นฐานสนับสนุนของเครือข่ายในการติดต่อกับกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรม และกลุ่มสมาชิก แต่เนื่องจากในระยาะนี้แกนนำหลักมีนโยบายให้กลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้ไปพัฒนาชุมชนของตนเอง ดังนั้นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารจึงเพิ่มกลุ่มแกนนำด้วย แต่ทว่าแกนนำหลักก็ยังเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณสิริ จิตรรัตน์ (2544 : 146) ที่ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี พบว่า ลักษณะของเครือข่ายเป็นแบบทางการ คือ มีตำแหน่งศูนย์กลางของเครือข่าย มีตำแหน่งแกนนำใหญ่และแกนนำย่อยที่สามารถระบุแบบแผนการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายได้อย่างมีระบบเรียบ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ อัยไพบุณย์สวัสดิ์ (2549 : 103-104) (อ้างถึงแล้ว) พบว่าลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เป็นลักษณะเครือข่ายการสื่อสารเป็นแบบวงล้อ (Wheel Network) โดยกลุ่มผู้เข้าอบรมปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานได้รับข่าวสารจากส่วนกลาง ทำให้สามารถนำข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับญาติพี่น้องและคนรอบข้างได้ รับทราบ ซึ่งผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารสามารถที่จะตรวจสอบจากบุคคลที่อยู่ตรงกลางได้ตลอดเวลา และลักษณะการสื่อสารของเครือข่ายนี้เป็นการสื่อสารสองจังหวะ โดยสมาชิกของเครือข่ายจะไม่มีโอกาสติดต่อสื่อสารกันโดยตรงกับหลวงพ่อดวงพ่อดวงพระครูภาวนาวินิจู แต่จะผ่านทางกลุ่มอาสาสมัคร

ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารเป็นแบบวงล้อ (Wheel Network) โดยมีคุณฉัตรชัย เข็อรามัญ เป็นศูนย์กลางในการรับข่าวสารจากสมาชิก และส่งข่าวนั้นไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรา บุรีศรี (2551) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า การดำเนินการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและบริการ มีลักษณะเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) คือ ภาครัฐเป็นผู้อำนาจในการตัดสินใจ การวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 1

ในส่วนของบทบาทของบุคคลในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จากผลการวิจัยพบว่า แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก พันธมิตร สามารถแบ่งบทบาทหน้าที่ได้ดังนี้

**แกนนำหลัก** ร้อยโทพีชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นแกนนำหลักและเป็นผู้นำของเครือข่าย โดยพบว่าแกนนำหลักมีบทบาทในการเป็นผู้นำในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาตลาดน้ำ เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและกระจายข้อมูลข่าวสารไปสู่สมาชิกกลุ่มต่างๆ เป็นที่ปรึกษา และไกล่เกลี่ยความขัดแย้งต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบบทบาทของผู้นำเครือข่าย ตามแนวคิดของ Monge (1978) พบว่าแกนนำหลักสามารถสามารถสวมบทบาทได้หลายบทบาทแล้วแต่กรณีๆ ไป กล่าวคือ แกนนำหลักมีบทบาทเทียบเคียงได้กับ Liasion role คือ เป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มย่อยในเครือข่ายเข้าด้วยกัน และนอกจากนั้นพบว่าแกนนำหลัก มีตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งเป็นตำแหน่งที่รู้จักสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายอย่างกว้างขวาง และได้รับการยอมรับจากสมาชิกในเครือข่ายเป็นจำนวนมาก จึงมีบทบาทเทียบเคียงได้กับ Star role คือ บุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนอื่นๆ ในกลุ่มต่างๆ ของเครือข่ายเป็นจำนวนมาก ทั้งบุคคลที่อยู่ในกลุ่มของตนและบุคคลที่เป็นสมาชิกของกลุ่มอื่นในเครือข่าย โดยทำหน้าที่ในการส่งต่อข้อมูลและรับข้อมูลมาเพื่อกระจายต่อในเครือข่าย

หรือหากพิจารณาบทบาทตามแนวคิดของ (Hellweg, 1997) พบว่าแกนนำหลักมีบทบาทเป็น Gatekeeper เนื่องจากมีบทบาทในการควบคุมการกระจายข้อมูลข่าวสารทั้งที่รับเข้าภายในเครือข่ายและส่งออกนอกเครือข่าย หรือการหมุนเวียนข้อมูลระหว่างสมาชิกต่างๆ ในเครือข่าย

หรือหากเปรียบเทียบโดยอาศัย กฎคนพิเศษจำนวนหนึ่ง (The Law of the Few) ของ Gladwell (กิตติ กัญภัย, 2543) ได้กล่าวถึง ในสังคมทุกๆ สังคม หรือในทุกๆ วงการ จะมีคนอยู่กลุ่มหนึ่งที่มีความพิเศษและสำคัญเหนือคนอื่นๆ ที่เหลือ เป็นไปตามหลัก "80/20 Principle" จะพบว่า แกนนำหลัก ร้อยโทพีชโรดม อุณสุวรรณ มีลักษณะเป็น กลุ่มผู้เชื่อมประสาน (Connector) คือ กลุ่มคนที่มีพรสวรรค์ในการเชื่อมต่อส่วนต่างๆ ของสังคมและวัฒนธรรมย่อยเข้าไว้เป็นเครือข่ายที่มีลักษณะคล้ายปิรามิด โดยตัวเองอยู่บนยอดปิรามิด สามารถเข้าถึงคน

จำนวนมากภายใต้เครือข่ายตามลำดับชั้นอย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว คนในกลุ่มนี้รู้จักคนจำนวนมากเนื่องจากมีอุปนิสัยชอบสนิทสนมกับผู้คน รักการสร้างความสัมพันธ์

### กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก

ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มแกนนำจะประกอบด้วย

1. กลุ่มแกนนำจากเทศบาล เป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการบริหารงาน และดูแลตลาดน้ำอัมพวา
2. กลุ่มแกนนำชุมชน ประกอบด้วยประธานและกรรมการชุมชน
3. กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ประกอบด้วยประธานและกรรมการชมรม

โดยพบว่ากลุ่มแกนนำมีบทบาทด้านการประสานงานภายในพื้นที่ ส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาจากแกนนำหลักและข้อมูลข่าวสารที่มาจากการประชุมไปยังกลุ่มสมาชิกในชุมชน หรือในชมรมของตนเอง เป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่างๆ รวมทั้งเป็นผู้แก้ไขและร่วมตัดสินใจปัญหาภายในกลุ่มย่อยของตนเอง ดังนั้นหากวิเคราะห์บทบาทตามแนวคิดของ Hellweg (1997) พบว่ากลุ่มแกนนำมีบทบาทเทียบเคียงได้กับ Bridge role คือ ทำหน้าที่เชื่อมประสานภายในเครือข่าย ที่มีกลุ่มสังกัดเป็นของตนเอง

ส่วนกลุ่มสมาชิก หากพิจารณาตามแนวคิดของ Monge (1978) พบว่ามีบทบาทเป็น Membership ทำหน้าที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารที่มาจากกลุ่มแกนนำชุมชน และ/หรือกลุ่มแกนนำชมรม นอกจากนั้นสมาชิกยังมีบทบาทสำคัญในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ โดยส่งข้อมูลกลับไปยังกลุ่มแกนนำชุมชน และ/หรือกลุ่มแกนนำชมรม เพื่อนำไปสู่การแก้ไข

**กลุ่มพันธมิตร** คือ ชมรมโฮมสเตย์ จะเห็นได้ว่าชมรมโฮมสเตย์ไม่ได้มีส่วนในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์และร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาตั้งแต่ในระยะแรก แต่เป็นชมรมที่ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนในด้านข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ เช่น การคิดอัตราค่าที่พัก การเปิดปิด กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดอบรมในเรื่องต่างๆ ที่ผู้ประกอบการบ้านพักควรจะรู้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ชมรมโฮมสเตย์ สอดคล้องกับบทบาทของบุคคลในเครือข่าย (อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว, 2551 : 25) ที่กล่าวว่า พันธมิตร ได้แก่ บุคคลที่มีได้เป็นส่วนหนึ่ง

ของเครือข่าย แต่มีส่วนช่วยสนับสนุนเครือข่ายในเรื่องต่างๆ อาทิ การแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือ ข้อคิดเห็นต่างๆ การอำนวยความสะดวกในด้านการติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่นๆ การให้การสนับสนุนด้านนโยบาย กิจกรรม บุคลากร ตลอดจนงบประมาณต่างๆ

จากบทบาทของสมาชิกภายในเครือข่ายนี้ เนื่องจากในชุมชนแต่ละชุมชนมีหลากหลายกลุ่ม ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าพบว่ากลุ่มสมาชิกนั้นไม่ได้มีบทบาทใดบทบาทหนึ่ง แต่มีหลายบทบาท กล่าวคือ สมาชิกบางคนอยู่ในกลุ่มสมาชิก นอกจากนั้นยังเป็นกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์ หรือบางคนก็เป็นสมาชิกของทุกกลุ่ม ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ นั้นว่าสมาชิกจะสวมบทบาทไหน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณศิริ จิตร์รัตน์ (2544 : 150) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า สมาชิกภายในเครือข่ายไม่ได้สวมบทบาทใดบทบาทหนึ่ง แต่มีหลายบทบาทขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกามาศ ธนพัฒน์พงศ์ (2545 : 131) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร ของชมรม สื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย พบว่า บทบาทของบุคคลในเครือข่ายของชมรมสื่อมวลชน เกษตรแห่งประเทศไทยมีลักษณะที่ยืดหยุ่น คือ สามารถสวมบทบาทได้หลายบทบาท แล้วแต่ สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น

### ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาอย่างไร

#### 1. ทำให้ชุมชนได้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

จะเห็นได้ว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ทำให้ชุมชนได้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากชุมชนในเขตเทศบาล อัมพวามีหลายชุมชน ประกอบกับมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ อีกมากมาย ดังนั้นการมีเครือข่ายการสื่อสารทำให้กลุ่มต่างๆ ได้มารวมกลุ่มกันเพื่อแสดงความคิดเห็น พูดคุย ทำให้วิเคราะห์และ สะท้อนถึงปัญหาที่คนในชุมชนกำลังเผชิญอยู่ได้อย่างแท้จริง ซึ่งตรงจุดนี้ไปสู่การวางกลยุทธ์ ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Wilber Schramm (อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว, 2551 : 47) ได้กล่าวถึงบทบาทของการสื่อสารต่อการพัฒนาประเทศ ใน ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ 3 ลักษณะ ในส่วนของลักษณะที่สอง คือ ประชาชน

ควรได้รับโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ ในส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเพื่อการเปลี่ยนแปลง ผู้นำต้องได้รับโอกาสที่จะดำเนินการ และเสียงเรียกร้องของประชาชนทั่วไปต้องได้รับการรับฟัง และประเด็นของการเปลี่ยนแปลงต้องชัดเจน และสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาชุมชน ที่กล่าวว่า “คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญมากที่สุดของชุมชน” โดยปรัชญาของการพัฒนาชุมชนเชื่อมั่นในพลังความสามารถของคน การพัฒนาชุมชนจึงต้องให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และ “การริเริ่มของประชาชนในชุมชน” คือ การพัฒนาชุมชนต้องเกิดจากความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในชุมชน

นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับที่ ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ และ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2547 : 10) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาสภาพปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนการค้นหาหนทางออกในยุคปัจจุบัน ไม่สามารถพิจารณากัน “เฉพาะส่วน” และแก้ไขกันแบบ “ต่างคนต่างทำ” ได้อีกต่อไป เพราะการดำเนินงานดังกล่าวเปรียบเสมือนการทำงานแบบตาบอดคลำช้าง ทำให้บุคคลไม่สามารถเห็นภาพรวมของปัญหา หรือค้นหาแนวทางแก้ไขที่ชัดเจนได้

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพิชญา วรสารพิสุทธ์ (2550 : 144) (อ้างถึงแล้ว) ที่ศึกษาเรื่องความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน พบว่าบทบาทหน้าที่เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มเครือข่ายเก่ามีหน้าที่สร้างความสามัคคีเป็นปึกแผ่นของชุมชน คือ เมื่อถึงฤดูกาลทอดกฐินผู้นำจะใช้วิธีสำรวจความร่วมมือสามัคคีของชุมชนด้วยการถามความสมัครใจและหวั่นเสียงความร่วมมือของชาวบ้านว่ามีความต้องการจะทำจุลกฐินหรือไม่ เนื่องจากถ้าไม่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านก็ไม่สามารถจะทำจุลกฐินได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่างานวิจัยดังกล่าวใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อทำให้ผู้นำรู้ว่าคนในชุมชนมีความคิดเห็นอย่างไร สอดคล้องกับการวิจัยของ จำนงค์ บัวเนียว และคณะ (2546 : 268) (อ้างถึงแล้ว) พบว่า การจัดเวทีวิจัยแกนนำชุมชนคลองอู่ตะเภา ทำให้ผู้นำจากแต่ละชุมชนมีความเข้าใจสภาพความสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์จากคลองอู่ตะเภา และปัญหาของชุมชนตลอดจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างชัดเจน

นอกจากนั้นยังสอดคล้องแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ที่เน้นพัฒนากระบวนการชุมชนเข้มแข็งให้เกิดพลังของคนในชุมชน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบในการพัฒนาแก้ไขปัญหา สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง เป็นรากฐานที่มั่นคงของสังคม

ส่งเสริมการรวมตัวของชุมชนและประชาสังคม จัดให้มีเวทีสร้างความเข้าใจ เรียนรู้ และดำเนินกิจกรรมกลุ่มร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

## 2. ช่วยให้ผู้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน

การจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น มีประเด็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาหลายเรื่อง ซึ่งหากชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ว่าปัญหาใดเร่งด่วนหรือมีความสำคัญ หรือมีเพียงแกนนำหลักเป็นผู้วิเคราะห์ อาจส่งผลให้คนในชุมชนไม่ทราบถึงปัญหาเร่งด่วนที่สำคัญสำหรับชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจะทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายได้ร่วมกันใช้การสื่อสารที่ช่วยกันวิเคราะห์ เสนอแนวความคิด เพื่อพิจารณาว่าปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไข หรือเป็นปัญหาที่กระทบกับคนจำนวนมากคือปัญหาอะไร ซึ่งบทบาทของเครือข่ายสื่อสารข้อนี้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่ให้หน่วยงานภาครัฐ ระดับท้องถิ่น เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชน รวมทั้งสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ สามารถบริหารงบประมาณได้อย่างคุ้มค่า

## 3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน

จะเห็นได้ว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอีกด้าน คือ การสื่อสารระหว่างสมาชิกในเครือข่าย ทำให้สมาชิกได้มาร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งช่วงแรกแกนนำหลักใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชน ทำให้ทราบว่าคนในชุมชนมี 30 % ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 % เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำ ต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่ผู้นำอยากจะทำ ดังนั้นการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้นำรับรู้ว่ากระบวนการคิดของคนในชุมชน ทำให้มองเห็นทิศทางที่จะพัฒนาตลาดน้ำ ทำให้กำหนดยุทธศาสตร์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางในการพัฒนา ถ้าเป็นความคิดเห็นของบุคคลหลายฝ่ายจะทำให้สามารถวางทิศทางได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้คนในชุมชนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง ซึ่งบทบาทของ

เครือข่ายการสื่อสารดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิพิชญา วรสารพิสุทธิ (2550 : 144) (อ้างถึงแล้ว) ที่ศึกษาเรื่องความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน พบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ระดมพลังชุมชน โดยในการจัดงานจุลกฐิน เครือข่ายการสื่อสารทำหน้าที่ค้นหาผู้มีความรู้ความสามารถด้านต่างๆ มาช่วยกันจัดงาน โดยใช้รูปแบบเชิญคณะกรรมการประชุม กลุ่มปราชญ์ชุมชนประชุมถกความคิดเห็นต่อการจัดจุลกฐิน คำเสนอแนะ และความรู้ต่างๆ ที่ชุมชนมีอยู่

#### 4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ใช้การสื่อสารเพื่อดึงคนในชุมชนให้ออกมามีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็น ร่วมแสดงความคิดเห็นตั้งแต่ช่วงแรกของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ร่วมวางแผน และร่วมปฏิบัติงาน ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกรู้สึกกว่าตนเองมีคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำ และการให้คนได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาชุมชน ที่มีแนวคิดสำคัญคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยชุมชนเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมได้เข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในทุกๆ ขั้นตอน

#### 5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน

ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นจะเห็นได้ว่าในแต่ละช่วงของการพัฒนาการของเครือข่ายเครือข่ายการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาททำให้สมาชิกได้นำข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น กรณีที่เกิดเบงค์ปลอมระบาด ชมรมหาบเร่แผงลอยก็ได้จัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับสมาชิกทุกคน และนอกจากนั้นสมาชิกเองก็ได้มีการพูดคุยกันเองด้วย หรือกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำ ถ้าต่างฝ่ายต่างแก้ไขปัญหากันเองอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือแก้ไขปัญหาก็ไม่ตรงจุด แต่เครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ทุกฝ่ายได้มาสื่อสารกัน ได้นำเสนอข้อมูลในมุมมองหรือทิศทางที่ตนเองประสบอยู่ ซึ่งแต่ละบุคคลเมื่อยืนอยู่ในจุดที่ต่างกันอาจทำให้มองและรับรู้ปัญหาแตกต่างกันได้ ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมกัน และนำไปสู่การร่วมกันเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

## 6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน

จะเห็นได้ว่า แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อให้สมาชิกมีความรักในท้องถิ่น และให้สมาชิกทุกคนช่วยกันทำหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนของตนเอง เพราะการประชาสัมพันธ์จะเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้หนักท้องเที่ยวได้รู้จักตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นแกนนำหลักจึงใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อทำให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญที่ต้องพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และประโยชน์ที่จะได้รับหากตลาดน้ำอัมพวาเจริญรุ่งเรืองอีกครั้ง ตลอดจนให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกเข้าใจวิธีการในการสื่อสาร ซึ่งเมื่อทุกคนตระหนักดีแล้วทุกคนจะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด สอดคล้องกับที่ จ้านง บัวเนียว และคณะ (2545 : 263) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า ศักยภาพของสื่อบุคคลในการปกป้องคลองอู่ตะเภา นับว่ามีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในฐานะที่เป็นสื่อได้รับความสนใจจากชุมชนและใกล้ชิดอยู่ในชุมชน หากสามารถสื่อสารให้สื่อบุคคลเหล่านี้เข้าถึงความสำคัญจำเป็นในการปกป้องคลองอู่ตะเภาได้แล้ว สื่อบุคคลสามารถนำสารไปขยายต่อหรือไปค้นหาข้อมูลต่อด้วยตนเอง และสอดคล้องกับที่ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2540 : 50 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน) ได้ทบทวนหน้าที่ที่การสื่อสารชุมชนพึงแสดง โดยอาศัยงานพื้นฐานของ Windahl et al (1992) พบว่า หน้าที่หลักของการสื่อสารชุมชนส่วนหนึ่ง คือ หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) คือ การเปิดให้ผู้คนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสาร และทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

## 7. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และรวดเร็วแก่สมาชิกในเครือข่าย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา กล่าวคือ ในการพัฒนานั้นสมาชิกทุกกลุ่มจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน การเคลื่อนไหวและการพัฒนาจึงจะสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแกนนำหลักท่านเองก็ตระหนักถึงความสำคัญในข้อนี้ ดังนั้นท่านจึงใช้การสื่อสาร ทั้งการประชุม เวทีสาธารณะเพื่อสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ

นอกจากนั้นการมีเครือข่ายช่วยทำให้การสื่อสารมีความรวดเร็วขึ้น เนื่องจากเมื่อมีข่าวสารต่างๆ เข้ามาในชุมชน ทุกกลุ่มจะรู้ทันทีว่าจะกระจายข่าวสารอย่างไรเพื่อให้ถึงสมาชิกในชุมชนได้รวดเร็วที่สุด เช่น ชุมชนวัดอัมพวัน ประธานชุมชนก็จะให้กรรมการชุมเดินไปบอก

สมาชิกทุกคน หรือชุมชนบางกะพ้อม 2 ก็กระจายข่าวสารไปยังกรรมการทั้ง 4 จุดตามที่ได้กำหนดไว้ และแต่ละจุดก็จะกระจายข่าวสารต่อไปสมาชิกที่ตนเองรับผิดชอบ หรือชมรมหาบเร่แผงลอยกรณีแบ่งคัปลอมระบาศ ทางชมรมฯ ก็รับทำเอกสารและแจกให้กับแม่ค้าทุกคน ซึ่งจะเห็นได้ว่าในเครือข่ายมีวิธีการสื่อสารที่หลากหลายและรวดเร็ว ซึ่งทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ รู้ทิศทางและสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้สามารถรับมือและแก้ไขเหตุการณ์ต่างๆ ได้ทันท่วงที

สอดคล้องกับพระบรมราโชวาท ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้พระราชทานไว้เมื่อปี 2526 เมื่อองค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้เป็นปีการสื่อสารโลก ความตอนหนึ่งว่า (อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร , 2540 : 41)

“.....การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาสร้างสรรค้ความเจริญก้าวหน้า รวมทั้งรักษาความมั่นคงและปลอดภัยของประเทศ ซึ่งในสมัยปัจจุบัน สถานการณ์ของโลกเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกขณะ การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ย่อมมีความสำคัญมากเป็นพิเศษ.....”

นอกจากนั้น เกศินี จุฑาวิจิตร (2540 : 42) ได้กล่าวว่า ในฐานะที่การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม สังคมที่มีการสื่อสารดี ย่อมมีเครือข่ายการสื่อสารประเภทต่างๆ ที่ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วทั้งภายในและภายนอกตัวอำเภอ ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้เท่าทันต่อสถานการณ์

จากบทบาทเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาตามที่ได้กล่าวไปนั้น พบว่าสอดคล้องกับที่ Wilber Schramm (อ้างถึงในศิริเมษ กสิบแก้ว , 2551 : 47) ได้กล่าวว่าการสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ นั่นก็คือ ความสนใจและความคิดเห็นของประชาชนต้องได้รับการพิจารณา และได้รับการสนับสนุนวิธีการที่จะทำให้บรรลุถึงการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นรูปธรรม
2. ประชาชนควรได้รับโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ เช่น การอภิปรายถึงประเด็นปัญหาต่างๆ ควรเป็นไปอย่างกว้างขวาง ในส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเพื่อ

การเปลี่ยนแปลง ผู้นำต้องได้รับโอกาสที่จะดำเนินการ และเสียงเรียกร้องของประชาชนทั่วไปต้องได้รับการรับฟัง ประเด็นของการเปลี่ยนแปลงต้องชัดเจน อีกทั้งข่าวสารจะต้องถูกส่งผ่านทั้งจากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน และจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง

3. ทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน ผู้ใหญ่ต้องรู้จักการอ่าน เด็กต้องได้รับการศึกษา ชาวนาต้องได้เรียนรู้วิธีการทำนาสมัยใหม่ ครู หมัด วิศวกร ต้องได้รับการอบรม คนงานต้องมีความชำนาญด้านเทคนิค ประชาชนโดยทั่วไปต้องเรียนรู้ในการรักษาสุขภาพอนามัย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขมวัฒน์ มีโม (2548 : 161) ที่ศึกษาเรื่อง บทบาทเครือข่ายการสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า บทบาทเครือข่ายการสื่อสาร ได้แก่ 1) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในกลุ่ม 2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารกลุ่ม และ 3) การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่ม แสดงให้เห็นบทบาทที่สำคัญในการมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้ตระหนักถึงปัญหาและการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยึดโยงการรวมกลุ่มกันได้อย่างเหนียวแน่น จากกิจกรรมที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

และยังสอดคล้องกับแนวคิดบทบาทหน้าที่ของเครือข่ายการสื่อสารของ สมสุข หินวิมาน (2547:15) ที่กล่าวว่า ในระดับชุมชน เครือข่ายการสื่อสารทำหน้าที่ในการสร้างกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาสังคม หน้าที่ในการจัดสรร ระดมทรัพยากรต่างๆ ในสังคม และหน้าที่ธำรงรักษาการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน

ด้วยเหตุนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเจริญรุ่งเรือง และทำเครือข่ายมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาชุมชนเพียง 4 ชุมชน จากทั้งหมด 10 ชุมชน อาจทำให้เห็นภาพเครือข่ายการสื่อสารไม่ชัดเจน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปถ้าสามารถศึกษาลักษณะการสื่อสารของทุกชุมชน จะทำให้เห็นภาพเครือข่ายการสื่อสารได้อย่างชัดเจนขึ้น

2. การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จนั้นเกิดจากกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทศบาล ชุมชน และกลุ่มอาชีพที่เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ในส่วนของกลุ่มอาชีพ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเพียง ชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปถ้าได้ศึกษากลุ่มอาชีพกลุ่มอื่นๆ เพิ่มเติม จะทำให้มีความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น