รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน
กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

Communication Network and Development : The Case Study of Ampawa Floating Market, Samut Songkhram Province

โดย

สิญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2554

DPU

ชื่อเรื่อง : เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ผู้วิจัย : สิญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์ สถาบัน : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีที่พิมพ์ : 2554 สถานที่พิมพ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
แหล่งเก็บรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ : ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวนหน้างานวิจัย : 328 หน้า
คำสำคัญ : เครือข่ายการสื่อสาร พัฒนาชุมชน ลิขสิทธิ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

รายงานวิจัยเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา 2. ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา 3. ศึกษาบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 28 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา พบว่า สมาชิกในเครือข่ายประกอบด้วยกลุ่มหลักๆ 8 กลุ่ม คือ แกนนำหลัก นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกประกอบด้วย เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอย ส่วนกลุ่มพันธมิตร ได้แก่ ชมรมโฮมสเตย์ โดยเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีองค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย คือ 1) การรับรู้มุมมองร่วมกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายอย่างกว้างขวาง 5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) การพึ่งพิงกัน 7) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

โดยจุดเริ่มของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของคนในชุมชนซบเซาลงเพราะตลาดน้ำอัมพวาตายมานานกว่า 30 ปี คนในชุมชนบางส่วนไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้ จนเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ท่านมีความคิดที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับฟื้นคืนชีพอีกครั้ง โดยแกนนำหลักได้มีการจัดประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำ และเปิดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังแนวคิดและความคิดเห็นจากหลายๆ ฝ่าย ซึ่งเป็นจุดเริ่มของการรวมกลุ่มและขยายเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต่อไป โดยพัฒนาการของเครือข่าย แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ 1. ระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม 2.ระยะขยายเครือข่าย และ 3. ระยะเจริญเติบโต

2. เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวิธีการสื่อสารและประเด็นในการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละระยะของพัฒนาการ โดยมีการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการดังนี้ ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม การสื่อสารในกลุ่มแกนนำมีรูปแบบการสื่อสาร คือ จดหมาย การประชุม การจัดกิจกรรม โทรศัพท์ และการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล ส่วนการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกน

นำกับคนในชุมชนมีรูปแบบการสื่อสาร คือ เวทีสาธารณะ การจัดกิจกรรม และการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยมีประเด็นการสื่อสาร คือ 1) ธงของเมือง ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำมีรูปแบบการสื่อสาร คือ จดหมาย การประชุม การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนมีรูปแบบการสื่อสาร คือ การประชุม การจัดกิจกรรมระหว่างสมาชิก การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล และการสร้างต้นแบบที่ดี การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน มีการพูดคุย และการชักชวนคนในชุมชน โดยประเด็นการสื่อสารที่ใช้คือ 1) ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา 2) ศักยภาพของชุมชน 3) ความเจริญเติบโตของชุมชน 4) ประโยชน์ที่ได้รับ 5) ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน ระยะที่ 3 เจริญเติบโต การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำมีรูปแบบการสื่อสาร คือ การประชุม การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน มีรูปแบบการสื่อสาร คือ จดหมาย การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล ประเด็นการสื่อสารที่ใช้ คือ 1) การรักษาสิ่งแวดล้อม 2) คุณภาพของอาหารและราคา 3) กระบวนการจัดการความรู้

นอกจากนั้นพบว่าลักษณะเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีเครือขายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง แบบวงล้อ โดยมีร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรี เป็นแกนนำหลัก เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก และชมรมโฮมสเตย์ เป็นพันธมิตร

3. บทบาทของเครือข่ายการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาชุมชน พบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนี้ 1. ทำให้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง 2. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น 3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน 4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน 5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน 6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน 7. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และรวดเร็วแก่สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย

Title : Communication Network and Development : The Case Study of Ampawa Floating Market, Samut Songkhram Province
Researcher : Siyathip Pienpak Institution : Dhurakij Pundit University
Year of Publication : 2011 Publisher : Dhurakij Pundit University
Sources : Research Center, Dhurakij Pundit University No. of page : 328 pages
Keyword : Communication Networks and Development Communication
Copy right : Dhurakij Pundit University

Abstract

This research project has three objectives. Firstly, it aims to study the communication network for the development of Ampawa Floating Market. Secondly, it aims to explore the communication patterns for constructing and extending the network for the development of Ampawa Floating Market. And lastly, it aims to analyze the role of the communication network in the development of Ampawa Floating Market. This research project has been conducted with a qualitative method, using in-depth interviews with 28 key informants. The research results are as follows:

1. The communication network for the development of Ampawa Floating Market found that the members of the network for the development of Ampawa Floating Market are comprised of 8 main groups: *the mayor of Amwapa municipal district*, who is the main leader; *municipal district of Ampawa*; *Ampawa Market Community*; *Ampawa Temple Community*; *Ampawa River Community*; *Bangkapom Community 2*; *The Street Commerce Club*, which are also the main leaders and members; and *Home stay Club*, which is an ally of the network. The network is comprised of 7 key factors: common perception, common vision, mutual interests, all stake holders participation, complementary relationship, interdependence and interaction.

The idea of the development of Ampawa Floating Market was initiated by Lieutenant Pacharodom Unsuwan. In February 2001, Lieutenant Pacharodom was appointed as the mayor of Amwapa municipal district. At that time, Ampawa Floating Market had been closed for nearly 30 years. The economy was in a down turn, and people in the community were unemployed and living in difficulty. Lieutenant Pacharodom had an idea to reconstruct the Ampawa Floating Market. He then organized a meeting with the chairpersons of the clubs and communities, and opened the opportunity for comments from the public. This was the beginning of the founding of the network, which later led to the extending of the network for the development of Ampawa Floating Market. The development of the network has three phases. The first phase is the awareness of the problem and the forming of the community; the second phase is the extension of the network; and the last phase is the development of the network.

2. The network for the development of Ampawa Floating Market has exploited different communication methods and messages for extending the network in the different phases, using both formal and informal communication. For the first phase, the awareness of the problem and the forming of the community, the communications among the main leaders were through the use of letters, meetings, activities, telephone communication, and person-to-person communication. The

communication patterns between the leaders and people in the community were public opinion meetings, activities, and person-to-person communication. The key message of the communication at this phase was “The Flag of the Town”.

In the second phase, extension of the network, the communications among the main leaders was the use of letters, and through meetings, while the communication patterns between the leaders and people in the community were meetings, activities, person-to-person communication and role model building. The communication patterns among the people in the community were conversation and persuasion. The key messages of the communication at this phase were a sense of belonging of Ampawa Floating Market, communication capacity, community development, community benefit, localism and the love of the community.

During the third phase, the development of the network, the communications among the main leaders was through meetings, while the communication patterns between the leaders and people in the community were letters and person-to-person communication. The key messages of the communication at this phase were community environment, quality and price of food, and knowledge management.

The pattern of the network for the development of Ampawa Floating Market is a Wheel Network, with Lieutenant Pacharodom Unsuwan the mayor of Amwapa municipal district in the middle of the circle, acting as a centre-figure of the network. The other leaders and members are Ampawa Market Community, Ampawa Temple Community, Ampawa River Community, Bangkapom Community 2, and The Street Commerce Club, with The Home stay Club is an ally.

3. The communication network has played 7 roles in the development of Ampawa Floating Market. These are: informing the community and analyzing the needs of the community; helping the community to prioritize the problems; facilitating the plan for the development of the community; initiating cooperation and community involvement; exchanging knowledge for problem solving in the community; creating public relations staffs for the community; building an understanding correctly and rapidly for the members in the network.

กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลาในการทำงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยไม่อาจทำงานได้ลุล่วงหรือเสร็จสมบูรณ์ได้ หากปราศจากบุคคลหลายท่านๆ ที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คุณศรีประภาส ศรีธวัช นักพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ถึงแม้จะป่วยหรือเย็นแค่ไหนก็คอยต้อนรับ และให้ข้อมูลมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ ประธานและกรรมการชุมชน ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย เลขานุการชมรมโฮมสเตย์ และคนในชุมชนทุกท่าน ที่ต้อนรับผู้วิจัยดุจญาติมิตร ทุกครั้งที่ไปสัมภาษณ์ไม่ว่าจะบ้านใดก็แล้วแต่ ต้องได้รับของฝากกลับมาทุกครั้ง

ขอขอบพระคุณ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ ที่ช่วยชี้แนะการทำวิจัย จนกระทั่งได้งานวิจัยที่ใช้กระดาษเกือบหมดรีม

ขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยเฉพาะ พี่ผักกาด พี่แอ๊ป พี่แอม พี่โอปอล์ โนช แพร นุ้ย หนู ไอซ์ เอ ต่อ ก้อง ที่เป็นมากกว่าพี่และเพื่อน คอยให้กำลังใจในหลายๆ เรื่อง และทำให้รู้ว่าไม่ว่าจะดึกแค่ไหนก็จะมีพี่ๆ เพื่อนๆ นั่งทำวิจัยอยู่เช่นกัน

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ป.โท กุ้ง และ แจ๊ค ที่ให้คำปรึกษาทุกครั้งที่งงและสงสัย และทำให้การวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอบคุณ นู๋สาว ที่เป็นทั้งลูกศิษย์และน้องที่น่ารัก คอยดูแล และห่วงใยอยู่เสมอ และลูกศิษย์ทุกคนที่เป็นกำลังใจให้โดยตลอด

และขอขอบคุณด้วยใจสำหรับ พ่อ ที่ปกติไม่ค่อยพูด แต่ถามตลอดว่า “วิจัยเสร็จหรือยัง” แม่ ที่เป็นทุกอย่าง ทั้งให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และนั่งอ่านงานวิจัยรอบสุดท้ายให้แบบวันเดียวจบ และที่สำคัญแม่คอยส่งข้าวส่งน้ำให้ตลอด พี่อ๊อบ ที่ไม่ว่าจะงานยุ่งมากแค่ไหน แต่เมื่อไหร่ที่น้องสาวคนนี้ต้องการกำลังใจแล้ว พี่อ๊อบจะมาอยู่เคียงข้างเสมอ และอ้อ น้องสาวที่บอกว่าจะให้ช่วยพิมพ์อะไรส่งมาเลย แต่เล่มนี้ไม่ทันแล้วอ้อจะไปช่วยในงานวิจัยเล่มหน้า

ซึ่งหากปราศจากบุคคลเหล่านี้ ผู้วิจัยคงไม่มีกำลังใจ และความพยายามที่จะทำให้งานวิจัยเล่มนี้เสร็จอย่างสมบูรณ์ ขอบคุณอีกครั้งด้วยใจจริงค่ะ

สิญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ค
กิตติกรรมประกาศ		จ
สารบัญ		(1)
สารบัญตาราง		(3)
สารบัญรูปภาพ		(4)
บทที่ 1	**บทนำ**	
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
	ปัญหานำการวิจัย	6
	นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
	ขอบเขตของการวิจัย	9
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2	**ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	
	แนวคิดเรื่องบทบาทของผู้นำกับการพัฒนา	10
	แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม	18
	แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย	25
	แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร	34
	แนวคิดการพัฒนาชุมชน	53
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีวิจัย**	
	ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	71
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	78
	การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	78

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย 79

การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย 79

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา 82

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร 90

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร 193

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร 232

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย 242

อภิปรายผลการวิจัย 284

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 319

บรรณานุกรม 321

ภาคผนวก 326

ก. แบบสอบถาม 327

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

1	เปรียบเทียบบทบาทของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ในแต่ละพัฒนาการของเครือข่าย	93
2	สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม	202
3	สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย	211
4	สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต	229

DPU

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่	47
2	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย	48
3	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ	48
4	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม	49
5	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง	49
6	แผนภาพแสดงความหมายของการพัฒนาชุมชน	54
7	ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา	82
8	แสดงที่ตั้งและอาณาเขตของเทศบาลตำบลอัมพวา	83
9	แสดงลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	90
10	แสดงสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	92
11	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวา	101
12	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนวัดอัมพวัน	102
13	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนคลองอัมพวา	104
14	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนบางกะพ้อม 2	105
15	แสดงการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย	134
16	แสดงการสื่อสารในชุมชนตลาดอัมพวา	139
17	แสดงการสื่อสารในชุมชนวัดอัมพวัน	143
18	แสดงการสื่อสารในชุมชนคลองอัมพวา	147
19	แสดงการสื่อสารในชุมชนบางกะพ้อม 2	151
20	แสดงการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย	156
21	แสดงการสื่อสารในชมรมโฮมสเตย์	161
22	พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	173
23	พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 1	184
24	แผนที่แสดงขอบเขตของบริเวณแต่ละชุมชนของชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา	186
25	พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 2	191
26	แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม	202

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
27	แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย	210
28	แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย (มีชมรมหาบเร่แผงลอย)	216
29	แสดงการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย (รวมชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์)	223
30	แสดงการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต	228

DPU

บทที่ 1
บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ลักษณะการใช้ชีวิตร่วมกันเป็นหมู่เหล่าที่ดำรงอยู่ด้วยความผูกพันกับลำน้ำนั้นปรากฏชัดในสังคมไทยมานาน เมืองและชุมชนในอดีตจึงมักจะตั้งถิ่นฐานอยู่ริม 2 ฟากฝั่งของแม่น้ำลำคลอง ดังเช่นในสมัยสุโขทัยที่ตั้งเมืองอยู่ริมฝั่งแม่น้ำยม กรุงศรีอยุธยาตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เมืองราชบุรีตั้งบนฝั่งแม่น้ำแม่กลอง และเมืองฉะเชิงเทราที่ตั้งบนฝั่งบางปะกง เป็นต้น (สารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน อ้างถึงใน เขมชาติ วงศ์ทิมารัตน์, 2546) ด้วยเหตุนี้ในอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยจึงได้รับขนานนามจากนานาประเทศว่า "**เวนิสตะวันออก**" ที่อบอวลไปด้วยบรรยากาศที่สวยงามร่มรื่น และมีวิถีชีวิตแบบไทยของชาวฝั่งคลองเพียงแห่งเดียวในโลก คนไทยในอดีตอาศัยแม่น้ำลำคลองเป็นทางสัญจร คมนาคมขนส่ง การชลประทาน เกษตรกรรม ปศุสัตว์ หรือการประมง อีกทั้งน้ำในคลองยังใช้อุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ใช้เพื่อการพักผ่อนสันทนาการหรือการกีฬา

จะเห็นได้ว่า แม่น้ำ ลำคลอง มีบทบาทต่อชุมชนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บทบาทของคลองจะเปลี่ยนไปตามความต้องการของชุมชน เช่น ในอดีตคลองทำหน้าที่เป็นปราการป้องกันข้าศึก เพื่อขยายพื้นที่ในการเพาะปลูก เป็นเส้นทางคมนาคม เป็นแหล่งอาหาร เป็นแหล่งสาธารณูปโภค เป็นแหล่งพักผ่อน หย่อนใจ ตลอดจนเป็นบ่อเกิดประเพณีวัฒนธรรมที่ดีงามของประเทศไทย ในชีวิตประจำวันผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่ริมคลองจะอาศัยน้ำในลำคลองเป็นน้ำกินน้ำใช้ เป็นเส้นทางไปมาหาสู่กันทางน้ำโดยใช้เรือเป็นพาหนะ ในด้านอาชีพผู้คนส่วนใหญ่ที่อาศัยริมคลองจะมีอาชีพเกษตรกรรมทำสวนทำนาเป็นหลัก ชาวสวนได้อาศัยน้ำในคลองหล่อเลี้ยงพืชสวน โดยขุดเป็นร่องน้ำจากคลองเข้าไปในสวน ผู้คนที่ประกอบอาชีพค้าขายจะพายเรือไปขายตามท่าน้ำหน้าบ้านของผู้คนบริเวณปากคลอง หรือจุดบริเวณเชื่อมต่อกับ ทางบกจะเป็นแหล่งที่เรือบรรทุกสินค้ามาชุมนุมค้าขายกันอย่างหนาแน่นที่เรียกว่า "**ตลาดน้ำ**" (สำนักส่งเสริมและประสานมวลชน ส่วนส่งเสริมการมีส่วนร่วม กรมทรัพยากรน้ำ, 2550)

หากกล่าวถึงตลาดน้ำในประเทศไทยแล้ว ปัจจุบันพบว่ามีมากมายหลายที่ อาจเนื่องด้วยกระแสบริโภคนิยมของคนไทยที่ยังคงเห็นความสำคัญในอารยธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตแบบไทยในสมัยก่อน ด้วยเหตุนี้ทำให้ตลาดน้ำหลายแห่งใช้กลยุทธ์การสื่อสารทั้งในด้านของการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อาทิ ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นต้น ซึ่งตลาดน้ำดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นตลาดน้ำที่เปิดตลาดเพื่อทำการค้าขายกันตั้งแต่เช้าไปจนกระทั่งสายๆ หรือบางทีก็เปิดจนกระทั่งบ่าย แต่ทว่าเมื่อไม่นานมานี้ตลาดน้ำในเมืองไทยได้มีตลาดน้ำที่เริ่มมีการค้าขายกันในช่วงเย็น พ่อค้าแม่ค้าต่างพร้อมใจกันมาขายสินค้ากันตั้งแต่ประมาณ 4 โมงเย็น และเปิดเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เท่านั้น ตลาดน้ำแห่งนี้ใช้ชื่อว่า “ตลาดน้ำยามเย็น” หรือ “ตลาดน้ำอัมพวา”

ตลาดน้ำอัมพวา ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา หรือ “**ชุมชนอัมพวา**” บริเวณตอนกลางของอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีเนื้อที่ประมาณ 2.5 ตารางกิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 71 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดสมุทรสงครามประมาณ 6 กิโลเมตร

ความสำคัญของชุมชนอัมพวา

เทศบาลตำบลอัมพวา หรือ “ชุมชนอัมพวา” เป็นชุมชนริมน้ำที่ยังคงเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐานริมน้ำในอดีต ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองบริเวณสองฝั่งคลองอัมพวา พื้นที่บริเวณนี้รวมทั้งพื้นที่ตอนบนของจังหวัดสมุทรสงครามในเขตอำเภออัมพวาและบางส่วนของอำเภอบางคนที เดิมเรียกว่า “แขวงบางช้าง” รวมอยู่กับเมืองราชบุรี ในรัชสมัยพระเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 2137 – 2198) แขวงบางช้างมีตลาดค้าขายแห่งหนึ่งเรียกว่า “ตลาดบางช้าง” มีนายตลาดทำหน้าที่เก็บอากรขนอนตลาดเป็นหญิงชื่อ “น้อย” มีบรรดาศักดิ์เป็น “ท้าวแก้วผลึก” ท่านเป็นน้าสาวของท่านเศรษฐี “ทอง” พระชนกของสมเด็จพระอมริน-ทรามาตย์ (นาก) พระบรมราชินีในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1

ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าเอกทัศน์ แขวงบางช้างกลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองสมุทรสงคราม พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ขณะดำรง

พระอิสริยยศเป็น "หลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรี" ได้ทรงสมรสกับท่าน "นาก" (สมเด็จพระอมรินทรามาตย์) ธิดาของท่านทองและท่านสั้น มหาเศรษฐีแห่งแขวงบางช้าง เมื่อกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าในปี พ.ศ. 2310 ทั้งสองพระองค์ได้ทรงหลบภัยพม่ามาอยู่ที่บ้านอัมพวา ระหว่างนั้นสมเด็จพระอมรินทรามาตย์ ได้ทรงประสูติพระราชโอรสทรงพระนามว่า "ฉิม" ซึ่งต่อมาคือ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 เมื่อวันพุธ ขึ้น 7 ค่ำ เดือน 4 ปีกุน ตรงกับวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2310

ระหว่างที่หลบภัยจากพม่านี้เอง กรมสมเด็จพระศรีสุดารักษ์ (แก้ว) พระพี่นางองค์ที่ 2 ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ซึ่งเสด็จมาหลบภัยอยู่ที่บ้านอัมพวาด้วย ได้ประสูติพระธิดาเมื่อวันอาทิตย์ แรม 12 ค่ำ เดือน 12 ปีกุน ตรงกับวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2310 ทรงพระนามว่า "บุญรอด" ซึ่งต่อมาคือ สมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ พระบรมราชินีในล้นเกล้าฯ รัชกาลที่ 2

ดังนั้นชุมชนอัมพวา จึงเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอมรินทรามาตย์ (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์

ในปี พ.ศ. 2437 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พื้นที่ตอนล่างของแขวงบางช้างได้ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภออัมพวา ขึ้นอยู่กับเมืองสมุทรสงคราม มณฑลราชบุรี ต่อมาในปี พ.ศ. 2481 ได้มีพระราชกฤษฎีกาประกาศรวมทั้งที่ตำบลอัมพวา และตำบลบางกะพ้อมเข้าด้วยกันเป็นตำบลอัมพวา และทางราชการได้พิจารณาเห็นว่าตำบลอัมพวามีจำนวนประชากร ความเจริญ และรายได้ท้องถิ่นถึงเกณฑ์ที่จะจัดตั้งเป็นเทศบาลได้ จึงได้ตราพระราชกฤษฎีกายกฐานะตำบลอัมพวาขึ้นเป็นเทศบาลตำบลอัมพวาในปี พ.ศ. 2483 ในปัจจุบันเทศบาลตำบลอัมพวา ประกอบไปด้วยชุมชนทั้งหมด 10 ชุมชน ได้แก่

1) ชุมชนบ้านหัวแหลม
2) ชุมชนประชาอุทิศ
3) ชุมชนโรงเจ
4) ชุมชนตลาดอัมพวา

5) ชุมชนวัดอัมพวัน
6) ชุมชนคลองอัมพวา
7) ชุมชนบางจาก
8) ชุมชนริมเขื่อน
9) ชุมชนบางกะพ้อม 1
10) ชุมชนบางกะพ้อม 2

นอกจากชุมชนอัมพวาจะมีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์แล้ว ในด้านของการตั้งถิ่นฐานก็มีลักษณะที่โดดเด่นเช่นกัน กล่าวคือ ชุมชนอัมพวาเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำและมีแม่น้ำลำคลองไหลผ่าน ทำให้พื้นที่ชุมชนอัมพวามีความอุดมสมบูรณ์ การตั้งถิ่นฐานในอดีตมักอิงอยู่กับแม่น้ำลำคลอง เพราะจำเป็นต้องอาศัยน้ำในการดำรงชีวิต ทั้งอุปโภค บริโภค และใช้ในการสัญจร นอกจากนั้นการประกอบอาชีพ และกิจกรรมทางสังคมก็มีความสัมพันธ์กับน้ำด้วยเช่นกัน

ความอุดมสมบูรณ์และความได้เปรียบในด้านที่ตั้งที่มีแม่น้ำแม่กลอง และคลองอัมพวาไหลผ่านทำให้มีผู้คนอพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งเพิ่มมากขึ้น การตั้งถิ่นฐานจะหนาแน่นบริเวณริมแม่น้ำและคลองโดยมีตลาดเป็นศูนย์กลางของชุมชน การตั้งถิ่นฐานของชุมชนเริ่มแรกกระจายตัวอยู่บริเวณสองฝั่งของแม่น้ำแม่กลองและคลองที่เชื่อมโยงกับแม่น้ำแม่กลอง ได้แก่ คลองบางจาก คลองลัดตาโชติ คลองดาวดึงส์ คลองผีหลอก เป็นต้น

การตั้งถิ่นฐานในอดีตของชุมชนนั้น คำนึงถึงปัจจัยการเพาะปลูก คือ แหล่งน้ำเป็นหลัก เรียงรายไปตามสองฝั่งแม่น้ำลำคลอง ในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ชุมชนอัมพวาเป็นศูนย์กลางการค้าทางน้ำที่สำคัญ มีตลาดน้ำอัมพวาเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ตลอดแนวสองฝั่งคลองอัมพวาเป็นชุมชนริมน้ำ

ในอดีตเมืองอัมพวาถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม มีตลาดน้ำขนาดใหญ่และชุมชนริมน้ำที่เป็นศูนย์กลางด้านพาณิชยกรรม (http://www.maeklongtoday.com) จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2526 รัฐบาลมีนโยบายในการทำถนนทั่วประเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากชุมชนริมน้ำไปสู่ชุมชนบนบกมากขึ้น โดยเฉพาะที่บริเวณตลาดน้ำคลองอัมพวา มีการเปลี่ยนแปลงตัวเองอย่างมาก จากความเจริญและการ

ขยายตัวของเมืองโดยอยู่ตามแนวริมถนน เมืองมีลักษณะเป็นศูนย์กลางการค้า การบริการ และการบริหาร (วรรณศิลป์ พีรพันธุ์ 2523 : 22) บริเวณร้านค้าริมน้ำ ซึ่งเมื่อก่อนเคยคึกคักกลับเงียบเหงา ทำให้ขาดลักษณะความเป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีวิถีชีวิตและกิจกรรมริมน้ำแต่เดิม คุณค่าในความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนริมน้ำนี้ได้เกิดการเปลี่ยนแปลง (นิธิ ลิศนันท์, 2544)

ด้วยเหตุนี้ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งเป็นผู้บริหารท้องถิ่นขณะนั้น มีโครงการที่จะฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้งหนึ่ง เพื่ออนุรักษ์ความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำ ซึ่งในปัจจุบันจะหาดูได้ยากให้สืบทอดตลอดไปโดยใช้ชื่อว่า "ตลาดน้ำยามเย็น"

ซึ่งจะเห็นได้ว่าภายหลังจากที่ได้ฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวา ขณะนี้เป็นตลาดน้ำที่ได้รับความนิยม ผู้คนต่างหลั่งไหลแวะเวียนไปเที่ยว สื่อต่างๆ ได้ให้ความสำคัญจนมีผู้กล่าวขวัญกันมากมายอาทิ

"เหลือเชื่อแต่จริง ตลาดน้ำอัมพวันฯ ปากคลองอัมพวา สมุทรสงคราม ประชาคมใหญ่ศูนย์ความเจริญกว่า 350 ปี ตั้งแต่ครั้งสมเด็จพระเจ้าประสาททอง อยุธยา ผู้คนจอแจเรือแพแน่นขนัดไปค้าขายกันแน่น ค่อยๆ ตายลงสนิทเมื่อราว 30 ปีที่ผ่านมา เพราะการตัดถนนเพื่อการสัญจรที่เหนือกว่าแม่น้ำลำคลองมาก ทำให้ประชาคมทั้งเมือง ทั้งบนบกและสองฟากฝั่งคลอง รวมเรือแพค้าขายในตลาดท้องน้ำหายวับไปสิ้น ทั้งประชาคมเงียบเหงาราวกับเมืองร้าง วันนี้ปาฏิหาริย์เกิดขึ้น ประชาคมย่านตลาดอัมพวาบนฝั่งรวมย่านตลาดน้ำและบริเวณโดยรอบกลายเป็นเมืองฟื้นคืนชีพ คึกคัก ทั้งเป็นย่านอาหารถูก รสอร่อยที่ผู้คนไปกินกันคับคั่ง" (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 27 มีนาคม 2551)

"เป็นเวลาเกือบ 5 ปี ที่ทางเทศบาลตำบลอัมพวา ฟื้นฟูคลองอัมพวาและตลาดน้ำอัมพวาขึ้นมาแบบพลิกฝ่ามือทีเดียว ตลาดน้ำอัมพวาที่เคยเงียบเหงา ซบเซา และร้างลามาเป็นเวลากว่า 20 ปี เกิดขึ้นมาใหม่ในช่วงของวันเวลาใหม่ จากตลาดน้ำยามเช้าเป็นตลาดน้ำยามเย็นและเริ่มต้นตั้งแต่เย็นวันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ จากเรือพ่อค้าแม่ค้า นำสินค้ามาขายสินค้าพื้นบ้านพื้นเมืองที่เมื่อเริ่มต้นใหม่ๆ ทางเทศบาลต้องจ้างพ่อค้าแม่ค้ามาขายวันละ 300 บาทประมาณ 10 กว่าลำ สินค้าที่จำหน่ายเหลือที่เป็นสินค้ารับประทานได้ก็แจกจ่ายกันไป ปัจจุบันมีเรือจำหน่ายสินค้าและอาหารกว่า 100 ลำ ทางเทศบาลมีรายได้จากการเก็บค่าเช่าและค่าทำความสะอาดได้อีกทางหนึ่ง

นักท่องเที่ยวจากร้อยคน เป็นหมื่นคน ณ ในปัจจุบัน จนมีปัญหาเรื่องการจราจรติดขัดทั้งทางบกและทางน้ำ" (http://www.naewna.com)

จากกระแสที่ประชาชนให้ความสนใจตลาดน้ำอัมพวาเป็นจำนวนมากนั้น แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการสื่อสารของนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา และผู้นำชุมชนที่สามารถโน้มน้าวใจให้ชาวบ้านในเขตเทศบาลตำบลอัมพวามาให้ความร่วมมือ และมีส่วนร่วมทำให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง "**เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**" เพื่อศึกษาข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาชุมชนอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
3. เพื่อศึกษาบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ปัญหานำการวิจัย

1. ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร
2. รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร
3. เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ตลาดน้ำอัมพวา หมายถึง ชุมชนบริเวณเขตเทศบาลตำบลอัมพวา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม โดยในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาชุมชนย่อยจำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนบางกะพ้อม 2

เครือข่าย หมายถึง การรวมตัวกันของบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน และได้ทำกิจกรรมร่วมกัน โดยใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงถึงกันเพื่อการประสานงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แก้ไขปัญหา และให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน ในกรณีงานวิจัยนี้ เครือข่าย หมายถึง เครือข่ายของคนในชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมตัวเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ลักษณะของเครือข่าย หมายถึง ลักษณะทั่วไปของเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วย

- โครงสร้างพื้นฐานของเครือข่าย ได้แก่ สมาชิกในเครือข่าย ประกอบด้วย แกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ประกอบด้วย เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอย และพันธมิตร คือ ชมรมโฮมสเตย์
- องค์ประกอบของเครือข่าย ได้แก่ การรับรู้มุมมอง วิสัยทัศน์ ตลอดจนมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การพึ่งพิงกัน และการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน
- พัฒนาการของเครือข่าย หมายถึง ช่วงระยะเวลาต่างๆ ตั้งแต่เริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จนกระทั่งถึงช่วงเจริญเติบโต

แกนนำหลัก หมายถึง ผู้นำที่เป็นทางการ ผู้ริเริ่ม วางแผน กำหนดกลยุทธ์ และเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสาร ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งในงานวิจัยนี้ ได้แก่ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ

กลุ่มแกนนำ หมายถึง กลุ่มของผู้นำในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ทั้งผู้นำที่เป็นทางการ และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ โดยแบ่งเป็น

- กลุ่มแกนนำจากเทศบาล หมายถึง เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอัมพวา ที่มีบทบาทในการเข้ามาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาร่วมกับแกนนำหลัก
- กลุ่มแกนนำชุมชน หมายถึง ประธานและกรรมการชุมชน
- กลุ่มแกนนำชมรม หมายถึง ประธานและกรรมการชมรมหาบเร่แผงลอย

กลุ่มสมาชิก หมายถึง คนในชุมชนทั้ง 4 ชุมชน ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ทั้งการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา หรือเข้ามามีส่วนร่วมในการขายของทั้งบนบกและในเรือ รวมทั้งเปิดโฮมสเตย์

พันธมิตร หมายถึง กลุ่มที่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร หรือการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แต่ได้เข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนให้เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีความเข้มแข็งมากขึ้น ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง ชมรมโฮมสเตย์

คนในชุมชน หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาทุกชุมชน ทั้งที่ได้เข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง รูปแบบการพูดคุยติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและสมาชิก พันธมิตรในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

พัฒนาการของเครือข่าย หมายถึง กระบวนการตั้งแต่เริ่มตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน จนก่อตัวและการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

การขยายเครือข่าย หมายถึง การใช้วิธีการสื่อสารเพื่อเชิญชวนให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของตลาดน้ำ ไม่ว่าจะเป็นการขายของ หรือการเปิดบ้านพักโฮมสเตย์ รวมถึงเชิญชวนให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์

บทบาทเครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง รูปแบบและวิธีการสื่อสารในเครือข่ายที่ส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยศึกษาเฉพาะการทำงานของนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาและเทศบาลตำบลอัมพวา ร่วมกับ ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาจำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนบางกะพ้อม 2 รวมทั้งกลุ่มอาชีพ ได้แก่ ชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ เท่านั้น

2. เหตุการณ์และข้อมูลที่รวบรวมนั้น ศึกษาเฉพาะช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ.2551 เนื่องจากเป็นช่วงระยะเวลาที่เริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเป็นที่รู้จักอีกครั้งหนึ่ง

3. ชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ ศึกษาเฉพาะสมาชิกที่อยู่ในเขตชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนบางกะพ้อม 2 เท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยที่ได้จะทำให้ทราบถึงกลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

2. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับชุมอื่นๆ ในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองต่อไป

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง **"เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม"** ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้มาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

1. แนวคิดเรื่องบทบาทของผู้นำกับการพัฒนา
2. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม
3. แนวคิดเรื่องเครือข่าย
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร
5. ทฤษฎีการพัฒนาชุมชน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องบทบาทของผู้นำกับการพัฒนา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม" นั้น แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา และกลุ่มแกนนำ เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนมาให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และพัฒนาชุมชนของตนเอง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำกับการพัฒนาเพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ความหมายของผู้นำ

Roderick Bell (1969) ให้ความหมายของผู้นำว่า เป็นผู้ซึ่งอยู่ในอำนาจหรือตำแหน่งที่ถูกกำหนดให้เป็นผู้นำ เป็นผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลในการจัดสรรและจัดการต่อสิ่งที่มีคุณค่าต่างๆ มากกว่าคนอื่นๆ ในชุมชนนั้น เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ปรารถนาทั้งของตนเองและสมาชิกของชุมชน

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2537) ให้ความหมายว่า “ผู้นำเป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะนำชาวบ้านในด้านที่ผู้นำนั้นมีความสามารถ โดยมีจิตสำนึกและอุดมการณ์ที่จะยังประโยชน์ให้เกิดแก่ชุมชน โดยไม่ต้องรอคำสั่งให้ปฏิบัติการใดๆ จากอำนาจทางการ”

ปัญญา สวัสดิ์เสรี (2531) ให้ความหมายของผู้นำ ว่าหมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นในกลุ่ม หรือมีบทบาทสำคัญในการนำกลุ่มไปสู่จุดประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นผู้ที่สมาชิกยอมรับนับถือ เชื่อฟังและปฏิบัติตาม สามารถให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่ผู้อื่นร้องขอ รวมทั้งเป็นจุดรวมของแนวความคิดและมีอิทธิพลต่อแนวความคิดของสมาชิกในกลุ่ม องค์การต่างๆ หรือชุมชน

ทิศนา แขมมณี (2545 : 14) ได้ให้ความหมายของผู้นำว่า หมายถึงบุคคลใดก็ตามที่ด้รับการยอมรับจากกลุ่มหรือสังคมในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ให้นำกลุ่มไปสู่เป้าหมายหรือความต้องการของกลุ่ม การยอมรับจากกลุ่มหรือสังคม

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลซึ่งอยู่ในตำแหน่งหน้าที่หรือเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นในกลุ่ม เป็นผู้ที่สามารถนำสมาชิกในกลุ่ม โดยการรวบรวมความต้องการต่างๆ ของสมาชิกในกลุ่ม เป็นผู้นำด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ การวางแผน กำหนดกลยุทธ์ในการทำงาน นอกจากนั้นยังเป็นผู้ประสานงานระหว่างสมาชิกกลุ่มย่อยๆ และคอยรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อให้งานนั้นสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทบาทของผู้นำ

โดยทั่วไปแล้วในการศึกษาเรื่องการทำงานเป็นกลุ่มหรือการทำงานเป็นทีมนั้น จะจำแนกบทบาทหน้าที่ของผู้นำออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ (Davis, 1997 ; Foresyth, 1990 อ้างถึงใน ทิศนา แขมมณี , 2545 : 16)

1. บทบาทเกี่ยวกับการทำงาน (task function) ได้แก่ บทบาทของผู้นำในการที่จะนำกลุ่มให้สามารถทำงานออกมาให้เป็นผลสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่ม ได้แก่

1.1 ทำความเข้าใจในจุดมุ่งหมายของการทำงานและช่วยให้ผู้ร่วมงานเข้าใจตรงกัน

1.2 วางแผนงานและขั้นตอนการทำงานร่วมกับผู้ร่วมงาน

1.3 แบ่งงานและมอบหมายงานอย่างเหมาะสม

1.4 ริเริ่มความคิดใหม่ๆ ให้กับกลุ่มหรือกระตุ้นกลุ่มให้ริเริ่มความคิดใหม่ๆ

1.5 แสวงหาข้อมูลความคิดเห็นหรือใช้ข้อมูลความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน

1.6 ช่วยให้กลุ่มมีความเข้าใจตรงกันในข้อมูลหรือประเด็นต่างๆ ที่จำเป็นต่อการบรรลุผลสำเร็จของงาน

1.7 ช่วยประสานความคิด ข้อมูลของผู้ร่วมงานให้เกิดประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายของงาน

1.8 ช่วยขจัดปัญหาต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

1.9 ติดตามงาน ประเมินผลงานและสรุปผลงานเป็นระยะๆ และแจ้งให้ผู้ร่วมงานรับทราบ

1.10 ควบคุมมาตรฐานผลงานของกลุ่ม

1.11 ประเมินผลงานเมื่องานสำเร็จและปรับปรุงผลงาน

บทบาทดังกล่าวข้างต้นล้วนเป็นบทบาทที่จำเป็นในการที่จะช่วยให้งานบรรลุเป้าหมายและเป็นผลสำเร็จตามมาตรฐานที่ต้องการ

2. บทบาทเกี่ยวกับการธำรงไว้ (maintenance function) คือ บทบาทของผู้นำในการช่วยให้กลุ่มมีกำลังใจ มีความพึงพอใจที่จะทำงานร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่แตกแยกไปเสียก่อนที่งานจะสำเร็จผลออกมา ได้แก่

2.1 จัดระเบียบและควบคุมระเบียบของกลุ่ม เพื่อช่วยให้ทุกคนได้มีโอกาสทัดเทียมกันในการแสดงความคิดเห็น และช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบร้อย ไม่ชุลมุนวุ่นวาย เพราะมีระเบียบควบคุมไว้ ทำให้กลุ่มสามารถดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น ไม่แตกแยกเป็นกลุ่มเล็กกลุ่มน้อย

2.2 ดูแลเอาใจใส่สมาชิกกลุ่มให้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือแสดงความสามารถอย่างทั่วถึง เพื่อช่วยให้ทุกคนรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า มีประโยชน์ต่อกลุ่ม ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และต้องการทำงานให้กลุ่ม

2.3 รับฟังและพิจารณาความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มอย่างทั่วถึง การที่ผู้นำรับฟังและนำสิ่งที่ฟังมาพิจารณาไม่ละทิ้งไปเฉยๆ จะทำให้สมาชิกผู้ร่วมงานมีความรู้สึกภาคภูมิใจและพอใจ ทำให้เกิดความพอใจและอยากจะช่วยกลุ่มมากขึ้นไปอีก

2.4 ช่วยทำความกระจ่างให้แก่กลุ่มในเรื่องการสื่อความหมายในการทำงานทุกครั้ง กลุ่มมักจะประสบปัญหาของการเข้าใจไม่ตรงกันในเรื่องของการสื่อความหมาย ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันนี้อาจเป็นสาเหตุทำให้สมาชิกเกิดความขุ่นข้องหมองใจกันและแตกแยกกันได้ ผู้นำจึงจำเป็นต้องคอยสังเกตช่วยเหลือในเรื่องนี้อยู่เสมอ

2.5 สร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตรให้เกิดขึ้นในกลุ่ม บรรยากาศที่ดี เป็นมิตรเป็นกันเอง ปลอดภัยจากความกลัว ปราศจากความรู้สึกว่าจะถูกตัดสินหรือถูกมองไปในทางที่ไม่ควร บรรยากาศในลักษณะนี้จะช่วยให้สมาชิกกลุ่มไม่เกิดความรู้สึกแตกแยกหรือแบ่งแยกตัวเองออกจากกลุ่ม

2.6 ขจัดหรือลดความขัดแย้งต่างๆ ในกลุ่ม เพราะความขัดแย้งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มแตกแยก หากผู้นำไม่สามารถที่จะช่วยเรื่องนี้ได้ พลังจากความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มก็จะลดน้อยไป จนอาจเป็นผลทำให้กลุ่มไม่สามารถรวมตัวกันจนบรรลุผลสำเร็จได้

บทบาทดังกล่าวข้างต้นเป็นบทบาทที่มีความสำคัญของการดำรงอยู่ของกลุ่ม ทำให้กลุ่มสามารถรวมตัวเพื่อทำงานให้บรรลุผลสำเร็จได้

พนม ลิ้มอารีย์ (2522) ได้เสนอบทบาทและหน้าที่ของผู้นำ ได้แก่

1. **ผู้นำในฐานะบริหาร** (the leader as executive)

บทบาทที่เห็นได้ชัดที่สุดของผู้นำ คือ บทบาทในฐานะผู้บริหาร ซึ่งคอยประสานงานระหว่างกลุ่มต่างๆ เป็นผู้นำทางด้านการวางนโยบายและตั้งวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ตลอดจนช่วยให้งานของสมาชิกคนอื่นๆ ดำเนินไปด้วยดี ผู้นำจะต้องรับผิดชอบนโยบายและวัตถุประสงค์ของกลุ่มให้มีการปฏิบัติโดยครบถ้วนถูกต้อง

2. **ผู้นำในฐานะผู้วางแผน** (the leader as plan)

โดยปกติผู้นำจะทำหน้าที่วางแผนปฏิบัติงาน เป็นผู้ตัดสินเลือกวิธีการต่างๆ เพื่อช่วยให้กลุ่มบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งรวมถึงการตัดสินใจต่อเหตุการณ์เฉพาะหน้าและการวางจุดมุ่งหมายระยะยาว บางครั้งผู้นำจะเป็นผู้วางแผนแต่เพียงผู้เดียว ผู้นำจึงเป็นบุคคลที่รอบรู้

การดำเนินงานทั้งหมด ส่วนสมาชิกคนอื่นๆ จะได้รับมอบหมายงานเป็นส่วนๆ ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับขาดความเข้าใจในงานได้

3. **ผู้นำในฐานะผู้วางนโยบาย** (the leader as policy maker)

งานสำคัญของผู้นำ คือ การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

4. **ผู้นำในฐานะผู้ชำนาญการ** (the leader as expert)

ผู้นำมีความจำเป็นจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้และมีทักษะเป็นอย่างดี

5. **ผู้นำในฐานะตัวแทนของกลุ่มเพื่อติดต่อกับภายนอก** (the leader as external group representative)

เนื่องจากสมาชิกทุกคนของกลุ่มไม่สามารถที่จะติดต่อกับกลุ่มอื่นๆ หรือบุคคลภายนอกได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น บุคคลที่มีคุณสมบัติเป็นที่พอใจของกลุ่มจึงมักจะได้รับเลือกให้ไปทำหน้าที่แทนในการติดต่อกับบุคคลภายนอก และเมื่อบุคคลภายนอกจะติดต่ออะไรกับกลุ่ม ก็จำเป็นต้องติดต่อผ่านบุคคลนั้นอีกครั้งหนึ่ง ผู้นำประเภทนี้จึงกลายเป็น “ผู้แทน” ของกลุ่มโดยปริยาย

6. **ผู้นำในฐานะผู้ควบคุมความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม** (the leader as controller of internal relationship)

ผู้นำมีหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานและความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม

7. **ผู้นำในฐานะผู้ตัดสินประนีประนอม** (the leader as arbitrator and mediator)

เมื่อเกิดความขัดแย้ง บุคคลที่สามารถทำหน้าที่ตัดสินไกล่เกลี่ย ประนีประนอมให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ มักจะกลายเป็นผู้นำต่อมาในภายหลัง

8. **ผู้นำในฐานะที่เป็นบุคคลตัวอย่าง** (the leader as examplor)

สมาชิกของกลุ่มที่มีความประพฤติดีหรือปฏิบัติดี จนได้รับการยกย่องอยู่เสมอว่าเป็นตัวอย่างที่ดีของกลุ่ม มีโอกาสที่จะเป็นผู้นำของกลุ่มนั้นได้โดยง่าย เพราะเป็นคนที่ได้รับการยกย่อง ยอมรับนับถือจากสมาชิกในกลุ่ม

9. **ผู้นำในฐานะสัญลักษณ์ของกลุ่ม** (the leader as symbol of the group)

ความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของกลุ่ม แต่คนหมู่มากเมื่อมาอยู่รวมกัน การที่จะทำให้เกิดความสามัคคีตลอดเวลานั้นย่อมเป็นไปได้ยาก ดังนั้น ภายในกลุ่มจึงอาจมีบุคคลหนึ่งที่ได้รับการยกย่องจากสมาชิกทั้งหลายว่าเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม เนื่องจากเป็นบุคคลที่ดีกับสมาชิกทุกคน มีความจงรักภักดีต่อกลุ่ม รวมทั้งเป็นบุคคลที่ไม่เป็นภัยต่อกลุ่ม

10. **ผู้นำในฐานะตัวแทนรับผิดชอบ** (the leader as substitute for individual responsibility)

การที่ผู้นำจำเป็นต้องรับผิดชอบการตัดสินใจ และการกระทำบางอย่างหรือทั้งหมดของบุคคลในกลุ่ม โดยเหตุนี้บางทีในโอกาสต่อมา สมาชิกในกลุ่มอาจจะมอบหมายให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจกระทำการใดๆ แทนตนได้ ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดซึ่งอาจเป็นเหตุให้เป็นผู้นำต้องรับผิดชอบไปด้วย

11. **ผู้นำในฐานะผู้มีอุดมคติ** (the leader as ideology)

ผู้นำเป็นผู้กำหนดอุดมการณ์ สร้างความเชื่อและศรัทธาต่างๆ ให้แก่สมาชิก หรือแม้แต่คุณธรรมประจำใจ และขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ของกลุ่ม อุดมการณ์ดังกล่าวในระยะแรกๆ อาจเป็นเพียงคำพูดที่ใครๆ พากันนิยมและปฏิบัติตาม ต่อมาจึงกลายเป็นอุดมการณ์ที่เป็นทางการของกลุ่ม ผู้นำลักษณะนี้ส่วนมากมักจะเป็นนักพูด นักคิด ที่สมาชิกทุกคนในกลุ่มให้ความนับถือ

12. **ผู้นำในฐานะบิดา** (the leader as high figure)

ผู้นำลักษณะนี้จะมีการวางตัวเป็นผู้ใหญ่ มีอาวุโสที่สุดในกลุ่ม และมีบุคลิกลักษณะน่านับถือในฐานะเป็นบิดาของกลุ่ม ผู้นำจะเป็นแบบอย่างแห่งอุดมคติที่สมาชิกควรเลียนแบบ และเป็นที่พึ่งทางใจของสมาชิกเมื่อเกิดทุกข์

13. **ผู้นำในฐานะผู้ให้คำปรึกษา** (the leader as counselor)

ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ความกระจ่างแก่สมาชิกในกลุ่มในเรื่องต่างๆ ที่เข้ามาขอคำปรึกษา จะต้องยินดีฟังเรื่องความทุกข์ร้อนต่างๆ ที่สมาชิกมาระบายให้ฟัง และช่วยแก้ปัญหาของเขาด้วย

บทบาทของผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบท

ในทุกสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมขนาดใหญ่หรือสังคมขนาดเล็กย่อมประกอบไปด้วยผู้นำเสมอ ในกระบวนการพัฒนางานใดๆ ก็ตาม ผู้นำย่อมมีบทบาทอันสำคัญยิ่งที่จะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ดั้งนั้น บทบาทหรือหน้าที่ของผู้นำจะส่งอิทธิพลไปถึงพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่ม และมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการทำงานของกลุ่มอันจะนำมาซึ่งการพัฒนาความเจริญหรือความเสื่อมของกลุ่มโดยส่วนรวมได้ (ภิญโญ สาธร, 2516) ด้วยเหตุที่ผู้นำมีอิทธิพลดังกล่าวนี้เอง ผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาชุมชนให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ก็ต้องอาศัยผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นนั่นเอง

การพัฒนาชุมชนมีหลักการที่ใช้กันอยู่ทั่วไปคือ การใช้ประโยชน์จากผู้นำท้องถิ่น เพราะผู้นำมักจะมีบุคลิกภาพ อุปนิสัย และความสามารถที่ดีเด่น เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาชุมชน มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น การตัดสินใจของประชาชนในชุมชน ซึ่งกรมพัฒนาชุมชนได้สรุปให้เห็นถึงลักษณะของผู้นำชุมชนที่ดี ดังต่อไปนี้ (กองฝึกอบรม กรมพัฒนาชุมชน, 2512)

1. เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตัวประชาชน และมีความต้องการที่จะให้ประชาชนได้ปรับปรุงตนเอง
2. เป็นผู้ที่รักการทำงานร่วมกับประชาชน
3. เป็นผู้ที่ทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี
4. เป็นผู้ที่ประชาชนยกย่องนับถือ
5. เป็นผู้ที่อยากเรียนรู้และปฏิบัติในสิ่งใหม่ๆ
6. เป็นผู้ที่มีความตั้งใจจะทำงานเพื่อส่วนรวม
7. เป็นผู้ที่มีอารมณ์ขัน
8. เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี
9. เป็นผู้ที่ตั้งอยู่ในศีลธรรม
10. เป็นผู้ที่มีความสุจริตใจ
11. เป็นผู้ที่ให้เกียรติยกย่องผู้อื่น
12. เป็นผู้ที่เชื่อถือได้
13. เป็นผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในงานพัฒนาชุมชน

14. เป็นมิตรที่ดีของคนทุกชั้น
15. เป็นผู้ที่พร้อมจะรับฟังเหตุผลและปรึกษาหารือกับผู้อื่นในปัญหาสำคัญอื่นๆ ของชุมชน

ในงานพัฒนาชุมชน ได้กล่าวถึง คุณลักษณะโดยทั่วไปของผู้นำท้องถิ่นก็เหมือนกับผู้นำอื่นๆ แต่ในงานพัฒนาชนบทผู้นำควรมีลักษณะอื่นๆ ประกอบด้วย (เรวดี ไชยพาน, 2523)

1. ช่วยเหลือผู้อื่นในการแก้ปัญหา
2. ให้คำแนะนำปรึกษาอย่างมีเหตุผล
3. ชี้แนะทางที่จะทำให้เกิดการประสานงาน เกิดความร่วมมือ ร่วมทำงานด้วยกันระหว่างประชาชนในการแก้ไขปัญหาต่างๆ
4. มีความเต็มใจที่จะยอมรับฟังความบกพร่องของตนเอง และยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น
5. คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน
6. ไม่เป็นบุคคลที่ผูกขาดการตัดสินใจใดๆ
7. คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว

จากคุณลักษณะของผู้นำในงานพัฒนาชุมชนดังกล่าว จะเห็นว่าผู้นำเป็นผู้ก่อให้เกิดความริเริ่มขึ้นในชุมชน และเป็นตัวหมุนที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมใดๆ จากงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้นำที่เป็นอุปสรรค และ/หรือ ส่งเสริมงานพัฒนาชุมชน” ได้กล่าวถึงบทบาทของผู้นำในงานพัฒนาชุมชนไว้ดังนี้

1. เป็นผู้ทำให้งานพัฒนาชุมชนเริ่มต้นและแผ่ขยายกว้างขวางออกไป
2. เป็นผู้แพร่ความรู้ ความคิดต่างๆ ที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่หน่วยราชการต่างๆ เช่น เรื่องอาชีพ สาธารณสุข ฯลฯ ไปสู่ชาวบ้าน
3. ในเรื่องบางประเภท ผู้นำจะเป็นครูสอน หรือสาธิตเป็นตัวอย่างแก่ชาวบ้าน
4. ในฐานะคณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน ผู้นำจะร่วมกับประชาชนในชุมชนวิเคราะห์สภาพชุมชน ปัญหา และความต้องการของหมู่บ้าน เพื่อจัดทำเป็นแผนพัฒนาชุมชนของพวกเขาเอง
5. ผู้นำเป็นตัวแทนประชาชนชี้แจงให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการชุมชน และเป็นตัวประสานงานระหว่างประชาชนกับรัฐบาล หรือหน่วยราชการต่างๆ ในการทำงานในชุมชนนั้นๆ

6. ผู้นำเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการสื่อความคิด ติดต่อและสื่อความรู้สึกของประชาชนในความพยายามที่จะตัดสินใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

7. ผู้นำเป็นผู้ที่ทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาชุมชน ตลอดไปในชุมชน ในลักษณะของชุมชนที่สามารถปกครองตนเองได้ดี

พัฒน์ สุจำนงค์ และคณะ (2533) ได้กล่าวถึงบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนว่า "โดยทั่วไปแล้วงานพัฒนาชุมชนมักจะเริ่มต้นจากผู้นำท้องถิ่น และจะแผ่ขยายออกไป หากชาวบ้านมีปัญหาหรือความต้องการอะไร จะร่วมกันวางแผนและโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหานั้นๆ และผู้นำท้องถิ่นยังเป็นตัวชักนำความช่วยเหลือ บำรุงรักษาบรรยากาศแห่งการทำงาน รวมตลอดถึงอำนวยความสำดวกในการสื่อสารความคิดและความรู้สึก"

กล่าวโดยสรุปแล้ว ลักษณะบทบาทของผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นจะเห็นได้ว่า ผู้นำท้องถิ่นนั้นมีบทบาทอันสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันในการพัฒนาวางแผนเพื่อแก้ปัญหา ซึ่งผู้นำจะเป็นผู้ที่คอยให้ความช่วยเหลือกระตุ้นให้เกิดความศรัทธาและแรงจูงใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคมได้

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม

เนื่องจากการวิจัยในเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งการที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายนั้นพื้นฐานเกิดจากการรวมกลุ่มกันมาก่อน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายมาอธิบายในการวิจัยครั้งนี้

ความหมายของกลุ่ม

Feldman และ Arnold (1983 : 432) ได้ให้ความหมาย "กลุ่ม" คือ คนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มารวมกัน โดยมีลักษณะสำคัญ คือ

1. มีปฏิสัมพันธ์กัน
2. รับรู้ว่าตนเองมีความสนใจและเป้าหมายร่วมกัน

3. มารวมกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

Larry L. Barker และ Deborah A. Gault (1996) ได้ให้ความหมายของ “กลุ่ม” ว่าคือ คนจำนวนหนึ่งซึ่งมีเป้าหมาย และมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของพวกเขา รวมทั้งตระหนักถึงการอยู่ของคนอื่นๆ รู้สึกว่าพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

Dweight Sanderson (อ้างถึงใน พัฒน์ บุณยรัตพันธุ์ , 2549 : 121) ได้ให้ความหมายว่า “กลุ่ม” หมายถึง บุคคลรวมกันตั้งแต่สองคนขึ้นไป โดยมีแบบแผนของการปฏิบัติต่อกันในทางจิตวิทยาและเป็นที่ยอมรับกันในสมาชิกของกลุ่มเอง และรวมทั้งกลุ่มอื่นๆ ด้วย ทั้งนี้ก็เนื่องจากกลุ่มมีแบบอย่างของพฤติกรรมร่วมโดยเฉพาะ

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2546 : 382) ได้ให้ความหมายของกลุ่มไว้ว่า กลุ่มมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้คนในสังคม และมารวมกันเป็นเพื่อน เป็นคนร่วมคิด ร่วมทำ เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ในสิ่งที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม และมาจากแนวคิดของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของมนุษย์ที่จะดำรงอยู่ในฐานะของสัตว์สังคมที่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยและสร้างวัฒนธรรมสถาบันทางสังคมร่วมกัน

พัฒน์ บุณยรัตพันธุ์ (2549 : 121) ได้สรุปความหมายของกลุ่มในงานพัฒนาชุมชน หมายถึง มวลชนที่คิดได้รวมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และมารวมกันเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อรวมกันแล้วในที่สุดก็จะสามารถเกิดพลังชน ถ้ามีการจัดตั้งและวิธีการดำเนินงานที่แน่นแฟ้น เคลื่อนไหวไปในทิศทางที่วางไว้ ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธาที่จะเข้าร่วมมือให้ความสนับสนุนมากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มเคลื่อนไหวมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า “กลุ่ม” คือ การรวมตัวของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีความสนใจร่วมกัน หรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยรับอิทธิพลจากผลกระทบจากกันและกัน รวมถึงรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

Rosenfeld (1973) ได้กล่าวถึง เหตุผลที่ทำให้คนมารวมกลุ่มกัน โดยสรุปจากทฤษฎีพื้นฐานในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของ Shutz ซึ่งกล่าวว่า ความต้องการของบุคคลแต่ละคนมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องการมีสังกัดหรือเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. ต้องการมีอำนาจและการควบคุม
3. ต้องการความรักทั้งในแง่รักคนอื่น และให้คนอื่นรัก

Rosenfeld เห็นว่า ความต้องการดังกล่าวนี้เป็นเหตุผลที่ช่วยอธิบายว่า เหตุใดมนุษย์จึงรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือมีแนวโน้มที่จะรวมตัวเป็นกลุ่มอยู่เสมอ การสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม การสร้างความผูกพันความภักดี การช่วยแก้ปัญหาและตัดสินใจ การโต้ตอบกัน ฯลฯ เหล่านั้น จะทำให้กลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคนได้

นอกจากนั้นแล้ว วิไลรัจส์ กฤษณะภูติ (2532) ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องกลุ่มในสังคมไทยและสรุปว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดกลุ่ม ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสังคม เช่น ความต้องการเข้าสังคม ความต้องการเพื่อนคู่คิดมิตรคู่ใจ ต้องการพึ่งพาอาศัยกันและช่วยกันทำงานเป็นกลุ่ม เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ คือ มีกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสอดคล้องกันคล้ายคลึงกัน เช่น การมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน

3. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีสมัยใหม่ย่อมจะมีผลในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคม และมีผลต่อการดำรงชีวิต เช่น เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การคมนาคม จะช่วยในการติดต่อระหว่างกลุ่มสะดวกขึ้น และช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสารเร็วขึ้น

4. ปัจจัยด้านชีวภาพและจิตวิทยา เช่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการการยอมรับในความสามารถและอื่นๆ

องค์ประกอบของกลุ่ม

หากพิจารณาถึงองค์ประกอบของกลุ่มตามความหมายข้างต้น เราอาจแยกองค์ประกอบของกลุ่มออกได้ดังนี้ (พัฒน์ บุณยรัตนพันธุ์ , 2549 : 122)

1. คนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งไม่จำกัดในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา และเพศ มารวมกันหรือมาปรึกษาหารือกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อที่จะแก้ไขหรือขจัดขัดข้องในเรื่องนั้นๆ หรือปัญหานั้นๆ ให้หมดไป หรือให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตนเองที่มีจุดมุ่งหมายเอาไว้

2. ความสนใจร่วมกัน ความสนใจร่วมกันนี้มักจะแสดงออกได้ชัดจากวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กลุ่มทุกกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาจะต้องมีวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สมาชิกทุกคนต้องการจะให้บรรลุ ความสนใจร่วมกันนี้จะเป็นแรงดึงดูดให้สมาชิกมารวมกลุ่มกัน เพื่อได้รับผลประโยชน์จากความสนใจนั้นๆ ถ้าหากกลุ่มไม่สามารถดำเนินไปสู่วัตถุประสงค์ได้กลุ่มก็จะเริ่มคลายตัวแตกแยก วัตถุประสงค์ของกลุ่มนี้จะต้องเป็นวัตถุประสงค์ที่ค่อนข้างถาวร

3. การปฏิบัติต่อกัน องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดก็คือ สมาชิกภายในกลุ่มนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์เป็นพิเศษ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันมากกว่าที่จะมีต่อบุคคลภายนอกกลุ่ม ในกลุ่มสมาชิกจะมีความรู้สึกรับรู้ต่อสมาชิกอื่นๆ ที่ร่วมอยู่ในที่เดียวกัน และให้ความสำคัญต่อสมาชิกนั้นๆ ตามบทบาทและฐานะ และการจากไปของสมาชิกเพียงคนเดียวอาจจะมีผลกระทบกระเทือนต่อผู้ที่เหลืออยู่

ประเภทของกลุ่ม

หากจำแนกประเภทของกลุ่มอย่างกว้างๆ อาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ (ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์, 2534 : 23)

1. **กลุ่มที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ** เป็นกลุ่มที่ได้รับมอบหมายภารกิจ ระบุวัตถุประสงค์ชัดเจน พร้อมทั้งขอบข่ายของอำนาจหน้าที่ กำหนดตัวสมาชิก กลุ่มชนิดนี้มักเกิดจากความต้องการขององค์กรหรือหน่วยงาน เช่น คณะทำงาน คณะอนุกรรมการ ฯลฯ

อย่างไรก็ดี กลุ่มที่เป็นทางการนี้ยังสามารถแบ่งออกได้เป็นอีก 2 ประเภท คือ (พัฒน์ บุญยรัตนพันธ์ , 2549 : 123)

1.1 กลุ่มชนิดถาวร กลุ่มชนิดนี้เป็นหัวใจสำคัญของสังคมหรือองค์การต่างๆ เช่น คณะผู้บริหารชั้นสูง แผนกต่างๆ ของห้างร้าน บริษัท คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน คณะกรรมการพัฒนาตำบล สภาตำบล กลุ่มสหกรณ์ชาวนา เป็นต้น

1.2 กลุ่มชนิดชั่วคราว ซึ่งได้แก่ คณะกรรมการที่ถูกแต่งตั้งขึ้นมาทำงานใดงานหนึ่งในชั่วระยะเวลาอันจำกัด ผลงานสำเร็จคณะกรรมการที่ถูกแต่งตั้งก็หมดภาระหน้าที่แล้วก็เลิกไป เช่น คณะกรรมการจัดงานปีใหม่ หรือคณะกรรมการจัดงานวัด เป็นต้น

2. **กลุ่มที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ** เป็นกลุ่มที่คนหลายๆ คนหรือหลายฝ่ายมารวมตัวกันเอง อาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการงานหรือไม่ใช่เพื่อการงานก็ได้ ในการรวมตัวที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานมักจะขึ้นอยู่กับความสนใจและความพอใจแต่ละคน เช่น กลุ่มเสวนา กลุ่มอาสาพัฒนา ฯลฯ

นอกจากนี้อาจจำแนกกลุ่มโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเป็นหลัก ซึ่งแบ่งออกเป็น (วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ศัตรศุภกุล, 2522 : 4)

1. **กลุ่มปฐมภูมิ** (Primary group) เป็นกลุ่มที่มีลักษณะการพบปะสังสรรอย่างเป็นกันเอง มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมาก มีการพบปะหน้าค่าตา (face to face) ระหว่างบุคคลต่อบุคคลอยู่เสมอ และมีการร่วมมือกันทำงานโดยไม่หวังผลประโยชน์เป็นที่ตั้ง ลักษณะของกลุ่มประเภทนี้คือ กลุ่มในครอบครัว การเล่นกันเป็นกลุ่มของวัยรุ่น เพื่อนบ้านซึ่งมีความสนใจร่วมกัน มีนิสัยใจคอคล้ายคลึงกัน กลุ่มเพื่อนสนิท เป็นต้น

2. **กลุ่มทุติยภูมิ** (Secondary group) กลุ่มประเภทนี้เป็นกลุ่มที่มีความสนใจเป็นพิเศษร่วมกัน (Special-interest group) หรือกลุ่มที่สมาชิกมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นทางการ เช่น การรวมกลุ่มทางการเมือง ศาสนา กลุ่มวิชาชีพ กลุ่มในวงงานเดียวกัน กลุ่มครูในโรงเรียนเดียวกัน เป็นต้น กลุ่มนี้ไม่ขึ้นอยู่กับการพบปะเป็นรายบุคคล ถึงแม้ว่าจะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในกลุ่มก็ตาม การรวมกลุ่มกันมักจะมาจากหน้าที่ไม่ได้มาจากความสัมพันธ์ส่วนตัว

เมื่อมนุษย์มารวมกันเป็นกลุ่ม กลุ่มจะค่อยๆ พัฒนาไปตามลำดับ โดยสามารถจำแนกเป็นขั้นตอนได้ดังต่อไปนี้ (วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ฉัตรศุภกุล, 2522 : 26)

1. **ระยะก่อตั้ง** (Forming Stage)

เป็นระยะที่คนเพิ่งมาพบกันหรือเพิ่งมารวมกัน แต่ละคนก็มีความรู้สึกว่าตนเองเป็นศูนย์กลางหรือคนสำคัญ สภาพของกลุ่มยังรวมกันไม่ติด ยังไม่มีหัวหน้าหรือผู้นำเกิดขึ้น ทุกคนยังคงสงวนท่าที แต่คาดว่าคนจะเป็นหัวหน้าหรือผู้นำได้จะต้องเก่งกว่าตนเอง ทุกคนพยายามที่จะแสดงให้คนอื่นรู้จักและยอมรับ บางทีอาจเรียกว่า ระยะที่มีการแข่งขันและศูนย์กลางอยู่ที่ตนเอง (Individually Center or Competitive phase)

2. **ระยะหัวเลี้ยวหัวต่อ** (Storming Stage)

เป็นระยะที่แต่คนยังไม่ยอมตกลงกันได้ คอยจับผิดและคอยโต้แย้งโต้เถียงกัน ความรู้สึกของสมาชิกจะเกิดความคับข้องใจหรือขัดแย้งในใจ เพราะไม่รู้ว่ากลุ่มจะเอาอย่างไรดี ถ้ายังไม่มีผู้นำต่างก็พยายามจะเป็นผู้นำ บางทีอาจจะเรียกว่า ระยะแห่งความขัดแย้งหรือความคับข้องใจ (Conflict and Frustration phase)

3. **ระยะยินยอม** (Norming Stage)

เป็นระยะที่สมาชิกเริ่มแก้ไขข้อบกพร่องในทางลบของตนเอง เพราะได้เรียนรู้อะไรจากกลุ่มมากขึ้น เช่น คนพูดมากก็พูดน้อยลง ใช้อารมณ์มากก็ลดลง ยินยอมรับผิดชอบและหาทางแก้ไข อาจจะเป็นเพราะได้ข้อคิดจากสมาชิกหลายๆคน จำนนด้วยเหตุผล ได้แนวคิดหรือบรรทัดฐานที่เป็นกลางๆ ของกลุ่มมากขึ้น ซึ่งเสมือนค้นพบปทัสถาน (Norm) ของกลุ่มขึ้นแล้ว ทุกคนพยายามปฏิบัติตามมากขึ้น บางทีอาจเรียกว่า ระยะที่กลุ่มมีความสามัคคีกลมเกลียว (Group harmony phase)

4. **ระยะปฏิบัติการ** (Performing Stage)

เป็นระยะที่สมาชิกร่วมมือประสานงานกันเป็นอย่างดี สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายของกลุ่ม มีผลงานของกลุ่มออกมา สมาชิกจะยึดพลังของกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มเป็นสำคัญ อดทนต่อการขัดแย้งมากขึ้นซึ่งช่วยให้พัฒนาตนเองไปด้วย บางทีเรียกว่า ระยะที่มีผลงานและยึดกลุ่มเป็นศูนย์กลาง (group – centered, productive phase)

การที่สมาชิกในสังคมจะมารวมตัวกันเป็นกลุ่มและสร้างเครือข่ายขึ้นได้นั้น จะผ่านขั้นตอนในการเสริมสร้างกลุ่มและเครือข่าย ดังต่อไปนี้ (พัฒน์ บุญยรัตพันธ์ ,2549 : 124)

ขั้นตอนที่ 1 ว่าด้วยการจัดตั้งกลุ่ม

การจัดตั้งกลุ่ม เป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่ง เพราะหากได้ดำเนินการจัดตั้งให้ถูกวิธีทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มแรก ก็จะทำให้กลุ่มมีคุณค่า และเจริญก้าวหน้าไปสู่ขั้นตอนอื่นได้ง่ายขึ้น

ในขั้นตอนการจัดตั้งกลุ่มประกอบไปด้วยการค้นหาผู้นำ การค้นหาความต้องการของแต่ละบุคคลก่อนรวมกลุ่ม ก่อนที่นำมากำหนดความต้องการร่วมของกลุ่ม การสร้างความซื่อสัตย์และความภักดีต่อกลุ่ม สร้างความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ทำให้สามารถทำงานร่วมกันได้ง่าย และเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสัมพันธ์ต่อกันไม่ขัดแย้ง มีความสามัคคีกลมเกลียว ช่วยกันคิด ช่วยกันทำ จนทำให้งานกลุ่มสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

นอกจากนี้อาจจะสร้างสถานการณ์บีบตัว หมายถึง สถานการณ์ที่จะทำให้คนรวมกันเพื่อความอยู่รอด เพื่อผลประโยชน์ ฯลฯ ซึ่งตรงกับความต้องการของกลุ่ม หรือสมาชิกที่จะมาร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป ขั้นตอนที่ 1 การจัดตั้งกลุ่มนี้มีส่วนประกอบสำคัญอยู่ 3 ประการ คือ 1) เป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้นำกลุ่ม 2) เป็นเรื่องเกี่ยวกับสมาชิกในกลุ่ม และ 3) สถานการณ์ในการเกิดกลุ่ม ซึ่งถ้าหากมีครบส่วนประกอบทุกชนิดแล้วก็ย่อมจะเกิดกลุ่มขึ้นได้

ขั้นที่ 2 ว่าด้วยการเคลื่อนไหวของกลุ่ม

หลังจากที่ได้ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มอย่างถูกวิธีในขั้นที่ 1 แล้ว จะต้องส่งเสริมให้กลุ่มเกิด “การเคลื่อนไหว” เพราะการเคลื่อนไหวของกลุ่มเป็นขั้นตอนที่สำคัญอันจะช่วยผลักดันให้กลุ่มเกิดพลังการต่อสู้ และพลังการต่อรองในโอกาสต่อไป

ในขั้นตอนนี้สมาชิกในกลุ่มจะมีการประชุมพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนทรรศนะความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สร้างกฎเกณฑ์ข้อบังคับในการรวมกลุ่ม สร้างสัมพันธภาพและความผูกพันอันแน่นแฟ้นระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม อีกทั้งส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมและผลประโยชน์ร่วมกัน

สรุปแล้วในขั้นที่ 2 ที่ว่าด้วยการเคลื่อนไหวของกลุ่มนั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) ระเบียบวินัย 2) วัตถุประสงค์ร่วมหรือผลประโยชน์ร่วม และ 3) กิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าในชั้นนี้เป็นขั้นการลงมือดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม

ขั้นที่ 3 ว่าด้วยการเจริญเติบโตของกลุ่ม

เป็นขั้นตอนที่ทำให้กลุ่มเล็กๆ มาสนธิเข้าเป็นกลุ่มใหม่กลุ่มเดียว สร้างหน่วยนำร่วม โดยการเอาตัวแทนหรือผู้นำของแต่ละกลุ่มมารวมกันเป็น “หน่วยนำร่วม” เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มเล็ก ประสานงาน ประสานผลประโยชน์ระหว่างกลุ่มเพื่อช่วยให้กลุ่มเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน อาศัย “หน่วยนำร่วม” เป็นตัวกลางช่วยให้กิจกรรมของกลุ่มต่างๆ มีความเกี่ยวพันกันพึ่งพากัน แล้วจึงจะมีผลประโยชน์สูงขึ้นไป

นอกจากนี้เป็นขั้นตอนที่มีการแลกเปลี่ยนและอาศัยความรู้ ทักษะ ตลอดจนความต้องการระหว่างกลุ่มที่มีต่อกัน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถและกิจกรรมอื่นใหม่ๆ สร้างพลังร่วมในการดำเนินการ สร้างพลังต่อรอง ก็คือ อำนาจของกลุ่มในการรักษาผลประโยชน์และดำรงกลุ่มไว้

สรุปแล้ว ในขั้นที่ 3 การเจริญเติบโตของกลุ่มนั้น จะต้องพยายามเอากลุ่มต่างๆ หลายกลุ่มให้มาสนธิให้เข้ากัน จะต้องสร้างสิ่งต่างๆ ขึ้นเพื่อทำให้กลุ่มขยายตัวไปสู่ความเจริญเติบโตยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

เมื่อพูดถึงคำว่าเครือข่ายในความหมายทางด้านการสื่อสาร ดร.กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้ความหมายของคำว่าเครือข่ายว่า “คำว่า Network ในภาษาอังกฤษให้ภาพพจน์ที่ชัดเจน คือ Net ตาข่ายที่โยงใยถึงกัน และพร้อมที่จะ Work เมื่อต้องการใช้งาน และจากความหมายด้านการสื่อสาร ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในด้านสังคม ดังนั้นเครือข่ายจึงหมายถึง รูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลายๆ องค์กรที่ต่างก็มีทรัพยากรของตัวเอง มีเป้าหมาย มีวิธีทำงาน และมีกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง บุคคลหรือกลุ่มองค์กรเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลายาวนานพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่าง

สม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็จะมีรากฐานวางเอาไว้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหาก็สามารถติดต่อไปได้" (กาญจนา แก้วเทพ ,2538)

นอกจากนั้นได้มีผู้ให้ความหมายของ "เครือข่าย" ไว้หลากหลาย ดังต่อไปนี้

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ (2543 : 28) กล่าวว่า "เครือข่าย" หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันใดๆ ได้ตกลงที่จะประสาน เชื่อมโยงเข้าหากัน ภายใต้วัตถุประสงค์หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการอย่างใดอย่างหนึ่ง กลุ่มเครือข่ายนี้ต้องมีการแสดงออกเป็นการลงมือกระทำกิจกรรมร่วมกัน

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

อรรณพ พงษ์วาท (2539)กล่าวถึง เครือข่ายว่า เป็นการเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปฏิบัติภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน โดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติภารกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์และปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยงนี้อาจเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวมๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กรที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน

เครือข่าย อาจเป็นการร่วมมือระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กรประเภทเดียวกัน หรืออาจเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลหรือองค์กรต่างประเภทกัน ในความหมายเช่นนี้เครือข่ายจึงมีได้หลายระดับ ตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับบุคคล ระหว่างบุคคลกับกลุ่ม ระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม หรือระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายกลายเป็นเครือข่ายย่อยภายในเครือข่ายใหญ่

การเชื่อมโยงในลักษณะเครือข่าย มีความหมายมากกว่าการที่คนมารวมกันแต่ไม่ได้ร่วมกันในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นการเชื่อมโยงเข้าหากันเป็นเครือข่ายนี้จึงมิใช่เพียงการรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันในระดับเพียงการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือร่วมสังสรรค์เท่านั้น แต่ต้องมีการพัฒนาไปสู่ระดับของการลงมือทำกิจกรรมร่วมกัน ด้วยเป้าหมายที่ร่วมกันด้วย

ดังนั้นเครือข่ายจึงต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคล หรือองค์กรที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายให้สามารถดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่สมาชิกแต่ละคนในเครือข่ายเห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่รวมและการดำเนินงานของเครือข่าย อาจเป็นการดำเนินกิจกรรมที่รวมกันเฉพาะกิจ ตามความจำเป็น เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจแล้วเครือข่ายก็เลิกไปและอาจกลับมารวมกันใหม่ได้หากจำเป็น หรืออาจเป็นเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องไปเรื่อยๆ ก็ได้

องค์ประกอบของเครือข่าย

เครือข่ายมีองค์ประกอบสำคัญๆ อย่างน้อย 7 องค์ประกอบด้วยกัน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543 : 36) ได้แก่

1. **การรับรู้มุมมองร่วมกัน** (Common perception)

สมาชิกที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ถึงเหตุผลของการเข้ามาอยู่ในเครือข่าย เช่น มีความเข้าใจปัญหาและมีจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน มีประสบการณ์ในปัญหาร่วมกัน มีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกเชื่อมโยงในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจสำคัญของเครือข่ายที่จะทำให้เครือข่ายเกิดความต่อเนื่อง เพราะหากสมาชิกไม่มีความเข้าใจในการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย มีผลทำให้การประสานงานและการขอความร่วมมือในการดำเนินการเป็นไปอย่างยากลำบาก แต่สมาชิกของเครือข่ายสามารถมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เพราะมุมมองที่แตกต่างกันย่อมมีประโยชน์ ช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์

ในการทำงาน แต่ความคิดที่แตกต่างกันนี้ต้องอยู่ภายใต้จุดร่วมของเครือข่ายที่สมาชิกยอมรับได้ เพราะความแตกต่างที่มีอยู่อาจนำไปสู่ความแตกแยกและแตกหักได้ในที่สุด

2. **การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน** (Common Vision)

วิสัยทัศน์ร่วม เป็นการมองภาพของจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และมีเป้าหมายร่วมกัน ทำให้กระบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง เกิดเอกภาพ และช่วยลดความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองหรือความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ ในทางตรงข้ามเมื่อใดที่วิสัยทัศน์หรือเป้าหมายส่วนตัวขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่าย พฤติกรรมการปฏิบัติของสมาชิกคนนั้นจะเริ่มแตกต่างจากสิ่งที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน ดังนั้น การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาในการสร้างให้เกิดขึ้น แต่จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้น และสมาชิกของเครือข่ายควรมีวิสัยทัศน์ย่อยส่วนตัวที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเครือข่าย แม้ว่าจะไม่ได้ซ้อนทับกันสนิทกับวิสัยทัศน์ของเครือข่ายแต่ก็ควรสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

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

เครือข่ายเกิดจากการที่สมาชิกแต่ละคนต่างก็มีความต้องการของตนเอง และความต้องการเหล่านั้นไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ข้อจำกัดนี้ทำให้เกิดการรวมตัวกันบนฐานของผลประโยชน์ร่วมที่มากพอให้รวมตัวกันเป็นเครือข่าย ดังนั้นการรวมเป็นเครือข่ายจึงตั้งอยู่บนฐานของผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน และประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงินด้วย เช่น เกียรติยศ ชื่อเสียง โอกาสในความก้าวหน้า ความสุข ความพึงพอใจ

แม้ว่าผลประโยชน์ที่แต่ละบุคคลได้รับอาจมากน้อยแตกต่างกัน แต่ทุกคนต้องได้รับประโยชน์ เมื่อใดสมาชิกไม่ได้รับประโยชน์ร่วม หรือเมื่อเขาคิดคำนวณแล้วเขาเสียมากกว่าได้ เขาก็จะเริ่มถอนตัวออกจากเครือข่ายไป หรือเมื่อเขาได้รับการสนองตอบต่อความต้องการที่มีอย่างสมบูรณ์แล้ว เขาก็จะออกจากเครือข่ายไปในที่สุด ประเด็นสำคัญอีกประการ คือ ผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับต้องมากพอสำหรับเขาในการจูงใจให้เขามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติจริงโดยไม่ได้มีส่วนร่วมเพียงแค่มีตำแหน่งหรือรายชื่อในเครือข่ายเท่านั้น แต่ไม่มีการเข้าร่วมปฏิบัติการจริงในเครือข่าย

4. **การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง** (All Stakeholders Participation)

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในเครือข่าย (All Stakeholders in Network) เป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างแข็งขัน ดังนั้นสถานะของสมาชิกในเครือข่ายควรเป็นไปในลักษณะที่เท่าเทียมกัน (Equal Status) ในฐานะ "หุ้นส่วน" (Partner) ของเครือข่ายและควรสานต่อความสัมพันธ์ในแนวราบ

5. **การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน** (Complementary Relationship)

องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างเสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยการนำจุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดด้อยของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายมากกว่าการที่ต่างคนต่างอยู่

หากเมื่อใดที่คุณสมบัติหรือผลประโยชน์ของสมาชิกของเครือข่ายไม่เกื้อหนุนกันแล้ว โอกาสที่เครือข่ายนั้นจะสลายตัวไปย่อมเกิดขึ้นได้ง่าย นอกจากนี้แล้วการรวมกันเป็นเครือข่ายต้องทำให้เกิดการเสริมสร้างกันและกันในเครือข่ายด้วย หากคุณสมบัติของสมาชิกไม่เพียงพอในการเสริมสร้างกันก็ต้องมีการขยายเครือข่ายต่อไปอีก เพื่อแสวงหาสมาชิกใหม่เข้ามาเสริมเครือข่ายให้เกิดความครบถ้วนสมบูรณ์ (Sufficiency) ในตัวเองมากขึ้น

6. **การพึ่งพิงกัน** (Interdependence)

เนื่องจากข้อจำกัดของสมาชิกในเครือข่ายทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน ฯลฯ สมาชิกของเครือข่ายจึงไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์ด้วยตนเอง การทำเป้าหมายร่วมให้สำเร็จได้นั้นสมาชิกต่างจำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การจะทำให้สมาชิกหรือหุ้นส่วนของเครือข่ายเชื่อมโยงเข้าหากันอย่างเหนียวแน่นจำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนแต่ละคนรู้สึกว่า หากเอาหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไป จะทำให้เครือข่ายล่มลงได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงจำเป็นต่อการดำรงอยู่ของเครือข่าย ซึ่งการพึ่งพิงกันนี้จะส่งผลทำให้สมาชิกต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยอัตโนมัติ

7. **การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน** (Interaction)

หากสมาชิกในเครือข่ายไม่มีปฏิสัมพันธ์กันแล้ว ก็ไม่ต่างจากการที่ต่างคนต่างอยู่ ไม่มีทางที่จะเกิดความร่วมมือกันได้ และไม่เกิดเครือข่ายความร่วมมืออย่างแท้จริง ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน เช่น มีการติดต่อกันผ่านทางการเขียน หรือการพบปะพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งผลของการมีปฏิสัมพันธ์นี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย

ปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นลักษณะของความสัมพันธ์เชิงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน (Reciprocal Exchange) มิใช่ปฏิสัมพันธ์ลักษณะฝ่ายเดียว (Unilateral Exchange) ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใด ก็จะยิ่งเกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น ทำให้เกิดการเชื่อมโยงในระดับที่สนิทสนมกันมากยิ่งขึ้น (Highly Integrated) นอกจากนี้การมีปฏิสัมพันธ์ยังช่วยให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น และทำให้เครือข่ายเข้มแข็งขึ้น

วงจรชีวิตของเครือข่าย

ในมิติของวงจรชีวิตนั้น เครือข่ายเปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิตที่มีช่วงเวลาของการเกิด การเจริญเติบโต ความรุ่งเรือง และความเสื่อมถอย เป็นวงจรสืบเนื่องกันไป ความแตกต่างระหว่างเครือข่ายกับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ก็คือแม้เครือข่ายจะผ่านช่วงเวลาแห่งความเจริญรุ่งเรืองเข้าสู่ช่วงเวลาแห่งความเสื่อมถอย แต่ถ้าเครือข่ายสามารถปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตัวเองได้อย่างเหมาะสมแล้ว เครือข่ายนั้นก็สามารถเจริญเติบโตและดำรงอยู่ได้ต่อไปอีก ซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขสำคัญก็คือความสามารถในการค้นหาสาเหตุแห่งความเสื่อมถอยและความสามารถในการปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน สร้างจุดแข็งของเครือข่ายนั่นเอง การกำหนดยุทธศาสตร์การทำงานของแต่ละเครือข่ายควรพิจารณาวงจรชีวิตของเครือข่ายในปัจจุบันด้วยว่าเครือข่ายนั้นอยู่ในช่วงระยะใดของวงจรชีวิต (อ้างถึงใน ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์, 2545)

1. **ระยะก่อตัว** : ช่วงนี้เป็นระยะเริ่มต้นของเครือข่าย เริ่มจากการมีแกนนำเป็นผู้ริเริ่มเครือข่าย ซึ่งแกนนำอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคล แกนนำเหล่านี้จะกำหนดประเด็นที่ตนเองสนใจและต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมจัดการและเป็นผู้จุดประกายให้บุคคลอื่นๆ เริ่มรับรู้ในปัญหาร่วมกัน จนเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องรวมตัวกันเป็นเครือข่าย แต่สมาชิกยังมี

จำนวนน้อยและจำกัดเฉพาะคนเพียงบางกลุ่มหรือบางพื้นที่เท่านั้น วัตถุประสงค์ของเครือข่ายอาจยังไม่ชัดเจนในช่วงระยะแรกนี้ ระบบบริหารภายในเครือข่ายมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ อีกทั้งบุคคลภายนอกเครือข่ายส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักเครือข่ายเพราะข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายยังไม่เผยแพร่ออกไปในวงกว้าง จึงเป็นที่รู้จักเพียงในวงแคบเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นจึงอาจมีบางเครือข่ายที่ปิดตัวลงไปในช่วงนี้เพราะไม่สามารถก่อตัวได้สำเร็จ

2. **ระยะขยายตัว** : เครือข่ายที่สามารถประคองตัวให้ผ่านระยะแรกเข้าสู่ระยะที่สองได้ก็จะผ่านเข้าสู่ระยะขยายตัว โดยที่แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการของเครือข่ายเริ่มชัดเจนมากขึ้น เครือข่ายเริ่มมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน เป้าหมายและรูปแบบการทำงานที่ชัดเจนนี้ดึงดูดให้คนที่สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เครือข่ายเริ่มเกิดการขยายตัวในเชิงปริมาณ และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนส่งผลทำให้เครือข่ายดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง สมาชิกรู้สึกว่าตนเองได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมเครือข่าย ได้ผลประโยชน์โดยตรงที่เป็นรูปธรรมทำให้สมาชิกเริ่มเกิดการเชื่อมโยงตัวเข้ากับเครือข่าย ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เครือข่ายพัฒนาสู่ระยะต่อไปอยู่ที่ภาวะผู้นำ ความเป็นประโยชน์ และความต่อเนื่องของกิจกรรมตลอดจนการจัดระบบบริหารภายใน นอกจากนี้การดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้สมาชิกเกิดการมีส่วนร่วมและเชื่อมสัมพันธ์กับเครือข่ายมากขึ้น

3. **ระยะรุ่งเรือง** : ระยะนี้อาจแบ่งได้เป็น 3 ช่วงย่อยๆ ได้แก่ ระยะรุ่งเรืองช่วงต้น ระยะรุ่งเรืองช่วงเสถียร และระยะรุ่งเรืองช่วงถดถอย โดยระยะเวลาในแต่ละช่วงจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการเครือข่าย บางเครือข่ายอาจอยู่ในระยะรุ่งเรืองช่วงต้นยาวนานหลายปี ในขณะที่บางเครือข่ายอาจอยู่ในช่วงนี้เพียงไม่กี่ปีแล้วเข้าสู่ระยะถดถอยอย่างรวดเร็วก็ได้

4. **ระยะถดถอย** : ความถดถอยของเครือข่ายส่วนหนึ่งเกิดจากการที่เป้าหมายของเครือข่ายนั้นได้บรรลุผลแล้วทำให้มีการเตรียมตัวสลายเครือข่าย แต่อีกส่วนหนึ่งก็เกิดจากที่เครือข่ายนั้นไม่มีพลังเพียงพอที่จะดึงดูดสมาชิกให้อยู่ร่วมต่อไปได้ ความถดถอยของเครือข่ายนั้นสังเกตได้จากการที่จำนวนสมาชิกลดลงอย่างต่อเนื่อง สมาชิกที่เหลืออยู่ก็ไม่ค่อยตื่นตัว (Active) ในการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมกับเครือข่าย ส่งผลทำให้เกิดทุนสนับสนุนการทำงานทั้งจากภายในและภายนอกเครือข่ายลดลง กิจกรรมของเครือข่ายก็เริ่มลดน้อยลงจนไม่มีกิจกรรมเลย

นอกจากนี้ยังอาจเกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มสมาชิกทำให้ความเข้มแข็งของเครือข่ายลดลง ซึ่งนำไปสู่การแตกแยกและการสิ้นสุดของเครือข่ายได้

5. **ระยะฟื้นตัว** : การพยายามฟื้นเครือข่ายหลังจากที่เข้าสู่ระยะถดถอยแล้วอาจพอกระทำได้ แต่การฟื้นตัวนั้นกระทำได้ค่อนข้างยาก เพราะสมาชิกของเครือข่ายต่างกระจัดกระจายออกไปและต่างไม่สนใจร่วมมือกับเครือข่ายอีก หลังจากที่ตนเองได้รับการตอบสนองความต้องการเรียบร้อยแล้ว แนวทางในการรื้อฟื้นเครือข่ายนั้นแทบจะไม่แตกต่างอะไรจากการพยายามสร้างเครือข่ายขึ้นมาใหม่ ซึ่งเริ่มด้วยการทบทวนวัตถุประสงค์ และการกำหนดเป้าหมายของเครือข่ายใหม่ เพื่อนำไปสู่การแสวงหาแนวร่วม พันธมิตรกลุ่มใหม่ๆ นอกจากสมาชิกเดิมที่เคยมีอยู่ด้วย

ประเภทของเครือข่าย

การแบ่งประเภทเครือข่าย เพื่อประโยชน์ในการจำแนกกลุ่มบุคคลที่มีอยู่ให้ง่ายต่อความเข้าใจ เกณฑ์ในการแบ่งประเภทของเครือข่ายขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543)

1. **ขนาดของกลุ่ม**

ประเภทของเครือข่ายแบ่งตามขนาดของกลุ่มได้เป็น (1) เครือข่ายรวม (Total Network) และ (2) เครือข่ายย่อย (Subnetwork) โดยที่เครือข่ายรวมเปรียบเสมือนสังคมใหญ่ในภาพรวม ในขณะที่เครือข่ายย่อยเปรียบเสมือนกลุ่มสังคมย่อยที่อยู่ในสังคมใหญ่

2. **พื้นที่**

ประเภทของเครือข่ายแบ่งตามพื้นที่ได้เป็น (1) เครือข่ายระดับหมู่บ้านในพื้นที่ตำบล (2) เครือข่ายระดับหมู่บ้านข้ามพื้นที่ตำบล (3) เครือข่ายระหว่างตำบลในอำเภอใดอำเภอหนึ่ง (4) เครือข่ายระดับตำบลข้ามพื้นที่อำเภอ (5) เครือข่ายระดับอำเภอในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง (6) เครือข่ายระดับอำเภอข้ามพรมแดนจังหวัด และ (7) เครือข่ายระหว่างจังหวัดในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง

3. ประเด็นที่สนใจร่วม

ประเภทของเครือข่ายขึ้นกับประเด็นที่เครือข่ายนั้นสนใจ ซึ่งอาจแบ่งได้หลากหลาย เครือข่ายหนึ่งเครือข่ายอาจมีประเด็นที่สนใจหลายประเด็นรวมอยู่ก็ได้

4. วิชาชีพของสมาชิกกลุ่ม

ประเภทของเครือข่ายแบ่งตามระดับวิชาชีพของสมาชิกในเครือข่าย เช่น เครือข่ายนักการเมือง เครือข่ายนักวิชาการ เครือข่ายนักธุรกิจ เครือข่ายสื่อสารมวลชน เป็นต้น ทั้งนี้อาจนับรวมเครือข่ายผู้นำชุมชน เครือข่ายผู้นำศาสนาเข้ามาร่วมด้วยก็ได้

5. บทบาทของกลุ่ม

ประเภทของเครือข่ายพิจารณาจากบทบาทหลักที่เครือข่ายนั้นดำเนินการอยู่ เช่น เครือข่ายการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เครือข่ายการศึกษาวิจัย เครือข่ายเพื่อการวิเคราะห์และเสนอแนะนโยบาย เป็นต้น

6. ลักษณะภาคีที่ร่วมในเครือข่าย

ประเภทของเครือข่ายแบ่งตามลักษณะภาคีในเครือข่ายเกิดได้สองลักษณะ คือ (1) เครือข่ายแนวนอน (Horizontal Network) เป็นการสร้างเครือข่ายของกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมใกล้เคียงกัน เผชิญปัญหาที่คล้ายคลึงกัน เช่น การรวมกลุ่มระหว่างมูลนิธิกับ NHOs และ (2) เครือข่ายแนวตั้ง (Vertical Network) เป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างภาคีที่แตกต่างกัน เช่น การรวมกลุ่มระหว่างหน่วยงานของรัฐกับองค์กร ชุมชน การรวมตัวระหว่างองค์กรท้องถิ่นกับมูลนิธิของบริษัทธุรกิจ เป็นต้น

7. ระดับความเชื่อมโยง

ประเภทของเครือข่ายที่แบ่งด้วยเกณฑ์นี้ใช้ระดับความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางของเครือข่ายกับภาคีต่างๆ ซึ่งอาจแบ่งออกเป็นเครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันในระดับสูง เครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงกันในระดับรองลงไปจนถึงเครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงกันในระดับห่างออกไป การแบ่งในลักษณะนี้เป็นการประเมินระดับอิทธิพลของบุคคลที่เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายที่จะมีต่อสมาชิกในเครือข่ายนั้น

เครือข่ายสามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้อีกหลากหลาย ตามแต่เกณฑ์ที่กำหนดขึ้น การแบ่งประเภทของเครือข่ายตามเกณฑ์เหล่านี้เป็นเพียงการแบ่งในเชิงทฤษฎี เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น แต่ในทางปฏิบัติแล้วการดำเนินการของเครือข่ายอาจซ้อนทับกันอยู่ในหลายเกณฑ์ และสมาชิกของเครือข่ายประกอบด้วยกลุ่มบุคคลหลากหลายวิชาชีพก็ได้ หรืออาจเป็นเครือข่ายที่เกิดจากการรวมกลุ่มข้ามพรมแดนก็ได้ ปัจจุบันการสร้างเครือข่ายระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างพรมแดนทางภูมิศาสตร์สามารถกระทำได้โดยง่าย เพราะเส้นทางคมนาคมได้เชื่อมถึงกันอย่างสะดวก ประกอบกับพัฒนาการของข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงพื้นที่ต่างๆ อย่างกว้างขวางมากขึ้นด้วย

โดยสรุปแล้ว การแบ่งประเภทของเครือข่ายนั้น เพื่อจุดประสงค์ในการทำความเข้าใจกับเครือข่ายที่เกิดขึ้น และเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการดำเนินการต่อไป เช่น เพื่อการกำหนดนโยบาย หรือเพื่อการวางแผนขยายเครือข่ายต่อไป เป็นต้น

เมื่อมีการรวมตัวกันของกลุ่มต่างๆ จนเกิดเป็นเครือข่าย เครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงสมาชิกของเครือข่ายเข้าด้วยกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันคือ การสื่อสาร ดังนั้นในการวิเคราะห์เครือข่ายๆ ต่างๆ การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการสื่อสารเป็นส่วนที่แทรกอยู่ในทุกกระบวนการของเครือข่าย

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์หนึ่งเพื่อศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นเพื่อให้มีความเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมาประกอบ

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่เป็นความจำเป็นเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ มนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของมนุษย์ และเป็นเครื่องมือสำคัญของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากเพียงใด และประกอบด้วยคนจำนวนมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมี

ความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมที่นำมาซึ่งความสับสน ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและความไม่แน่นอนแก่สมาชิกของสังคม ย่อมต้องการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญดังกล่าว (ปรมะ สตะเวทิน , 2546) ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยเรื่องนี้สามารถิเคราะห์ถึงรูปแบบของการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายได้ชัดเจนขึ้น จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมาอธิบาย ดังนี้

ความหมายของการสื่อสาร

มีผู้ให้ความหมายหรือนิยามของคำว่าการสื่อสารไว้หลากหลาย เช่น

Wilbur Schramm (1974) กล่าวว่า การสื่อสารสารคือ การมีความเข้าใจต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

จันทร์ทิพย์ ปาละนันทน์ (2545: 20) ได้สรุปความหมายของการสื่อสารว่า คือ กระบวนการของการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนและร่วมกันรับรู้เรื่องราวข่าวสารต่างๆ (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งคือผู้ส่งสาร (sender) กับอีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel) ทั้งนี้โดยมีความเข้าใจร่วมกันต่อสัญลักษณ์ที่แสดงเรื่องราวข่าวสารนั้นๆ

อรอนันต์ วุฒิเสน (2543) ได้ให้นิยามของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร คือ ความพยายามและความตั้งใจในการถ่ายทอดสารในรูปแบบต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถสื่อสารกลับไปหากันได้ และการสื่อสารยังมีลักษณะเป็นกระบวนการ ซึ่งหมายถึงการมีลักษณะต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ไม่มีการหยุดนิ่ง กล่าวอีกนัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสารนั้นจะมีการกระทำโต้ตอบกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเปลี่ยนบทบาทในขณะสื่อสารกันได้ตลอดเวลา

องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารของมนุษย์จะมีองค์ประกอบหลักๆ ร่วมกันอยู่ 5 ประการด้วยกันคือ

1. **ผู้ส่งสาร** (Sender)

เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร มีนักวิชาการให้ความหมายของผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการ มีความตั้งใจ ที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ความคิด ทัศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร

ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ในแง่ของ การเลือกข้อมูลข่าวสารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการและช่องทางที่จะทำให้สารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือด้านใดด้านหนึ่งกับผู้รับสาร

2. **สาร** (Message)

หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

สารจะเป็นตัวเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง โดยทั่วๆ ไปแล้วสารจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

2.1 **รหัสสาร** (Message) ได้แก่ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆของผู้ส่งสาร รหัสสารสามารถแสดงออกในรูปแบบของ ภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Codes) เช่น การพูดภาษาไทย การเขียนหนังสือเป็นภาษาจีน เป็นต้น และรหัสของสารที่ไม่ใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Nonverbal Message Codes) เช่น รูปภาพ การโบกมือ การไหว้ เป็นต้น

2.2 **เนื้อหาสาร** (Message Content) หมายถึง เรื่องราวสิ่งต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดหรือส่งไปยังผู้รับสาร เนื้อหาสารแบ่งเป็นหลายประเภท เช่น เนื้อหาเชิงวิชาการ กับ

เนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ เนื้อหาที่เป็นข่าว เนื้อหาที่เป็นความบันเทิง และเนื้อหาเกี่ยวกับการชักจูงใจ เป็นต้น

2. 3 **การจัดเรียงลำดับสาร** (Message Treatment) หมายถึง รูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ มักขึ้นกับลักษณะโครงสร้างของภาษา (Structure) และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ส่วนใหญ่การจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลา (Styles) ส่วนตัว รวมทั้งขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะ (Personalities) ของผู้ส่งสารแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันอย่างไร

3. **ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ** (Channel or Media)

หมายถึง พาหนะที่พาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ทั้งนี้ ช่องทางการสื่อสารอาจหมายถึง ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัสและการลิ้มรส หรืออาจหมายถึงคลื่นแสง คลื่นเสียงและอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวเรา

4. **ผู้รับสาร** (Receiver/Audience/Listener)

หมายถึง บุคคลผู้เป็นเป้าหมายของการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร ส่งสารโดยใช้ช่องทางของสื่อใดสื่อหนึ่งส่งข้อมูลข่าวสารไปถึง ในการสื่อสารแต่ละครั้งผู้รับสารอาจจะเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรืออาจมีหลายคนก็ได้ การสื่อสารจะมีความหมายอย่างไร จะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะเลือกรับสารหรือตีความต่อข่าวสารนั้นอย่างไร ถ้าผู้รับสารต้องการรับสาร มีความสามารถในการทำความเข้าใจต่อเนื้อหาสาร จะทำให้การสื่อสารสำเร็จได้ง่ายขึ้น หากผู้รับสารไม่สนใจที่จะรับสาร หรือขาดความสามารถที่จะทำความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสารส่งให้ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว

5. **ปฏิกิริยาตอบกลับ** (Feedback)

เป็นข่าวสารที่ผู้รับสารส่งให้แก่ผู้ส่งสาร ซึ่งจะเป็นข้อมูลอะไรก็ได้ขึ้นอยู่กับการแปลความหมาย การทำความเข้าใจกับข้อมูลของผู้รับข่าวสาร รวมทั้งผลจากการคิดวิเคราะห์ของ

ผู้รับสารด้วยว่าตนเองต้องการส่งข้อมูลอะไรกลับไป เช่น ถ้าผู้รับข่าวสารไม่เข้าใจข้อมูลที่ได้ การให้ข้อมูลย้อนกลับอาจเป็นการตรวจสอบความเข้าใจระหว่างกันให้ตรงกัน แต่ถ้าผู้รับข่าวสารคิดว่าตนเองเข้าใจข้อมูลถูกต้อง ข้อมูลย้อนกลับอาจเป็นการตอบคำถามหรือส่งข่าวสารต่างๆ ซึ่งจะต่อเนื่องเป็นการสนทนากันต่อไป

รูปแบบของการสื่อสาร

รูปแบบของการสื่อสารนั้นได้มีการจำแนกไว้หลายลักษณะ ตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบการสื่อสาร 3 ลักษณะ คือ จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร จำแนกตามลักษณะการใช้ในการสื่อสาร และจำแนกตามการไหลของข่าวสาร

1. **จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร** แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1.1 **การสื่อสารแบบทางเดียว** (One-way communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกิริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรง จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิกิริยาโต้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย โดยทั่วไปจะเป็นในรูปของนโยบาย คำสั่ง และอาจผ่านสื่อมวลชนในการเสนอข่าวหรือรายงานข่าวสารต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

1.2 **การสื่อสารแบบสองทาง** (Two-way communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะเดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้กลับ (feedback) ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุมหรือการปรึกษาหารือ ซึ่งบุคคลที่ทำการสื่อสารในลักษณะนี้ควรเป็นบุคคลที่กระตือรือร้น (Active) ในการแสวงหาและรับฟัง

ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง

2. จำแนกตามลักษณะการใช้ในการสื่อสาร แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในโครงสร้างที่มีแบบแผนกำหนดไว้อย่างแน่นอน (Prescribed communication) สารจะถูกส่งออกไปตามลำดับขั้น หรือตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจ โดยจะไหลผ่านสายใยความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีการกำหนดระเบียบแบบแผนไว้ชัดเจน ทั้งนี้อาจจะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น บันทึกต่างๆ หรืออาจจะเป็นการสื่อสารที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรก็ได้ เช่น การสั่งงานโดยตรงผ่านการพูดกันทางวาจา โดยการสื่อสารอย่างเป็นทางการจะมีลักษณะ 3 ประการ คือ

2.1.1เป็นการนำเอานโยบาย การวินิจฉัยสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา

2.1.2 เป็นการนำกลับมายังผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ รายงาน และการสนองตอบของผู้บังคับบัญชา

2.1.3 เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กร แก่ข้าราชการ พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่

2.2 **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง และเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่เป็นไปตามระเบียบแบบแผนขององค์กร มีลักษณะการสื่อสารที่เป็นส่วนตัวมากกว่าทางตำแหน่งหน้าที่ ส่วนใหญ่จะใช้คำพูด การสื่อสารแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระ ในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารต่างกัน ลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบนี้ คือความรวดเร็วของการสื่อสารจะมีมาก แต่มีข้อเสียตรงที่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อาจผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์และวิธีการของผู้บริหารที่จะนำประโยชน์ของการสื่อสารแบบ

ไม่เป็นทางการมาใช้ให้เกิดผลดีกับบรรยากาศในการทำงาน เช่น การสื่อสารกับประชาชนในชุมชน เป็นต้น ลักษณะของการสื่อสารอย่างเป็นทางการ มีดังนี้

2.2.1 ผ่านความเกี่ยวพันทางวาจา

2.2.2 เป็นอิสระจากข้อจำกัดขององค์กรและตำแหน่ง

2.2.3 ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว

2.2.4 มีลักษณะการสื่อสารสายที่เป็นลูกโซ่

2.2.5 มีโอกาสในความถูกต้องของข่าวสารมีน้อย

2.2.6 มีอิทธิพลทั้งด้านบวก และด้านลบต่อองค์กร

3. **จำแนกตามการไหลของข่าวสาร** แบ่งเป็น 2 แบบ ดังนี้

3.1 **การสื่อสารตามแนวดิ่ง** (Vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

3.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down หรือ Downward Communication) หมายถึง การสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงลงมาตามสายงานการบังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้รูปแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของคำสั่งด้วยวาจา หรือคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร การสื่อสารในลักษณะนี้ทำให้ตัวสารมีน้ำหนัก มีความน่าเชื่อถือ แต่การสื่อสารเช่นนี้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารและการตีความหมายของข่าวสาร

3.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Buttom-up หรือ Upward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งหรือระดับสูงกว่า การสื่อสารในรูปแบบนี้จะทำให้ฝ่ายบริหาร หรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่ารับรู้ข้อมูลต่างๆ ในระดับปฏิบัติการ และสามารถนำข้อมูลส่วนนี้มาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ความเห็น คำร้องทุกข์ รายงานการปฏิบัติงาน การสื่อสารประเภทนี้จะมีผลถึงการเสริมสร้างขวัญในการทำงาน และทัศนคติของบุคลากร ช่วยให้เห็นว่าบุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจในสารที่เขาได้รับจากผู้บังคับบัญชาเพียงใด

3.2 **การสื่อสารตามแนวนอน** (Horizontal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างผู้มีตำแหน่งในระดับเดียวกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว การสื่อสาร

แบบนี้จึงเป็นการสื่อสารที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะพื้นฐานของการสื่อสารขึ้นอยู่กับบรรยากาศของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารตามแนวนอนมักจะเน้นการสื่อสารทางวาจาเป็นหลัก และจะมีลักษณะไม่เป็นทางการ

การสื่อสารตามแนวนอน เป็นกิจกรรมทางการสื่อสารที่เสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลให้ดีขึ้น แต่ก็มีผลกระทบต่อการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ ได้ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคที่ควรระวังมี 3 ประการ คือ

3.2.1 **การขาดความไว้ใจซึ่งกันและกัน** เนื่องจากการสื่อสารในแนวนอนมีลักษณะค่อนข้างจะเป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ คือ มักจะเป็นเรื่องส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นการประสานงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือ การสร้างความเข้าใจร่วมกัน ความไว้วางใจจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การสื่อสารดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์

3.2.2 **ผลกระทบต่อการสื่อสารในแนวตั้ง** เมื่อบุคคลในระดับเดียวกันติดต่อกันเองแม้จะทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงอย่างรวดเร็ว แต่บางครั้งการประสานงานกันอาจเกิดความผิดพลาดได้ ทำงานอาจไม่เป็นแบบอย่างเดียวกัน

3.3.3 **ก่อให้เกิดการแข่งขันซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน** ซึ่งผลของการแข่งขันจะกระทบต่อความสันพันธ์ระหว่างบุคคลได้

ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสารมีมากมายหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาแบ่งประเภทของการสื่อสาร สำหรับการวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” ผู้วิจัยใช้ จำนวนของผู้ทำการสื่อสาร และการเห็นหน้าค่าตากันเป็นเกณฑ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน , 2546)

1. การจำแนกโดยใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์

การจำแนกในลักษณะนี้คำนึงถึงจำนวนของบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสาร (communication situation) หนึ่งๆ เป็นเกณฑ์ว่าในสถานการณ์นั้นๆ มีผู้ทำการสื่อสารมากน้อยเท่าใด ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1.1 การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว บุคคลคนเดียวกันนั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้แก่ การพูดกับตัวเอง การร้องเพลงฟังคนเดียว เป็นต้น

1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) คือการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person-to-person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรงในขณะหนึ่ง คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน เช่น การพูดคุยกันระหว่าง 2 คน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ในทำนองเดียวกันการสื่อสารระหว่างบุคคลก็เกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group Communication) ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

1.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในหอประชุม การพูดหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรงมีอยู่น้อย และขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อต่อ (person-to-person)

1.4 การสื่อสารในองค์การ (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้เป็นสมาชิกขององค์การหรือหน่วยงานเพื่อปฏิบัติภารกิจของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน ได้แก่ การสื่อสารในบริษัทการสื่อสารในหน่วยงานราชการ เป็นต้น

1.5 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารกับมวลชนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อมๆ กัน โดยที่สมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่างๆ กัน เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกันจึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว คือ สื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

2. จำแนกโดยใช้การเห็นหน้าค่าตากันเป็นเกณฑ์

การจำแนกประเภทของการสื่อสารในลักษณะนี้กำหนดโดยพิจารณาว่าผู้ส่งสารกับผู้รับสารเห็นหน้าค่าตากันหรือไม่ในขณะที่ทำการสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face-to-face Communication) ในการสื่อสารประเภทนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้าซึ่งกันและกันได้ สามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงกันข้ามได้ เช่น การพูดคุยต่อหน้า การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน (Interposed Communication) การสื่อสารในลักษณะนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่เห็นหน้าค่าตากันเพราะอยู่ห่างไกลกันด้วยระยะทางและสถานที่ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงข้ามได้ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันจึงมักจะเป็นสื่อโทรคมนาคม เช่น การเขียนจดหมายถึงกัน การพูดโทรศัพท์และสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร

แนวคิดเครือข่ายการสื่อสาร

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน เพื่ออยู่รวมกับคนอื่นในสังคม (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) นอกจากนั้นการสื่อสารยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเชื่อมโยงบุคคลอื่นๆ ในสังคมให้มารวมกลุ่มเข้าด้วยกัน ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารก็คือ ต้องการระบุถึงโครงสร้างการสื่อสาร เพื่อให้เข้าใจถึงภาพรวมของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่ม โดยมีผู้ให้ความหมายของ “เครือข่ายการสื่อสาร” ไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526 : 47) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารในบรรดาสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งมีทั้งเครือข่ายแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

พรรณสิริ จิตรรัตน์ (2544) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์นั้นเกิดขึ้นภายใต้บริบทต่างๆ ซ้ำแล้วซ้ำอีกจนสามารถระบุถึงความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงที่สมาชิกภายในเครือข่ายมีต่อกันและกันได้

Monge และ Contractor (1997) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร คือ รูปแบบของการติดต่อสื่อสารระหว่างคู่สื่อสาร (Communication partners) ซึ่งเกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารภายใต้บริบทของเวลาและสถานที่

นอกจากนั้น Rogers และ Kincaid (1981 : 42) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์เครือข่ายทางการสื่อสารว่า คือวิธีการศึกษาเพื่อระบุถึงโครงสร้างการสื่อสารในระบบ โดยวิเคราะห์การไหลของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นหน่วยในการวิเคราะห์

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง รูปแบบการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการพุดคุย ติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในเครือข่าย ซึ่งการสื่อสารนั้นสามารถเชื่อมโยงสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายเอาไว้ได้

การเกิดขึ้นของเครือข่ายการสื่อสาร

ในด้านพฤติกรรมของมนุษย์นั้น โดยปกติมนุษย์จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่งหรือมากกว่านั้น ปกติแล้วบุคคลในระบบจะทำการติดต่อกับบุคคลอื่นๆ และก็จะเพิกเฉยกับบุคคลอื่นๆ ที่เหลือด้วยเช่นกัน (เมื่อระบบนั้นมีขนาดใหญ่) การไหลของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงกลายเป็นรูปแบบที่เรียกว่า “โครงสร้าง

การสื่อสาร (communication structure) หรือ “เครือข่าย” (network) (เจษฎา รัตนเขมากร, 2540)

การเกิดขึ้นของเครือข่ายการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (พัชนี เชยจรรยา และคณะ, 2541)

1. **เครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง** (emergent communication network) หรือเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal network) เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ ตรงกันข้ามเครือข่ายเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่และความเข้มของของการสื่อสารต่างๆ กัน โดยเมื่อเวลาผ่านไปเครือข่ายที่เกิดขึ้นเองนี้จะค่อยๆ กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ (unstructured) ในที่สุด

2. **เครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ** (formal network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้ (prescribed communication network) เป็นประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายที่ได้มีการวางแผนอย่างแน่นอน ดังนั้นเครือข่ายเหล่านี้มีโครงสร้างที่มีแบบแผน

บทบาทหน้าที่ของเครือข่ายการสื่อสาร

บทบาทและหน้าที่ในการทำงานของเครือข่ายต่างก็มีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ บางเครือข่ายอาจมีบทบาทเป็นผู้กระทำหรือเน้นการทำงานในระดับกิจกรรมและพื้นที่ บางเครือข่ายก็มีบทบาทและหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเพื่อให้เกิดกิจกรรมความเคลื่อนไหว บางเครือข่ายมีหน้าที่ในการสนับสนุนในด้านทุน ทรัพยากร และการให้คำปรึกษาแก่เครือข่ายย่อยอื่นๆ ดังนั้น อาจจำแนกบทบาทและหน้าที่ของเครือข่ายออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (พระมหาสุทิตย์ อาภากโร, 2547)

1. ระดับกิจกรรม/การทำงาน ได้แก่เครือข่ายที่เน้นกระบวนการทำงานในระดับพื้นที่หรือในบางประเด็นปัญหานั้นๆ เป็นสำคัญ

2. ระดับสนับสนุนและประสานงาน ได้แก่เครือข่ายที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างเครือข่ายและภาคีต่างๆ ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการทำกิจกรรมของเครือข่ายย่อยในพื้นที่ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และให้ข้อมูลทางเลือกในกระบวนการทำงาน

3. ระดับการส่งเสริมและการให้คำปรึกษา ได้แก่เครือข่ายขององค์กรสถาบัน และหน่วยงานหลักทางสังคมที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนให้เกิดกระบวนการพัฒนาและพัฒนาเครือข่าย

นอกจากนั้น สมสุข หินวิมาน (2547) ได้จำแนกบทบาทหน้าที่ (function) ของเครือข่ายการสื่อสารออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ระดับปัจเจกบุคคล เครือข่ายสื่อสารจะทำหน้าที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

- หน้าที่เป็นต้นทุนหรือแหล่งที่มาของโอกาสการเข้าถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจ/สังคม (socio-economic resources)
- หน้าที่ในการเกื้อกูลกันทางสังคม (social support)
- หน้าที่ในการสนับสนุน/ให้ความช่วยเหลือทางจิตใจ (psychological support)
- หน้าที่ในการได้มาซึ่งข่าวสารต่างๆ ของปัจเจกบุคคล (information sources)

2. ในระดับชุมชน เครือข่ายการสื่อสารจะทำหน้าที่ 3 ประการด้วยกัน คือ

- หน้าที่ในการสร้างกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาสังคม (social development activities)
- หน้าที่ในการจัดสรร/ระดมทรัพยากรต่างๆ ในสังคม (mobilization of resources)
- หน้าที่ในการธำรงรักษาการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในสังคม (community maintenance)

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร เป็นวิธีการวิจัยอย่างหนึ่งที่ศึกษาโครงสร้างการสื่อสารในระบบ ศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลเกี่ยวกับการไหลทางการสื่อสาร เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นหน่วยของการวิเคราะห์ (Rogers และ Kincaid, 1980)

Harold J. Leavitt (อ้างถึงในจารุณี พัชรพิมานสกุล, 2542) ได้ทดลองทำการวิจัยในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารโดยใช้แบบของการสื่อสารหลายแบบ พบว่า การสื่อสารแยกออกได้เป็น 2 แบบ คือ แบบที่มีศูนย์กลางกับแบบกระจายอำนาจ

1. **การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง** (Centralized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่านโดยที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง ต้องผ่านคนกลาง

2. **การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ** (Decentralized Communication) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มติดต่อกันโดยอิสระไม่มีใครตัดสินใจคนเดียวแต่ร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ปัญหา เป็นวิธีที่ใช้ได้ตรงกับกระบวนการกลุ่มมาก เพราะทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) ผลที่ออกมาจะได้ทั้งผลผลิต (Product) และกระบวนการ (Process) ของกลุ่ม หมายถึง การสื่อสารแบบนี้คำนึงถึงการเอาใจใส่ผู้ทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ขวัญและกำลังใจของกลุ่มด้วย

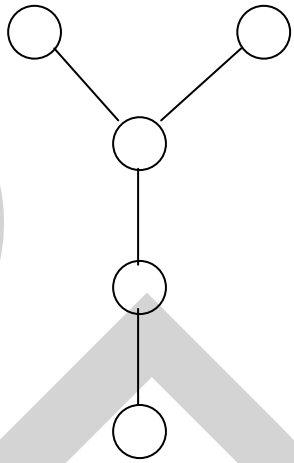
การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication)

1. เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกแต่ละคนจะได้ติดต่อไปยังสมาชิกคนอื่นที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในแง่การประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความยากลำบากที่กลุ่มจะทำงานให้สำเร็จได้ตามที่ต้องการ ขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสาร เพราะสมาชิกจะติดต่อกับบุคคลอื่นได้เพียง 2 คน หรือ 2 คนที่ต่อจากเขาเท่านั้น จึงทำให้ความพอใจของสมาชิกในกลุ่มค่อนข้างต่ำ

<u>ภาพที่ 1</u> แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่

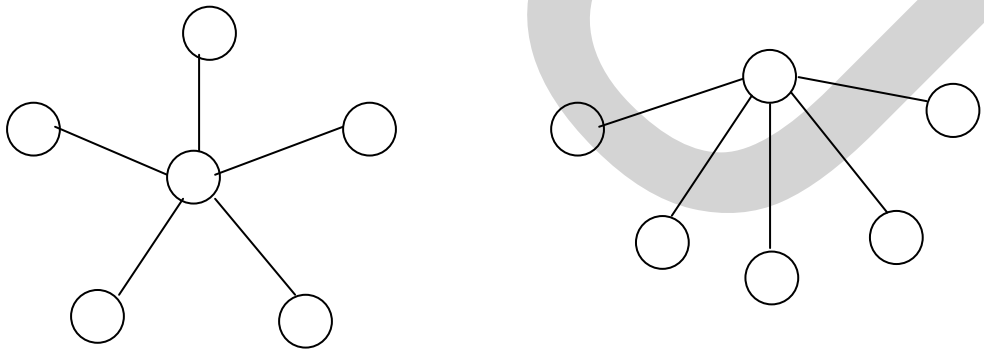
2. เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย (Y Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกที่อยู่ตรงกลางเพียง 2 คน จะทำหน้าที่ประสานงานและส่งข้อมูลที่ได้รับจากสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่รอบนอก การสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมกว่าแบบลูกโซ่ในแง่ที่ทำให้งานสำเร็จได้ดีกว่า เพราะข้อมูลสามารถผ่านทิศทางต่างๆ ได้มากกว่า แทนที่จะอาศัยคนที่อยู่ถัดไปเท่านั้น โดยปกติบุคคลที่อยู่ตรงกลางคนหรือ 2 คนเท่านั้นที่มีความพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารแบบนี้ แต่ส่วนที่

เหลือของกลุ่มหรือผู้ที่อยู่รอบนอกมีความพอใจต่ำ รูปแบบของข่ายการสื่อสารแบบตัววายนี้มักจะเกิดขึ้นในกลุ่มที่สมาชิกเพียง 1 หรือ 2 คนเท่านั้นเต็มใจที่จะรับทำงานและรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน ในขณะที่ส่วนที่เหลือของกลุ่มไม่ยอมรับผิดชอบ



<u>ภาพที่ 2</u> แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย

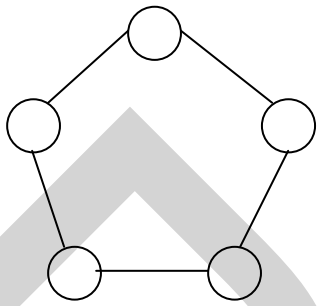
3. เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกคนหนึ่งเป็นผู้รับข่าวจากสมาชิกคนใดคนหนึ่ง แล้วส่งข่าวนั้นไปยังสมาชิกคนอื่นๆ บุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มจะเป็นผู้มีอำนาจอย่างแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่ม เพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบผลสำเร็จของงาน



<u>ภาพที่ 3</u> แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ

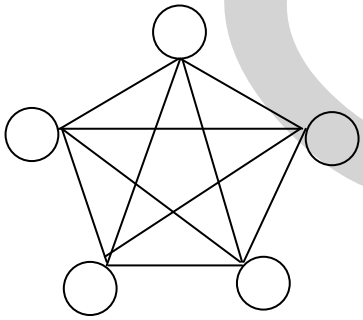
การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Network)

1. เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (Circle Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกในกลุ่มทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกที่อยู่ถัดจากคนทั้งสองข้าง สถานะของทุกคนมีความเท่าเทียมกันและทุกคนมีความพอใจ อย่างไรก็ตามปัญหาเรื่องความรับผิดชอบจะเกิดขึ้นเพราะจะหาคนรับผิดชอบไม่ได้เพราะแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกัน จะหาใครมาเป็นศูนย์รวมของกลุ่มไม่ได้



ภาพที่ 4 แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม

2. เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่นๆ ทั้งในการรับข่าวและส่งข่าว อาจถือได้ว่าเป็นเครือข่ายการติดต่อที่สมบูรณ์ที่สุด เพราะไม่มีข้อจำกัดการสื่อสารของสมาชิก โดยเครือข่ายนี้จะเปิดโอกาสให้มีปฏิกิริยาย้อนกลับสูงที่สุด



ภาพที่ 5 แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง

Shaw (อ้างถึงในจารุณี พัชรพิมานสกุล, 2542) ทำการสรุปผลงานวิจัยในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารไว้ในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. เครือข่ายแบบรวมอำนาจสู่ส่วนกลาง จะก่อให้เกิดผู้นำเพียงคนเดียว และเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะคนกลางในโครงสร้างจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหามากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ ทำให้เขาเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการทำงานของกลุ่ม เพราะเขาอยู่ในตำแหน่งตัวเชื่อมการสื่อสารที่สำคัญ

2. โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ มีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่สลับซับซ้อน แต่โครงสร้างการสื่อสารแบบรวมอำนาจมีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาง่ายๆ ในการทำงานง่ายๆ ใช้ข้อมูลข่าวสารจำนวนน้อยในงานที่ต้องการข้อมูลเพียงประการเดียว เครือข่ายแบบรวมอำนาจจะทำงานโดยก่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อย และสำเร็จเร็วกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะการติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นการติดต่อทางเดียว ที่ถูกครอบงำโดยผู้นำเพียงคนเดียว ความเป็นระเบียบถูกกำหนดขึ้นเพื่อไม่ให้มีข่าวสารมาก ส่วนการติดต่อสื่อสารแบบวงกลมสมาชิกของกลุ่มจะติดต่อกับบุคคล 2 คนได้ จึงใช้เวลามากกว่า แต่ในงานที่ต้องใช้ข้อมูลร่วมกันและต้องมีการปฏิบัติด้วยนั้น โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจจะทำงานได้รวดเร็ว และมีข้อผิดพลาดน้อยกว่าแบบรวมอำนาจ

3. สภาวะข่าวสารท่วมท้นมักจะเกิดขึ้นในเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมอำนาจ เพราะข่าวสารและการตัดสินใจจะไปรวมอยู่ที่จุดศูนย์กลางของเครือข่าย ทำให้ผู้นำของโครงสร้างในการสื่อสารแบบนี้อยู่ในสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้ ส่วนเครือข่ายการสื่อสารแบบกระจายอำนาจนั้นทุกคนต้องใช้ข้อมูลร่วมกัน ต้องเป็นผู้ตัดสินใจและเป็นผู้นำ จึงไม่ค่อยจะเกิดสภาวะข่าวสารท่วมท้น

จะเห็นได้ว่าโครงสร้างของการติดต่อสื่อสารสามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของคน รวมทั้งยังมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มในด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง และการปรับตัวอีกด้วย

นอกเหนือจากรูปแบบของการไหลของข่าวสารภายในกลุ่มแล้ว ยังมีเรื่องของความแตกต่างของบทบาทของบุคคลในเครือข่ายการสื่อสารที่เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์เครือข่ายการ

สื่อสาร โดย Monge (1978 อ้างถึงในจารุณี พัชรพิมานสกุล, 2542) ได้แบ่งบทบาทของคนในกลุ่ม ดังนี้

- Membership คือ กลุ่มบุคคลเป็นสมาชิกในกลุ่มและพวกของเครือข่าย
- Liaison role คือ ปัจเจกบุคคลที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง
- Star role คือ ปัจเจกบุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนอื่นๆ เป็นจำนวนมาก
- Isolate role คือ ปัจเจกบุคคลที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่นๆ น้อยมาก และจะไม่เผยแพร่ต่อ
- Boundary – spanning role คือ ปัจเจกบุคคลที่ติดต่อระหว่างกลุ่มตัวเองกับกลุ่มภายนอกสังคม เพื่อนำสิ่งต่างๆ ภายนอกสังคมเข้ามาเผยแพร่ในสังคมของตน

มีนักวิชาการบางท่านที่แบ่งบทบาทของสมาชิกภายในเครือข่ายแตกต่างกันออกไป ดังนี้ (Hellweg, 1997 อ้างถึงในพรรณสิริ จิตรรัตน์, 2544)

- laision role ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มต่างๆ โดยไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มใดเลย laision ทำหน้าที่เช่นเดียวกับคนส่งข่าว (messenger) และมักจะเป็นแหล่งเริ่มต้นของข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญ เพราะเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารภายในเครือข่าย
- bridge role ทำหน้าที่เช่นเดียวกับ laision แต่เป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยข่าวสารที่ไหลผ่าน bridge นั้นมีโอกาสที่จะเกิดการบิดเบือนได้สูงกว่า laision
- gatekeeper role ทำหน้าที่เป็นเครื่องกรองข้อมูลข่าวสารทั้งที่ได้รับเข้าภายในเครือข่ายและส่งออกนอกเครือข่าย โดยการเป็นผู้ตัดสินใจว่าข้อมูลข่าวสารใดควรจะผ่านเข้าออกนี้ ทำให้ gatekeeper เป็นผู้มีอิทธิพลภายในเครือข่าย
- isolate role เป็นปัจเจกบุคคลที่ทำการสื่อสารค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับสมาชิกคนอื่นๆ ภายในเครือข่าย ซึ่งอาจเกิดจากการมีหน้าที่เฉพาะเจาะจงภายในเครือข่าย อันเป็นหน้าที่ที่ไม่จำเป็นต้องสื่อสารกับสมาชิกคนอื่นๆ ภายในเครือข่ายมากนัก
- boundary spanner หรือ cosmopolite ทำหน้าที่เชื่อมต่อเครือข่ายของตนเองกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

ข้อแตกต่างระหว่าง Monge กับ Hellweg คือ Hellweg ได้เพิ่ม bridge role เข้าไป เพื่อแยกแยะให้เห็นชัดเจนว่าลักษณะของข่าวสารที่ไหลผ่าน laision กับ bridge นั้นแตกต่างกัน โดยข่าวสารที่ไหลผ่าน bridge มีโอกาสถูกบิดเบือนมากกว่า อันเนื่องมาจาก bridge เป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งภายในเครือข่ายอยู่

นอกจากนี้ลักษณะความสัมพันธ์ที่ laision กับ bridge มีกับสมาชิกคนอื่นๆ ภายในเครือข่ายก็แตกต่างกัน เนื่องจาก laision ถือว่าไม่มีกลุ่มสังกัดภายในเครือข่าย ดำเนินบทบาทอย่างอิสระ ในขณะที่ bridge เป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งภายในเครือข่าย

นอกจากนี้ Gladwell (กิตติ กันภัย, 2543) ได้กล่าวถึง กฎคนพิเศษจำนวนหนึ่ง (The Law of the Few) โดยกล่าวว่าในสังคมทุกๆ สังคม หรือในทุกๆ วงการ จะมีคนอยู่กลุ่มหนึ่งที่มีความพิเศษและสำคัญเหนือคนอื่นๆ ที่เหลือ เป็นไปตามหลัก “80/20 Principle” คนจำนวน 20% เหล่านี้มีคุณลักษณะพิเศษ คือ มีพรสวรรค์ทางสังคมบางประการ ซึ่งไม่พบในคนส่วนใหญ่ (80%) เช่น มีความอยากรู้อยากเห็นมาก เข้ากับคนง่าย รู้จักคนมาก มีความรู้และพร้อมจะช่วยเหลือแจกจ่ายข้อมูลให้กับผู้อื่น มีความสามารถในการโน้มน้าวใจสูง เป็นต้น Gladwell แบ่งกลุ่มคนพิเศษนี้ออกเป็น 3 พวก คือ กลุ่มผู้เชื่อมประสาน (Connector) กลุ่มฐานข้อมูลเคลื่อนที่ (mavens) และกลุ่มผู้โน้มน้าวใจ (Salesman)

กลุ่มผู้เชื่อมประสาน (Connector)

คือ กลุ่มคนที่มีพรสวรรค์ในการเชื่อมต่อส่วนต่างๆ ของสังคมและวัฒนธรรมย่อย (subworlds, subcultures) เข้าไว้เป็นเครือข่ายที่มีลักษณะคล้ายปิรามิด โดยตัวเองอยู่บนยอดปิระมิด สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากภายใต้เครือข่ายตามลำดับชั้นอย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว คนในกลุ่มนี้รู้จักคนจำนวนมากเนื่องจากมีอุปนิสัยชอบสนิทสนมกับผู้คน รักการสร้างความสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าความสัมพันธ์นั้นจะไม่แนบแน่น (weak tie) แต่ก็แข็งแรงพอที่จะเชื่อมโยงเครือข่ายได้

กลุ่มฐานข้อมูลเคลื่อนที่ (mavens)

มีลักษณะเป็น “ธนาคารข้อมูล” (data bank) คนกลุ่มนี้รู้ข้อมูลกว้างขวางมากมายที่คนอื่นไม่รู้ มีนิสัยชอบสะสมข้อมูลความรู้ และที่สำคัญเป็นพิเศษคือ ชอบช่วยให้ข้อมูลและความรู้

แก่ผู้อื่นในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ “mavens” จึงอุปมาคล้าย “ครู” หรือ “information brokers” ที่ชอบสะสม ซื้อขาย และแลกเปลี่ยนข้อมูลอยู่เสมอ

กลุ่มผู้โน้มน้าวใจ (Salesman)

ในขณะที่ “connectors” มีลักษณะเป็นตัวเชื่อมในสังคม (social glue) และ “mavens” เป็นธนาคารข้อมูล (data bank) คนกลุ่มสุดท้ายใน 20% ที่ Gladwell เสนอ มีลักษณะเหมือนคนขายของที่เก่งกาจ คนกลุ่มนี้มีทักษะในการโน้มน้าวใจที่ดียิ่ง สามารถทำให้ผู้ฟังคล้อยตามได้อย่างง่ายดาย

คน 3 ประเภทนี้มีความพิเศษสุดในแง่การสร้างการประสานเชื่อมโยงคนในสังคม (social connections)

แนวคิดการพัฒนาชุมชน

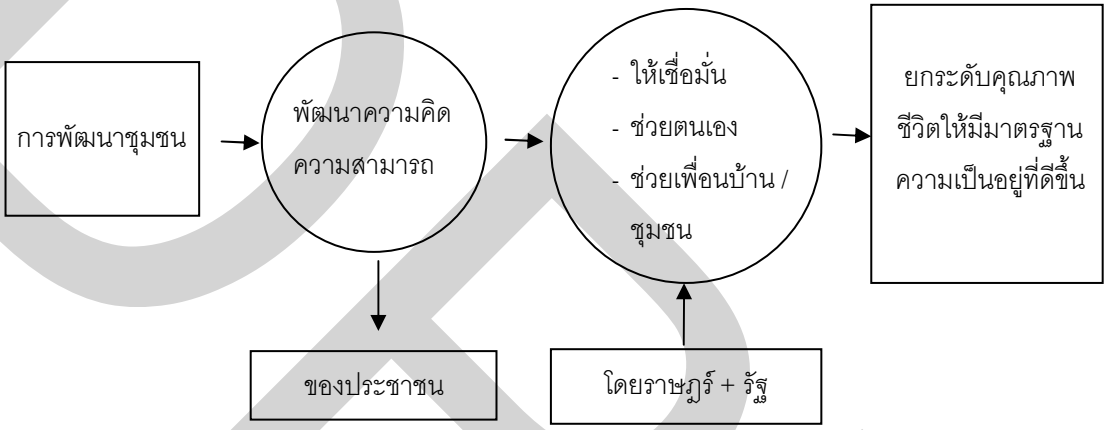
เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวาได้อย่างไร ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนเพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการพัฒนาชุมชน

องค์การสหประชาชาติ ได้ให้ความหมายของการพัฒนาชุมชนเป็นครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1955 ว่า เป็นกระบวนการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง และการพึ่งตนเองอย่างแท้จริง โดยความคิดริเริ่มของประชาชนในชุมชน (UN Bureau of Social Affairs, 1955) ปีต่อมาได้ปรับปรุงใหม่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้นและเป็นที่ยอมรับทั่วไปว่า “การพัฒนาชุมชน” เป็นกระบวนการรวมกำลังระหว่างประชาชนในชุมชนกับเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล เพื่อปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ ให้เจริญยิ่งขึ้นและผสมผสานเข้าเป็นชีวิตของชาติ ทำให้ประชาชนสามารถอุทิศตนเองเพื่อความก้าวหน้าของประเทศชาติได้อย่างเต็มที่ (Chang, 1969 อ้างถึงในสนธยา พลศรี, 2545)

สนธยา พลศรี (2545) ได้ให้ความหมายของ “การพัฒนาชุมชน” ว่าหมายถึง กระบวนการพัฒนาและกลุ่มคนในชุมชนให้มีศักยภาพเพียงพอและร่วมมือกันปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและชุมชน ตามแผนและโครงการที่กำหนดไว้ ทั้งการใช้พลังของชุมชนและการสนับสนุนจากภายนอกชุมชน

ความหมายของการพัฒนาชุมชน อาจแสดงเป็นแผนภูมิได้ดังนี้ (ทนงศักดิ์ คุ้มไข่น้ำ ,2534 อ้างถึงใน รัชดาภรณ์ ชาญชาคริตพงศ์, 2543)



ภาพที่ 6 แผนภาพแสดงความหมายของการพัฒนาชุมชน

ปรัชญาของการพัฒนาชุมชน

ปรัชญาของการพัฒนาชุมชนมาจากหลักการเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกันทั้งรูปร่าง มันสมอง และจิตใจ มนุษย์จึงไม่มีความเท่าเทียมกัน แต่โดยข้อเท็จจริงมนุษย์ทุกคนจะมีสิทธิและความเสมอภาคในการมีโอกาสที่จะกระทำสิ่งต่างๆ สิทธิและโอกาสที่จะก้าวหน้า แสดงความรู้ ความสามารถ การประกอบกิจกรรมต่างๆ ให้พัฒนาขึ้น เป็นต้น แต่โอกาสเหล่านี้ขึ้นอยู่กับภาวะธรรมชาติและภาวะกายภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้น มนุษย์จึงย่อมไม่มีสิทธิและเสมอภาคในความสำเร็จของชีวิตโดยเท่าเทียมกัน ปรัชญาของการพัฒนาชุมชนเกิดจากการผสมผสานหลักการดังกล่าวเข้ากับความหมายของการพัฒนาชุมชน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและโอกาสในการประสบความสำเร็จในชีวิตของคนมี 5 ประการ คือ (สนธยา พลศรี, 2545)

1. บุคคลแต่ละคนมีความสำคัญ ถึงแม้บุคคลจะมีความแตกต่างกัน แต่ทุกคนมีสิทธิที่พึงได้รับความยุติธรรมและอย่างมีเกียรติในฐานะที่เป็นมนุษย์ผู้หนึ่ง

2. บุคคลแต่ละคนมีสิทธิ เสรีภาพในการกำหนดวิถีการดำรงชีวิตตามความต้องการของตน โดยไม่ถูกบีบบังคับจากบุคคลอื่น

3. บุคคลแต่ละคนมีศักยภาพหรือพลังความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ ทั้งที่เปิดเผยและแฝงเร้น ศักยภาพเหล่านี้มีประโยชน์ต่อบุคคลและชุมชนเป็นอย่างมากถ้ารู้จักนำมาใช้อย่างถูกวิธี โดยเฉพาะอย่างยิ่งพลังที่แฝงเร้นอยู่ในบุคคล ซึ่งไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์มากนัก

4. การพัฒนาศักยภาพของบุคคลและชุมชน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิตของบุคคล ชุมชน และสังคม โดยสามารถพัฒนาได้ด้วยวิธีการให้การศึกษาและการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

5. ถ้ามีโอกาสบุคคลแต่ละคนมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพ หรือพลังความสามารถของตนได้

ปรัชญาของการพัฒนาชุมชนตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งความศรัทธาในศักยภาพหรือพลังความสามารถของคนเป็นอย่างมาก แต่ละคนมีความสามารถพัฒนาตนเองได้ถ้ามีโอกาส การพัฒนาชุมชนจึงต้องพัฒนาบุคคลให้มีความคิดและความสามารถเพิ่มขึ้น ให้บุคคลได้รับความยุติธรรม มีอิสรภาพ เสรีภาพ และความเสมอภาคในการดำรงชีวิต โดยใช้วิธีการให้การศึกษาและการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

แนวคิดของการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาชุมชนมีแนวความคิดที่สำคัญ คือ

1. **คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญมากที่สุดของชุมชน** ปรัชญาของการพัฒนาชุมชนเชื่อมั่นในพลังความสามารถของคน การดำรงอยู่ หรือการล่มสลายของชุมชน การพัฒนาหรือเสื่อมถอยของชุมชนขึ้นอยู่กับคนในชุมชนเป็นสำคัญ การพัฒนาชุมชนจึงต้องให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา คือ พัฒนาคนให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาตนเองและชุมชนจนมีมาตรฐานในการดำรงชีวิตหรือมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความพร้อมที่จะพัฒนาชุมชนของตนเองในระดับหนึ่ง

2. **การมีส่วนร่วมของประชาชน** การพัฒนาชุมชนเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามาร่วมคิด ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในทุกๆ ขั้นตอน ทั้งร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติงาน ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น

3. **การช่วยเหลือตัวเองของชุมชน** การพัฒนาชุมชนเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถของประชาชนและชุมชนให้สามารถที่จะพัฒนาชุมชนได้ด้วยตนเอง การขอความช่วยเหลือจากภายนอกชุมชนต้องเป็นสิ่งที่เกินขีดความสามารถของชุมชนเท่านั้น เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ศีลธรรม และสุขภาพ

4. **การใช้ทรัพยากรในชุมชน** การพัฒนาชุมชนใดผลประโยชน์ย่อมเกิดขึ้นแก่ชุมชนนั้น ดังนั้น นอกจากการพัฒนาด้วยการช่วยตนเองของคนในชุมชนแล้ว ต้องใช้ทรัพยากรต่างๆ เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และทรัพยากรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่มีอยู่ในชุมชน ไม่หวังพึ่งพาจากภายนอกชุมชน เพราะชุมชนอื่นๆ ก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองเช่นเดียวกัน ในเรื่องของการใช้ทรัพยากรเพื่อการพัฒนาชุมชนนี้ ส่วนหนึ่งรัฐบาลจะให้การสนับสนุน แต่มักจะเป็นโครงการขนาดใหญ่

5. **การริเริ่มของประชาชนในชุมชน** ปรัชญาของการพัฒนาชุมชนเชื่อในสิทธิเสรีภาพของคน การพัฒนาชุมชนต้องเกิดจากความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในชุมชน โดยประชาชนเป็นผู้ริเริ่มในการจัดทำโครงการ ไม่ใช่ถูกกำหนดโดยบุคคลหรือหน่วยงานนอกชุมชน การดำเนินงานพัฒนาในขั้นตอนต่างๆ ต้องให้ประชาชนในชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบ หน่วยงานอื่นๆ ควรเป็นหน่วยที่สนับสนุนส่งเสริมเท่านั้น แนวความคิดดังกล่าวนี้ จะเกิดขึ้นได้โดยวิธีให้การศึกษาแก่ชุมชนจนมีความรู้ ความสามารถในระดับที่เรียกว่า คิดเป็น ทำเป็น จนมีความสามารถที่จะค้นหาปัญหา วิธีการแก้ไขปัญหา และดำเนินการแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง

6. **ขีดความสามารถของชุมชนและรัฐบาล** การพัฒนาชุมชนมุ่งเน้นให้การดำเนินการโดยคนและทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ เพราะรัฐบาลมีขีดความสามารถจำกัด ทั้งบุคลากร งบประมาณ หรือทรัพยากร ระบบการบริหารและดำเนินงานพัฒนา ส่วนประชาชนในชุมชนเองก็มีขีดจำกัดในเรื่องความไม่พร้อมของคนและทรัพยากรที่ใช้ในการพัฒนาไม่เพียงพอ ดังนั้น การจะดำเนินงานพัฒนาชุมชนในชุมชนใดจึงต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของชุมชนและรัฐบาล

กล่าวคือ ชุมชนที่มีความพร้อมมากก็พึ่งขีดความสามารถของตนเองมาก ชุมชนที่มีความพร้อมน้อย รัฐก็เข้าไปให้ความสนับสนุนมากขึ้น ขีดความสามารถของชุมชนและรัฐนี้ต้องเป็นสัดส่วนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน

7. **การร่วมมือกันระหว่างรัฐกับประชาชน** การพัฒนาชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดจากการร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลและประชาชน ไม่ปล่อยให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียว เพราะทั้งรัฐบาลและประชาชนในชุมชนต่างก็มีขีดความสามารถที่จำกัด ไม่สามารถดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพได้ การร่วมมือระหว่างรัฐบาลและประชาชนนี้ต้องตั้งอยู่บนปรัชญาและแนวความคิดของการพัฒนาชุมชน คือ การช่วยเหลือตัวเอง การใช้ทรัพยากรในชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการสนับสนุนส่งเสริมของรัฐบาลอย่างเหมาะสม นอกจากการร่วมมือระหว่างรัฐกับประชาชนในชุมชนแล้ว ยังสามารถขอการสนับสนุนจากภาคเอกชนและชุมชนภายนอกที่พร้อมจะให้การสนับสนุนได้อีกทางหนึ่ง

8. **การพัฒนาแบบเบ็ดเสร็จ** การพัฒนาชุมชนต้องดำเนินการไปพร้อมๆ กันหลายๆ ด้าน จะมุ่งเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนมีหลายกิจกรรม การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ต้องสอดคล้องและเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อการประหยัดแรงงาน งบประมาณ และเวลาที่ใช้ การดำเนินงานพัฒนาชุมชนจึงต้องเกี่ยวข้องกับบุคคล หน่วยงานและองค์กรต่างๆ เป็นจำนวนมาก ต้องใช้การประสานงานที่ดี จึงจะประสบความสำเร็จ

9. **ความสมดุลในการพัฒนา** การพัฒนาชุมชนมีกิจกรรมที่ต้องดำเนินการหลายด้าน ไม่ใช่มีเพียงกิจกรรมเดียว ต้องดำเนินการไปพร้อมกันทุกด้านไม่มุ่งในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะทุกกิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด จึงต้องคำนึงถึงความสมดุลในด้านการพัฒนาด้วย เช่น ความสมดุลระหว่างการพัฒนาคนกับสิ่งแวดล้อม ความสมดุลระหว่างสิ่งที่เป็นรูปธรรมกับนามธรรม ความสมดุลระหว่างการพัฒนาร่างกายกับจิตใจของคน ความสมดุลระหว่างเพศและวัย เป็นต้น

10. **การศึกษาภาคชีวิต** การพัฒนาชุมชน มีลักษณะเป็นการให้การศึกษาแก่ประชาชนทุกเพศทุกวัยอย่างต่อเนื่องกันไปตลอดชีวิต การพัฒนาชุมชนจึงมีลักษณะที่เป็นกระบวนการ เป็นวิธีการ เป็นโครงการ และเป็นขบานการทางสังคม (Sanders. 1958 : 1 อ้างถึงในรัชนีกร เศรษโฐ, 2528 : 305) ดังนี้

10.1 การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการ (Process) คือมีความต่อเนื่องของปฏิกิริยาโต้ตอบต่อกันของคนในชุมชน การพัฒนาชุมชนจึงต้องมีการดำเนินงานเป็นขั้นตอนต่อเนื่องกัน จะขาดขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้

10.2 การพัฒนาชุมชนเป็นวิธีการ (Method) ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ จึงต้องกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานให้ชัดเจน มีความสอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาล ความต้องการของประชาชนในชุมชนและเหมาะสมกับสภาพพื้นฐานของชุมชน

10.3 การพัฒนาชุมชนเป็นโครงการ (Program) ประกอบด้วยเนื้อหาและแผนงานย่อยที่เน้นความคิดริเริ่มของชุมชน การสนับสนุนส่งเสริมความก้าวหน้าของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน การสนับสนุนจากรัฐบาลและการประสานงานบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

10.4 การพัฒนาชุมชนเป็นขบวนการทางสังคม (Social Process) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดทางอารมณ์ อันก่อให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของบุคคลในชุมชน การพัฒนาชุมชนจึงต้องใช้แรงจูงใจกระตุ้นให้ประชาชนมีความตื่นตัว เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา (Movement) ไม่เฉื่อยชาหรือท้อถอย

แนวคิดในเรื่องการพัฒนาชุมชนนั้นเป็นแนวคิดที่ปรารถนาให้มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ด้วยพลังของกลุ่มชนและการช่วยเหลือสนับสนุนของรัฐบาลตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยยึดหลักปรัชญาขั้นมูลฐานแห่งความเชื่อและศรัทธาในตัวมนุษย์ในแง่ที่ว่า คนเราทุกคนไม่ว่าจะยากดีมีจน ต้อยต่ำหรือด้อยการศึกษาเพียงใด ก็ยังมีพลังปรารถนาที่จะปรับปรุงวิถีการดำรงชีวิตของตนให้มีมาตรฐานสูงขึ้น หากว่ามีโอกาสและมีการนำทัศนะที่ถูกทาง ปรัชญาของงานพัฒนาชุมชนจึงยึดถือที่ว่า ถ้าเรายิ่งช่วยให้ประชาชนได้บรรลุถึงความปรารถนาหรือความสุขในชีวิตมากเท่าใดก็ยิ่งเป็นสิ่งดีงามมากเท่านั้น และการช่วยเหลือในลักษณะนี้ถือว่าเป็นหน้าที่ของเพื่อนมนุษย์ในสังคมด้วยกัน (รัชดาภรณ์ ชาญชาคริตพงศ์, 2543)

เป้าหมายของการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาชุมชนมีเป้าหมายที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้

1. **การพัฒนาคนให้มีความสุข**

คนมีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนมาก เพราะคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เนื่องจากเป็นผู้มีบทบาทในการพัฒนาชุมชน ทั้งเป็นผู้ดำเนินงาน เป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ที่

เกิดขึ้นและเป็นผู้สืบทอดงานพัฒนา ดังนั้นจึงต้องพัฒนาคนให้มีคุณภาพ คุณธรรม และมีความสุข โดยวิธีต่อไปนี้ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2541 อ้างถึงในสนธยา พลศรี, 2545)

1.1 การพัฒนาคนให้มีคุณภาพ คือ ทำให้คนมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการประกอบกิจการให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัว มีความรู้ทางการเมืองและความรู้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต สามารถพึ่งตนเองได้ ใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นต้น

1.2 การพัฒนาคนให้มีคุณธรรม คือ ทำให้คนเป็นคนดีทั้งการคิด การพูด และการประพฤติปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม

1.3 การพัฒนาคนให้มีความสุข คือ การทำให้คนมีความสุขสงบ มีจิตใจดีงาน มั่นคง รู้จักความพอเพียง ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่างๆ ได้ เป็นต้น

2. การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ และมีความสุข

การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ และมีความสุข คือ การทำให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกร่วมกัน มารวมตัวกันในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกันในการกระทำบางอย่าง ด้วยความรักและความเอื้ออาทรต่อกัน ภายใต้ระบบการจัดการ ให้เกิดความรู้สึกร่วมกัน เพื่อประโยชน์สาธารณะ การรวมตัวกันอาจจะเป็นกลุ่มเล็กๆ กระจัดกระจายกันก็ได้ แต่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้จนกลายเป็นองค์กร (Community Organization) และมีความเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายย่อยๆ ขึ้น (Community Network) ทำให้เกิดโครงสร้างสังคมแนวใหม่ที่มีความสัมพันธ์ในแนวดิ่งด้วยความสมานฉันท์แล้ว ก็จะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้น (Civil Community)

กระบวนการพัฒนาชุมชน

กระบวนการพัฒนาชุมชนมีลักษณะสำคัญประการหนึ่ง คือ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับก่อนหลัง ซึ่งทุกขั้นตอนต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการ กระบวนการพัฒนาชุมชนอาจแบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้ (สนธยา พลศรี, 2550)

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาชุมชน (Community study)

คือ การสำรวจ ศึกษาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงความจริงในข้อมูลต่างๆ ของชุมชนที่ต้องการนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน อาจเป็นการศึกษาเฉพาะด้าน คือ ศึกษาข้อมูลเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือการศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา การศึกษาชุมชนทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสภาพการณ์ต่างๆ ของชุมชน เช่น ลักษณะพื้นฐานของชุมชน ปัญหาและความต้องการของชุมชน ศักยภาพและจุดอ่อนของชุมชน ภัยที่คุกคามชุมชน และโอกาสในการพัฒนาของชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ชุมชน (Community Diagnosis)

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาชุมชนในขั้นตอนที่ 1 มาแจกแจงและจัดหมวดหมู่ใหม่ เพื่อทราบถึงวิวัฒนาการของชุมชนและบริบทต่างๆ ของชุมชนในอดีต สภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ปัญหาและความต้องการของชุมชน แผนและโครงการพัฒนาชุมชน เป็นต้น ซึ่งมีแนวทางในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์บริบทของชุมชน โดยการศึกษาเกี่ยวกับวิวัฒนาการของชุมชน โครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของชุมชน วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ แผนงานและโครงการพัฒนาของชุมชน เป็นต้น ซึ่งดำเนินการได้ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์ผู้คนในชุมชน การจัดเวทีประชาคม เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน เป็นการค้นหาปัญหาที่แท้จริงของชุมชน การสืบสาวสาเหตุของปัญหา โดยการสืบค้นแหล่งที่มาของปัญหา สาเหตุของการเกิดปัญหาในทุกแง่ทุกมุม และการวิเคราะห์แนวทางในการแก้ปัญหาโดยใช้หลักเกณฑ์ทางวิชาการ การใช้ตัวชี้วัด การเปรียบเทียบกับชุมชนอื่น การจัดเวทีประชาคม เป็นต้น

3. การจัดลำดับปัญหาของชุมชน เป็นการนำผลของการวิเคราะห์ปัญหาชุมชนมาจัดลำดับความสำคัญ เพื่อเตรียมการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชนต่อไป ปัญหาที่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญก่อนปัญหาอื่นๆ ควรเป็นปัญหาที่มีระดับความเดือนร้อนมากที่สุด ไม่เกินขีดความสามารถของคนในชุมชนที่จะร่วมกันแก้ไข และเมื่อแก้ไขได้แล้วจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหา

อื่นๆ ได้ง่ายขึ้น วิธีการที่เหมาะสมในกิจกรรมนี้คือการจัดทีประชาคมเพื่อให้คนในชุมชนเป็นผู้จัดลำดับปัญหาและความต้องการ เพราะเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง

4. การวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาชุมชน โดยการร่วมกันกำหนดหรือทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ แนวทางการพัฒนา แผนยุทธศาสตร์ของชุมชน แนวทางในการปฏิบัติร่วมกันด้วยวิธีการพัฒนาชุมชน ซึ่งต้องดำเนินการวิเคราะห์อย่างละเอียดรอบคอบ นำสาเหตุที่แท้จริงของปัญหามาพิจารณา กำหนดวิธีการแก้ไขไว้หลายวิธี แล้วเลือกวิธีการที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้และสอดคล้องกับสภาพของชุมชน ประหยัด เป็นประโยชน์และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การวิเคราะห์ชุมชนต้องดำเนินการอย่างละเอียดรอบคอบ เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีการเรียนรู้ร่วมกัน มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ ถูกต้องตามหลักวิชาการ

ขั้นตอนที่ 3 การวางแผนและโครงการพัฒนาชุมชน

เป็นกระบวนการเตรียมการเพื่อดำเนินงานพัฒนาชุมชนไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ โดยเป็นผลมาจากการศึกษาวิเคราะห์ชุมชนและการจัดลำดับปัญหาของชุมชนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงานพัฒนาชุมชน

เป็นการร่วมกันพัฒนาชุมชนตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในโครงการ ซึ่งต้องมีการบริหารโครงการเพื่ออำนวยความสะดวก การสนับสนุนและประสานงาน และการควบคุมติดตามโครงการในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพ ปริมาณ เวลา งบประมาณ ความคุ้มค่าของโครงการ เป็นต้น เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล

เป็นการตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงานในเชิงคุณภาพของการดำเนินงาน (Qualitative Evaluation) และการประเมินผลเชิงปริมาณนการดำเนินงานพัฒนา (Quantitative

Evaluation) ทั้งในขั้นการเตรียมงาน การดำเนินงานและภายหลังจากการดำเนินงาน เพื่อทราบถึงความสำเร็จและข้อบกพร่องหรือปัญหาที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 6 การทบทวนเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

เป็นการนำผลจากการประเมินผลมาใช้ประโยชน์ในการป้องกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินงานพัฒนาให้หมดสิ้นไป ทั้งในขณะที่กำลังดำเนินงาน งานที่จะดำเนินต่อไปและโครงการพัฒนาอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้การดำเนินงานพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

หลักการพัฒนาชุมชน

1. **หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน** เป็นกระบวนการที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในทุกขั้นตอน คือ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมประเมินผล ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลของการพัฒนา ทั้งในรูปของบุคคล กลุ่มและองค์กร อย่างแท้จริงและด้วยความสมัครใจ การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นหลักการพื้นฐานของการพัฒนาชุมชน เพราะเป็นการสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง มองเห็นและตระหนักถึงศักยภาพหรือพลังความรู้ ความสามารถของตนเอง เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนและงานพัฒนาชุมชน

2. **หลักการพึ่งตนเองของชุมชน** จุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาชุมชน คือ การพึ่งตนเองของประชาชนตามศักยภาพหรือพลังความสามารถที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งศักยภาพของคน ทรัพยากร และสิ่งต่างๆ ให้ประชาชนมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนได้ด้วยตนเอง

3. **หลักการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม** การพัฒนาชุมชนเป็นกิจกรรมที่เป็นของส่วนรวม ไม่ใช่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง การทำงานร่วมกันของประชาชนในรูปของกลุ่มและองค์กร จึงเป็นหลักการของการพัฒนาชุมชนที่สำคัญประการหนึ่ง กลุ่มและองค์กรเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงานพัฒนาชุมชน เป็นแหล่งกลางของการร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติและร่วมกันรับผิดชอบ ทำให้เกิดศักยภาพหรือพลังในการพัฒนาชุมชนอย่างเต็มที่ ทั้งยังส่งเสริมหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนและหลักการพึ่งตนเองของประชาชน

4. **หลักการค้นหาและพัฒนาผู้นำ** ผู้นำในการพัฒนาชุมชนเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีบุคลิกภาพเด่นเป็นพิเศษ เป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลในชุมชน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งที่ได้รับการแต่งตั้ง และได้รับการเลือกตั้งให้เป็นผู้นำกลุ่มหรือคนอื่นๆ เพื่อร่วมกันดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้บรรลุเป้าหมาย ผู้นำท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชน เพราะเป็นผู้ที่ประชาชนในชุมชนเคารพนับถือ สามารถชักจูงและก่อให้เกิดความศรัทธาในหมู่ประชาชนได้ จึงมีลักษณะเป็นตัวเชื่อมประชาชนกับผู้ที่เกี่ยวข้องในงานพัฒนาชุมชน เป็นผู้มีบทบาทในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มขึ้นในชุมชน ดังนั้นการค้นหาและพัฒนาผู้นำ จึงเป็นหลักการสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. **หลักการประสานงาน** การพัฒนาชุมชนมีบุคคล กลุ่ม และองค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก การพัฒนาชุมชนจึงต้องใช้หลักการประสานงานเป็นหลักการที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพื่อประสานคน ประสานทรัพยากร ประสานแผนและโครงการ ประสานผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น การประสานงานมีทั้งลักษณะที่แบ่งภาระหน้าที่รับผิดชอบและร่วมมือกันรับผิดชอบในกิจกรรมร่วมกัน

6. **หลักความเข้าใจในวัฒนธรรมของชุมชน** การดำเนินงานพัฒนาชุมชนจะได้รับความร่วมมือจากประชาชนมากน้อยเพียงใด และจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ความเข้าใจในวัฒนธรรมและวิธีการพัฒนาชุมชนที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน

7. **หลักประชาธิปไตยในการดำเนินงาน** กล่าวคือ กิจกรรมการพัฒนาชุมชนต้องเป็นของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชนในชุมชน ด้วยความสมัครใจไม่ใช่ถูกบังคับ เมื่อมีความคิดเห็นไม่ตรงกันจะใช้เสียงข้างมากตัดสิน ยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีโอกาสแสดงความคิดเห็นได้เท่าเทียมกัน มีความสำคัญทัดเทียมกัน และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเท่าเทียมกัน

8. **หลักการสมทบ** การพัฒนาชุมชนมุ่งที่จะให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยใช้ประชาชนและทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ แต่ขีดความสามารถของประชาชนและชุมชนนั้นมีขีดจำกัด กล่าวคือ มีขีดความสามารถในระดับหนึ่ง ไม่สามารถระดมมาใช้อีกต่อไป การสนับสนุน

ช่วยเหลือจากภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่อยู่ภายนอกชุมชน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น แต่การสนับสนุนช่วยเหลือนี้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการสนับสนุนส่งเสริมที่เป็นแนวทางไปสู่การช่วยเหลือตนเองและการพึ่งพาตนเองได้ของชุมชน ไม่ใช่ต้องพึ่งพารัฐบาลและองค์กรเอกชนตลอดไป ดังนั้นหลักการสมทบจึงเป็นการสมทบกันระหว่างขีดความสามารถทั้งหมด ที่ชุมชนมีอยู่กับการสนับสนุนส่งเสริมของรัฐบาลและองค์กรเอกชนต่างๆ อย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพในการพัฒนาของชุมชนต่อไป

9. **หลักการขยายผล** การพัฒนาชุมชนที่มีโครงการและกิจกรรมดำเนินงานหลายโครงการและหลายกิจกรรม โครงการและกิจกรรมใดประสบความสำเร็จแล้ว ควรเป็นแบบอย่างให้กับโครงการและกิจกรรมอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน ทั้งในโครงการและกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ในชุมชนเดียวกัน และที่ดำเนินการอยู่ในชุมชนอื่นๆ เพราะตัวอย่างของความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนจะกระตุ้นให้เกิดความศรัทธา ไม่ท้อถอยในการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนา และยังใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการพัฒนาที่ยังไม่ประสบผลสำเร็จให้เหมาะสมและนำไปสู่ความสำเร็จในที่สุด หลักการขยายผลนี้ควรทำในลักษณะที่เป็นเชิงรุก คือ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาในชุมชนอื่นๆ ได้รับรู้ด้วยรูปแบบ และวิธีการต่างๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นผลดีต่อชุมชนอื่นๆ แล้ว ยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับประชาชนในชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนา และนำไปสู่การพัฒนาอื่นๆ ต่อไปอีกด้วย

วิธีการขยายผลอีกอย่างหนึ่ง คือ การสร้างเครือข่ายชุมชน ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงชุมชนต่างๆ ไว้ด้วยกัน เพื่อเรียนรู้กระบวนการพัฒนาชุมชนของกันและกัน และสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน จะทำให้การพัฒนาชุมชนแผ่ขยายออกไปได้อย่างรวดเร็วและมีพลังมากยิ่งขึ้น

10. **หลักการจัดการชุมชน** คือ คนในชุมชนมีความสามารถในการจัดการตนเอง และชุมชนได้ มีความสามารถในการวางแผนงานและโครงการ สามารถจัดกระบวนการหรือเตรียมการเพื่อดำเนินการตามแผนงานและโครงการได้ มีทักษะในการดำเนินการตามแผนและโครงการ และสามารถทำการประเมินผลงานได้ด้วยตนเอง หลักการจัดการชุมชน เป็นหลักการสำคัญที่สนับสนุนส่งเสริมหลักการพัฒนาชุมชนอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอีกด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุณี พัชรพิมานสกุล (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวจิต" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวจิต และปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อพัฒนาการของเครือข่ายกลุ่มชีวจิต โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวจิตเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบแนวระนาบ มี ดร.สาทิส อินทรกำแหง เป็นศูนย์กลาง และเครือข่ายประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ มูลนิธิชีวจิต กลุ่มแกนนำภายนอก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม มี 3 ลักษณะ คือ การสื่อสารแบบทางเดียว การสื่อสารแบบสองทางกึ่งทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ส่วนรูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายของกลุ่ม มี 4 ลักษณะ คือ การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ การสื่อสารสองทางไม่เป็นทางการและมีปฏิกิริยากันน้อย และการสื่อสารทางเดียวไม่เป็นทางการ สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของเครือข่ายกลุ่มชีวจิต ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแนวคิดชีวจิต ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยด้านผู้รับสาร และปัจจัยด้านบริบทสังคม

อรอนันต์ วุฒิเสน (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากระพงขาว อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี" โดยมุ่งศึกษาการสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาว และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการรวมกลุ่มและการดำรงอยู่ของชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาว ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารในการก่อตัวของกลุ่มผู้เลี้ยงปลากะพงขาว มี 3 ระยะ คือ 1) การก่อร่างสร้างกลุ่ม 2) การติดต่อกับหน่วยงานรัฐ 3) การจัดตั้งเป็นชมรม โดยใช้การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ การสื่อสารในการขยายเครือข่าย ประกอบด้วย 1) การประสานระหว่างกลุ่มต่างๆ และ 2) การเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยใช้การสื่อสารแบบสองทางอย่างไม่เป็นทางการและเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการรวมกลุ่ม ประกอบด้วย 1) ความเป็นสังคมเครือญาติ 2) ความเป็นสังคมมุสลิม 3) ความเป็นผู้ที่ประสบปัญหาเหมือนกัน และ 4) ความต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของชมรม ประกอบด้วย 1) ลักษณะเฉพาะของผู้นำที่เป็นคนดี ซื่อสัตย์ 2) ลักษณะเฉพาะของสมาชิกที่มีความขยัน

ขันแข็ง ใฝ่หาความรู้และมีความสำนึกในความเป็นกลุ่ม 3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชมรม 4) การสื่อสารภายในชมรม และ 5) ปัจจัยภายนอก คือ ความไม่ต้องการไปกอบอาชีพที่ประเทศมาเลเซีย การถูกพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ และความต้องการได้รับการสนับสนุนจากรัฐ

นิธิ ลิศนันท์ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการตั้งถิ่นฐาน สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม วิถีชีวิต และการใช้พื้นที่ของชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากการวิจัยพบว่า ชุมชนริมน้ำคลองอัมพวามีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยสภาพแวดล้อมชุมชนเป็นบ้านเรือนริมน้ำขนานกับลำคลอง และหันหน้าบ้านหาคลอง วิถีชีวิตของผู้คนแถบนี้ยังคงมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับคลอง แต่เมื่อมีการตัดถนนเข้าสู่พื้นที่ริมน้ำก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชุมชน พื้นที่แห่งนี้เริ่มมีการก่อสร้างบ้านเรือน หันหน้าหาถนนและหันหลังให้คลอง ส่งผลให้เอกลักษณ์ด้านการตั้งถิ่นฐานของชุมชนเริ่มสูญเสีย วิถีชีวิตชุมชนที่สัมพันธ์กับคลองลดน้อยลง ประเพณีทางน้ำเลือนหายไป มีการย้ายออกของประชาชนสูง

อรุณีวรรณ นาศรี (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของประชาคมทับเที่ยง ปัจจัยเกื้อหนุนต่อการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยง กลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของประชาคมทับเที่ยงแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะเสียงสะท้อนของพลเมือง ระยะพลังแห่งแรงบันดาลใจ ระยะจากเสวนาสู่ปฏิบัติการ และระยะแตกหน่อเติบโต โดยปัจจัยที่เอื้อต่อการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยง ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ลักษณะของแกนนำ ลักษณะของเนื้อหาหรือสาร ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร แนวคิดของบุคคลในการเข้าร่วม และลักษณะเฉพาะของสังคมทับเที่ยง สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม และกลยุทธ์ด้านสื่อ

ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย การสื่อสารในเครือข่าย และปัจจัยที่มีผลต่อการก่อตัวและขยายตัวของเครือข่าย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายของชมรมสื่อมวลชน

เกษตรแห่งประเทศไทย เป็นเครือข่ายที่มีความหลากหลาย ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และกลุ่มพันธมิตร โดยใช้การสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอนเป็นหลัก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อตัวของเครือข่าย ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ลักษณะของแกนนำ แนวคิดอุดมการณ์ของชมรม การใช้เครือข่ายระหว่างบุคคล ความต้องการในผลประโยชน์ โอกาสในการสะท้อนปัญหาทางการเกษตร และบริบทสังคม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของเครือข่าย ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ลักษณะของแกนนำ และลักษณะของเนื้อหาหรือสาร

รณชาติ บุตรแสนคม (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "เครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรวมตัวของ "ขบวนการตาสับปะรด" 2) ศึกษารูปแบบที่ใช้ในการขยายตัวของ "ขบวนการตาสับปะรด" 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาเสถียรภาพของ "ขบวนการตาสับปะรด" 4) ศึกษาเป้าหมายของการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด" 5) ศึกษากระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด" และ 6) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด"

ผลการวิจัยพบว่า

1) การรวมตัวของ "ขบวนการตาสับปะรด" มีจุดกำเนิดมาจากคุณฉัตรชัย เชื้อรามัญเพียงคนเดียว

2) รูปแบบการสื่อสารที่ใช้เพื่อขยายตัวมี 8 ช่วงสำคัญคือ 2.1) ช่วงการก่อตั้ง "ขบวนการตาสับปะรด" มีรูปแบบการสื่อสารคือ การสื่อสารกลุ่มภายในค่ายเยาวชนประเด็นคุณภาพและสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารผ่านจดหมายเพื่อติดต่อและส่งข่าวสารการเฝ้าระวังปัญหาสิ่งแวดล้อม 2.2) ช่วงการขยายเครือข่ายโดยเพิ่มการใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล 2.3) ช่วงการขยายเครือข่ายโดยเพิ่มการใช้จดหมายข่าวในการติดต่อสื่อสาร 2.4) ช่วงการขยายเครือข่ายโดยปรับปรุงจดหมายข่าวเป็นจดหมายข่าว "พุทโธ่เอ๊ย!" 2.5) ช่วงการขยายเครือข่ายโดยเพิ่มรายการวิทยุเด็กและเยาวชน 2.6) ช่วงการขยายเครือข่ายโดยเพิ่มเครือข่ายรายการวิทยุทั่วประเทศ 2.7) ช่วงการจัดตั้งสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด" แต่ได้จัดตั้งสำนักข่าวฯ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อ 2.8) ช่วงหลังการจัดตั้งสำนักงานข่าวฯ โดยเพิ่มสื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข้อมูล

3) ปัจจัยด้านการสื่อสารที่มีผลต่อการรักษาเสถียรภาพของ "ขบวนการตาสับปะรด" แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ได้แก่ การมีผู้นำที่เข้มแข็งและมีความสามารถ ปัจจัยระดับ

กลุ่ม ได้แก่ การใช้ช่องทางการสื่อสารในการเพิ่มจำนวนและรักษาสัมพันธภาพของสมาชิก ปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่ ความง่ายที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก การนำเสียงสะท้อนจากกลุ่มผู้เปิดรับสื่อมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของงาน

4) สำนักข่าวเด็กและเยาวชนฯ มีเป้าหมาย เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้เสนอมุมมองของตนเองในการรายงานข่าว เพื่อให้เด็กและเยาวชนรับรู้ถึงข่าวสารที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง และเพื่อกระตุ้นให้สังคมหันมาสนใจประเด็นเด็กและเยาวชน

5) สำนักข่าวเด็กและเยาวชนฯ มีกระบวนการทำข่าว ดังนี้ การรวบรวมประเด็นข่าวที่น่าสนใจ การเตรียมประเด็นข่าว การออกไปทำข่าว การเรียบเรียงประเด็นข่าว การคัดเลือกข่าว และการรายงานข่าว

6) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชนฯ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ปัจจัยระดับบุคคลและระดับกลุ่ม ปัจจัยระดับองค์กร และปัจจัยระดับสังคม

สิริลักษณ์ ปรินรัมย์ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำดอนหวาย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดน้ำดอนหวายในการจัดการท่องเที่ยว บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 23 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารในสถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน ใช้ เสียงตามสาย การประชุม และการพูดคุยโดยตรง สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ใช้การสื่อสาร คือ การสั่งการด้วยคำพูด และการประชุมเพื่อตักเตือนสมาชิกชุมชน การไกล่เกลี่ยด้วยการพูดคุยโดยตรง และในสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ใช้การพูดคุยโดยตรงระหว่างคณะกรรมการชุมชนกับสื่อมวลชน และการใช้เสียงตามสายเพื่อประชาสัมพันธ์ไปสู่นักเที่ยว โดยบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ประกอบด้วย 4 บทบาท คือ 1) บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการชุมชน 2) บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน 3) บทบาททางการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน และ 4) บทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

วรลักษณ์ อุ้ยไพบูลย์สวัสดิ์ (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอาสภาราม

จ.นครราชสีมา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอาสภาราม จ.นครราชสีมา และปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการพัฒนาเครือข่าย โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอาสภาราม จ.นครราชสีมา เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ โดยกลุ่มผู้เข้าอบรมปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เป็นผู้รับข่าวสารจากกลุ่มอาสาสมัครแล้วส่งต่อไปยังญาติพี่น้องและบุคคลใกล้ชิด กลุ่มอาสาสมัครจะอยู่ตรงกลางของกลุ่ม ซึ่งจะถ่ายทอดข้อมูลจากหลวงพ่อพระครูภาวนาวิสิฐ ไปสู่กลุ่มผู้เข้าอบรม สำหรับรูปแบบการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม แบ่งเป็นการติดต่อสื่อสารทางเดียวและการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ส่วนรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายของกลุ่ม แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ การติดต่อสื่อสารแบบสองทางไม่เป็นทางการ และการติดต่อสื่อสารแบบสองทางเป็นทางการ ส่วนปัจจัยสื่อสารที่ส่งผลต่อการพัฒนาเครือข่ายฯ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก คือ ด้านผู้ส่งสาร ด้านคุณสมบัติของแนวคิดด้านการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ด้านช่องทางการสื่อสาร และบริบทสังคม

ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์ (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบเครือข่ายและหน้าที่ของเครือข่ายการสื่อสารช่วงอดีต ช่วงเกิดแรงปะทะจากภายนอกสู่ชุมชน และช่วงโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขเข้าไปทำกิจกรรมในชุมชน ศึกษาการทำหน้าที่ของเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างความสามัคคีต่อชุมชนผ่านกิจกรรมพิธีกรรมบุญจุลกฐิน โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 40 คน ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายหลักได้แก่ กลุ่มเครือข่ายวัดเทพมงคล ซึ่งพระครูมงคลวรวัฒน์เป็นแกนนำพระสงฆ์ และกลุ่มผู้สูงอายุมีบทบาทหน้าที่สำคัญในการรักษาความเป็นกลุ่มเครือข่ายทำหน้าที่แก้ปัญหาชุมชน สร้างความสามัคคี โดยเครือข่ายทำหน้าที่สร้างความสามัคคีผ่านกิจกรรมจุลกฐิน ที่มีการออกแบบกิจกรรมจากฐานความรู้แบบ Action-Reflection ที่ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกองคาราวานกิจกรรม

ศิริเมษ กลีบแก้ว (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โครงการเกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ กระบวนการสื่อสารระหว่างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ กับหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชน และปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โครงการเกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย 2 เครือข่ายหลักๆ ได้แก่ เครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ฯ และ เครือข่ายคณะทำงานโครงการเกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ 2) ประเด็นการสื่อสารระหว่างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ฯ กับหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชน พบว่ามีทั้งหมด 5 ประเด็น คือ ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ ประเด็นด้านการส่งเสริมการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ประเด็นด้านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ประเด็นการตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ และประเด็นด้านการติดตามประเมินผลโครงการเกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ฯ ซึ่งแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ และ 2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงอยู่

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "**เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่าย และบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรในการวิจัยและวิธีการสุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
5. การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. แกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา
2. กลุ่มแกนนำ แบ่งเป็น บุคลากรของเทศบาลตำบลอัมพวา ประธานและกรรมการชุมชน ประธานและกรรมการชมรมหาบเร่แผงลอย
3. กลุ่มสมาชิก ได้แก่ สมาชิกของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา และสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย
4. พันธมิตร ได้แก่ ชมรมโฮมสเตย์

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันตามลักษณะของประชากรในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้บุคคลที่เป็นตัวแทนของประชากรอย่างแท้จริง โดยมีวิธีการดังนี้

1. **แกนนำหลัก** ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำ ได้แก่ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

2. **กลุ่มแกนนำ** จากการเก็บข้อมูลในเบื้องต้นพบว่า กลุ่มแกนนำในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีอยู่ด้วยกัน 2 กลุ่มย่อย คือ บุคคลกรของเทศบาลตำบลอัมพวา และชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวา ดังนั้นเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีครอบคลุม และชัดเจน ผู้วิจัยขอแยกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

2.1 กลุ่มแกนนำจากเทศบาล ได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดบุคคลที่มีบทบาทในการพัฒนาตลาดน้ำและมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง จำนวน 2 ท่าน ได้แก่

- นายอำเภออัมพวา ได้แก่ คุณสำราญ ตันเรืองศรี
- นักพัฒนาชุมชน ได้แก่ คุณศรีประภาส ศรีธวัช

2.2 กลุ่มแกนนำชุมชน ประกอบด้วย ประธานและกรรมการชุมชน มีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

2.2.1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจัดกลุ่มตามลำดับขั้น (Cluster Random Sampling) โดยแบ่งพื้นที่ในเขตเทศบาลอัมพวาเป็นชุมชนต่างๆ ได้ทั้งหมด 10 ชุมชน และทั้ง 10 ชุมชนนี้ ใช้รูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชน แบ่งชุมชนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ชุมชนริมน้ำและชุมชนชาวสวน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ชุมชนริมน้ำ ได้แก่

1 ชุมชนตลาดอัมพวา

2 ชุมชนคลองอัมพวา

3 ชุมชนวัดอัมพวัน

4 ชุมชนประชาอุทิศ

5 ชุมชนโรงเจ

6 ชุมชนบางจาก

7 ชุมชนบ้านหัวแหลม

8 ชุมชนริมเขื่อน

กลุ่มที่ 2 ชุมชนชาวสวน ได้แก่

9 ชุมชนบางกะพ้อม 1

10 ชุมชนบางกะพ้อม 2

2.2.2 ในกลุ่มที่ 1 ชุมชนริมน้ำ ใช้วิธีวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกชุมชนที่เป็นจุดเริ่มของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา คือ ชุมชนตลาดอัมพวา และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเลือกอีก 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนวัดอัมพวัน

ในกลุ่มที่ 2 ชุมชนชาวสวน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลาก เลือกศึกษา 1 ชุมชน คือ ชุมชนบางกะพ้อม 2

2.2.3 หลังจากที่ระบุชุมชนที่จะศึกษาแล้ว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดบุคคลที่ดำรงตำแหน่งประธานชุมชน 1 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (Network Sampling) หรือ snowball technique โดยผู้วิจัยขอให้ประธานชุมชนแนะนำกรรมการชุมชน ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่แท้จริงได้ โดยกำหนดอย่างน้อยชุมชนละ 1 คน โดยสามารถสรุปรายชื่อตัวอย่างได้ดังนี้

ชุมชนตลาดอัมพวา

ประธานชุมชนตลาดอัมพวา	คุณสนั่น ถิตยานุรักษ์
รองประธานชุมชน	คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์
เลขานุการ	คุณอรุณี ศรีราษฎร์

ชุมชนคลองอัมพวา

ประธานชุมชนคลองอัมพวา	คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ
รองประธานชุมชน	คุณสุรีย์ พรพิมลวัฒน์

ชุมชนวัดอัมพวัน

ประธานชุมชนวัดอัมพวัน	คุณนิภา จารุพพัฒน์
กรรมการชุมชน	คุณเบญจางค์ กาบเกลือ
กรรมการชุมชน	คุณผุศณี จำปาทิพย์

ชุมชนบางกะพ้อม 2

ประธานชุมชนบางกะพ้อม 2	คุณสุเมธ อุดมสินประเสริฐ
รองประธานชุมชน	คุณอุบล แสงวณิช
กรรมการชุมชน	คุณวัฒนา สวนสวัสดิ์

2.3 ชมรมหาบเร่แผงลอย ได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดบุคคลที่ดำรงตำแหน่งประธานชมรม ได้แก่

ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย ได้แก่	คุณอรพินธุ์ โชติกประคัลภ

3. **กลุ่มสมาชิก** ในส่วนของชุมชน เลือกสมาชิกจากชุมชนที่เลือกศึกษาทั้งหมด 4 ชุมชน ตามกลุ่มแกนนำ ได้แก่ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนบางกะพ้อม 2 โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (Network Sampling) หรือ snowball technique โดยผู้วิจัยขอให้กลุ่มแกนนำหลัก คือประธานชุมชนและกรรมการชุมชน แนะนำกลุ่มสมาชิกที่อยู่ในชุมชนของตนเองที่สามารถให้ข้อมูลที่แท้จริงได้ โดยกำหนดชุมชนละ 2 คน โดยสามารถสรุปรายชื่อตัวอย่างได้ดังนี้

ชุมชนตลาดอัมพวา

สมาชิกในชุมชน	คุณสิริ ชื่นพิชัย
สมาชิกในชุมชน	คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล

ชุมชนคลองอัมพวา

สมาชิกในชุมชน	คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์
สมาชิกในชุมชน	คุณอนงค์ กฤตนันท์

ชุมชนวัดอัมพวัน

สมาชิกในชุมชน	คุณภูมิรัฐ แต้สุวรรณ
สมาชิกในชุมชน	คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง

ชุมชนบางกะพ้อม 2

สมาชิกในชุมชน	คุณปราณี ทองแก๊ง
สมาชิกในชุมชน	คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ

ในส่วนชมรมหาบเร่แผงลอย เลือกศึกษาสมาชิกของชมรม ที่เป็นสมาชิกของ 4 ชุมชนที่เลือกศึกษา โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (Network Sampling) หรือ

snowball technique โดยผู้วิจัยขอให้กลุ่มแกนนำชมรม (ประธานชมรม) แนะนำสมาชิกในชมรม ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่แท้จริงได้ โดยกำหนดชุมชนละ 1 คน โดยสามารถสรุปรายชื่อตัวอย่างได้ดังนี้

ชุมชนตลาดอัมพวา

สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ (เป็นตัวแทนของชุมชนตลาดอัมพวา)

ชุมชนคลองอัมพวา

สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย คุณสปันนา มั่งมี

ชุมชนวัดอัมพวัน

สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย คุณบุญมี ณ บางช้าง

ชุมชนบางกะพ้อม 2

ไม่มีตัวแทนของสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย เนื่องจากจากการสัมภาษณ์คนในชุมชนบางกะพ้อม 2 มีผู้สมัครเข้าชมรมฯ เพียง 2-3 คนเท่านั้น ซึ่งไม่สามารถติดต่อขอไปสัมภาษณ์ได้

4. **พันธมิตรของเครือข่าย** ในงานวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแบ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 ในส่วนของประธานและกรรมการชมรมฯ เนื่องจากประธานชมรมฯ คือ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นแกนนำหลักของเครือข่ายอยู่แล้ว ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดบุคคลที่ดำรงตำแหน่งกรรมการของชมรมฯ ผู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการก่อตั้งชมรมโฮมสเตย์ และเป็นบุคคลที่ดูแลสมาชิกในเขตเทศบาลอัมพวา (เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์มีเครือข่ายครอบคลุมทั้งจังหวัดสมุทรสาคร และมีการแบ่งเขตเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการดูแลสมาชิก) ซึ่งได้แก่ เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์ ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์

1.2 สำหรับสมาชิกของชมรมฯ ได้เลือกสมาชิกของชมรมที่เป็นสมาชิกของ 4 ชุมชนที่เลือกศึกษา โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (Network Sampling) หรือ snowball technique โดยผู้วิจัยขอให้เลขานุการชมรมฯ แนะนำสมาชิกในชมรมฯ ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่แท้จริงได้ โดยกำหนดชุมชนละ 1 คน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชุมชนตลาดอัมพวา

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ คุณวรพจน์ เจียมปรีชา
เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน

ชุมชนคลองอัมพวา

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ คุณอนงค์ กฤตนันท์ เจ้าของบ้านเลียบนที

ชุมชนวัดอัมพวัน

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ คุณปริศนา สุคนธมาน เจ้าของบ้านรสสุคนธ์

ชุมชนบางกะพ้อม 2

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ เจ้าของบ้านตวงเงิน

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอสรุปตัวอย่างในแต่ละชุมชน เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้สามารถวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น

ชุมชนตลาดอัมพวา

ที่	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณสนั่น ถิตยานุรักษ์	ประธานชุมชน
2	คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์	รองประธานชุมชน
3	คุณอรุณี ศรีราษฎร์	เลขานุการ
4	คุณสิริ ชื่นพิชัย	สมาชิกในชุมชน
5	คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล	สมาชิกในชุมชน
6	คุณวรพจน์ เจียมปรีชา	สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์/ เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน
7	คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ	ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย

ชุมชนคลองอัมพวา

ที่	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ	ประธานชุมชน
2	คุณสุรีย์ พรพิมลวัฒน์	รองประธานชุมชน
3	คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์	สมาชิกในชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์/เจ้าของบ้านครูปู
4	คุณอนงค์ กฤตนันท์	สมาชิกในชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์/ เจ้าของบ้านเลียบนที
5	คุณสปันนา มั่งมี	สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ร้านสมานการค้า

ชุมชนวัดอัมพวัน

ที่	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณนิภา จารุพพัฒน์	ประธานชุมชน
2	คุณเบญจางค์ กาบเกลือ	กรรมการชุมชน
3	คุณผุศณี จำปาทิพย์	กรรมการชุมชน
4	คุณภูมิรัฐ แต้สุวรรณ	สมาชิกในชุมชน
5	คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง	สมาชิกในชุมชน
6	คุณปริศนา สุคนธมาน	สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านรสสุคนธ์
7	คุณบุญมี ณ บางช้าง	สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

ชุมชนบางกะพ้อม 2

ที่	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณสุเมธ อุดมสินประเสริฐ	ประธานชุมชน
2	คุณอุบล แสงวณิช	รองประธานชุมชน
3	คุณวัฒนา สวนสวัสดิ์	กรรมการชุมชน
4	คุณปราณี ทองแก๊ง	สมาชิกในชุมชน
5	คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ	สมาชิกในชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์/ เจ้าของบ้านตวงเงิน
6	ไม่มี	สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเครื่องมือหลัก 2 เครื่องมือด้วยกัน คือ

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยใช้สัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยใช้แนวทางจากการศึกษางานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียง และใช้แนวทางจากกรอบแนวคิดทฤษฎี ทั้งนี้แบบสัมภาษณ์จะเป็นแนวคำถามปลายเปิด (Open-end Question) ที่ไม่ชี้นำคำตอบ

2. การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-paticipatory Observation) ในระหว่างการเก็บข้อมูลภายในชุมชน รวมทั้งการสังเกตในระหว่างที่สมาชิกในกลุ่มได้มาร่วมประชุม

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างนั้น ผู้วิจัยได้ขอคำปรึกษาและตรวจสอบโดยปรึกษานักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนดำเนินงานเพื่อเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำอัมพวาจากเอกสารการท่องเที่ยว เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นได้เข้าไปสังเกตการณ์ที่ตลาดน้ำอัมพวา และได้สัมภาษณ์ในเบื้องต้นกับนักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของอัมพวา และแนวทางในการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวา

2. การแนะนำตัว ผู้วิจัยแนะนำตัวกับผู้ให้ข้อมูล ตลอดจนแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

3. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้หลายวิธีผสมผสานกัน ได้แก่ การสัมภาษณ์โดยเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นที่น่าสนใจ

4. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์พฤติกรรมเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกในเครือข่าย เพื่อเก็บข้อมูลตามประเด็นที่ต้องการศึกษา

การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมๆ กับการเก็บรวมข้อมูล ตามหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ และทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บรวมรวมโดยใช้การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน คือ แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและสมาชิก และกลุ่มพันธมิตร โดยนำข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมได้จากการศึกษาเอกสาร การสังเกต และการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ ตีความ เปรียบเทียบเพื่อจัดหาคุณสมบัติร่วมกันในประเด็นต่างๆ ที่ต้องการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกตผู้ให้ข้อมูลแต่ละคน แล้วนำมาหาประเด็นหลัก และข้อสรุปร่วม จากนั้นทำการจำแนกข้อมูลตามประเด็นต่างๆ แล้วนำข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบกัน และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาเพื่อตอบปัญหานำการวิจัย

สำหรับการนำเสนอข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยการนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

DPU

บทที่ 4
ผลการวิจัย

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

ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่

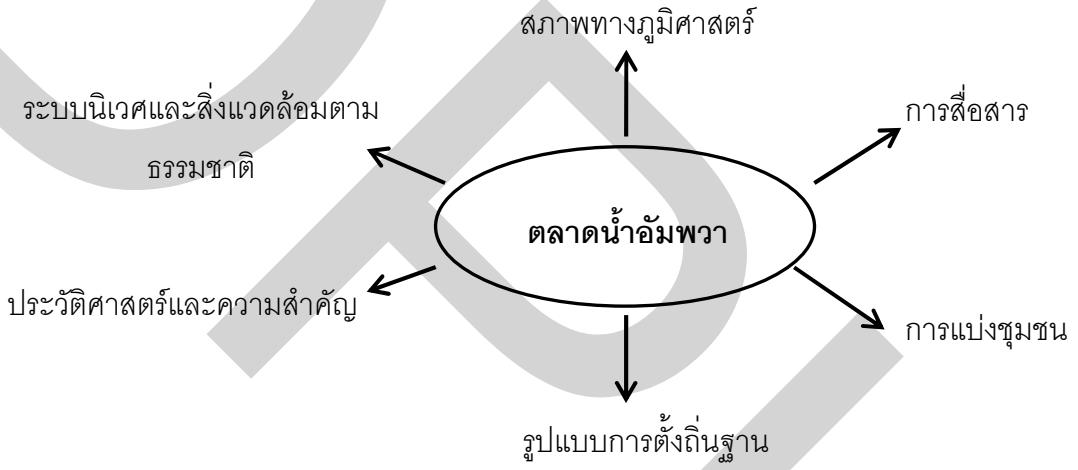
ส่วนที่ 1 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย ตามปัญหานำการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร
2. รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร
3. เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร

ส่วนที่ 1 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา

งานวิจัยเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม" วัตถุประสงค์หนึ่งมุ่งศึกษาว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร ซึ่งจะเห็นได้ว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ด้านมิใช่ด้านการสื่อสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งลักษณะของตลาดน้ำอัมพวาก็มีผลต่อการพัฒนาเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยขอนำเสนอลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา ในประเด็นต่างๆ ดังภาพที่ 7 โดยมีรายละเอียดดังนี้



<u>ภาพที่ 7</u> ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา

สภาพทางภูมิศาสตร์

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

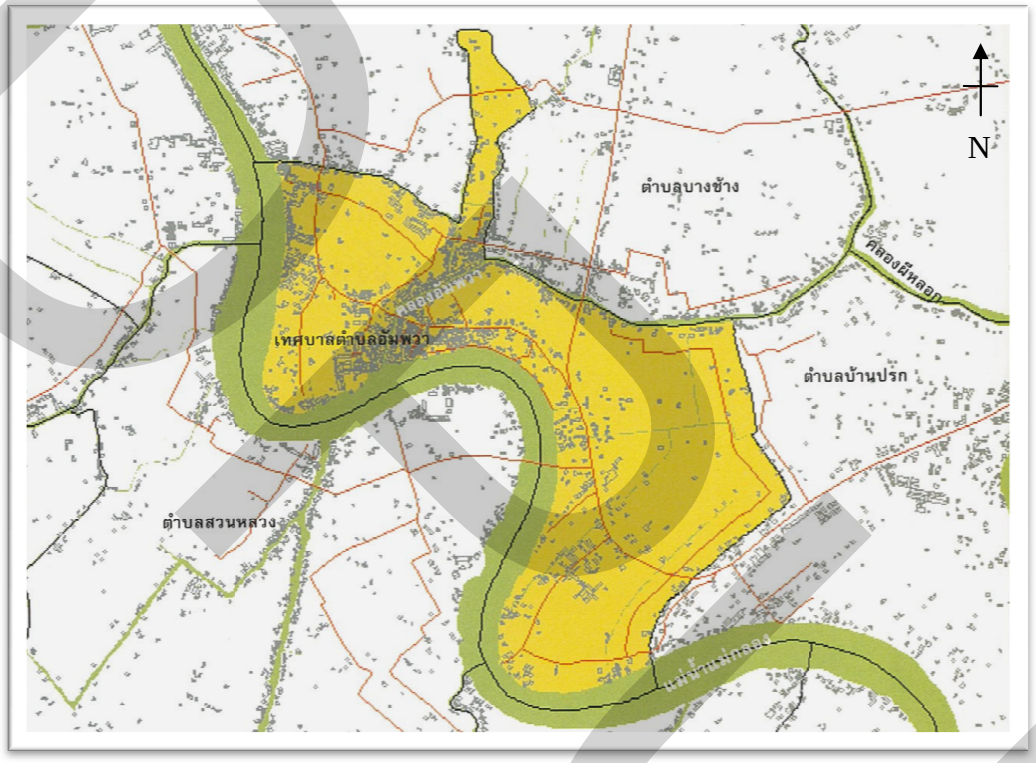
อาณาเขต (แสดงดังภาพที่ 8)

ทิศเหนือ ติดกับตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา

ทิศตะวันออก ติดกับตำบลบ้านปรก อำเภอเมืองสมุทรสงคราม

ทิศใต้ ติดกับตำบลบางขันแตก อำเภออัมพวา

ทิศตะวันตก ติดกับตำบลสวนหลวง อำเภออัมพวา



<u>ภาพที่ 8</u> แสดงที่ตั้งและอาณาเขตของเทศบาลตำบลอัมพวา
(ที่มา : มรดกทางวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา หน้า 16)

ตลาดน้ำอัมพวา ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านพื้นที่ทางด้านทิศตะวันตก และมีคลองอัมพวาซึ่งแยกจากแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านกลางพื้นที่ชุมชน นอกจากนี้ยังมีคลองต่างๆ อีกหลายสายที่ไหลผ่านบริเวณพื้นที่ชุมชน เช่น คลองบางจาก คลองลัดตาโชติ คลองดาวดึงส์ คลองผีหลอก คลองบางกะพ้อม ฯลฯ จากการที่มีโครงข่ายคลองอยู่ทั่วไปภายในพื้นที่ชุมชน ส่งผลให้เกิดความสะดวกสบายทางด้านการคมนาคมทางน้ำ และการ

ประกอบอาชีพ โดยเฉพาะจากน้ำทะเลหนุนทำให้มีน้ำไหลขึ้นลงตลองทั้งปี ส่งผลให้ชุมชนอัมพวาได้ชื่อว่าเป็นเมือง 3 น้ำ คือ มีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม

ลักษณะภูมิอากาศของตลาดน้ำอัมพวาโดยทั่วไปมีอุณหภูมิที่ไม่ร้อนมากนัก เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากทะเล มีฝนตกชุกในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์มีอากาศค่อนข้างเย็น

ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

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

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

ประวัติศาสตร์และความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา

ตลาดน้ำอัมพวามีลักษณะเป็นชุมชนริมน้ำที่ยังคงเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐานริมน้ำในอดีต ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองฝั่งคลองอัมพวา พื้นที่บริเวณนี้รวมทั้งพื้นที่ตอนบนของจังหวัดสมุทรสงครามในเขตอำเภออัมพวาและบางส่วนของอำเภอบางคนที เดิมเรียกว่า “แขวงบางช้าง”

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

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

ระหว่างที่หลบภัยจากพม่านี่เอง กรมสมเด็จพระศรีสุดารักษ์ (แก้ว) พระพี่นางองค์ที่ 2 ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ซึ่งเสด็จมาหลบภัยอยู่ที่บ้านอัมพวาด้วย ได้ประสูติพระธิดาเมื่อวันอาทิตย์ แรม 12 ค่ำ เดือน 12 ปีกุน ตรงกับวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2310 ทรงพระนามว่า “บุญรอด” ซึ่งต่อมาคือ สมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ พระบรมราชินีในล้นเกล้าฯ รัชกาลที่ 2

ดังนั้นตลาดน้ำอัมพวา จึงเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอมรินทรามาตย์ (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์

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

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

รูปแบบการตั้งถิ่นฐาน

รูปแบบการตั้งถิ่นฐานของคนในชุมชนบริเวณตลาดน้ำอัมพวามีลักษณะการตั้งถิ่นฐานของตัวอาคารที่ทอดยาวไปตามแนวสองฝั่งคลองโดยหันหน้าอาคารบ้านเรือนเข้าสู่ลำคลองทั้งสองฝั่ง โดยการตั้งถิ่นฐานลักษณะนี้นับได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนริมน้ำดังเช่นในอดีต ซึ่งต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกมากขึ้น จึงทำให้เกิดรูปแบบการตั้งถิ่นฐานที่มีลักษณะของกลุ่มบ้านทอดตัววางยาวไปตามเส้นทางถนนเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทำให้เกิดเป็นชุมชนกระจุกตัวตามเส้นทางคมนาคมในรูปแบบที่ต่างกัน

โครงสร้างของชุมชนในบริเวณตลาดน้ำอัมพวานั้น แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะที่ชัดเจน คือ

1. ชุมชนชาวสวน เป็นกลุ่มชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานกระจายตัวอยู่ทั่วไปในบริเวณที่ห่างออกไปจากปากคลองอัมพวา ส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพในการทำสวนผลไม้ โดยการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายคลองต่างๆ ที่ไหลผ่านยังพื้นที่ของตน ซึ่งหลักฐานทางประวัติศาสตร์คาดว่าเป็นกลุ่มชุมชนเริ่มแรกในการตั้งถิ่นฐานของพื้นที่ โดยมีความสัมพันธ์กับการก่อสร้างวัดมาแต่เดิม

2. ชุมชนริมน้ำ เป็นกลุ่มชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานขึ้นมาพร้อมๆ กับตลาดน้ำบริเวณปากคลองอัมพวาโดยส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเพื่อการค้าขายเป็นหลัก สังเกตได้จากป้ายชื่อร้านค้าต่างๆ แบบโบราณที่ยังคงมีให้พบเห็นบ้างในบางหลัง ถึงแม้ว่าในปัจจุบันอาคารร้านค้าต่างๆ เหล่านี้ได้เปลี่ยนสภาพมาเป็นอาคารบ้านพักอาศัยทั่วไป

จะเห็นได้ว่าปัจจุบันชุมชนริมน้ำเป็นพื้นที่ของตลาดน้ำอัมพวาเป็นส่วนใหญ่ โดยชาวบ้านจะขายของตามบ้านเรือนต่อกันไป ทั้ง 2 ฝั่งของคลองอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการตั้งถิ่นฐานที่ตั้งบ้านเรือนขนานไปกับคลอง

การแบ่งชุมชน

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

พ.ศ. 2538 ชุมชนบางจาก และชุมชนโรงเจ

พ.ศ. 2539 ชุมชนบ้านหัวแหลม และชุมชนวัดอัมพวัน

พ.ศ. 2540 ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนประชาอุทิศ

พ.ศ. 2541 ชุมชนบางกะพ้อม 1 และชุมชนบางกะพ้อม 2

"ปี พ.ศ. 2538 ตั้งชุมชนบางจาก กับโรงเจ ต่อมาปี 2539 บ้านหัวแหลม กับวัดอัมพวัน ตลาดอัมพวา คลองอัมพวา ประชาอุทิศ มันจะไล่ต่อกันเลยค่ะ ต่อมาก็จะเป็น ริมเขื่อน บางกะพ้อม เมื่อก่อนถูกแบ่งแค่ 1 ปรากฏว่าพี่มองว่าพื้นที่ใหญ่มาก ก็เลยขอแบ่งเป็น 2 ก็เลยเป็นบางกะพ้อม 1 และบางกะพ้อม 2"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

โดยการแบ่งพื้นที่เป็นชุมชนย่อยๆ นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. หาตัวแทนชุมชนมาประสานงานระหว่างเทศบาลและคนในชุมชน
2. สามารถจัดสรรงบประมาณให้แต่ละชุมชนได้อย่างชัดเจน
3. เพื่อความสะดวกในการบริหารงานและการพัฒนาชุมชน

"เค้ารู้ว่าการเป็นชุมชนมันได้อะไร 1. มันจะมีตัวแทนขึ้นมาประสานกับหน่วยงานนะ ขอความช่วยเหลือเราไม่ต้องเดินมาเอง เราไม่ต้องมาทะเลาะกับเจ้าหน้าที่เองนะ อะไรอย่างนี้ 2. มีงบประมาณลงไปด้วย นี่ง้ย นี่คือประเด็นที่เค้าอยากทำขึ้นมา.....เวลาเราดูแลเรื่องสุขภาพ ดูแลในเรื่องความเป็นอยู่ ดูแลในเรื่องรายหัว ทุกคนเค้ามีสิทธิ์ที่จะได้"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

โครงสร้างการบริหารงานของชุมชน

จากการวิจัยพบว่าชุมชนในเขตตลาดน้ำอัมพวาทุกชุมชนมีโครงสร้างการบริหารงานอย่างชัดเจน และแต่ละตำแหน่งมีบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน คือ

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

2. กรรมการชุมชน มีตำแหน่งดังต่อไปนี้
   2.1 รองประธาน
   2.2 เลขานุการ
   2.3 เหรัญญิก
   2.4 ประชาสัมพันธ์
   2.5 การคลัง
   2.6 ฝ่ายการศึกษา
   2.7 สวัสดิการสังคม
   2.8 สาธารณะสุข
   2.9 พัฒนาชุมชน

กรรมการชุมชนนั้นมาจากการแต่งตั้งของประธานชุมชน เนื่องจากกรรมการเป็นกลุ่มคนที่ต้องทำงานใกล้ชิดกับประธาน ดังนั้นผู้ที่เป็นประธานจะเลือกบุคคลที่ตนมีความสนิทสนมคุ้นเคย และสามารถทำงานร่วมกันได้ โดยกรรมการจะมีหน้าที่ในการบริหารงานร่วมกับประธานชุมชนตามตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง โดยในแต่ละชุมชนจะมีจำนวนกรรมการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประธานชุมชน

3. คนในชุมชน คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น โดยไม่มีบทบาทในการบริหารงานของชุมชน แต่มีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

ชุมชน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ของชุมชน เช่น เมื่อมีงบประมาณมาแต่ละชุมชนจะนำงบประมาณนั้นไปพัฒนาอะไรต้องให้ทุกคนร่วมตัดสินใจ

การสื่อสาร

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

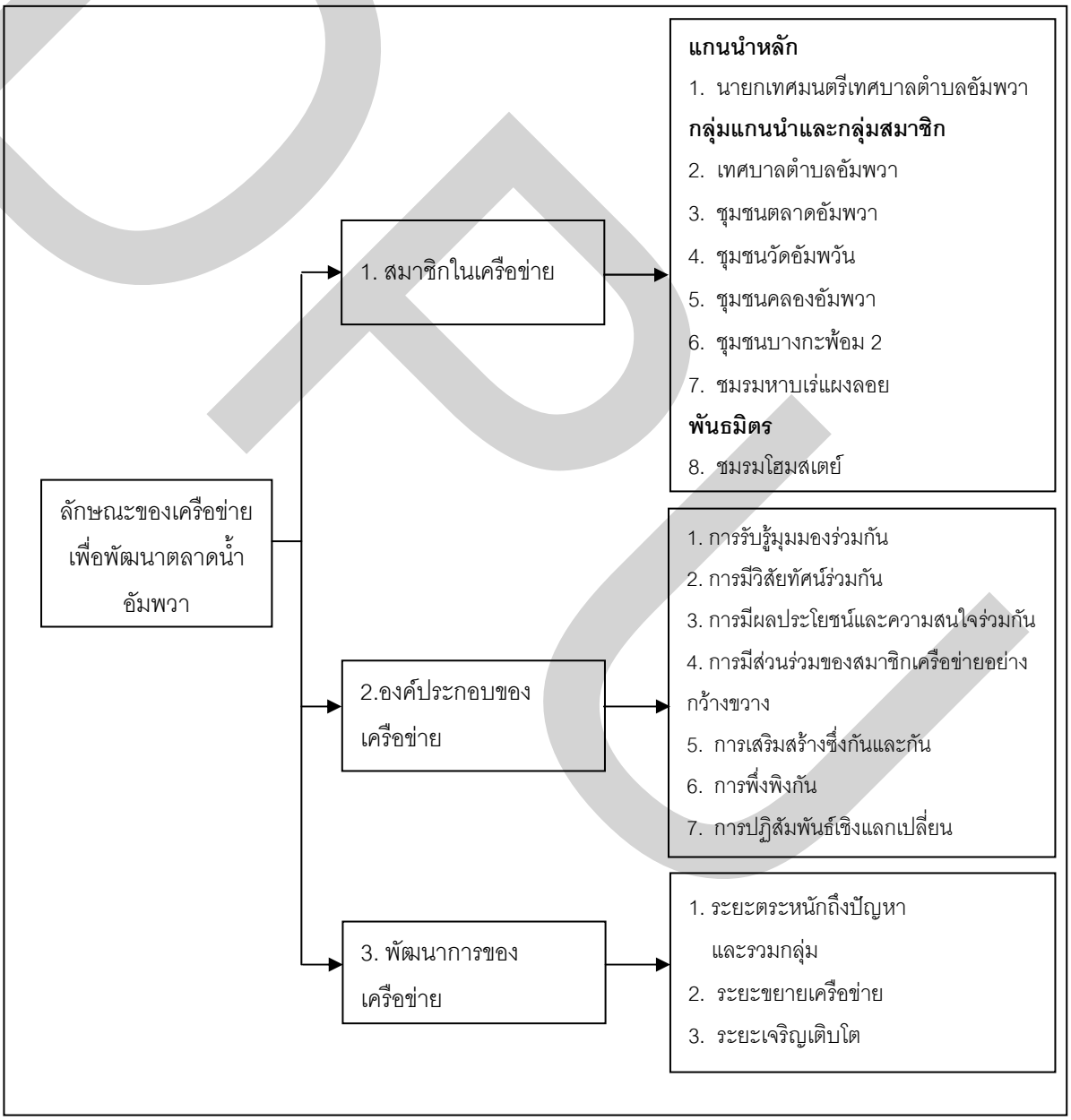
อีกสิ่งหนึ่งที่คนในชุมชนให้ความสำคัญในแง่ของการสื่อสาร คือ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในชุมชนจะต้อง “คุย” เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และเน้นการคุยแบบเห็นหน้า ไม่ว่าจะผ่านการประชุม เดินไปคุยกันที่ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางของทุกชุมชน นอกเหนือจากนั้นในชุมชนยังได้ใช้เสียงตามสาย ซึ่งเทศบาลจะเป็นผู้รับผิดชอบ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

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า จากลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา ทำให้เห็นว่าการพัฒนานั้นสภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และการตั้งถิ่นฐานของคนในชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชุมชนแห่งนี้พัฒนาได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์และความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา ทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหน เป็นแรงผลักดันอยากจะให้ชุมชนของตนเองมีความเจริญรุ่งเรืองดั่งในอดีต และมีระบบการสื่อสารที่เชื่อมโยงให้คนในชุมชนไว้ด้วยกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย ตามปัญหานำการวิจัย ดังนี้

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีลักษณะสำคัญดังแสดงในภาพที่ 9



ภาพที่ 9 แสดงลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

1. สมาชิกในเครือข่าย

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมิได้เกิดจากคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และชมรมต่างๆ ได้เข้ามารวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนา จากการวิจัยพบว่าการแบ่งกลุ่มต่างๆ ของสมาชิกในเครือข่ายนั้นไม่สามารถแบ่งสมาชิกคนใดคนหนึ่งให้อยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้อย่างชัดเจน เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนมีหลายบทบาท อาทิ บางคนอยู่ในกลุ่มสมาชิกรวมทั้งเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วย ดังนั้นในเบื้องต้นผู้วิจัยขอแบ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยยึดตามลักษณะของหน่วยงานและการแบ่งชุมชนในพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวา เพื่อให้เห็นภาพความเป็นเครือข่ายได้ชัดเจนขึ้น กล่าวคือ หน่วยงานรัฐ ชุมชน และชมรม ได้ 8 กลุ่ม ดังนี้

แกนนำหลัก ได้แก่

1. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

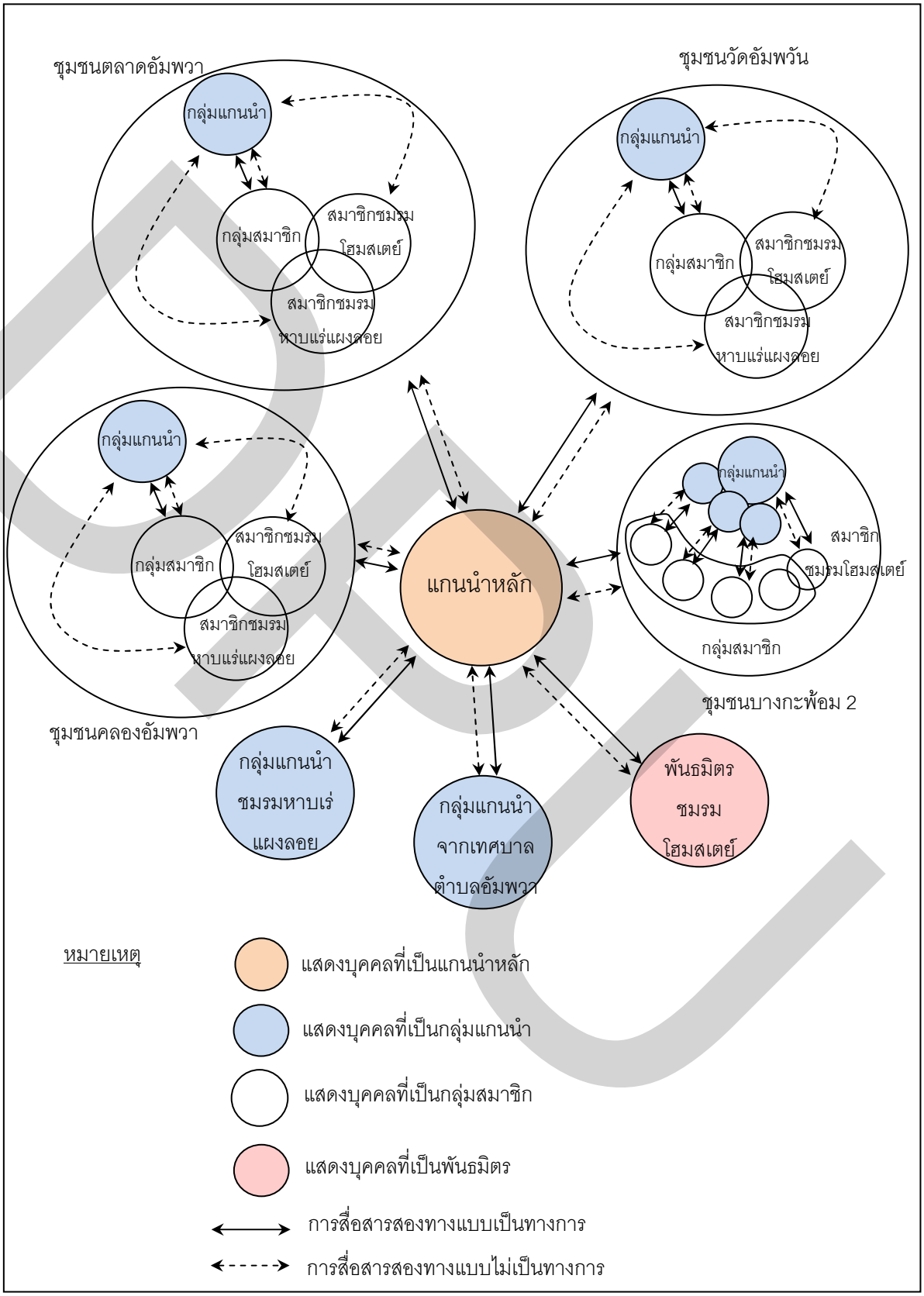
กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ได้แก่

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

พันธมิตรของเครือข่าย ได้แก่

8. ชมรมโฮมสเตย์

โดยนำเสนอในภาพที่ 10 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 10 แสดงสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

แกนนำหลัก

แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นผู้ที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และเป็นจุดเริ่มต้นของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา คือ

1. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

จากการวิจัยพบว่า ตลอดระยะเวลาในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักมีบทบาทต่อการพัฒนาในหลายๆ ด้าน ซึ่งสามารถแบ่งได้โดยอาศัยพัฒนาการของเครือข่าย ดังตารางที่ 1

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและ รวมกลุ่ม **"ยืนอยู่ข้างหน้า"**	ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย **"ยืนอยู่ตรงกลาง"**	ระยะที่ 3 เจริญเติบโต **"ยืนอยู่หลังแถว"**
1. เป็นผู้นำ 2. กำหนดกลยุทธ์ 3. นักประชาสัมพันธ์	4. ให้กำลังใจ 5. โน้มน้าวใจ 6. แก้ไขปัญหา	6. แก้ไขปัญหา

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบบทบาทของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ในแต่ละพัฒนาการของเครือข่าย

"บทบาทของผู้นำเนี่ย บางครั้งมันก็กำหนดเป็น Position ช่วงปีแรกๆ เราต้องยืนหน้าเค้า เพื่อที่จะนำ เพื่อให้เค้าขับเคลื่อน แต่พอมาปี 2 บางทีเราก็อาจจะต้องมายืนตรงกลาง หรือบางครั้งอาจจะต้องมายืนหลังแถว เพราะเราจะได้เห็นว่าไอ้แถวที่เดินเนี่ยมันตรงไม่ตรง ถ้าเราอยากเห็นแถวตรงเนี่ยผู้นำจะเดินหัวหรือท้าย ก็ต้องท้ายใช่มั้ยครับ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

1. เป็นผู้นำ

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

"ท่านนายกฯ จะบอกว่าท่านนายกฯ คนเดียวท่านก็ทำไม่ได้ ถ้าเราไม่มีนายกเราก็ทำไม่ได้ เพราะท่านเป็นผู้ที่นำเรา พวกสื่อข่าวอะไรมาเนี่ย ท่านประสานได้ อย่างเราเนี่ยตัวน้อยๆ เราประสานไม่ได้"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

2. กำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

การจะพัฒนาตลาดน้ำให้ประสบผลสำเร็จนั้น มิใช่เพียงมีแนวคิดที่จะระดมคนมาแล้วตั้งร้านขายของ แต่การจะพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จนั้นต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลักมีบทบาทในการเป็นผู้นำในการประชุม ระดมความเห็น และร่วมกำหนดกลยุทธ์กับกลุ่มแกนนำเพื่อที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เช่น ในตลาดน้ำควรจะขายอะไรบ้าง เปิดขายวันได และเวลาอะไร เป็นต้น

"เพียงแต่ตัวเราไปช่วย เค้าเรียกไปช่วยกำหนดกลยุทธ์มัน คือไม่ใช่บอกอยากทำตลาดน้ำก็เอาเรือกับพายมา แต่เราต้องกำหนดว่าเอ๊ยมันจะเปิดกี่วัน จะขายเวลาไหน ก็ต้องมานั่งคุยกัน"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

3. นักประชาสัมพันธ์

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

จะเห็นได้ว่าการทำประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาโดยตลอดนั้น ช่วยสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามามากขึ้น นำไปสู่ความเจริญเติบโตของตลาดน้ำอัมพวาต่อไปในอนาคต

"คือ มันเป็นการประชาสัมพันธ์ทางสื่อกันเยอะ ทางผู้บริหารตรงนี้เค้าจะนำสื่อมาถ่ายทำสารคดีของสมุทรสงคราม ของอัมพวา และวิถีชีวิตชุมชน ระบบนิเวศอะไรพวกนี้ก็จะถ่ายทำกันไป แล้วอีกอย่างก็จะมีกิจกรรม แล้วก็ถ่ายทอดไปให้คนได้รู้ได้เห็นเรื่อยๆ ก็ทำให้คนหลั่งไหลเข้ามา"

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

"อย่างตัวท่านนายกฯเองก็ต้องชมท่านว่าท่านค่อนข้างกว้างขวางในวงการของสื่อเหมือนกัน ในช่วงแรกก็จะมีสื่อพวก ททท. และพวกช่องทีวีหลายๆ ช่องเข้ามา ซึ่งท่านก็เชิญชวนว่ามีกิจกรรมตรงนี้นะให้ลองเข้ามาถ่ายทำดู"

(คุณฎพิรัฐ แต้สุวรรณ : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

"คืออย่างนี้ครับมันมียุทธศาสตร์ที่จะบริหารสื่อ จริงๆ ก่อนเป็นนายกผมเคยทำธุรกิจ ทำรายการทีวี คือ วันนี้เนี่ยอัมพวาหลักของการใช้สื่อ สมมุติอัมพวามีสื่อเข้ามาหา 10 คน ผมไม่ให้ใบเดียวหรอก ผมฉีกใบนี้ออกเป็น 10 ชิ้น คนที่ 1 มาก็เอาไป 1 ชิ้น คุณเป็น number 1 มั้ย เพราะฉะนั้นผม

จะมีสื่อ 10 คนเป็น number 1 ทุกคนเป็นข่าวใหม่เสมอสำหรับแต่ละคน แต่ละสื่อ คือ เค้าเรียกว่าการบริหารข่าว "

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

4. ให้กำลังใจ

การที่จะทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายมาร่วมกันพัฒนาตลาดน้ำจากเดิมที่เกือบจะตายไปแล้วให้กลับพลิกฟื้นขึ้นมาใหม่นั้นไม่ใช่เป็นเรื่องที่ง่าย ดังนั้นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกต้องใช้ความพยายาม ความอดทนกันอย่างสูง ซึ่งต้องพบกับปัญหาอุปสรรคมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยง ความท้อใจ ซึ่งที่ผ่านมาแกนนำหลักเป็นอีกผู้หนึ่งที่คอยเป็นกำลังใจให้กับสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมาโดยตลอด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกส่วนใหญ่จะให้ความเคารพ ความรักและศรัทธาต่อท่านเป็นอย่างมาก

"เพราะฉะนั้นเราจะเคลื่อนคนไม่ใช่ออกคำสั่ง บางทีมันก็ต้องสร้างแรงจูงใจ คนบางกลุ่มก็ต้องให้ reward บางกลุ่มก็ต้องให้การยกย่องชมเชย"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"อย่างท่านนายกเนี่ยท่านก็ดูแลเราอยู่แล้ว ตรงนี้ท่านทำมากับมือท่านเอาใจใส่พอสมควร ตรงนี้ท่านเหนื่อยเยอะกว่าจะได้ตรงนี้นะ ท่านเหนื่อยท่านก็คุ้มเพราะคนในชุมชนก็นะกี่สมัยท่านก็ได้ คนรักท่าน"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"คือว่า เราแบบว่ามีกำลังใจ ท่านนายกฯ บอกสู้ไปเถอะ ไม่เป็นไรหรอกติดหรือไม่ติดก็ไม่เป็นไร ทีนี้เรามีแรงจูงใจงัย คือว่าท่านนายกก็ให้กำลังใจเพื่อนบ้านแต่ละชุมชนบอกว่าทำไปเถอะ ใครจะว่าอย่างไรไม่ต้องสนใจ ทำของเราไป"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

5. โน้มน้าวใจ

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในช่วงเริ่มแรกคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย มีเพียงคนบางกลุ่มที่เป็นผู้ริเริ่ม แต่เมื่อตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นมาแล้ว การที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวาอยู่รอดและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้คนในชุมชนทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่าย ดังนั้นแกนนำหลักจึงใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการเดินเข้าไปพบคนในชุมชนโดยตรง เพื่อพูดคุยและโน้มน้าวใจให้ออกมาช่วยกันพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

"ตัวท่านก็เป็นคนมาเชิญชวนเอง พอนั่นก็เหมือนกับว่าทางชมรมแผงลอย ทางชุมชนก็มาช่วยกัน เรียกว่าเชิญชวนคนนั้นคนนี้เข้ามา"
(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"ส่วนใหญ่แล้วจะมีแรงจูงใจมาจากท่านนายกฯ ถ้าจะทำอะไรทั้งหมดทางเทศบาลเขาก็จะขอความร่วมมือจากชุมชน เวลามีมติจากชุมชนทุกอย่างก็จะผ่านท่านนายกฯ"
(คุณสนั่น ถิตยานุรักษ์ : ประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

6. แก้ไขปัญหา

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วย เทศบาล ชุมชนต่างๆ ชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มมาทำงานร่วมกัน ดังนั้นจึงอาจมีปัญหาหรือข้อขัดแย้งเกิดขึ้น ซึ่งแกนนำหลักจะเป็นผู้ที่ช่วยไกล่เกลี่ยและตัดสินปัญหานั้นๆ โดยการตัดสินปัญหานั้นมีหลากหลายรูปแบบ คือ ถ้าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนจะให้ชุมชนเป็นผู้ตัดสินปัญหาด้วยตนเอง แต่ถ้าในชุมชนไม่สามารถตัดสินปัญหาได้ก็จะขึ้นมาปรึกษาแกนนำหลัก ในอีกกรณีคือถ้าเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบกับส่วนรวมจะนำปัญหานั้นเข้าในที่ประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำคนอื่นๆ เพื่อตัดสินปัญหาร่วมกัน เช่น ที่ผ่านมามีกรณีชุมชนหนึ่งต้องการที่จะเปลี่ยนประธานชุมชน ก็มีการเดินขบวนและรวบรวมรายชื่อขึ้นมาพบแกนนำหลัก โดยท่านให้ข้อคิดว่าในการทำงานก็ต้องมีทั้งคนที่ชอบและไม่ชอบ

ดังนั้นการทำงานควรถนอมน้ำใจกันไว้ดีกว่า เพราะอนาคตข้างหน้าอย่างไรก็อยู่ในชุมชนเดียวกัน ซึ่งทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นผ่านไปได้

"คือว่าแบบ มีข้อขัดแย้งเพราะอันนี้ไม่ถูก ท่านเหมือนจะเป็นตัวเชื่อม แบบว่าไม่เป็นไร"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"มีแม้กระทั่งที่ผ่านมาไม่เอาประธานชุมชน เดินขบวน ล่ารายชื่อมาหาผม ผมบอกอยู่ด้วยกันยังไง เพราะฉะนั้นสิ่งที่คุณเลือกมาคุณต้องรับผิดชอบ มันไม่ใช่เลือกเพื่อถูกใจคุณ เค้าทำงานก็ต้องมีทั้งถูกใจไม่ถูกใจ เชื่อเถอะวันหนึ่งเค้าก็หมดวาระ คุณก็เลือก process ใหม่ แต่รักษาน้ำใจกันไว้ดีกว่า"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

สรุปได้ว่า การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักเป็นผู้นำที่มีบทบาทและความสำคัญทั้งในด้านการวางแผนงาน กำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งเป็นผู้ที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือด้วยความจริงใจ ซึ่งจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย และคนในชุมชนเห็นถึงความตั้งใจและพร้อมที่จะมีส่วนร่วมเพื่อทำให้ตลาดน้ำอัมพวาพัฒนาต่อไป

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก

เนื่องจากกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ที่มารวมเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นได้รวมกันอยู่ในกลุ่มของเทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนทั้ง 4 ชุมชน และชมรมหาบเร่แผงลอย ดังนั้นเพื่อให้เห็นความชัดเจนของลักษณะชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาลักษณะของความเป็นเครือข่ายและบทบาทของเครือข่ายต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ผู้วิจัยจึงได้นำกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมาอธิบายรวมกัน และจะแสดงให้เห็นการแบ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยมีรายละเอียดดังนี้

2. เทศบาลตำบลอัมพวา

บริเวณพื้นที่เทศบาลปัจจุบัน เดิมเรียกว่า แขวงบางช้าง บริเวณแขวงบางช้างนี้ถูกเรียกกันว่า “สวนนอก” ลักษณะเป็นชุมชนเล็กแต่มีความเจริญทั้งการเกษตรกรรม และการพาณิชยกรรม เพราะในสมัยเพราะเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา แขวงบางช้างมีตลาดแห่งหนึ่ง เรียกว่า “ตลาดบางช้าง” มีนายตลาด บางช้าง เป็นผู้เก็บภาษีอากรขนอนตลาดนายตลาดผู้นี้เป็นผู้หญิงชื่อน้อย มีบรรดาศักดิ์เป็นท้าวแก้วผลึก เป็นคนในตระกูลเศรษฐีในแขวงบางช้าง ซึ่งต่อมาเป็นต้นวงศ์ราชนิกูลบางช้าง ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์

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

ดวงตราประจำเทศบาล เป็นรูปวงกลมมีช้างเผือกอยู่ในป่ามะม่วง เทศบาลตำบลอัมพวาจึงหมายถึงตำบลในท้องที่ที่มีมะม่วงมากหรือตั้งอยู่ในดงมะม่วง (ที่มา: http://www.amphawa.go.th)

เทศบาลตำบลอัมพวา เป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการบริหารงาน และดูแลตลาดน้ำอัมพวา โดยมีแกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้นำ ดังนั้นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลตำบลอัมพวาจึงอยู่ในกลุ่มแกนนำ โดยพบว่ามีบทบาทที่สำคัญดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารต่างๆ ไปสู่สมาชิก เช่น กรณีที่แกนนำหลักจะนัดกลุ่มแกนนำ สมาชิกในเครือข่าย หรือคนในชุมชนประชุม กลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นผู้ออกจดหมายให้

"ก็เป็นหนังสือส่งมา บางทีทางเทศบาล..เออไปร่วมประชุมกันหน่อย เขาก็มาเรียกเรา"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

2. เป็นที่ปรึกษาให้กับกลุ่มแกนนำของชุมชนและกลุ่มสมาชิก จากการวิจัยพบว่า การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นกลุ่มแกนนำของชุมชนมีบทบาทที่จะคิดรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นถ้ากลุ่มแกนนำของชุมชนมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาก็จะเข้ามาปรึกษากับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือในกรณีที่ชุมชนมีการจัดประชุมจะต้องมีแกนนำหลักหรือไม่กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเข้าร่วมประชุมด้วยทุกครั้ง

"ใช่ เราให้คำปรึกษาเค้า เค้ามา ...เฮ้ย...อย่างนั้นดีมั้ย ซึ่งเราคิดไม่ถึงเหมือนเค้า เค้าคิดได้ พอคิดปั๊ป เออ....ดีพี่ เราก็เริ่มที่จะให้คำปรึกษาเค้า"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

3. ชุมชนตลาดอัมพวา

ภาพที่ 11 แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวา
(ที่มา http://www.amphawa.go.th)

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

สมาชิกส่วนใหญ่ในชุมชนมีอาชีพค้าขาย จะหนาแน่นบริเวณริมคลอง หน้าตลาด ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานชุมชน และกรรมการชุมชน
2. กลุ่มสมาชิก คือ คนในชุมชนตลาดอัมพวาที่ได้เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

3. สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งพบว่าในชุมชนตลาดอัมพวามีสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยมากที่สุด เนื่องจากในช่วงแรกนั้นตลาดน้ำอัมพวาจัดที่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวา โดยแกนนำหลักมอบหมายให้ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นผู้ดูแลในส่วนของการจัดวางตำแหน่งร้านขายของบริเวณหน้าเทศบาลรวมถึงในบริเวณชุมชนเป็นหลัก ดังนั้นแม่ค้าที่จะขายของในบริเวณนี้ต้องเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมฯ ทุกคน ดังนั้นจึงทำให้สมาชิกที่เข้ามาในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาของชุมชนนี้ส่วนใหญ่จะเข้าร่วมในชมรมหาบเร่แผงลอยทั้งสิ้น

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

"ชุมชนในตลาดอัมพวามีบ้านเดียวนะค่ะที่เป็นสมาชิกโฮมสเตย์ บ้านสวรรค์พิมาน คุณวรพจน์ เจียมปรีชา"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

<u>4. ชุมชนวัดอัมพวัน</u>

N

<u>ภาพที่ 12</u> แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนวัดอัมพวัน

(ที่มา <u>http://www.amphawa.go.th</u>)

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

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

ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ

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

5. ชุมชนคลองอัมพวา

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

ชุมชนคลองอัมพวาตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งเทศบาลตั้งแต่สะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาดิศร) จนถึงบริเวณหน้าวัดพระยาญาติ (วัดปากง่าม) ลักษณะอาคารของชุมชนนี้มีรูปแบบเป็นอาคารเรือนแถวไม้สูง 1-1.5 ชั้น มีการใช้อาคารเพื่อพักอาศัย และพักอาศัยกับค้าขาย แต่ละครัวเรือนมีการทำสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือสั่งของไว้ขายหน้าบ้านเรือนแถว ในบริเวณมีรูปแบบอาคารพาณิชย์สูง 2- 3 ชั้น แทรกระหว่างอาคารเรือนแถวไม้

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวซึ่งอยู่ด้านหลังอาคารริมน้ำ ส่วนอาคารเรือนแถวตั้งอยู่หนาแน่นบริเวณริมคลอง เป็นอาคารที่วางตามแนวขนานกับคลอง ใช้พักอาศัยสลับกับร้านค้าขายและบริการ โดยมีการขายของชำ ขายสินค้าทางการเกษตร มีร้านเสริมสวย ตัดผม คลีนิกอนามัยชุมชน โดยจะมีช่องว่างระหว่างอาคารเป็นทางเดินเชื่อมระหว่างพื้นที่ริมคลองกับพื้นที่ในส่วนฝั่งด้านใน (นิธิ ลิศนันท์, 2544)

ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 4 กลุ่ม คือ

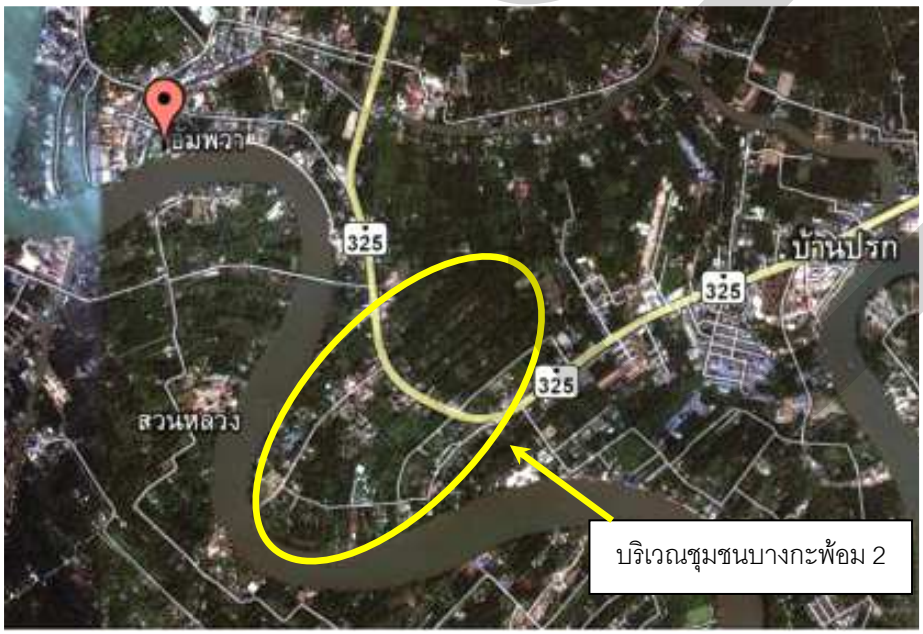
1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานชุมชน และกรรมการชุมชน

2. กลุ่มสมาชิก คือ คนในชุมชนคลองอัมพวาที่ได้เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

3. สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ตามปรกติชมรมฯ ไม่ได้เข้ามาดูแลการจัดร้านค้าที่เป็นหาบเร่แผงลอยในชุมชนคลองอัมพวา เนื่องจากอยู่นอกพื้นที่ (ดูแลเฉพาะในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น) แต่จากการวิจัยพบว่า คนในชุมชนที่เปิดร้านขายของก็ได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกในชมรมฯ เพื่อที่จะได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพ

4. สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ จากลักษณะอาคารในชุมชนที่เป็นอาคารเรือนแถวตั้งอยู่บริเวณริมคลองอัมพวา ประกอบกับด้านหลังเป็นสวนมะพร้าว จึงพบว่าในชุมชนมีการทำโฮมสเตย์จำนวนมาก อาทิ บ้านครูปู บ้านเลียบนที และผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์เช่นกัน

<u>6. ชุมชนบางกะพ้อม 2</u>



N

<u>ภาพที่ 14</u> แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนบางกะพ้อม 2

(ที่มา http://www.amphawa.go.th)

ชุมชนบางกะพ้อม 2 ตั้งอยู่บริเวณถนนเส้นสาย 325 กระจายตัวทั้งสองฟากฝั่งถนน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวและสวนส้มโอ ลักษณะของบ้านเรือนอยู่อย่างกระจัดกระจายริมถนนซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดร้านขายของ และอีกส่วนจะอยู่บริเวณด้านในสวน ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดเป็นโฮมสเตย์ จากการสังเกตพบว่าบ้านเรือนไม่ได้มีการกั้นรั้ว ดังนั้นแต่ละบ้านสามารถไปมาหาสู่กันได้ โดยอาศัยการเดิน จักรยาน และมอเตอร์ไซค์

ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มย่อยๆ จำนวน 3 กลุ่ม คือ

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

"ไม่ได้เน้นในตลาด แต่เน้นว่าให้คนไปเที่ยวสวน ชมสวนในบางกะพ้อม 2 คนที่มาเที่ยวในตลาดนี้แล้วก็ไปพักในโฮมสเตย์ แล้วก็ไปเดินชมสวนในบางกะพ้อม 2 จะเน้นในลักษณะนี้ให้บางกะพ้อม 2 มีคนไปเที่ยวด้วย"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

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

7. ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นการรวมกลุ่มของผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา โดยการรวมกลุ่มนั้นเกิดขึ้นเพราะในช่วงนั้นแม่ค้าไม่สามารถขายของได้ จะขายได้บ้างก็เฉพาะช่วงเช้าและเย็นเท่านั้น บางวันขายได้ไม่กี่ร้อยบาท สภาพเศรษฐกิจถดถอย รายได้เริ่มลด

น้อยลง จนกระทั่งเมื่อ พ.ศ. 2544 ที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จ.สมุทรสงคราม มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า ซึ่งคุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ และกลุ่มเพื่อนแม่ค้าได้ไปดูงานแล้วมีความคิดอยากจะจัดกิจกรรมแบบนี้ที่อัมพวาบ้าง แต่ก็ไม่สามารถจัดได้

พอปีที่ 2 แม่กลองได้มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้าอีกครั้งหนึ่ง โดยคุณอรพินธุ์ก็ไปดูงานอีกครั้ง แล้วก็อยากจะให้อัมพวาจะมีโอกาสจัดกิจกรรมแบบนี้บ้าง จนกระทั่งวันที่ 4 ตุลาคม 2545 มีสารจากจังหวัดสมุทรสงครามและกลุ่มกรรมการของชมรมร้านอาหารของแม่กลอง ได้มาคุยกับกลุ่มแกนนำจากเทศบาลร่วมกับสาธารณสุขอัมพวา และได้ชักชวนแม่ค้าในตลาดอัมพวาให้ไปร่วมพูดคุยด้วย ซึ่งในที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นว่าปัจจุบันนี้แม่ค้าอยู่แบบตัวใครตัวมัน จึงอยากให้แม่ค้าในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาอยู่เป็นกลุ่ม อยากให้มีการตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของแม่ค้า เป็นการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับแม่ค้า เวลามีข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วย จึงเป็นจุดเริ่มของการตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย ขึ้น มีคุณณัฐยุทธ เป็นประธานชมรมคนแรก และให้ชมรมฯ ขึ้นตรงกับเทศบาลตำบลอัมพวาและสาธารณสุข

> *"พอดีจังหวะแม่กลองเขามาโฆษณาว่าเขามีงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า พี่กับเพื่อนๆ ก็เลยชวนกันไปดู แล้วก็ตกใจเพราะคนเยอะมาก เราก็...เอ๊ะ เมื่อไหร่ตลาดอัมพวาจึงจะมีแบบนี้บ้าง เพราะของเราขายแค่ตอนเช้าแป๊ปนึง บางคนถ้าอยู่ใกล้หน่อยก็กลับบ้านนอน ตอนเย็นก็ออกมาอีกรอบ ไอ้ที่ไกลหน่อยก็นั่งหลับที่ร้านนั่นแหล่ะกว่าจะได้ขายอีกทีก็เย็นอย่างนี้ ก็ผ่านไป พี่ก็ไปดูแล้วก็กลับมานั่งคุยกับเพื่อนๆ เอ๋ เมื่อไหร่ตลาดจะมีแบบนี้บ้าง ก็ไม่มี ก็ผ่านไปอีกปี พอปีที่ 2 เราก็ไปดูเค้าอีก ก็มีงานอีก ก็ไปดูเค้าอีก ก็แบบนี้เราก็นั่งเสียดายเมื่อไหร่จะมีแบบนี้บ้าง..."*
>
> *(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)*

❑ วัตถุประสงค์ในการตั้งชมรม

จากการวิจัยพบว่าการรวมกลุ่มของชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นไม่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของชมรมฯ เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน แต่สามารถสรุปได้ว่า ชมรมฯ ตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อจะสามารถจัดกิจกรรมและของบประมาณเพื่อมาพัฒนาชมรมฯ ได้

2. เพื่อให้มีความคล่องตัวในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลและสมาชิกชมรมฯ

3. เพื่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

4. เพื่อควบคุมดูแลสมาชิกชมรมฯ ให้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างถูกต้องตามลักษณะสุขอนามัย

"เขาบอกว่าให้เป็นสมาชิกในกลุ่มเรา เผื่อว่าเราอยากทำอะไรหรือของบประมาณเพื่อพัฒนา ถ้ามีชมรมมันก็ง่ายขึ้น เรื่องดูแลแม่ค้า เรื่องอาหาร"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

"จริงๆ ก็เหมือนอยู่ด้วยกัน บางครั้งมันก็ต้องมีกฎเกณฑ์ มีกติกา ว่าเราจะต้องทำอะไร อย่างเช่นเรื่องของความสะอาดเรื่องสาธารณสุข จะรวมอยู่ในนี้หมดเลยทางชมรมจะเป็นเหมือนคนอธิบายเราต้องมี อย่างเช่นเข้าชมรมคุณต้องปฏิบัติตามกฎอย่างนี้ ถึงจะผ่านเกณฑ์ ให้ตลาดมันมีมาตรฐาน"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"ต้องการให้พวกแม่ค้ามารวมตัวกันเพื่อจะได้ควบคุมดูแลกันว่าใครมาทำอะไรในบ้านเรา ขายอาหารสะอาดมั้ย พวกเสื้อผ้าการแต่งตัว คือทุกอย่างมันต้องเข้าตามระเบียบของชุมชนหมด"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

❑ บทบาทหน้าที่

ภายหลังจากตั้งชมรมฯ ขึ้นมาแล้วกิจกรรมที่ชมรมฯ จัดคือ มหกรรมอาหารริมเขื่อน ซึ่งเป็นจุดเริ่มที่ทำให้คนมาเที่ยวและรู้จักอัมพวามากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดตลาดน้ำอัมพวาต่อมา โดยจะเห็นได้ว่าหลังจากที่มีตลาดน้ำแล้ว บทบาทหน้าที่ของชมรมหาบเร่แผงลอยเริ่มเด่นชัดขึ้น คือ

1. เทศบาลตำบลอัมพวาให้ชมรมฯ เป็นผู้ดูแลการตั้งร้านค้าแผงลอยในบริเวณพื้นที่ของชุมชนตลาดอัมพวา

2. ดูแลสมาชิกชมรมฯ ที่ขายของในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา

3. ขอกระแสไฟ ตั้งหม้อไฟ ให้กับร้านค้าแผงลอย

4. จัดเก็บค่าไฟ ค่าเก็บขยะจากร้านค้าแผงลอย ร้านละ 20 บาทต่อวัน

"...ก็คือคุณอรพินท์เนี่ย เขาจัดตั้งมาว่าให้เป็นหัวหน้าการค้าขาย เขาก็เลยต้องเก็บทุกร้านข้างบน 10 บาท ข้างล่าง 10 บาท ขยะ 10 บาท ค่าไฟ 10 บาทมั้ง เย็นแล้วก็ต้องจ่าย20บาท ทุกร้านนะคะ"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

และเมื่อตลาดน้ำอัมพวามีการพัฒนามากขึ้น ได้ขยายพื้นที่ไปยังชุมชนอื่นจะเห็นได้ว่าทางชมรมฯ ไม่สามารถไปช่วยดูแลได้เนื่องจากข้ามเขตของชุมชน ดังนั้นบทบาทของชมรมฯ จึงมีเพียงเดินไฟไปให้ร้านค้าและจัดเก็บรายได้ เพื่อที่ทางชมรมฯ ยังสามารถบริหารงานได้

"เราจะดูแค่ฝั่งนี้แหล่ะค่ะ ตลาดน้ำเริ่มแรกเนี่ยจะมีแค่ฝั่งนี้กับในเรือ พอฝั่งนี้ร้านเริ่มเต็ม ทางโน้นก็เริ่มมีแล้ว คนก็เริ่มไปลงฝั่งโน้น แล้วฝั่งโน้นมันไม่มีใครดูแลงัย ก็คือเขตเราก็แค่นี้ แค่ในคลองกับในตลาด พอคนเริ่มเยอะร้านก็เริ่มเพิ่มขึ้นไป บ้านทางฝั่งโน้นก็เริ่มขาย มันก็เลยกลายเป็นสองฝั่งแต่คือเราก็ดูไม่ได้เพราะมันข้ามเขต แล้วก็อย่างฝั่งโน้นเทศบาลก็จะดูอยู่สมาชิกเราจะอยู่ฝั่งนี้มาก แต่เรื่องไฟเราก็ทำไปให้"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

❑ โครงสร้างการบริหารงานของชมรม

จากการวิจัยพบว่าชมรมหาบเร่แผงลอยมีการกำหนดโครงสร้างการทำงาน และบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในชมรมฯ อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย

1.1 ประธานชมรมฯ มาจากการเลือกตั้งโดยสมาชิกชมรมฯ มีวาระในการทำงาน 2 ปี ซึ่งประธานชมรมฯ จะมีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลและสมาชิกชมรมฯ และดูแลสมาชิกฯ ชมรมที่มาตั้งแผงลอยขายสินค้าบริเวณชุมชนตลาดอัมพวา

1.2 กรรมการชมรมฯ มีตำแหน่งดังนี้

1.2.1 รองประธาน

1.2.2 เหรัญญิก

1.2.3 เลขานุการ

1.2.4 ผู้ช่วย

1.2.5 ปฏิคม

1.2.6 ประชาสัมพันธ์

1.2.7 ตรวจสอบ

1.2.8 ผู้จัดเก็บรายได้ตลาดน้ำอัมพวา

โดยในส่วนกรรมการชมรมนั้นมาจากการแต่งตั้งของประธานชมรม เนื่องจากกรรมการเป็นผู้ที่ต้องทำงานใกล้ชิดกับประธาน ดังนั้นผู้ที่เป็นประธานจะเลือกบุคคลที่ตนมีความสนิทสนมคุ้นเคย และสามารถทำงานร่วมกันได้ โดยกรรมการจะมีหน้าที่ในการบริหารงานร่วมกับประธานชมรมตามตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง

"เรามีกรรมการชัดเจนค่ะ ก็จะมีรองประธาน 4 คน มีเหรัญญิก มีเลขา มีผู้ช่วย มีปฏิคม มีประชาสัมพันธ์ แล้วก็มีตรวจสอบ มีหมด กรรมการนี้ก็ 2 ปีเปลี่ยนที"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"แล้วในชมรมเอง ก็จะมีพวกกรรมการ มีประธานอะไรอย่างงี้ แล้วอย่างมีคนที่เป็นสมาชิกค่ะ แล้วการเลือกผู้นำเข้าประชุมก็คือ โหวตค่ะก็ลงคะแนนเสียงกันค่ะ เหมือนการเลือกตั้งอ่ะค่ะ ส่วนกรรมการใช่มั้ยคะ ประธานเขาจะเป็นคนเลือกเอง เหมือนว่าใครที่จะเข้ามาทำงานกับเขาได้"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย ร้านสมานการค้า)

2. สมาชิกชมรมฯ อยู่ในกลุ่มสมาชิก ของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยมีบทบาทหน้าที่คือจัดร้านค้า ขายของ และร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เมื่อมีประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำของชมรมฯ โดยสมาชิกชมรมฯ ไม่มีบทบาทในการบริหารงานของชมรมฯ

❑ การรับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นตั้งขึ้นมาเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้า เพื่อการบริหารจัดการให้การค้าในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและไม่มีปัญหา ดังนั้นข้อกำหนดอย่างหนึ่งคือผู้ที่จะเป็นสมาชิกชมรมต้องเป็นคนที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเท่านั้น

"คือสมาชิกเนี่ยให้อยู่ในเขตเทศบาล ทั้ง 10 ชุมชนเนี่ย เรารับได้"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"เขาอยากจะสงวนไว้ให้เฉพาะคนในชุมชนจริงๆ เพราะถ้ารับคนทั่วไปจะมีจำนวนมาก และคนมากก็มีปัญหามาก"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

"ตรงนี้ ก็คือชมรมเขาจะมีจำกัด ข้อจำกัดว่าต้องเป็นคนในพื้นที่"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

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

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

"ก็คือส่วนใหญ่ อย่างคนพื้นที่จริงๆ เขาก็จะเข้านะคะ ไปอยู่ในชมรมแทบทั้งหมด คนที่จะขายของในบริเวณตลาดน้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่เป็นส่วนของเทศบาล ก็คือต้องเป็นสมาชิกของชมรมแผงลอย"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

พันธมิตร

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

<u>8. ชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น จะเห็นได้ว่าคนในชุมชนได้เข้ามาเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของการขายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากชมรมตั้งขึ้นเพื่อให้กลุ่มสมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ ทำให้กลุ่มสมาชิกสามารถประกอบกิจการโฮมสเตย์ได้ประสบผลสำเร็จ มีความมั่นคง ซึ่งเท่ากับเป็นชมรมฯ ตั้งขึ้นเพื่อรักษาและขยายเครือข่ายให้เพิ่มมากขึ้นในอีกทางหนึ่ง

จากการวิจัยพบว่าชมรมโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์ โดยแรกเริ่มนั้นเกิดจากกำนันธวัช ที่อยู่ตำบลปลายโพงพาง เผอิญมีเพื่อนๆ ของท่านมาชมวิถีชีวิตชมธรรมชาติ ดูหิ่งห้อย แต่เผอิญบ้านพักของท่านอยู่ไกลจากตลาดอัมพวา อาหารการกินก็ไม่สะดวก ก็เลยมีอาหารให้กินแบบชาวบ้าน วันนี้ทำอะไรกินก็ช่วยกัน แล้วก็ไปเที่ยวพักผ่อนกัน ครั้งนั้นทำให้เพื่อนๆ ที่มาเที่ยวติดใจ ท่านก็เลยจัดเป็นโฮมสเตย์ในลำดับแรกๆ ของชุมชนแถวนั้น

ในส่วนของตลาดน้ำอัมพวาการเปิดโฮมสเตย์เกิดขึ้นหลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาได้ไม่นาน ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญคือ แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักได้พัฒนาตลาดน้ำควบคู่กับการพัฒนาโฮมสเตย์ เนื่องจากทั้งสองกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กัน เมื่อคนมาเที่ยวตลาดน้ำมากขึ้น ความจำเป็นเรื่องที่พักก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่ขณะนั้นคนในชุมชนก็ยังไม่เห็นภาพว่าตลาดน้ำกับโฮมสเตย์สัมพันธ์กันอย่างไร และมีคำถามตามมาคือ "...นายก แล้วใครจะมานอน" ดังนั้นเมื่อแกนนำหลักทำโฮมสเตย์อยู่แล้ว จึงพัฒนาเพื่อเป็นตัวอย่างให้คนในชุมชนได้เห็น พร้อมทั้งสนับสนุนให้คนในชุมชนที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่ขายของในตลาดน้ำอัมพวาพัฒนาบ้านพักของตนเองให้เป็นโฮมสเตย์ขึ้น

"แม้กระทั่งตอนเริ่มใหม่ๆ ปีที่ 2 ปีที่ 3 บอกให้ทำโฮมสเตย์ นายก...ใครจะมานอน แต่ตลาดน้ำเนี่ยเค้าเห็น พอบอกตลาดน้ำปุ๊ป เค้าสนใจ แต่ถ้าบอกให้คนมานอนพักเมื่อปี 2547 ใครจะมานอน กระบวนการพวกนี้มันก็ต้องกำหนดจุดยุทธศาสตร์"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ท่านก็จะเรียกทั้ง 10 ชุมชนให้มาประชุมกันว่าคนเขาจะเที่ยวอยู่แค่ตรงนี้ อยากให้มีรายได้ก็ให้จัดพัฒนาชุมชนตัวเอง สร้างโฮมสเตย์ แล้วทุกชุมชนถ้าอยากมีรายได้เข้าไป ก็ให้ปลูกโฮมสเตย์ หาสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดลูกค้าเข้าไป"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

จากความเจริญรุ่งเรืองของตลาดน้ำอัมพวาส่งผลให้มีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะเห็นว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ เนื่องจากที่ผ่านมาสมาชิกประกอบอาชีพค้าขายหรือทำสวน ดังนั้นในช่วงแรกจึงต่างคนต่างทำ ดังนั้นแกนนำหลักเห็นว่าในอนาคตข้างหน้าต้องมีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักจึงมีความคิดที่จะรวมกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ขึ้น

"อันนี้เป็นสิ่งที่ทำล้ำหน้า ท่านนายกฯ คาดไว้แล้วว่าจะต้องเกิดที่พักแบบนี้ขึ้นมาอีกมาก ท่านก็เลยพยายามรวมกลุ่มให้ได้ก่อนเลย"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

ชมรมโฮมสเตย์จึงเกิดขึ้นโดยครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัดของสมุทรสงคราม เนื่องจากมีโฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ อำเภอเมือง อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที แต่ในการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มโฮมสเตย์ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งอยู่ในเขตของอำเภออัมพวาเท่านั้น

❑ วัตถุประสงค์ในการตั้งชมรมโฮมสเตย์

การตั้งชมรมโฮมสเตย์ เพื่อให้มีความชัดเจนในการทำงานจึงได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ คือ

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

"แต่จริงๆ กลุ่มไม่ใช่กลุ่มใหญ่ เป็นกลุ่มรักษาผลประโยชน์มากกว่ากลุ่มที่มีผลประโยชน์ถูกมั้ยครับ คือ รายได้ของกลุ่มไม่ใช่เยอะ คือจัดตั้งขึ้นมาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของโฮมสเตย์มากกว่า"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"มีวัตถุประสงค์ค่อนข้างชัด ตอนจัดตั้งเป็นชมรมก็มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน คือรวมกลุ่มบ้านพักเพื่อช่วยเหลือแก้ปัญหากัน ให้คำแนะนำกัน เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจด้านนี้"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

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

ชมรมฯ ได้ โดยจะสอบถามนักท่องเที่ยวว่าต้องการที่พักแบบไหน โซนใด ถ้าที่นี่เต็มก็จะเช็คที่อื่น และก็จะส่งต่อให้

"คือการทำงานของกลุ่มที่แรกเราตั้งใจไว้อยากให้มันมีผลชัดเจนกับคนที่เข้าร่วมกับไม่เข้าร่วมค่ะ คือชมรมจะทำงานเข้าไปช่วยพัฒนาสมาชิก ด้านศักยภาพ ด้านความรู้ และอื่นๆ รวมถึงการส่งต่อนักท่องเที่ยวกัน ที่นี่เต็มก็ส่งต่อให้อีกที่กันภายในกลุ่ม การเข้ากลุ่มกัน เข้าชมรมกัน ไปรู้จักกัน บ้านไหนเป็นอย่างไร ก็จะส่งต่อกัน ลูกค้ามาท่องเที่ยวต้องการแบบไหน ที่ไหนโซนไหน ถ้าที่นี่เต็มเราก็จะเช็คที่อื่นให้และเราก็จะส่งต่อให้"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการชมรมโฮมสเตย์)

"เพราะตอนนั้นมีแขกมาแขกเราเต็มก็ส่งไปบ้านอ๊อบ บ้านฐนิชา อ๊อบก็ส่งแขกมาบ้านเรา"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / เจ้าของบ้านครูปู)

❑ โครงสร้างการบริหารงาน

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 เหรัญญิก

ซึ่งบุคคลที่ดำรงในตำแหน่งต่างๆ จะพิจารณาจากการพูดคุยในที่ประชุม และกรรมการจะมีบทบาทหน้าที่ตามตำแหน่งของตนเอง

3. สมาชิกชมรมฯ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

❑ สมาชิกชมรมโฮมสเตย์

สมาชิกชมรมโฮมสเตย์นั้นจะเป็นผู้ที่เปิดกิจการโฮมสเตย์ แล้วมีความประสงค์จะสมัครเข้าในชมรมโฮมสเตย์

จะเห็นว่าชมรมโฮมสเตย์เข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาตลาดน้ำ คือ ช่วยดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ใช้ชีวิตอยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีกิจกรรมและค่าใช้จ่ายหมุนเวียนมากขึ้นตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มแม่ค้าที่สามารถขายของได้ถึง 4 ทุ่ม กลุ่มแม่ค้าที่ขายของตอนเช้า ซึ่งทำให้รายได้กระจายไปยังแม่ค้าที่ขายของตอนเช้าไม่ใช่เฉพาะเพียงช่วงเย็นเท่านั้น

2. องค์ประกอบของเครือข่าย

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

1. **การรับรู้มุมมองร่วมกัน** (Common perception)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากแนวคิดของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ต้องการพัฒนาเทศบาลตำบลอัมพวาให้มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้นประกอบกับความต้องการของคนในชุมชน โดยเฉพาะแม่ค้าที่ขายของในตลาดเนื่องจากที่ผ่านมาตลาดเงียบเหงาเหมือนตลาดที่ตายไปแล้ว แม่ค้าไม่สามารถขายของได้ ขายได้

บ้างเพียงวันละไม่กี่ร้อยบาทเท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกที่มารวมกันเป็นเครือข่ายต่างมีมุมมองในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ต้องการที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาเหมือนเดิม มีรายได้เข้ามาในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

"เดิมอัมพวาเป็นตลาดที่ใหญ่มากเมื่อ 40-50 ปีที่แล้ว และค่อยๆเงียบลงไป จนชาวบ้านเริ่มรู้สึกว่าเราอยากได้ตลาดคืนมา ที่นี้เราไม่รู้จะทำอย่างไร กระแสพูดที่พูดกันมาก่อนที่ตลาดน้ำจะเกิดนี่ชาวบ้านคุยกันมาเกือบ 10 ปี เท่าที่อ๊อบจำได้ อยากมีตลาดน้ำแต่ไม่รู้จะรื้อฟื้นมันกลับมาอย่างไร"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการชมรมโฮมสเตย์)

"อยากจะให้ชุมชนเรามีรายได้ เพราะทุกวันนี้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดร้างเลยนะ รายได้เราก็ไม่มี"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"เพราะว่าอยากให้คนในชุมชนมีรายได้ มีอาชีพเสริม คือว่าเวลานั่นก็ปิดบ้านก็เงียบ อ้อมก็เห็นนะว่าเป็นอย่างไร วิถีชีวิตของชาวบ้านในอัมพวาเนี่ยแต่ก่อนนี้จะเงียบมาก มีแต่คนแก่เฝ้าบ้าน พอมีตลาดน้ำขึ้นมาเนี่ยลูกหลานก็กลับมาหนึ่งคือว่าลูกหลานก็กลับมาบ้านมาค้าขาย แล้วทุกคนแต่ละบ้านก็มีรายได้เพิ่มมากขึ้น"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสมาชิกแต่ละกลุ่มที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต่างรับรู้และมีมุมมองร่วมกัน คือ ต้องการพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาเป็นที่รู้จักอีกครั้ง และทำให้เศรษฐกิจของชุมชนอัมพวาดีขึ้นกว่าเดิม

2. **การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน** (Common Vision)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น แกนนำหลักท่านได้ตั้งวิสัยทัศน์ไว้อย่างชัดเจนว่า "**ต้องการทำให้เศรษฐกิจของอัมพวาดีขึ้น**" โดยการพัฒนาตลาดน้ำอย่างที่เคยเป็นมาแต่อดีตขึ้นมาใหม่ แต่จะเห็นได้ว่าการรับรู้ของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายช่วงแรกจะแตกต่างกัน

บางกลุ่มเชื่อว่าสามารถพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง เช่น มาขายของ คนที่ไม่เคยพายเรือก็ต้องลงมาช่วยกันเพื่อให้ตลาดดูคึกคัก แต่สมาชิกบางส่วนก็ยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาตลาดน้ำจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมาตลาดน้ำอัมพวานี้เงียบเหงามาก ไม่ใช่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นสมาชิกที่ออกมาร่วมขายของก็ยังกึ่งกล้ากึ่งกลัวว่าจะขายได้หรือไม่ แกนนำหลักจึงต้องจ้างกลุ่มสมาชิกที่พายเรือมาขายของ โดยให้ค่าจ้างวันละ 300 บาท เพื่อสร้างความมั่นใจว่าอย่างน้อยก็ยังมีรายได้ ทำให้ในช่วงแรกการเคลื่อนไหวต่างๆ ไม่มีพลังเท่าที่ควร

"ท่านก็บอกว่าท่านจะทำเศรษฐกิจอัมพวาให้ดีขึ้นท่านก็เริ่มทำตลาดน้ำ เริ่มเรียกชุมชน 10 ชุมชนเข้าประชุม เข้าประชุมแล้วก็ว่าเออเราจะทำยังไงดีให้เรารื้อฟื้นตลาดน้ำเก่าให้มีใหม่แบบอย่างเดิม"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"สมาชิกเราก็ไปชวน คนก็ไม่กล้าขาย เพราะว่าให้เขาขายตอนเย็น เขาขายไม่กี่ชั่วโมงเดี๋ยวมืดแล้ว ของที่ขายถ้าขายไม่ได้จะทำอย่างไร ท่านนายกฯ ก็เลยเอาอย่างนี้ท่านจ้างให้แล้วกัน จ้างลำละ 300 บาทต่อวัน ก็คือของที่เอามาขายขายได้คุณก็เอากลับไป แล้วแถมให้อีกลำละ 300 บาท"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"ผมก็ดูๆในใจผมว่าเจ๊งคือเราคิดนะ เราก็มาเอ๊ะ...เราก็คนอัมพวา เราอยากให้ตลาดน้ำอยู่นานๆนะอยากจะมีส่วนร่วมด้วยทำอย่างไงดี ก็ตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ ซึ่งก่อนมันเงียบ โต๊ะประชาสัมพันธ์ของเราก็จะมีคาราโอเกะด้วย"

(คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

แต่หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปประมาณ 6 เดือน ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น รายได้เริ่มเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเห็นเป้าหมายชัดเจนว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในจุดเริ่มของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย แกนนำหลักได้ตั้งวิสัยทัศน์ไว้อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าในช่วงแรกสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายจะมีวิสัยทัศน์ที่แตกต่างกัน แต่เมื่อผ่านไประยะเวลาหนึ่งสมาชิกในเครือข่ายทุกคนต่างมีวิสัยทัศน์ร่วมกันอย่างชัดเจน

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

การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นตั้งอยู่บนผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างชัดเจน คือ ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นที่รู้จักส่งผลให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างอาชีพให้กับกลุ่มสมาชิก จะเห็นได้ว่าจากเดิมที่คนในชุมชนบางกลุ่มต้องออกไปทำงานที่กรุงเทพมหานครก็กลับมาทำงานที่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

"ช่วงแรกก็มีพวกแม่ค้า แล้วก็คงจะมีกลุ่มงานของท่าน พอเริ่มขายดีทุกคนก็ให้ความร่วมมือกันเยอะ พอเห็นประโยชน์เริ่มจะได้"

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

"เหมือนกับว่าช่วงแรกยังไม่รู้ว่าจะรอดหรือเปล่า แต่พอเห็นคนอื่นเข้ามาแล้วขายได้ ก็เลยเข้ามาขายบ้าง"

(คุณผุศณี จำปาทิพย์ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

จากการที่สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายต่างได้รับผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน คือ ในเรื่องของเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จูงใจให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาและส่งผลต่อความเหนี่ยวแน่นของเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น

4. **การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง** (All Stakeholders Participation)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายนั้นแตกต่างกัน ซึ่งหากพิจารณาจากการมีส่วนร่วมในเรื่องของการวางแผน กำหนดทิศทางการพัฒนา ทุกกลุ่มในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้เชิญกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยมาร่วม

ปรึกษาและแสดงความคิดเห็น ในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และนอกจากนั้นยังได้มีการจัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทุกคนในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

"ก็เข้ามาร่วมประชุม แต่ชุมชนที่อยู่ใกล้ก็จะมีส่วนในการจัดทำตลาดน้ำมากกว่า"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

แต่ถ้าพิจารณาการมีส่วนร่วมคือการที่สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้เข้ามาช่วยกันทั้งในเรื่องขายของหรือว่าช่วยเตรียมการ จะเห็นได้ว่าสมาชิกแต่ละกลุ่มนั้นเข้ามามีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องด้วยพื้นที่ตั้งชุมชนของสมาชิกแต่ละคนอยู่ใกล้อยู่ไกลจากตลาดน้ำอัมพวาแตกต่างกัน

"ในช่วงเริ่มประธานชุมชนทุกคนก็มารับรู้รับทราบเท่านั้นครับ แต่ทุกคนก็ยังกึ่งกล้ากึ่งไม่กล้าเพราะพื้นที่อยู่คนละพื้นที่จะมาก็ลำบาก เพราะเรือพายก็หมดแล้ว ชาวบ้านหมดสภาพทางเรือไปเยอะ"

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

"บางทีมันไม่ครบหรอก เพราะว่าบางชุมชนเค้ามองไม่ออก พื้นที่เค้าไม่ใกล้ตลาดน้ำเค้าก็จะยังมองไม่ออกว่าเค้าควรที่จะทำอะไรในชุมชนของเค้า พอมันมาอยู่ ณ จุดนี้ทุกคนจะมุ่งค้าขาย มันมีทั้งตลาดบนบกและตลาดในน้ำไม่ได้มุ่งเรื่องอื่นเลย"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

โดยช่วงแรกของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนตลาดอัมพวาได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนตลาดอัมพวาอยู่บริเวณพื้นที่ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางของการค้าขายของชุมชน ประกอบกับแกนนำหลักต้องการให้ชุมชนตลาดอัมพวาเป็นจุดเริ่ม และทำให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกที่อยู่ในชุมชนอื่นๆ เห็นว่าสามารถพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ และเพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มแกนนำของชุมชนอื่นๆ นำไปพัฒนาชุมชนตนเองต่อไป

"ทีแรกเริ่มจากฝั่งโน้น(ชุมชนตลาดอัมพวา) ปีแรกเลยเริ่มจาก 47 ถึงกลางปี 48 ฝั่งโน้นอย่างเดียวฝั่งนี้(ชุมชนวัดอัมพวัน)ไม่มี"

(คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

หลังจากตลาดน้ำอัมพวาเปิดแล้ว นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและมาเที่ยวมากขึ้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันก็ได้เข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนวัดอัมพวันอยู่ใกล้ชุมชนตลาดอัมพวา เพียงเดินข้ามสะพานเท่านั้นจึงทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

"ใช่ค่ะ แล้วก็มีประธานชุมชนตลาดอัมพวา แล้วก็ข้ามไปฝั่งวัดอัมพวันนะคะ ชุมชนวัดอัมพวัน เพราะชุมชนตลาดเหมือนตอนแรกก็เกิดก่อน เกิดก่อนก็ช่วงหน้าเทศบาล ระยะหนึ่งค่ะ พอเริ่มบูมก็ย้ายข้ามฝั่ง มาอยู่ตรงนั้น ตรงนั้นเป็นจุดที่มาทีหลัง แต่ว่าทำไปทำมาเหมือนจะเป็นจุดที่เจริญที่สุด และมีรายได้มากที่สุด มากกว่าแม่ค้าที่อยู่ฝั่งนี้จะได้คือ เย็นค่ะอิ่มมาเรียบร้อยแล้วค่ะถึงจะมาเดินทางนี้ เพราะว่าฝั่งโน้นมันสะดวงตรงที่ว่ามี อุทยาน มีวัด และมีที่จอดรถ"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

หลังจากนั้นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนคลองอัมพวา ก็พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาโดยต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวาเข้าไปในคลองด้านใน ซึ่งช่วงแรกนักท่องเที่ยวบางส่วนยังเดินไปไม่ถึง ต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปี เพื่อให้ 2 ชุมชนแรกขยายตัวจนไม่มีพื้นที่ในการขายของ จนต้องขยายมาในชุมชนที่อยู่ด้านใน

"ชุมชนที่มีบทบาทในช่วงแรกก็ตลาดกับวัดอัมพวัน แล้วก็มาคลองอัมพวา ตอนนี้ก็ประชาอุทิศ แต่เรื่องของชุมชน ผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนจะทำกันเอง อย่างพี่เนี่ยพี่ก็เปิดขยายต่อเข้ามาจากตลาด เมื่อวันที่ 7 เดือนกรกฎาคม 2550 พี่เปิดเป็นทางการ คือขยายออกมาจากตรงสะพาน ชุมชนพี่จะอยู่ตั้งแต่ใต้ถุนสะพานรถยันสะพานรถจุฬารอบเกาะ"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

ในช่วงของการพัฒนาและขยายตลาดน้ำอัมพวานั้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในระยะเวลาที่แตกต่างกันตามลักษณะของพื้นที่ แต่ในส่วนของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 เนื่องจากเป็นชุมชนที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวาและอยู่ห่างจากตลาดน้ำอัมพวาโดยมีถนนกั้น ดังนั้นการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมโดยการขายของที่ตลาดน้ำนั้นจะน้อยมาก แต่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 ก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งถือว่าเป็นการต่อยอดมาจากตลาดน้ำอัมพวาเช่นกัน

"ไม่ได้เน้นในตลาด แต่เน้นว่าให้คนไปเที่ยวสวน ชมสวนในบางกะพ้อม 2 คนที่มาเที่ยวในตลาดนี้แล้วก็ไปพักในโฮมสเตย์ แล้วก็ไปเดินชมสวนในบางกะพ้อม 2 จะเน้นในลักษณะนี้ให้บางกะพ้อม 2 มีคนไปเที่ยวด้วย"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

"ทีนี้พอการท่องเที่ยวทางน้ำเกิด โฮมสเตย์เกิด เริ่มมีแนวคิดแล้ว ชุมชนที่อยู่ในภาคเกษตร ชุมชนที่อยู่ริมคลองด้านโน้น คิดในเรื่องของการท่องเที่ยวทางน้ำ เฮ้ย...เราก็เปิดโฮมสเตย์ได้นี่ เป็น โฮมสเตย์ที่อยู่ในสวน อยู่ในส่วนผสมผสาน แล้วแต่เค้าจะคิด concept ของเค้า ตรงนี้มันก็เลยมีผลพลอยได้ ซึ่งมันก็ต่อยอดจากตรงจุดนี้ได้"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

จะเห็นได้ว่าจากจุดเริ่มในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกแต่ละชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมมากน้อยแตกต่างกัน แต่จะเห็นได้ว่าปัจจุบันเมื่อตลาดน้ำพัฒนามากยิ่งขึ้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายรูปแบบ เช่น ขายของ เปิดโฮมสเตย์ เป็นต้น

5. **การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน** (Complementary Relationship)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น จะเห็นได้ว่าสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชน ชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ต่างก็ได้มีการช่วยเหลือ สนับสนุน เสริมสร้างซึ่งกันและกัน ทั้งในเรื่องของความรู้ ความสามารถ เนื่องจากสมาชิกแต่กลุ่มต่างก็มีจุดเด่นที่

แตกต่างกัน หรือในส่วนของชุมชนแต่ละชุมชนที่มีสภาพภูมิศาสตร์แตกต่างกัน แต่จะเห็นได้ว่าทุกกลุ่มต่างใช้จุดเด่นของตนเอง เพื่อเสริมสร้างให้เกิดผลทางด้านการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอผลวิจัยของสมาชิกในเครือข่ายแต่ละกลุ่มว่ามีส่วนเสริมสร้างกลุ่มตนเอง กลุ่มอื่นๆ เพื่อส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำ อัมพวาอย่างไร โดยมีรายละเอียดดังนี้

แกนนำหลัก – ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

แกนนำหลักได้เข้ามามีบทบาทโดยเป็นผู้ริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างจริงจัง ทั้งการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากสมาชิกกลุ่มต่างๆ ส่วนใหญ่ในเครือข่ายเป็นชาวบ้านอาจยังมองภาพของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ชัดเจน นอกจากนั้นแกนนำหลักยังมีส่วนช่วยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ทั้งการคิดประเด็นและวิธีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอัมพวาได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจ เนื่องจากแกนนำหลักท่านทำงานในธุรกิจโทรทัศน์มาก่อนจึงรู้จักกับสื่อหลากหลาย นอกจากนั้นจะเห็นได้ว่าแกนนำหลักท่านยังช่วยให้คำปรึกษากับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกชุมชนเพื่อให้สามารถนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาชุมชนตนเองได้

"เพียงแต่ตัวเราไปช่วย เค้าเรียกไปช่วยกำหนดกลยุทธ์มัน คือไม่ใช่บอกอยากทำตลาดน้ำก็เอาเรือกับพายมา แต่เราต้องกำหนดว่าเอ๊ยมันจะเปิดกี่วัน จะขายเวลาไหน ก็ต้องมานั่งคุยกัน"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

"อย่างตัวท่านนายกฯเองก็ต้องชมท่านว่าท่านค่อนข้างกว้างขวางในวงการของสื่อเหมือนกัน ในช่วงแรกก็จะมีสื่อพวก ททท. และพวกช่องทีวีหลายๆ ช่องเข้ามา ซึ่งท่านก็เชิญชวนว่ามีกิจกรรมตรงนี้นะให้ลองเข้ามาถ่ายทำดู

(คุณภูพิรัฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

กลุ่มแกนนำ - เทศบาลตำบลอัมพวา

เทศบาลตำบลอัมพวาเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน โดยกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารในการติดต่อกับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย กล่าวคือ เมื่อแกนนำหลักต้องการจะประชุมกับกลุ่มแกนนำ ก็จะให้กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกจดหมายให้ นอกจากนั้นเมื่อกลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกต้องการที่จะปรึกษา หารือ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชนของตนเอง ก็จะขึ้นมาปรึกษากับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล นอกจากนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาชุมชนนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับงบประมาณสนับสนุนมาจากรัฐบาล ซึ่งการจัดสรรงบประมาณ หรือการเขียนโครงการเพื่อของบประมาณเป็นหน้าที่ของกลุ่มแกนนำจากเทศบาลที่จะต้องดูแลแก่ทุกชุมชน

"ใช่ เราให้คำปรึกษาเค้า เค้ามา ...เฮ้ย...อย่างนั้นดีมั้ย ซึ่งเราคิดไม่ถึงเหมือนเค้าคิดได้ พอคิดปั๊ป เออ....ดีพี่ เราก็เริ่มที่จะให้ปรึกษาเค้า ยิ่งทางเทศบาลมันหนักในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ช่วยมากๆ ขอป้าย ขออะไรเราให้หมด เพราะว่าเค้ายังไม่มี"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

นอกจากเป็นศูนย์กลางข่าวสารให้กับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิกแล้ว กลุ่มแกนนำจากเทศบาลยังมีหน้าที่ช่วยเหลือกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยเช่นกัน โดยช่วยเหลือเช่นเดียวกับชุมชน คือ เมื่อกลุ่มแกนนำชมรมฯ ต้องการจะออกจดหมายเชิญประชุมก็จะแจ้งกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกหนังสือให้ หรือเมื่อเทศบาลต้องจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆ ก็จะแจ้งข่าวและประสานงานไปยังกลุ่มแกนนำชมรมฯ เพื่อให้เข้ามาร่วมกันจัดงาน

"ทางชมรมเราจะแจ้งเองในบางเรื่องเท่านั้น อย่างแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางชมรมจะออกเอง แต่ถ้าเรียกประชุมทางเทศบาลต้องเป็นคนเรียก ก็ประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อบรมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่นท้องร่วง เราก็จะเรียกประชุมทีหนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำจากเทศบาลมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิก รวมทั้งกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในเรื่องของเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางราชการ เช่น การออกจดหมาย และเรื่องของงบประมาณ

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนตลาดอัมพวา

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

"ใช่ เพียงแต่เราแยกดูแม่ค้าอย่างเดียวเลย ชุมชนเค้าจะดูเรื่องในชุมชน"
(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"ก็ประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อบรมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่น ท้องร่วง เราก็จะเรียกประชุมทีหนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล"
(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกกลุ่มย่อยๆ ในชุมชนตลาดอัมพวา มีส่วนเสริมสร้างทำให้ชุมชนตลาดอัมพวาเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาต่อไป

นอกจากนั้นชุมชนตลาดอัมพวาเองยังมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ ด้วย เนื่องจากชุมชนนั้นตั้งอยู่บริเวณฝั่งเทศบาลตั้งแต่ปากคลองอัมพวา จนถึงสะพานข้ามคลอง (สะพานเดชาดิศร) ซึ่งมีพื้นที่ค่อนข้างกว้างทำให้สามารถวางร้านขายของได้หลายร้าน บริเวณ

ด้านหลังอาคารริมน้ำเป็นท่ารถโดยสาร ที่จอดรถจุดเชื่อมต่อไปยังในตัวจังหวัดกับต่างจังหวัด มีท่าเรือเพื่อรับส่งผู้โดยสารจากฝั่งตรงข้าม เช่น ท่าเรือจากวัดบางนางลี่ใหญ่

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจุดเด่นของชุมชนตลาดอัมพวาคือเป็นศูนย์กลางในการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถและทางเรือ แต่จุดอ่อนคือบริเวณชุมชนจะไม่ค่อยมีพื้นที่สำหรับจอดรถ และในช่วงตอนบ่ายบริเวณริมคลองแดดจะค่อนข้างร้อน ทำให้คนเดินในช่วงเวลานี้น้อย

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนวัดอัมพวัน

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

> *"ประชาสัมพันธ์ตรงตลาดน้ำเขาก็เน้นนะว่ามีเฉพาะ ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ แต่บางคนไม่ได้ฟังพอมาเที่ยวก็มาจังหวะไม่มี แล้วร้านแถวนี้จะไม่ขายเลยนะ เราบอกว่าบ้านใครที่อยู่ตรงนี้ช่วยกันบ้างนิดๆหน่อยๆ เท่านั้นแหละ เขามาเขาจะได้ไม่เก้อ"*
>
> *(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)*

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

"เวลามีอะไรขึ้นมาเขาก็จะพิมพ์เป็นใบขึ้นมาแล้วก็ไปแจกแม่ค้า อย่างมีเรื่องแบบนักท่องเที่ยวทานอาหารแล้วท้องเสีย เป็นไข้ ก็ไปประชุมกันที่สาธารณสุข แล้วก็จะมีข้อมูล ข่าวสารใหม่ๆ เข้ามาเรื่อยๆ"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

สำหรับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ที่อยู่ในเขตชุมชนวัดอัมพวันมีประมาณ 1-2 แห่งเท่านั้น แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยชุมชน คือ รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักบริเวณชุมชนโดยตรง หรือนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถและไม่สะดวกที่จะต้องเดินทางไกลไปยังชุมชนอื่น ณ ตรงนี้ผู้วิจัยได้พบจากประสบการณ์ตรง คือ ขณะที่สัมภาษณ์ เจ้าของบ้านรสสุคนธ์ ซึ่งอยู่บริเวณด้านหลังของริมคลองอัมพวา ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาคนเดียวและไม่ได้จองที่พักล่วงหน้า ก็เดินดูของอยู่บริเวณริมคลอง และได้มีเพื่อนบ้านพานักท่องเที่ยวมาส่งและแจ้งว่านักท่องเที่ยวต้องการพักที่ใกล้ๆ แถวนี้ เพราะมาคนเดียวและไม่มีรถ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ถึงแม้ในชุมชนนั้นจะมีโฮมสเตย์เพียงไม่กี่แห่ง แต่ก็สามารถส่งเสริมต่อเครือข่ายได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นชุมชนวัดอัมพวันยังมีส่วนเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ เนื่องจากชุมชนตั้งอยู่บริเวณฝั่งวัดอัมพวันเจติยาราม ตั้งแต่ปากคลองจนถึงสะพานข้ามคลอง(สะพานเดชาดิศร) ในบริเวณชุมชนมีทางเชื่อมไปวัดอัมพวัน ซึ่งบริเวณวัดมีพื้นที่สามารถใช้เป็นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับการตั้งบ้านเรือนในส่วนที่อยู่ริมคลองหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ดังนั้นในช่วงบ่ายหน้าบ้านจะไม่ร้อน แม่ค้าสามารถออกมาตั้งขายของกันได้ตั้งแต่เที่ยง จึงทำให้คนมาจอดรถที่วัดอัมพวันแล้วก็เดินเที่ยวฝั่งชุมชนวัดอัมพวัน พอช่วงเย็นจึงข้ามมาเดินฝั่งชุมชนตลาดอัมพวา

"แล้วทางโน้น (ชุมชนตลาดอัมพวา) แดดมันร้อนมันไม่ค่อยมีคน เราก็เลยเริ่มตรงนี้ริมคลองก่อน"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"ก็มีประธานชุมชนอัมพวา ที่ตลาดอัมพวา แล้วก็ข้ามไปฝั่งชุมชนวัดอัมพวันนะคะ เพราะตลาดเหมือนตอนแรกก็เกิดก่อน เกิดก่อนก็ช่วงหน้าเทศบาล พอเริ่มบูมก็ย้ายข้ามฝั่ง มาอยู่ตรงนั้น ตรงนั้นเป็นจุดที่มาที่หลัง แต่ว่าทำไปทำมาเหมือนเป็นจุดที่เจริญที่สุด และมีรายได้มากที่สุด มากกว่าคนที่อยู่แม่ค้าที่อยู่ฝั่งนี้จะได้คือ เย็นค่ะอิ่มมาเรียบร้อยแล้วค่ะถึงจะมาเดินทางนี้ เพราะว่าฝั่งโน้นมันสะดวงตรงที่ว่ามี อุทยาน มีวัด และมีที่จอดรถ"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

ดังนั้นชุมชุมวัดอัมพวันจึงเป็นจุดเสริมให้กับชุมชนอื่นๆ ในด้านสถานที่จอดรถที่สะดวกและบริเวณชุมชนที่ไม่ร้อน สามารถตั้งร้านขายของได้ตั้งแต่ช่วงบ่าย ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาก็สามารถมาเดินบริเวณที่ชุมชนวัดอัมพวันก่อนที่จะไปเที่ยวต่อยังชุมชนอื่นๆ

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนคลองอัมพวา

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

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

ได้รับแรงเสริมจากชุมชนตลาดอัมพวา และชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของสถานที่จอดรถ และนักท่องเที่ยวที่มาแล้วเดินเที่ยวต่อเข้าไปยังชุมชนคลองอัมพวา

ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย จากการวิจัยพบว่ามิใช่เพียงเสริมสร้างในด้านศักยภาพด้านภูมิศาสตร์สถานที่ตั้งของชุมชนเท่านั้น แต่ในเครือข่ายยังมีการเสริมสร้างกำลังใจซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น ชุมชนคลองอัมพวาที่พื้นที่อยู่ด้านในการพัฒนานั้นค่อนข้างยาก แต่กลุ่มแกนนำชุมชนก็ได้รับกำลังใจแกนนำหลัก และแกนนำชุมชนอื่นๆ ให้พยายามและสู้ต่อไป

"คือว่า เราแบบว่ามีกำลังใจ ท่านนายกบอกสู้ไปเถอะ ไม่เป็นไรหรอก ติดหรือไม่ติดก็ไม่เป็นไร ทีนี้เรามีแรงจูงใจงัย คือว่าท่านนายกก็ให้กำลังใจ เพื่อนบ้านแต่ละชุมชนบอกว่าทำไปเถอะ ใครจะว่าอย่างไรไม่ต้องสนใจ ทำของเราไป"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนบางกะพ้อม 2

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

จะเห็นได้ว่าแต่ละกลุ่มที่มารวมเป็นเครือข่ายนั้น ต่างใช้จุดเด่นของตนเองสนับสนุนกลุ่มอื่นๆ แกนนำหลักซึ่งเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนด้านนโยบาย การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาให้กับทุกชุมชน ในส่วนของแต่ละชุมชนเองก็มีจุดเด่นจุดอ่อนที่แตกต่างกัน แต่ก็ได้อาศัยจุดเด่นของชุมชนอื่นๆ มาส่งเสริมเพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชนของตนเอง ตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกทุกกลุ่ม

เสริมสร้างและทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็ง และส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างมั่นคงและยั่งยืน

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ชมรมหาบเร่แผงลอย

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

"....คือแยกงานชุมชน ชุมชนเค้าก็จะดูระหว่างเรื่องในชุมชน แต่ชมรมแผงลอยจะดูเรื่องแม่ค้าเลย"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

พันธมิตร - ชมรมโฮมสเตย์

เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์ซึ่งเป็นพันธมิตรของเครือข่ายมีส่วนเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากชมรมโฮมสเตย์นั้นเป็นการรวมกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านและไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์มาก่อน ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์จึงมีส่วนเข้ามาเพื่อให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการทำโฮมสเตย์ให้กับสมาชิก

มีวัตถุประสงค์ค่อนข้างชัด ตอนจัดตั้งเป็นชมรมก็มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนคือรวมกลุ่มบ้านพักเพื่อช่วยเหลือแก้ปัญหากัน ให้คำแนะนำกัน เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจด้านนี้"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

6. **การพึ่งพิงกัน** (Interdependence)

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่าสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายนั้นมีทั้งการพึ่งพิงกันทั้งในกลุ่มตนเอง และพึ่งพิงกับกลุ่มอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

"เพราะฉะนั้นสร้างเป้าให้เค้า ไม่ใช่ให้เค้ามารับคำสั่งผม สิ่งที่เราจะได้รวบรวม แล้ว screen แล้วจัดเรียง สร้าง Process แล้วให้ความสำคัญ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"เริ่มแรกหรอค่ะ เราก็ต้องช่วยท่านนายกฯ เป็นทั้งประธานชุมชนเป็นทั้งเลขาท่าน ไม่รู้นะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกๆบ้าน ขอร้องเขาขาย แรกๆก็ โอ๊ย...จะขายได้เหรอ? เดี๋ยวก็เจ๊ง จริงๆ แล้วมันไม่ใช่ ถ้าเราไม่ลองก็ไม่รู้นะ ของอย่างงี้ไม่ลองก็ไม่รู้ ขายเถอะค่ะ พี่เชื่อว่าถ้าขายทุกบ้าน พี่เชื่อว่าทุกคนต้องขายได้"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"เวลาพี่เรียกชุมชน พี่ส่วนใหญ่จะขอชุมชนละ 3 ท่าน คงไม่หมดนะค่ะ อย่างน้อยประทาน รองประธาน เลขา แล้วแต่ใครจะมา แต่ที่สำคัญ ประธานต้องมา ถ้าประธานติดธุระจริงๆ ประธานมาไม่ได้ ประธานต้อง มอบตัวแทนมาเลยว่านี่ประธานของฉัน สามารถตัดสินใจแทนได้ในที่ ประชุม พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

ในส่วนของชุมชนเอง ถึงแม้จะแบ่งการบริหารงานของแต่ละชุมชนอย่างชัดเจน แต่กระนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแต่ละชุมชนก็ยังมีการพึ่งพิงกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลอย่างเห็นได้ชัดเจน

จากนโยบายการบริหารงานและการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาของแกนนำหลัก ร้อยโท พัชโรดม อุณสุวรรณ ที่ให้กลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้บริหารงานและพัฒนาชุมชนของตนเอง ซึ่งแต่ละชุมชนจะได้รับงบประมาณแยกจากกัน ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละชุมชนจะนำไปพัฒนาด้านอะไร เช่น ชุมชนตลาดอัมพวา ส่วนหนึ่งก็ซื้อของที่ต้องมาใช้ในชุมชน เช่น ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ สำหรับให้นักท่องเที่ยวมานั่งทานอาหาร หรือชุมชนคลองอัมพวา ก็นำเงินงบประมาณไปซื้อเก้าอี้ ถังขยะ ต่อไฟบริเวณริมคลองให้สว่างขึ้น เป็นต้น แต่กระนั้นแต่ละชุมชนก็ยังต้องมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เนื่องจากเมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้รับงบประมาณในแต่ละครั้งจะต้องมีการระดมความคิดเห็นของคนทั้งชุมชนว่าจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาในเรื่องอะไร หรือกรณีที่มีประชุมในเรื่องการพัฒนาด้านอื่นๆ ซึ่งการประชุมทุกครั้งทุกชุมชนจะต้องมีแกนนำหลักเข้าร่วมด้วย หรือถ้าแกนนำหลักท่านไม่สามารถเข้าร่วมได้ก็จะมีกลุ่มแกนนำจากทางเทศบาลเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชนมีปัญหาต่างๆ ก็จะไปปรึกษากับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล

"..... ส่วนชุมชนจะให้พี่ลงไปอยู่กับเขา หมายความว่าวันนี้ชุมชนเค้าจะ ประชุมลูกบ้านเค้าละ เรื่องนั้นเรื่องนี้ เค้าก็จะโทรกริ๊งคุณเล็กว่างมั้ยวันนั้น วันนี้ อะไรอย่างนี้"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

"แต่ส่วนใหญ่เวลารวมตัว หรือจัดประชุมอะไร ท่านก็จะมาทุกครั้ง เหมือนมาพูดมาอะไรอย่างนี้ท่านก็จะมา"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"ก็จะมีคุณศรีประภาศ นักพัฒนาชุมชน ก็จะถามความเห็นว่าทำได้มั้ย เพราะบางครั้งข้อกฎหมายผิดข้อกฎหมายมั้ย ทำได้ก็ได้ ทำไม่ได้ก็อย่าทำ"

(คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์ : รองประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

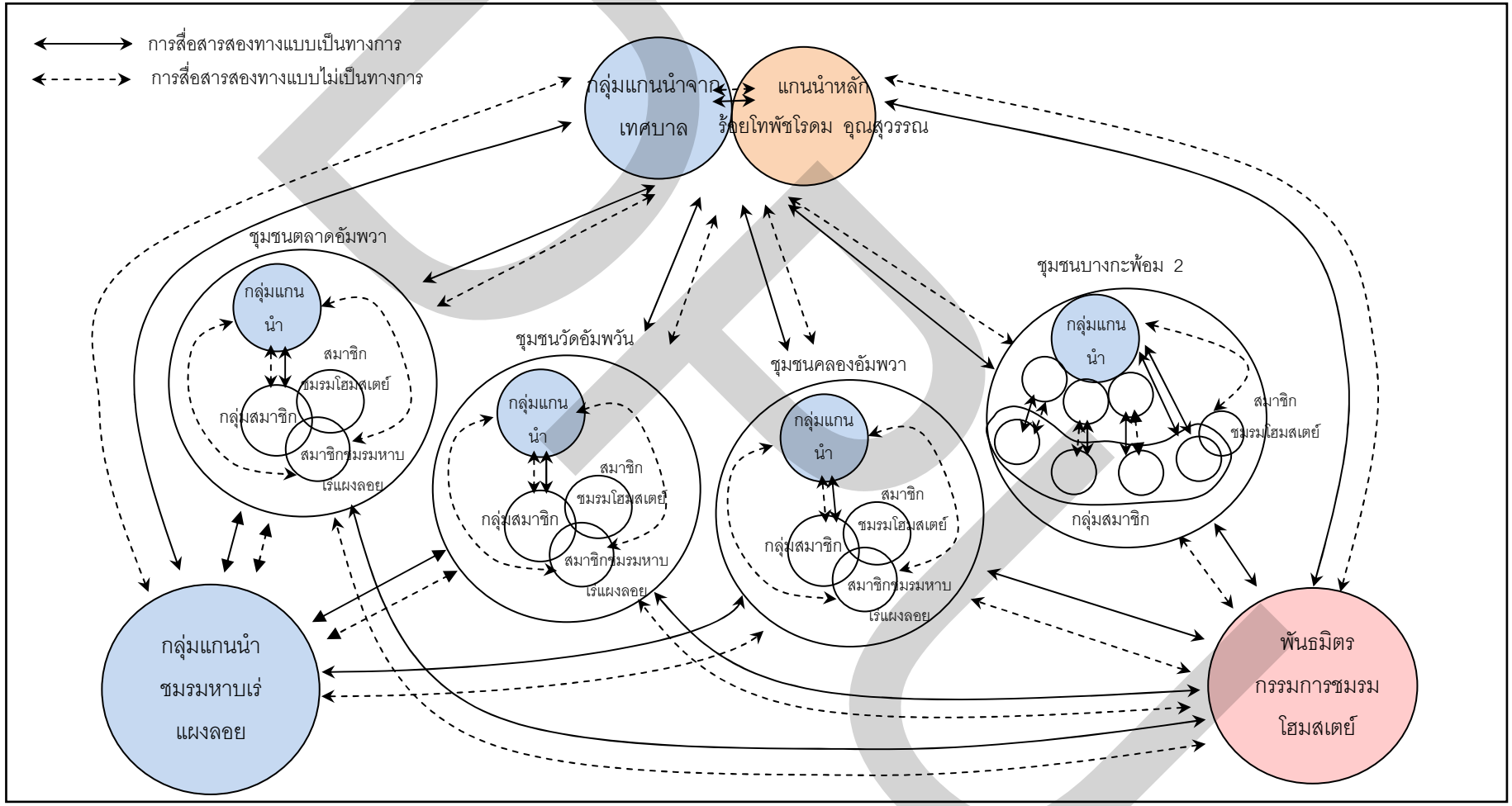
สำหรับกลุ่มสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพ คือ แม่ค้า ก็ได้พึ่งพิงชมรมหาบเร่แผงลอย ทั้งในเรื่องสถานที่ขายของ ข่าวสาร ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำมาค้าขาย หรือในส่วนของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ก็ได้พึ่งพิงชมรมโฮมสเตย์ในเรื่องของการตั้งราคา การดูแลลูกค้า การเขียนบิล การส่งแขก รวมทั้งข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเห็นว่าแต่ละกลุ่มต่างก็มีบทบาทในการเสริมสร้างซึ่งกันและกันอย่างเหมาะสมและลงตัว กล่าวคือ ผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐ ได้แก่ แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เป็นกลุ่มที่ดูแลและวางแผนงานต่างๆ ซึ่งต้องพึ่งพิงชุมชนในการทำให้แผนงานประสบผลสำเร็จ ชุมชน ประกอบด้วยสมาชิกหลากหลายกลุ่ม โดยกลุ่มแกนนำก็ต้องพึ่งพิงแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลในการบริหารงานในชุมชน ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่งต้องประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเอง ไม่ว่าจะค้าขาย หรือเปิดโฮมสเตย์ ต่างก็ต้องพึ่งพิงชมรมในด้านข่าวสาร ความรู้ และสุดท้าย ชมรม ซึ่งการที่ชมรมจะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยอาศัยสมาชิกในชมรม ซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกของชุมชนต่างๆ นั่นเอง

ดังนั้นสมาชิกเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละกลุ่มต่างพึ่งพิงกันเพื่อให้เครือข่ายมีเข้มแข็งอย่างแท้จริง

7. **การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน** (Interaction)

จากคุณลักษณะของเครือข่ายที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าเครือข่ายจำเป็นที่ต้องมีการสื่อสารภายเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายเข้าด้วยกัน จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายมีการสื่อสารสามารถอธิบายตามภาพที่ 15 ดังนี้



ภาพที่ 15 แสดงการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย

จากภาพที่ 15 จะเห็นได้ว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีสมาชิกในเครือข่ายทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลนั้นเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน ส่วนกลุ่มแกนนำชุมชนมีหน้าที่รับนโยบายเพื่อนำไปพัฒนาชุมชน และชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ เป็นกลุ่มอาชีพที่คอยดูแลสมาชิกชมรมซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกนั่นเอง ดังนั้นเพื่อให้เห็นลักษณะการติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายไว้ด้วยกัน ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ

7.1 การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มชุมชนและชมรม โดยเข้าไปศึกษาว่าสมาชิกมีการสื่อสารกันอย่างไร

7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นเครือข่ายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

7.1 การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม

ชุมชนตลาดอัมพวา

ภานในชุมชนตลาดอัมพวามีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นก็มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ทั้งในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหารดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำจำเป็นต้องสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา เพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิกอันเป็นหลักการของประชาธิปไตย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก ดังนี้

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

❑ จดหมาย

กลุ่มแกนนำจะส่งจดหมายเพื่อแจ้งกำหนดการประชุมให้กลุ่มสมาชิกได้รับทราบ เป็นการสื่อสารในด้านของการจัดการเพื่อดึงคนให้ออกมาประชุมร่วมกัน

"ส่วนใหญ่ของตลาดจะเป็นหนังสือเวียน เพราะตลาดมันแค่นี้เอง เดิน 10 กว่านาทีก็หมดแล้ว เดินแจกหนังสือทุกคน ทุกบ้านได้หมดอยู่แล้ว ทั่วถึงด้วย การสื่อสารโดยวิธีการแจกหนังสือมันทั่วถึง เห็นมั้ยครับ ชุมชนเล็กนิดเดียวเอง"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

❑ การประชุม

หลังจากที่กลุ่มแกนนำชุมชนได้รับนโยบายการพัฒนามาจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชนจะใช้จดหมายแจ้งวันประชุมและเชิญให้กลุ่มสมาชิกมารวมกันเพื่อแจ้งข่าวสาร นโยบาย หรือในกรณีที่ต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน สมาชิกทุกคนจะมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็น และใช้เสียงข้างมากอันเป็นหลักการประชาธิปไตย นอกจากนั้นการจัดประชุมยังเป็นการเปิดเวทีให้สมาชิกได้ออกมาพบเจอกัน มาร่วมแรงร่วมใจในการพัฒนา

"ที่จริงแล้วมันควรจะต้องสร้างความสมานฉันท์ ความรักใคร่ ต้องให้รับรู้รับทราบเดือนละ 1 ครั้งก็จะดีที่สุด บางทีมากินกาแฟกัน มาคุยกัน ปรกติก็ต่างคนต่างทำมาหากินช่วยกันทำงานกันไป แต่เราก็อ้าว มีอะไรหล่ะ มีไอ้นั่นไอ้นี่มาคุยกัน ให้เค้าได้รู้บทบาทหน้าที่ "

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) โดยมีวิธีการการสื่อสาร คือ 1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก และ 2. การโทรศัพท์

❑ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

เนื่องจากชุมชนตลาดอัมพวาเป็นชุมชนขนาดเล็ก สมาชิกทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นการสื่อสารอีกแบบหนึ่งที่ใช้ คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก เช่น กรณีมีประชุมด่วนไม่สามารถส่งจดหมายได้ทันก็จะให้กลุ่มแกนนำช่วยกันเดินบอกกับสมาชิก แล้วสมาชิกก็จะบอกต่อๆ กันให้สมาชิกคนอื่นทราบด้วย ซึ่งการสื่อสารวิธีนี้ทำให้ข่าวสารกระจายได้รวดเร็ว

"ก็เดินบอกกัน เพราะว่าตลาดมันแคบ มันมีแค่ร้อยกว่าหลังคาเรือนเท่านั้นเอง มันก็จะสื่อกันง่าย เรามีคณะกรรมการ กลุ่ม บางเรื่องถ้าส่งมาที่ประธาน ประธานก็เดินบอก ถ้าเกี่ยวกับเรื่องสาธารณสุขก็บอกประธานสาธารณสุข เกี่ยวกับเรื่องการศึกษา สวัสดิการ ส่วนมากก็ประธานจะเป็นคนรับไป เพราะต้องเข้าประชุม รับเรื่องมา แล้วก็มาสื่อต่อ ไม่มีหลุดหรอกครับ ที่นี่ไม่มีหลุดเลย แป๊ปเดียว เพราะมันสะดวก ถ้าเป็นในสวนนี่บ้างทีบ้านนี้มีสุนัขไม่กล้าไป แต่เค้าก็จะสื่อฝากไป อย่างสมมุติญาติคนนั้นมาเค้าก็ฝากไปให้ไปบอกด้วย ฝากต่อๆ กัน"

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

❑ โทรศัพท์

การโทรศัพท์ เป็นการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว โดยพบว่ามีการใช้โทรศัพท์เพื่อแจ้งให้กลุ่มสมาชิกทราบว่าจะมีจัดประชุมเมื่อใด

"ส่วนมากก็จะเป็นเอกสาร เอกสารเนี่ยคุณสนั่นก็จะเอามาแจก ถ้าไม่แจกให้ก็จะโทรศัพท์มาบอกว่าวันนี้จะมีการประชุม วันนี้จะประชุมสัญจรที่นี่นะ"

(คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์ : รองประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

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

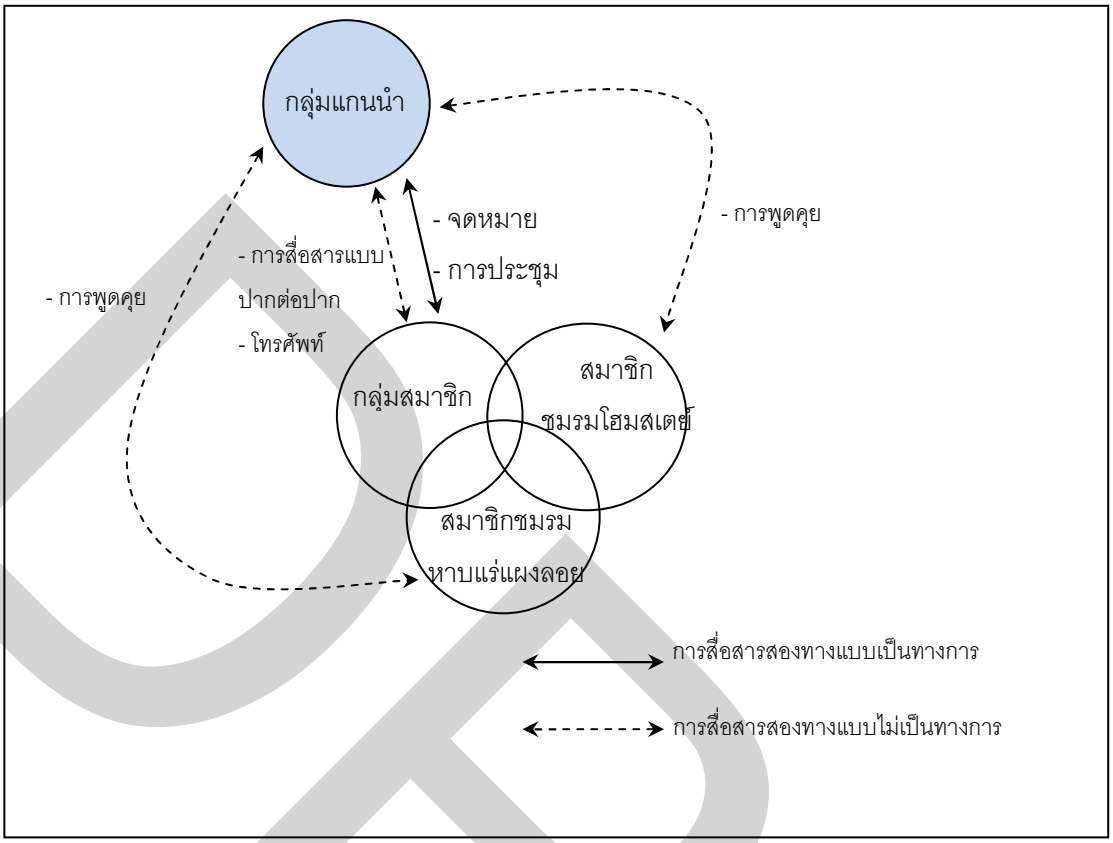
"อย่างผมเป็นทั้ง 3 ที่เลย โฮมสเตย์ ชุมชน แผงลอย เป็นหมดทุกอย่าง เราก็เหมือนกับว่าประชุมร่วมกันกลายๆ อย่างผมเป็นสมาชิกทุกกลุ่ม อย่างกลุ่มไหนคุยเรื่องนี้ผมก็รู้แล้ว คือบางทีกลุ่มนี้เราไปเสนอเค้าว่าชมรมเค้าเป็นอย่างนี้ มันก็กลายๆ ที่ว่าคล้ายๆ กับประชุมร่วมกันในบางส่วน"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย สมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

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

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนตลาดอัมพวาได้ดังภาพที่ 16 ต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 16</u> แสดงการสื่อสารในชุมชนตลาดอัมพวา

ชุมชนวัดอัมพวัน

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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหารดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา เพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิกอันเป็นหลักการของ

ประชาธิปไตย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ 1. การประชุม และ 2. ประชาคม

❑ การประชุม

ในส่วนของชุมชนวัดอัมพวันจะจัดประชุมเพื่อแจ้งข่าวสารหลังจากที่กลุ่มแกนนำไปประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำประชุมร่วมกันเองแล้วมีข่าวสารที่ต้องแจ้งให้กลุ่มสมาชิกทราบ กลุ่มแกนนำก็จะนัดสมาชิกเพื่อมาแจ้งข่าวสาร หรือกรณีที่ต้องตัดสินในปัญหาต่างๆ สมาชิกแต่ละท่านจะได้มาร่วมแสดงความคิดเห็น ปรึกษาหารือและตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งการจัดประชุมนี้จะทำให้สมาชิกทุกคนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องตรงกัน โดยจะมีการจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง

> *"พูดค่ะ เวลาอยากจะคุยให้ถูกให้ชาวบ้านมาฟังพร้อมๆกัน เราก็จะเดินไปบอกเขาว่าเดี๋ยวจะมีประชุม เรียกเขามาคุยกันว่าเขาต้องการอะไรบ้าง ทางนี้ต้องการอีกอย่าง ทางนั้นต้องการอีกอย่าง ได้คุยกันหมดแล้วเราถึงจะไปเสนอท่านนายกอีกทีหนึ่ง"*
>
> *(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)*

❑ ประชาคม

จากการวิจัยพบว่า การจัดประชาคมในชุมชนวัดอัมพวันใช้ในกรณีที่ชุมชนได้งบประมาณมาจากเทศบาล ซึ่งเรื่องดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกทุกคน ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเรียกสมาชิกให้ออกมาประชุมร่วมกันเพื่อเสนอความคิด เพื่อดูความต้องการของคนส่วนใหญ่ แล้วตัดสินโดยการโหวตหรือลงคะแนนเสียงเพื่อความเป็นธรรม

"เท่าเทียมกันหมด อย่างนี้ประชาคมคราวนี้มีงบเท่านี้จะทำอะไรกันบ้าง บางคนต้องการเต็นท์ เราก็ประชาคมกัน บ้านนี้จะเอาอะไร บ้านนี้จะเอาอะไร"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

❑ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

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

"เราก็ไปแจ้งคนในชุมชนว่าเออ วันนี้เขาจะมีประชุม เราก็จะเดินบอก เพราะมันไม่ไกล บ้านเราก็ห้องแถวอย่างเงี่ย ถ้าเราเดินแป๊บเดียวก็หมดแล้ว"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"ไม่บางทีเดินเองเลย บางทีมันช้ากว่าจะเรียกประชุมใช่ไหมมันช้าเกินไป บางทีเทศบาลเร่งด่วน บางทีมาถึงมันเร่งด่วนอย่างเงี่ยจะเอาเลย มันไม่ทัน บ้านเราก็ห้องแถวอย่างเงี่ย ถ้าเราเดินแป๊บเดียวก็หมดแล้ว ก็ช่วยกันอ้าว กรรมการคนนี้เดินไปแถบนี้ คนนี้ไปแถบนี้ช่วยกันเดินเลย เรียกประชุมมันไม่ทัน มาวันนี้จะเอาพรุ่งนี้มันไม่ทันแล้ว"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

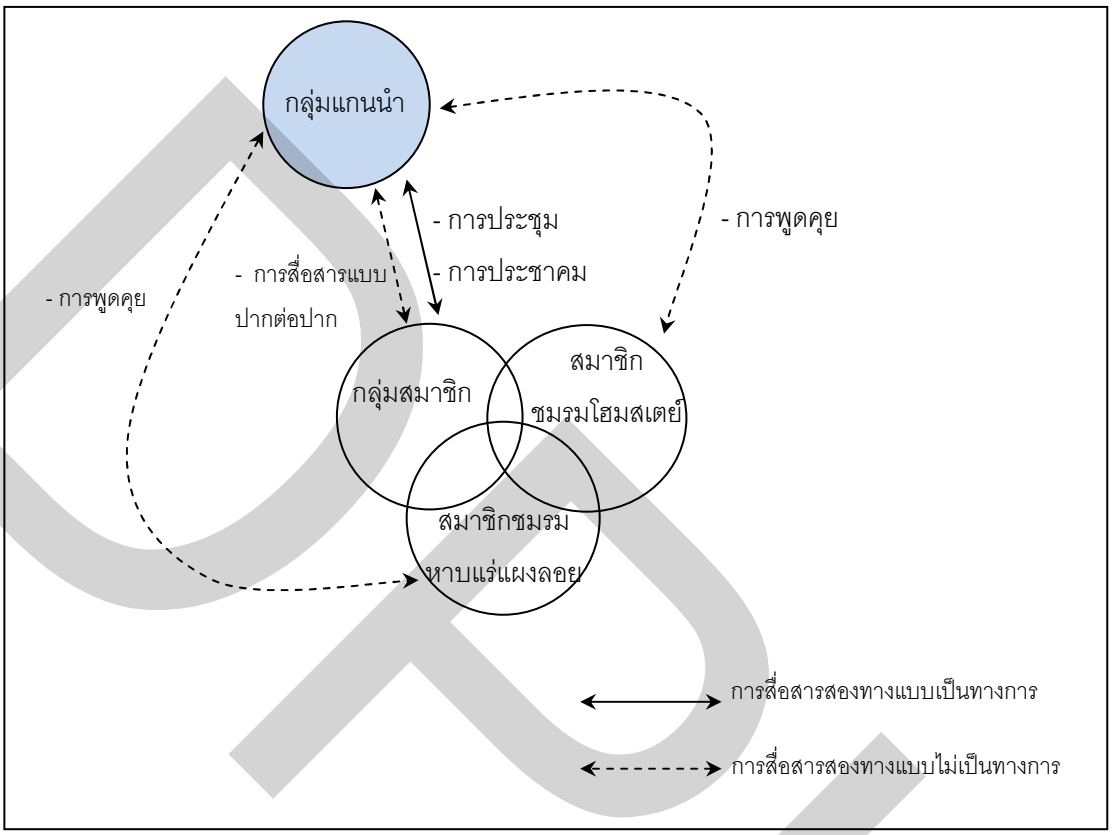
<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันทั้งสิ้น ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการประกอบอาชีพของตนเอง ซึ่งผลที่ได้ไม่ว่าจะเป็นการค้าขายหรือเปิดโฮมสเตย์ก็ทำให้ชุมชนพัฒนาและส่งผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเช่นกัน

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

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

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนวัดอัมพวันได้ดังภาพที่ 17 ต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 17</u> แสดงการสื่อสารในชุมชนวัดอัมพวัน

ชุมชนคลองอัมพวา

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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกในเครือข่าย</u>

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่ในการบริหาร ดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ 1. จดหมาย 2. การประชุม และ 3. ประชาคม

❑ จดหมาย

จากการวิจัยพบว่า จดหมายเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่กลุ่มแกนนำใช้แจ้งข่าวสาร โดยพบว่าชุมชนคลองอัมพวา กลุ่มแกนนำจะส่งจดหมายอย่างเป็นทางการแจกให้กับกลุ่มสมาชิก เพื่อแจ้งให้ทราบว่าจะมีการจัดประชุมวันที่เท่าไหร่ ที่ใด

"อย่างสมมุติประธานชุมชนจะนัดประชุม ทำหนังสือค่ะ แล้วก็แจก"
(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"ส่วนใหญ่ก็ถ้าอย่างจะมีการประชุม จะพูดคุย จะมีวาระในการประชุมของเรื่องอะไรอย่างนี้ เค้าจะเป็นหนังสือมา หนังสือมาแจ้งว่าใครที่ว่าสะดวกที่จะเข้าร่วมประชุมมั้ยก็เซ็นชื่อลงไป"
(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

❑ การประชุม

ชุมชนคลองอัมพวาจะใช้การจัดประชุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหลังจากที่กลุ่มแกนนำไปประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำประชุมร่วมกันเองแล้วมีข่าวสาร มีประเด็น หรือมีเรื่องที่ต้องมีการตัดสินใจ แกนนำก็จะนัด

กลุ่มสมาชิกเพื่อมาแจ้งข่าวสาร แสดงความคิดเห็น ปรึกษาหารือและตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งโดยปรกติจะมีการจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง

"เพราะว่าประธานชุมชนแต่ละชุมชนไปประชุม ประชุมเสร็จได้เรื่องยังไงก็ทำหนังสือเรียกคนในชุมชนมาประชุมกันอีกที ไปรับแนวทาง รับข้อเสนอมา อย่างโน้นอย่างนี้นะ แล้วก็มากระจายเหมือนกับว่าลูกบ้านอีกที เค้าจะเป็นหนังสือมา จะมีวาระในการประชุมของเรื่องอะไรอย่างนี้ ส่วนใหญ่จะเรื่องเกี่ยวกับตลาดน้ำนี่แหล่ะ รองลงมาก็เรื่องงบประมาณจัดสรร ว่าได้เงินมาก้อนนี่นะ จะทำอะไรกัน"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

❑ ประชาคม

จากการวิจัยพบว่าเมื่อชุมชนได้งบประมาณมาจากเทศบาล เรื่องดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกทุกคน ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเรียกกลุ่มสมาชิกให้ออกมาประชาคมร่วมกันเพื่อเสนอความคิดว่าจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาอะไรในชุมชน โดยแต่ละคนก็จะเสนอความคิดเห็นของตนเอง เมื่อในที่ประชุมมีความคิดเห็นที่หลากหลายไม่ตรงกัน จึงตัดสินโดยการโหวตหรือลงคะแนนเสียง

"บางทีก็มีทะเลาะกันบ้าง ความคิดเห็นสมาชิกไม่ตรงกัน คนนั้นจะเอาอย่างนี้ คนนี้จะเอาอย่างนั้น บางทีมันก็ต้องเหมือนกันว่าประชาธิปไตย ก็ต้องโหวตว่ายกออกมาเป็นข้อ ข้อหนึ่งแบบนี้ ข้อสองแบบนี้ ใครเห็นด้วยข้อไหน แบบไหนอย่างไร สมาชิกคนไหนเห็นอย่างไร แล้วคนที่เป็นคนนำเสนอข้อไหนๆ ก็ต้องมีเหตุผล มันก็จะเหมือนข้อโต้แย้งกันว่าทำไมของทีมนาย ก. ได้คะแนนเสียงเยอะกว่านาย ข. ทำไมทีมนี้แค่นี้เพราะอะไร เพราะว่าบางทีบางครั้งในกลุ่มทีมนาย ข. มันก็โอเค ไม่ใช่ว่ามันไม่ดี แต่เหมือนกับว่าคนส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าอันไหนสำคัญมากกว่า อันไหนควรมาอันดับ 1 กว่า ทั้งๆ ที่มันก็สำคัญทั้ง 2 อย่าง แต่ก็ต้องยอมรับในตามเสียงที่โหวตไป"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

❑ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

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

"เวลามีข่าวอะไรมาก็คุยกับกรรมการแล้วก็ช่วยบอกต่อๆ กันไป บางทีเรารู้คนในชุมชนก็ให้ช่วยบอกต่อๆ กันไปทีนะว่าเค้าบอกมาอย่างนี้ อย่างนี้ เค้าก็บอกต่อกันไป คือว่าใครอยู่ส่วนไหนเค้าจะบอกต่อๆ กันไป"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจน แต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนคลองอัมพวาทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่เป็นกลุ่มสมาชิก แล้วนำข้อมูลมาพัฒนาการประกอบอาชีพของตนเอง ซึ่งผลที่ได้ไม่ว่าจะเป็นการค้าขาย หรือเปิดโฮมสเตย์ก็ทำให้ชุมชนมีการพัฒนาทั้งสิ้น

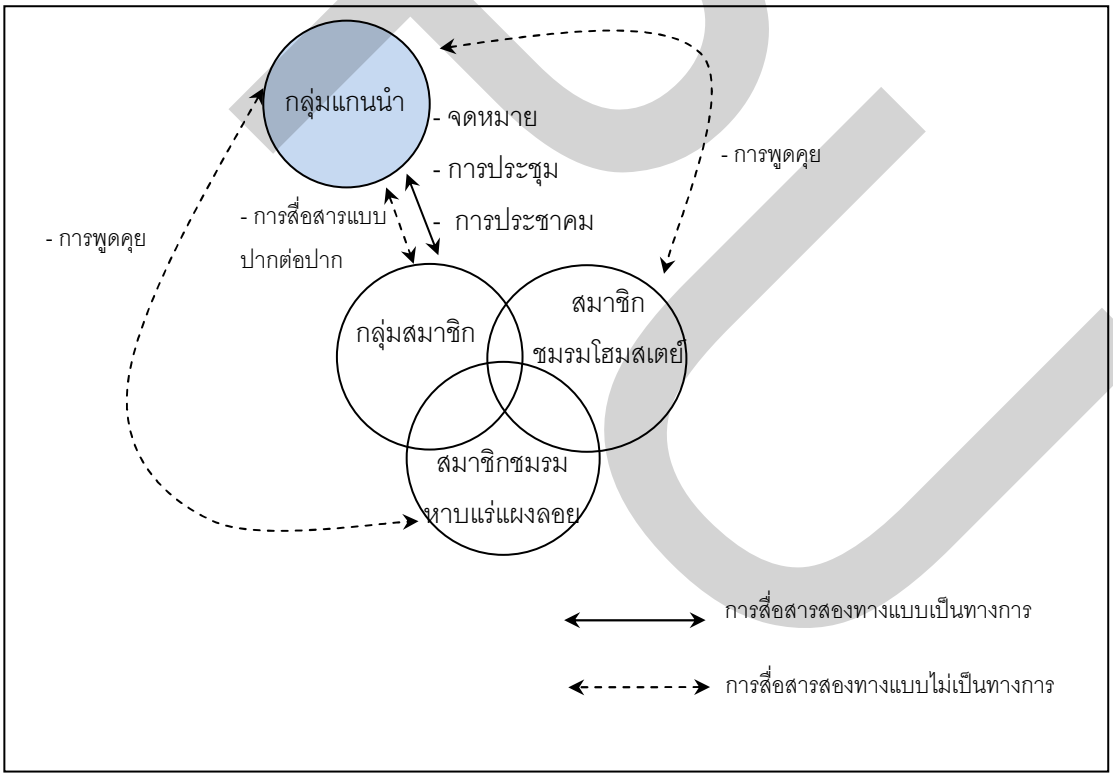
<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนคลองอัมพวาแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ

สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยหรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนทั้งหมด ซึ่งลักษณะของชุมชนที่มีขนาดเล็ก สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทุกกลุ่มจึงมีการพูดคุยสื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารดังกล่าวทำให้คนในชุมชนมีความรัก ความสามัคคี ซึ่งจะเป็นการผนึกกำลังของเครือข่าย เพื่อให้เกิดศักยภาพต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

> *"ถ้าเป็นตัวกุ้งนะหรือ ส่วนมากมันก็ถามสารทุกข์สุขดิบ เออ...อาทิตย์นี้เป็นอย่างไร แขกดีมั้ย อะไรอย่างนี้ เป็นอย่างไรบ้าง แขกมากแขกน้อย หรือว่าตอนนี้ซาไปบ้างหรือเปล่า ก็ถามอย่างนี่ เกี่ยวกับการค้าขายในตลาดเดี๋ยวนี้คนซื้อมั้ย ขายดีมั้ย ก็เป็นเรื่องทั่วๆ ไป"*
>
> *(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)*

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนคลองอัมพวาได้ดังภาพที่ 18 ต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 18</u> แสดงการสื่อสารในชุมชนคลองอัมพวา

ชุมชนบางกะพ้อม 2

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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

เนื่องจากกลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย ประธานและกรรมการของชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหาร ดูแล และพัฒนาชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

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

❑จดหมาย

จากการวิจัยพบว่าชุมชนบางกะพ้อม 2 เป็นชุมชนที่มีพื้นที่ในลักษณะสวนค่อนข้างมาก และกลุ่มสมาชิกจะอยู่กระจัดกระจายกันไป ดังนั้นวิธีการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกที่ใช้มากวิธีหนึ่งคือ จดหมาย เนื่องจากการใช้จดหมายเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีข้อมูลถูกต้องชัดเจน ทำให้ข้อมูลข่าวสารส่งไปยังสมาชิกได้ทั่วถึงเพราะทุกคนต้องได้รับเหมือนกัน นอกจากนั้นยังพบว่าข้อความในจดหมายทำให้สมาชิกมีความเข้าใจที่ชัดเจนและถูกต้องตรงกัน

> *"ผมก็จะทำหนังสือ เพื่อที่จะทำให้เป็นเรื่องเป็นราว แต่ไม่ได้เดินไปบอกเพียงแต่ว่าให้คนที่เป็นกรรมการให้เอาหนังสือไป เพราะบางทีคนที่เป็นกรรมการของเรายังสื่อไม่ถูก แล้วพอไปสื่อไม่ถูก โดนกลับมาก็โดนผมอีกนั่นแหล่ะ เข้าใจกันคนละอย่าง พอการทำหนังสือออกไป ก็...ชัดเจน"*
>
> *(คุณสุเมธ อุดมสินประเสริฐ : ประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)*

❑ ประชาคม

จากการวิจัยพบว่าชุมชนมีการจัดประชาคม เมื่อชุมชนได้งบประมาณมาจากเทศบาล ก็จะให้กลุ่มสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้การพัฒนาชุมชนมาจากความต้องการที่แท้จริงของสมาชิก ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเรียกกลุ่มสมาชิกให้ออกมาประชุมร่วมกันเพื่อเสนอความคิด เสนอความต้องการของตน แล้วตัดสินโดยการโหวตหรือลงคะแนนเสียง เพื่อความเป็นธรรม

"ถ้ามีงบอะไรมาเค้าก็จะประชาคมกัน เค้าถึงได้มาเจอกัน"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

"การตัดสินใจในชุมชนก็จะประชุม แล้วโหวตกันหน่ะ ว่าอย่างนี้จะดีมั้ย อะไรอย่างนี้ เห็นด้วยมั้ย"

(คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ 1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก และ 2. โทรศัพท์

❑ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

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

"อ๋อ รูปแบบการสื่อสารในชุมชนของพี่ คือ ในชุมชนนี้มันกว้างใช่มั้ย เข้าไปในสวนเนี่ย พี่จะมีอยู่ 4 จุด เอ้าจุดนี้อยู่ตรงนี้ ศูนย์กลางอยู่ตรงนี้ ก็บอกเค้าว่าศูนย์กลางอยู่ตรงนี้ จุดนี้ศูนย์กลางอยู่ตรงนี้ก็บอกกลุ่มนี้ ก็จะจัดเป็นกลุ่มๆ แบ่งโซนกันไป ลักษณะที่โทรในชุมชนเนี่ยพี่จะโทร 4 จุด

โทรหาของแต่ละจุดในชุมชน แล้วก็ให้ 4 จุดเนี่ยโทรบอกต่อคนในชาวบ้าน มีกรรมการแต่ละจุดๆ มันจะกระจายออกมา ไอ้ตรงนี้อยู่ใกล้ตรงนี้ ตรงนี้อยู่ใกล้ตรงนี้ ก็ให้ออกบอกข่าวสารข้อมูล ก็ทำให้กระจายข่าวสารกันได้ง่าย"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

"เค้าขี่จักรยานไปหากัน อย่างตาเสงี่ยมก็จักรยานคันหนึ่ง ไปบอกแจ้งประชุมเกษตรนะ ประชุมโน่นนะ ประชุมนี่นะ"

(คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

❑ โทรศัพท์

วิธีการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้คือ การโทรศัพท์ เพราะมีความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากสมาชิกในชุมชนไม่ได้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ไม่สามารถเดินไปมาหากันได้สะดวกเหมือนชุมชนอื่นๆ ดังนี้กลุ่มแกนนำก็จะโทรศัพท์เพื่อแจ้งให้สมาชิกทราบว่าจะมีจัดประชุมเมื่อใด

"ใช่ โทรรู้หมด สมมุติว่าเค้าจะมีประชุมที่ไหน คืออะไร เดี๋ยวก็โทรศัพท์มาติดต่อง่าย"

(คุณปราณี ทองแก๊ง : สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2)

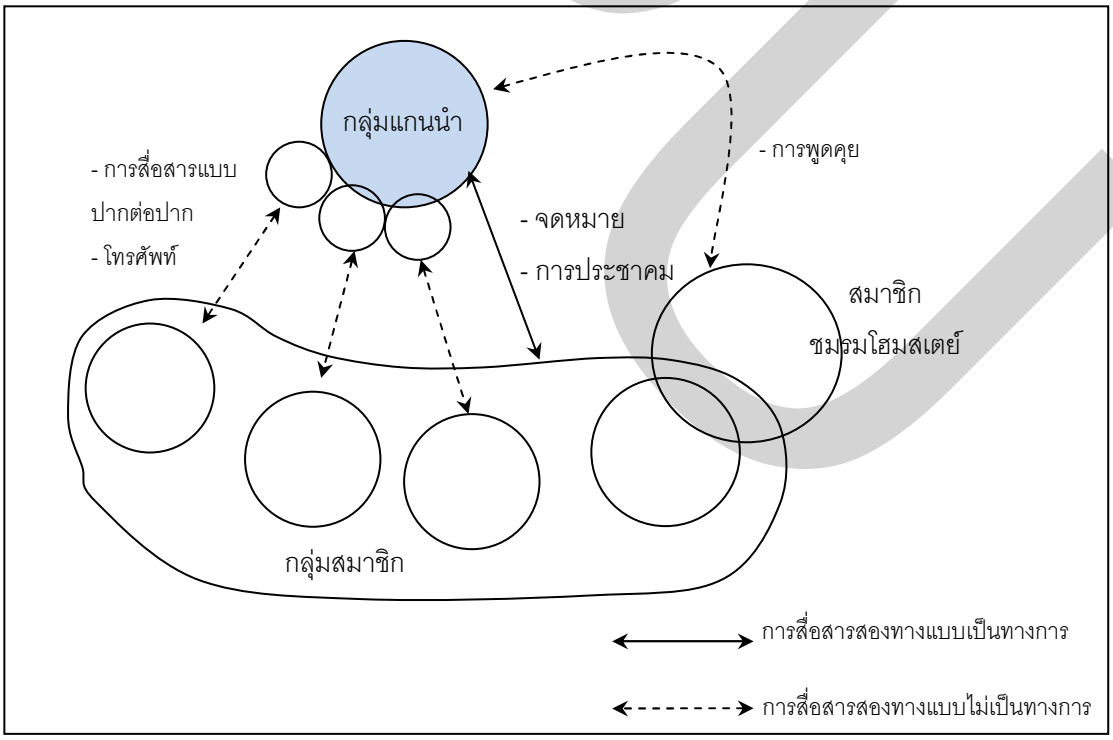
<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการทำโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชน

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิกและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนบางกะพ้อม 2 แล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนบางกะพ้อม 2 ซึ่งลักษณะของชุมชนที่สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทั้ง 2 กลุ่มจึงมีการพูดคุย สื่อสารกันตลอดเวลา จากการที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ สมาชิกชมรมโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน ในวันนั้นก็ได้พบกับ คุณปราณี ทองแก๊ง สมาชิกชุมชนบาง กะพ้อม 2 ซึ่งทั้ง 2 ท่านได้ไปมาหาสู่กัน เนื่องจากบ้านอยู่ใกล้กัน และได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องการทำโฮมสเตย์ การดูแลแขก ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการพูดคุยระหว่างสมาชิก ทำให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในด้านการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาและการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่ให้คนในชุมชนสามารถที่จะพัฒนาตนเองเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชุมชนบางกะพ้อม 2 ได้ดังภาพที่ 19 ต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 19</u> แสดงการสื่อสารในชุมชนบางกะพ้อม 2

ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอย ทำหน้าที่ดูแลร้านค้าที่มาตั้งหาบเร่แผงลอยในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาเป็นหลัก และชมรมฯ มีทั้งกลุ่มแกนนำและสมาชิก(กระจายอยู่ในชุมชน) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มย่อยนี้ก็มีการสื่อสารระหว่างกัน โดยกลุ่มแกนจะมีวิธีการสื่อสารแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ 1. จดหมาย 2. เอกสารแจก / อบรม และ 3. การประชุม

❑ จดหมาย

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

"ส่วนมากเวลาประชุมเราก็หนังสือแจกให้กับสมาชิกทุกคน แล้วเขาก็มาประชุม"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"เราจะเรียกในบางเรื่องเท่านั้น อย่างแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางชมรมจะออกเอง แต่ถ้าเรียกประชุมทั้งหมดก็รอเทศบาลเรียก เวลามีเรื่อง มีงานใหญ่ ทางชมรมก็จะแจ้งเทศบาล ให้เทศบาลทำหนังสือ เพราะจะต้องไปประชุมที่เทศบาล แต่ถ้าประชุมกรรมการอย่างเดียวก็ชมรมเรียกเอง หรือถ้ามีข่าวอะไรที่สำคัญทางชมรมก็จะทำหนังสือแจก เป็นประชาสัมพันธ์ไป"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"เค้าก็จะบอกต่อๆ กันไป อย่างเช่น ธนบัตรปลอม เราก็ทำหนังสือแจกสมาชิกทุกคนเลย แล้วก็มีหลายเรื่องๆ ที่เราจะทำหนังสือ อย่างพาไปดูงาน เราก็ทำหนังสือ"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

❑ เอกสารแจก / จัดอบรม

จากการวิจัยพบว่า ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นกลุ่มอาชีพดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ข้อมูลความรู้ เพื่อทำให้สมาชิกมีคุณภาพและมีความพร้อมที่จะรองรับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยพบว่ากลุ่มแกนนำจะจัดทำเอกสารแจก เช่น ในช่วงที่มีแบงค์ปลอมระบาด ก็จะจัดพิมพ์วิธีการดูแบงค์ปลอกแจกให้กับสมาชิกในชมรมฯ ทุกคน นอกจากนั้นยังมีการจัดอบรมเน้นเรื่องความสะอาดปลอดภัยของอาหารเป็นหลัก การตั้งราคา รวมทั้งการอบรมเพื่อพัฒนาสินค้าของตนเอง เช่น การออกแบบโลโก้ เป็นต้น

"อย่างครั้งหนึ่งมีเรื่องแบงก์ปลอมระบาดอย่างนี้ เหมือนว่าจะดูอย่างไร คุณนันทน์เข้าก็จะมีข้อมูลมา แล้วทางชมรมก็จะมาจัดพิมพ์เอกสารทั้งหมดแล้วก็จะเดินแจก ให้แม่ค้าได้รับทราบกัน"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"อย่างยุคแรกๆ ชมรมอยากให้แม่ค้ามีมาตรฐานเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยเป็นหลักๆเลย ชมรมอยากให้อาหารที่นักท่องเที่ยวมาทานปลอดภัย ก็เหมือนจะจัดอบรมบ่อยมาก ให้แม่ค้าได้รู้เกี่ยวกับเรื่องความสะอาดของอาหาร หรือการพัฒนาออกแบบโลโก้ ก็จะมีทีมของท่านรองนาตยากระทรวงอุสาหกรรมก็เข้ามาช่วยเยอะ ก็เหมือนเข้ามาให้ความรู้เราต้องทำอะไร"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"ชมรมเขาจะมาจดนะคะ อย่างเช่นแอนขายกะปิ น้ำปลา นอกจากของกินจากที่เราจดทะเบียนการค้าไป แอนต้องไปอบรมล่ะ ต้องไปประชุมละ อย่างเช่นร้านเสริมสวยดัดผม แจ้งว่าดัดผม คุณจะปิ้งข้าวเกรียบ ขายกะปิ

น้ำปลา คุณก็ต้องไปอบรมล่ะ เพื่อว่าเอามาใช้เป็นพร้อมกับเขา ว่ายังไง คุณต้องดูแลราคายังไง"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

❑ การประชุม

ชมรมหาบเร่แผงลอยจะมีการจัดประชุมใน 2 ลักษณะ คือ 1.ประชุมในกลุ่มแกนนำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร ปรึกษาหารือในเรื่องต่างๆ ก่อนที่จะแจ้งให้สมาชิกชมรมทราบ ซึ่งโดยปรกติจะมีการจัดประชุม 2-3 เดือนต่อครั้ง 2. การประชุมทั้งชมรม เพื่อแจ้งข่าวสาร หลังจากที่กลุ่มแกนนำไปประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล หรือกลุ่มแกนนำประชุมร่วมกันแล้วมีข่าวสารที่จำเป็นหรือกรณีมีเรื่องเร่งด่วนต้องแจ้งให้สมาชิกชมรมฯ ทราบ เช่น กรณีท้องร่วง

ซึ่งจะเห็นได้ว่าชมรมหาบเร่แผงลอยจัดประชุมนั้นเพื่อให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่ทันท่วงที และเพื่อให้เกิดความร่วมมือของสมาชิกในการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ เช่น คนทานอาหารแล้วท้องเสีย ไม่สบาย เป็นต้น

"ใช่ค่ะ พอคุยกรรมการ วางงานเสร็จวันที่เท่าไหร่ ก็เริ่มเรียกประชุมร้านค้าและสมาชิกให้ทราบ เฉพาะกรรมการก็ 2-3 เดือน ประชุมที บางทีถ้ามีเรื่องด่วนก็เรียกคุยกันเลยกลางคืนเลย เพราะอยู่กันแค่นี้ ก็เรียกมาคุยที่บ้านนี้"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"ก็ประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่น ท้องร่วง เราก็จะเรียกประชุมทีหนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"จะมีข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เข้ามาเรื่อยๆ แต่ถ้ามีเรื่องแบบนักท่องเที่ยวทานอาหารแล้วท้องเสีย เป็นไข้ เขาก็จะพิมพ์หนังสือมาแจกและก็ไปประชุมกันว่าใครทำแบบไหน ใครทำอะไรกัน ก็จะไปประชุมกับเทศบาลแล้วก็สาธารณสุข"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

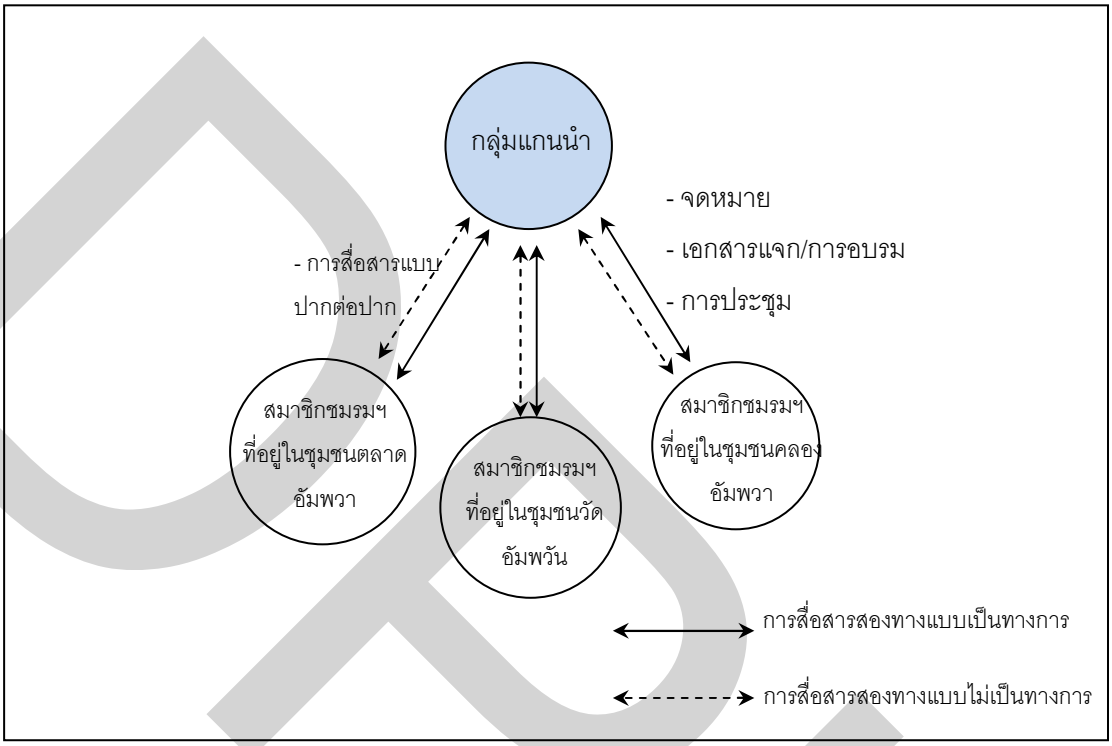
❑ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

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

"ทุกคนต้องมี...อย่างเช่นคุณอรพินท์ก็จะมีลูกน้องใช่มั้ยคะ 3 คนอะไรยังงี้ คุณอรพินท์ก็จะใช้เดินบอกเอา คุณอรพินท์ส่วนใหญ่เดินบอก วันนี้มีประชุมนะ วันนี้ประชุมที่นั้นนะ ก็จะบอกกันต่อๆไป"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย ได้ดังภาพที่ 20 ต่อไปนี้



ภาพที่ 20 แสดงการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมโฮมสเตย์

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

การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ 1. จดหมาย 2. เอกสารแจก 3. ประชุม และ 4. จัดอบรม

❑ จดหมาย

ชมรมโฮมสเตย์มีการออกจดหมายโดยกรรมการชมรมฯ เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการประชุม อบรม หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ หรือบางครั้งก็จะออกจดหมายโดยผ่านเทศบาลในกรณีที่เทศบาลเป็นเจ้าภาพจัดอบรมให้ความรู้กับสมาชิกชมรมฯ

"คณะทำงานของชมรมฯ มีการตั้งคณะทำงานของชมรมฯชัดเจน แจ้งข้อมูลข่าวสารโดยหนังสือ โดยตัวแทนทำงานไปบอก"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"แล้วก็เวลาที่ทางราชการเค้าจะอบรมอะไรเกี่ยวกับโฮมสเตย์เนี่ย จะมีหนังสือเวียนมาเชิญชวนให้สมาชิกไปอบรม อย่างใครมีเวลาก็ไปอบรม หรือจะให้ประชุม มีข่าวสารจะขายบัตรอะไรอย่างนี้ก็จะมีหนังสือเวียนมา"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"เค้าก็จะมีหนังสือมาทางไปรษณีย์เลยจากทางเทศบาลให้ไปประชุม เข้าประชุมตรงนั้นตรงนี้"

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

❑ เอกสารแจก

จากการวิจัยพบว่า ชมรมโฮมสเตย์เป็นกลุ่มอาชีพดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ข้อมูลความรู้ ที่สำคัญในการประกอบอาชีพของสมาชิกชมรม เช่น กฎหมายเกี่ยวกับที่พัก การเสียภาษี ดังนั้นกรรมการชมรมฯ จะจัดทำเอกสารต่างๆ แล้วแจกให้กับสมาชิกชมรมฯ

"อย่างที่บ่อยๆ ก็มีกฎหมายที่ว่ามีกี่ห้องต้องจดทะเบียนเป็นแบบไหนๆ แล้วรัฐบาลเค้ามีการจัดเก็บภาษีอย่างไร เค้าจะส่งมาให้"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

❑ ประชุม

ชมรมโฮมสเตย์ มีการจัดประชุมรวมกันใน 2 รูปแบบ คือ ประชุมเพื่อพูดคุยและเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโฮมสเตย์ และประชุมวิชาการเพื่อให้ความรู้แก่สมาชิกชมรมฯ

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

"เวลาประชุมก็มีคุยกันบ้าง เราไม่ได้ขอร้องให้มีเกณฑ์ราคา แต่ขอร้องให้คำนึงถึงคุณภาพ คือราคาให้สมกับคุณภาพที่ตั้งไว้หน่อย พวกที่พักไม่ได้คุณภาพแล้วราคาถูกๆ ก็ไม่อยากให้มีเพราะจะเป็นการมาฉุดคนอื่นลงไปด้วย คืออยากให้เน้นในเรื่องคุณภาพ ปัญหาที่เจอจากบ้านพักด้วยกันทำไม่เหมาะสม จะแก้มั้ยและแก้อย่างไร อีกส่วนหนึ่งก็คือจะพัฒนาผู้ประกอบการของเราอย่างไร ซึ่งเรื่องนี้ท่านนายกฯ จะเน้นว่าเราต้องช่วยผู้ประกอบการของเราให้พัฒนาความรู้ทางด้านธุรกิจด้านนี้ให้ทัน ให้เร็ว ให้ดีกว่านี้ เพราะไม่เช่นนั้นถ้ามีนายทุนเข้ามาแข่งขัน พวกเราจะสู้เขาไม่ได้"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"อย่างเรื่องไข้หวัด 2009 ที่เค้าให้ผู้ประกอบการไปประชุมที่จังหวัด ก็แป๊ปเดียวอ่ะ คนไปกันเต็มเลย เยอะมาก"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

แต่จากการสัมภาษณ์พบว่าในระยะหลังเริ่มมีการจัดประชุมน้อยลง เนื่องจากสมาชิกแต่ละท่านมีภาระต้องดูแลกิจการของตนเองทำให้ไม่มีเวลามาประชุมร่วมกัน

"แต่ถ้าประชุม พูด ปรึกษาหารือเรื่องในวาระที่ประชุมเนี่ยก็เฉลี่ย แต่ก่อนเนี่ยเดือนละ 1 ครั้ง แต่ตอนนี้เริ่มห่างแล้ว"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

"ช่วงนี้จะหายไปปกติจะเดือนละครั้ง ส่วนใหญ่จะส่งข่าวทางหนังสือ บางทีงานก็ยุ่ง ต้องบริหารโฮมสเตย์กัน ก็เคยว่าเราจะประชุมกันเดือนละครั้ง"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ในส่วนของการประชุมวิชาการ จะจัดขึ้นเพื่อให้ความรู้ที่สำคัญในการทำโฮมสเตย์แก่สมาชิกชมรมฯ โดยจะจัดไม่เป็นวาระแล้วแต่ความเหมาะสม

"เพราะจัดประชุมก็จะมี 2 แบบคือจัดประชุมกันเอง แลกเปลี่ยนปัญหากัน แล้วก็จัดประชุมในเชิงวิชาการ ให้ความรู้ 2-3 ครั้ง แล้วแต่ความเหมาะสม"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"ตอนนี้เขาก็แบบพอมีเจ้าหน้าที่ประชุมแต่ละวาระ แต่ละหัวข้อ เค้าก็เชิญเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เรื่องนี้เขาก็มาอธิบาย แจกรายละเอียดเอกสาร"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

❑ การจัดอบรม

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

"แล้วก็เวลาที่ทางราชการเค้าจะอบรมอะไรเกี่ยวกับโฮมสเตย์เนี่ย จะมีหนังสือเวียนมาเชิญชวนให้สมาชิกไปอบรม อย่างใครมีเวลาก็ไปอบรม อย่างเราไม่ค่อยรู้เรื่องก็จะไปอบรม"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"เวลาเค้าหนังสือมาเชิญให้ไปอบรมเรื่องการดูแลแขก อะไรอย่างนี้ก็จะไป ไปแต่ว่าเราไปฟังเค้าอบรม เค้ามีวิทยากรมาบอกว่าคุณต้องทำอย่างนั้น อย่างนี้"

(คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

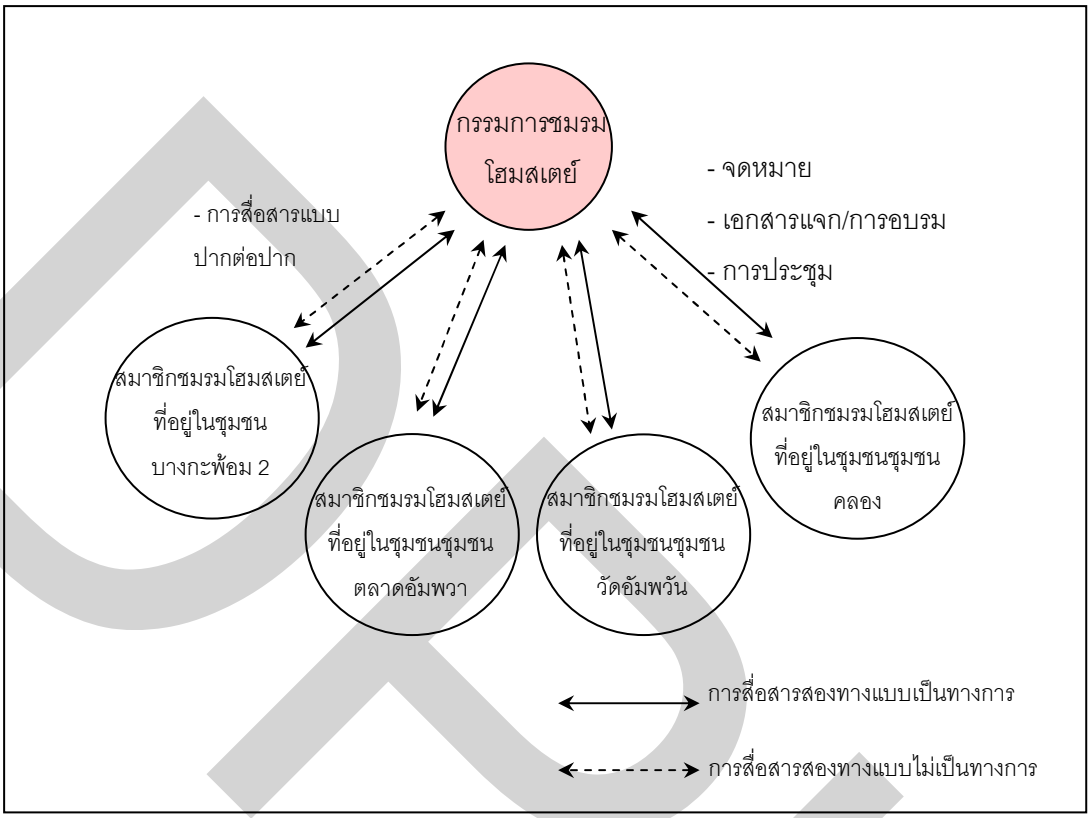
❑ การสื่อสารแบบปากต่อปาก

ในส่วนของชมรมโฮมสเตย์ เนื่องจากสมาชิกชมรมฯ จะอยู่กันอย่างกระจัดกระจายในแต่ละชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากจดหมายของชมรมอยู่แล้ว แต่ในบางกรณีที่สมาชิกมีจำนวนมาก และชมรมไม่ได้มีรายได้เข้ามาตลอด ดังนั้นการส่งจดหมายซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายนั้นอาจไม่ทั่วถึง บางครั้งเมื่อสมาชิกได้ทราบข่าวก็จะบอกต่อไปยังสมาชิกคนอื่น

"มีค่ะเช่นพวกระบบทะเบียน และพวกค่าใช้จ่ายเพราะชมรมไม่ได้มีรายได้ เข้ามาตลอดการออกหนังสือก็จะไม่ทั่วถึง บางทีใช้วิธีบอกต่อกันบ้างซึ่ง อาจจะไม่ทั่วถึงก็มีค่ะ"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

จากข้อมูลข้างต้นอธิบายการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย ได้ดังภาพที่ 21 ต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 21</u> แสดงการสื่อสารในชมรมโฮมสเตย์

7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม

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

7.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชุมชน

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล 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 กับชุมชน

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

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

❑ การประชุม

เป็นวิธีการสื่อสารที่จัดขึ้นเพื่อพบปะ พูดคุย แผยแพร่ข่าวสาร นโยบายการพัฒนา รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของชุมชน ซึ่งการประชุมนั้นมี 2 ลักษณะ คือ

1. **การประชุมระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับกลุ่มแกนนำชุมชน** เป็นการสื่อสารเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มแกนนำได้มาพบกัน เพื่อชี้แจงนโยบาย แจ้งข่าวสาร และวางแผนงานพัฒนาชุมชน โดยจะมีจัดประชุมในลักษณะนี้ 1 ครั้งต่อเดือน

"ถ้าเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทศบาลจัดกิจกรรมร่วมกัน เราจะประชุมตัวใหญ่เลย แล้วท่านนายกเป็นประธานประชุม"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

"เวลาพี่เรียกชุมชน พี่ส่วนใหญ่จะขอชุมชนละ 3 ท่าน คงไม่หมดนะค่ะ อย่างน้อยประทาน รองประธาน เลขา แล้วแต่ใครจะมา แต่ที่สำคัญ ประธานต้องมา ถ้าประธานติดธุระจริงๆ ประธานมาไม่ได้ ประธานต้องมอบตัวแทนมาเลยว่านี่ประธานของฉัน สามารถตัดสินใจแทนได้ในที่ประชุม พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ ส่วนชุมชนจะให้พี่ลงไปอยู่กับเขา หมายความว่าวันนี้ชุมชนเค้าจะประชุมลูกบ้านเค้าละ เรื่องนั้นเรื่องนี้ เค้าก็จะโทรกริ๊งคุณเล็กว่างมั้ยวันนั้นวันนี้ อะไรอย่างนี้"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

2. **การประชุมระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับ กลุ่มสมาชิก** (ประชุมแยกแต่ละชุมชน) หลังจากที่กลุ่มแกนนำชุมชนได้รับนโยบายหรือข่าวสารจากการประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลแล้ว จะต้องนำข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับกลุ่มสมาชิกได้รับทราบ ซึ่งวิธีการสื่อรูปแบบหนึ่งที่แต่ละชุมชนใช้คือ การประชุม ซึ่งการประชุมของแต่ละชุมชนนั้นทางกลุ่มแกนนำชุมชนจะเป็นผู้กำหนดวันประชุม และจะแจ้งกำหนดการไปที่กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเพื่อออกเป็นจดหมายแจกให้กับกลุ่มสมาชิกได้รับทราบ และผู้วิจัยพบว่าการประชุมทุกครั้งต้องมีแกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำจากเทศบาลท่านใดท่านหนึ่งเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง

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

กับพี่เลี้ยงเราอย่างเช่นท่านนายก หรือนักพัฒนาชุมชน ถ้าท่านนายกฯ อนุญาตให้คุณศรีประภาสเปิดประชุมแทนท่านได้ เราก็จะทำ ต้องมีคนใดคนหนึ่งเข้ามากับเรา"

(คุณอรุณี ศรีราษฎร์ : เลขานุการชุมชนตลาดอัมพวา)

"ในแต่ละกลุ่มเค้าก็มีประชุมค่ะ เน้นทางการ มีเจ้านายเข้าด้วย"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

❑ จดหมาย

กลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะใช้จดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารเรื่องการประชุมกับกลุ่มสมาชิก กรณีที่แกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นเจ้าภาพเชิญประชุม ก็จะส่งจดหมายไปยังกลุ่มแกนนำชุมชน หรือกรณีที่แต่ละชุมชนจะประชุมสมาชิกในชุมชน ก็จะแจ้งมาที่เทศบาลเพื่อให้เทศบาลเป็นผู้ออกจดหมายให้

"เวลามีประชุมพี่จะทำจดหมายเชิญประชุมอย่างเป็นทางการ ก็เรื่องของการใช้โทรศัพท์กรณีที่เร่งด่วนจริงๆ นะค่ะ"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

นอกจากนั้นยังพบว่ามีการใช้จดหมายในกรณีที่แต่ละชุมชนมีโครงการพัฒนา กลุ่มแกนนำชุมชนก็จะทำเป็นจดหมายนำเสนอมาที่กลุ่มแกนนำจากเทศบาล

"มันจะต้องเป็นลายลักษณ์อักษรขึ้นมาหาเรา ตอนแรกเค้าจะต้องเข้ามาคุยกับเราก่อนถูกมั้ยค่ะ พี่ก็บอกเอาอย่างนี้ทำหนังสือขึ้นมา อยากทำโครงการนี้ อยากทำตรงนี้ตรงนี้ เรียนท่านนายกเทศมนตรี จริงๆ จะทำหนังสือขึ้นมา ปะหน้าขึ้นมา แล้วหนังสือตรงนี้พอลงรับปั๊ปก็จะมาพี่เลย"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

❑ ประชาคม

เป็นลักษณะของการจัดประชุมเพื่อระดมความความคิดเห็นของกลุ่มสมาชิก ซึ่งในแต่ละชุมชนก็จะมีการจัดประชาคม เช่น ได้รับงบประมาณมาในชุมชนจะจัดสรรอย่างไร กองทุนหมู่บ้าน ซึ่งโดยปรกติการจัดประชาคมแต่ละชุมชนสามารถจัดได้เอง แต่จะเห็นได้ว่าทุกครั้งที่มีการจัดประชาคมจะต้องเชิญกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเข้าร่วมด้วย

"เวลามีเรื่องแบบนี้เข้ามา ที่เค้าต้องการจะให้ประสานกับชุมชน ยกตัวอย่างนะค่ะทำกองทุนหมู่บ้าน เค้าก็ต้องให้เราเรียกประชาคมพี่จะต้องลง ทั้งๆ ที่จริงๆ ประธานชุมชนเป็นคนประชาคมนะ แต่ทีนี้เพื่อความมั่นใจของชุมชนนั้นเค้าจะต้องเอาพี่ลงหมด เค้าจะเกิดความมั่นใจที่จะพูดจะอะไร ทุกคนจะให้พี่ลงหมดทุกชุมชนเลย"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

❑ เสียงตามสาย

เทศบาลตำบลอัมพวาจะจัดเสียงตามสายทุกวันเวลาเช้าและกลางวัน โดยมีพื้นที่ครอบคลุมทุกชุมชน ส่วนเนื้อหานั้นจะเน้นการแจ้งข่าวสารจากเทศบาลหรือกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน)

"ประธานชุมชนหรือกรรมการที่มีความรับผิดชอบก็มาเผยแพร่อีกทีหนึ่ง แล้วก็มีการประชาสัมพันธ์ตามเสียงตามสาย เพราะของเทศบาลเค้าจะมีประจำทุกวัน"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / เจ้าของบ้านครูปู)

"มีการประชุม มีการใช้เสียงตามสาย อันนี้เป็นแบบ formal"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ 1. โทรศัพท์ และ 2. การสื่อแบบบุคคลต่อบุคคล

❑ โทรศัพท์

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล มีการใช้โทรศัพท์ในระดับน้อย โดยส่วนใหญ่ใช้เพื่อแจ้งกำหนดการประชุมในกรณีที่เร่งด่วน โดยกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะโทรศัพท์ไปแจ้งกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน)

นอกจากนั้นยังพบว่ามีการใช้โทรศัพท์ไม่ว่าจะเป็นจากกลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกสื่อสารกลับมาแกนนำหลัก เนื่องจากกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกคนมีเบอร์โทรศัพท์มือถือของแกนนำหลัก และสามารถโทรศัพท์ติดต่อเพื่อปรึกษาหารือได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ทำให้ลดขั้นตอนการสื่อสารให้สั้นลง ทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายสามารถปรึกษาปัญหาต่างๆ ได้รวดเร็ว

"เวลามีประชุมพี่จะทำจดหมายเชิญประชุมอย่างเป็นทางการ ก็เรื่องของการใช้โทรศัพท์กรณีที่เร่งด่วนจริงๆ นะค่ะ"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

"ส่วนใหญ่ทุกคนที่เป็นแกนนำก็จะมีเบอร์โทรศัพท์ตรงของท่านนายกฯ สามารถโทรฯตรงเข้าไปได้เลยค่ะ"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"ประธานชุมชนทุกคนสามารถพูดคุยกับท่านนายกฯ ได้โดยตรง โทรศัพท์คุยยังได้เลย คุยได้สบายเลย"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

"ไม่ต้องห่วงหรอกครับ 24 ชั่วโมง เบอร์ชาวบ้านถึงผมหมด"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

❑ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบปฐมภูมิ สมาชิกในชุมชนรู้จักและสามารถเดินถึงกันได้หมด ดังนั้นการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

กับกลุ่มสมาชิกจึงใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือเดินไปหาที่บ้านและพูดคุยโดยตรง เนื่องจากบางครั้งการสื่อสารแบบทางการกลุ่มสมาชิกอาจไม่เข้าใจ แกนนำหลัก คือ ร้อยโท พัชโรดม อุณสุวรรณ จะเดินเข้าไปคุยกับกลุ่มสมาชิกโดยตรง ซึ่งทำให้เห็นสีหน้าและปฏิกิริยาของผู้ที่ทำการสื่อสารได้หมด

> *"มีการประชุม มีการใช้เสียงตามสาย อันนี้เป็นแบบ formal ซึ่งบางที formal ไปเค้าไม่รู้เรื่องอีก ก็ต้องมีแบบ informal ก็เดินไปคุยกันในตลาด ส่วนใหญ่บางทีสมมุติถ้าผมมีงานอะไร ผมเดิน อยู่ในชุมชนเดินก็แวะเข้าไปคุย เพราะเมืองนี้มันไม่ได้ใหญ่งัย เพราะฉะนั้นดีที่สุดคือเข้าไปเดิน เข้าไปคุย ผมว่าการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการได้เจอหน้ากันแล้ว เค้าเรียก contact มันเห็นหมดหน่ะ บางทีพูดโทรศัพท์เราไม่รู้หรอกหน้าตา อาจจะตรงข้ามกับเสียง"*
>
> *(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)*

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชมรมหาบเร่แผงลอย

จากการวิจัยพบว่า ชมรมหาบเร่แผงลอยตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้าในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา เพื่อบริหารจัดการการขายของที่ตลาดน้ำอัมพวา ขึ้นตรงกับเทศบาลโดยมีแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้ดูแล ดังนั้นการทำงานของชมรมหาบเร่แผงลอยจึงมีความเกี่ยวข้องกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลโดยตรง ซึ่งพบว่ามีการสื่อสารโดยใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งแบ่งออกได้เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

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

❑ การประชุม

จากการวิจัยพบว่าเมื่อเทศบาลตำบลอัมพวาจะมีการจัดงานที่ชมรมหาบเร่แผงลอยต้องเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเชิญลุ่มแกนนำชมรมฯ เข้าไปพูดคุยในรายละเอียดของงาน แต่ในบางกิจกรรม เช่น งานวันเด็ก การตักบาตร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชมรมฯ สามารถจัดเองได้ก็จะไม่ประชุมร่วมกับเทศบาล

"ส่วนใหญ่ถ้ามีการจัดงานหรือกิจกรรมเทศบาลก็เรียกคุย เพราะงานมันต้องร่วมกันระหว่างเทศบาลกับชมรม แต่ถ้าบางเรื่องอย่างงานวันเด็กเราไม่ผ่านเราคุยกันเอง เราทำได้ ตักบาตรเราก็คุยกันเอง"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

❑ จดหมาย

เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้นตรงกับเทศบาลตำบลอัมพวา จึงพบว่ามีการใช้จดหมายติดต่อระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับชมรมหาบเร่แผงลอย เช่นเมื่อมีการจัดประชุมหรือจัดอบรมในหัวข้อต่างๆ กลุ่มแกนนำ (ประธานชมรมฯ) จะแจ้งกลุ่มแกนนำจากทางเทศบาลให้เป็นผู้ออกจดหมายแจ้งไปยังสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย

"เราจะเรียกในบางเรื่องเท่านั้น อย่างแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางชมรมจะออกเอง แต่ถ้าเรียกประชุมทางเทศบาลต้องเป็นคนเรียก อย่างประชุมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อบรมเกี่ยวกับเรื่องอาหาร อย่างเวลามีอะไรมาอย่างนี้ เช่น ท้องร่วง เราก็จะเรียกประชุมทีหนึ่งโดยเทศบาลจะเป็นคนออกหนังสือเรียก เพราะเรายังต้องขึ้นอยู่กับเทศบาล"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) มีวิธีการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

❑ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยแต่ละคนก็จะอยู่ใกล้ๆ กันในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นแกนนำหลักก็จะใช้วิธีการสื่อแบบบุคคลต่อบุคคล คือเดินไปในตลาดและเข้าไปพูดคุยกับสมาชิกชมรมฯ โดยตรง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจน

"มีการประชุม มีการใช้เสียงตามสาย อันนี้เป็นแบบ formal ซึ่งบางที formal ไปเค้าไม่รู้เรื่องอีก ก็ต้องมีแบบ informal ก็เดินไปคุยกันในตลาด ส่วนใหญ่บางทีสมมุติถ้าผมมีงานอะไร ผมเดิน อยู่ในชุมชนเดินก็แวะเข้าไปคุย เพราะเมืองนี้มันไม่ได้ใหญ่งัย เพราะฉะนั้นดีที่สุดคือเข้าไปเดิน เข้าไปคุย ผมว่าการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการได้เจอหน้ากันแล้ว เค้าเรียก contact มันเห็นหมดหน่ะ บางทีพูดโทรศัพท์เราไม่รู้หรอกหน้าตา อาจจะตรงข้ามกับเสียง อย่างนี้"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

7.2.3 การสื่อสารระหว่างชุมชน กับชุมชน

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

❑ กลุ่มแกนนำ - ผ่านการประชุม

เนื่องจากกลุ่มแกนนำชุมชนแต่ละชุมชนจะอยู่กันคนละพื้นที่ ในบางครั้งไม่มีโอกาสได้พบกันด้วยต่างมีภาระหน้าที่บริหารชุมชนของตนเอง ดังนั้นกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นตัวกลางในการประสานงาน เพื่อให้กลุ่มแกนนำชุมชนได้มีโอกาสมาพบเจอกันผ่านการประชุม ซึ่งจะทำให้กลุ่มแกนนำแต่ละชุมชนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน

"มีชุมชน 10 ชุมชน ทุกชุมชนเขารักกันดี แล้วทุกชุมชนเขามีหัวหน้าเขาก็ต้องประชุมกันบ่อยเหมือนกัน แล้วเขาจะสื่อสารกันเอง"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

"เวลาพี่เรียกชุมชน พี่ส่วนใหญ่จะขอชุมชนละ 3 ท่าน คงไม่หมดนะค่ะ อย่างน้อยประทาน รองประธาน เลขา แล้วแต่ใครจะมา แต่ที่สำคัญประธานต้องมา ถ้าประธานติดธุระจริงๆ ประธานมาไม่ได้ ประธานต้องมอบตัวแทนมาเลยว่านี่ประธานของฉัน สามารถตัดสินใจแทนได้ในที่ประชุม พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

แต่ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่กลุ่มแกนนำจะพูดคุย แสดงความคิดเห็นเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำ และเรื่องอื่นๆ ในชุมชนอย่างเป็นทางการในที่ประชุมเท่านั้น ไม่มีการพูดคุยสื่อสารเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนนอกที่ประชุม เนื่องจากไม่ต้องการให้แต่ละกลุ่มออกไปสื่อสารกันอย่างผิดๆ และอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจที่ตรงกันได้

"การติดต่อระหว่างชุมชนนี้จะน้อยมาก"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

"ถ้าไม่ใช่การประชุมที่ท่านนายกฯ จัดให้ ก็ไม่มีการติดต่อกันเอง ถึงชุมชนใกล้กัน มันก็เป็นแค่คนรู้จักกันเท่านั้นเอง แต่ว่ามาพูดอย่างนี้เรื่องชุมชนคงไม่พูดก็ไปพูดให้จบในที่ประชุม"

(คุณสมศักดิ์ รวยธนพาณิชย์ : รองประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

"ก็มีมาคุยกันบ้างแต่ว่าส่วนมากก็ต่างคนต่างทำ แต่ถ้าหากว่าเชื่อมโยงกันอย่างเช่น เงินกองทุนมาอย่างเนี๊ยะ ทำไมไม่ทำเหมือนกันล่ะ มารวมกันแล้วคิดว่าเราจะทำอะไรดี ผมเป็นประธานฝั่งนี้จะทำไรก็ทำไป ถ้าหาก 10 ชุมชนมานั่งคุยกันว่าเราต้องเดินแบบอย่างนี้นะ มันก็จะเป็นในรูปแบบเดียวกัน แต่ไม่คุยกัน แต่ถามว่ารู้จักกันมั๊ยรู้จักกัน"

(คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

7.2.4 การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอย กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา

<u>การสื่อสารระหว่างชมรมหาบเร่แผงลอยกับกลุ่มแกนนำชุมชน</u>

จากการวิจัยพบว่ามีการสื่อสารแบบเป็นทางการระหว่างกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยกับกลุ่มแกนนำชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น โดยใช้การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) แบบเป็นทางการ คือ การประชุม

❑ การประชุม

เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอยมีหน้าที่ดูแลสมาชิกชมรมฯ ที่มาขายของในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวา ดังนั้นเมื่อจะมีการจัดงานหรือกิจกรรมอะไรก็แล้วแต่ กลุ่มแกนนำชุมชนตลาดอัมพวา และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยจะต้องประชุมปรึกษาหารือกัน

"ก็จะคุยกัน เวลามีงานก็เรียกมาคุยกัน เราก็จะคุย มีประธานชุมชน ประธานชมรม แล้วก็จะมีกองทุน เพราะเราจะมีกองทุนหมู่บ้าน ในตลาดเนี่ยจะมีอยู่ 4 หน่วยงาน คือ ชมรมแผงลอย ชุมชนตลาดอัมพวา กองทุนหมู่บ้าน แล้วก็จะมีชมรมรักอัมพวา เราก็จะมาคุยกันเนี่ย 4 ประธาน อย่างเรื่องตักบาตรทางน้ำวันที่ 5 ธันวา และ 12 สิงหา เนี่ยก็ 4 หน่วยนี้มาช่วยกัน"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"อย่างพวกชมรมแผงลอยกับประธานชุมชนตลาดอัมพวา คือเราอยู่เหมือนในพื้นที่เดียวกันทำอะไรก็เหมือนจะต้องมาประสานกันตลอด"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

จากการวิจัยพบว่าชมรมหาบเร่แผงลอยไม่มีการสื่อสารกับชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวาในรูปแบบที่เป็นทางการเหมือนกับชุมชนตลาดอัมพวา กล่าวคือ ไม่มีการจัดประชุมร่วมกัน ส่วนหนึ่งอาจมาจากชมรมหาบเร่แผงลอยมีหน้าที่ดูแลในพื้นที่ของชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น ไม่สามารถข้ามเขตไปยังชุมชนอื่นๆ ได้ จึงไม่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการ แต่พบว่ามี

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

7.2.5 **การสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์ กับ ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และ ชุมชนบางกะพ้อม 2**

ชมรมโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในทุกชุมชนของเขตเทศบาลอัมพวาโดยมีลักษณะเป็นกลุ่มเอกชน จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างชมรมโฮมสเตย์กับชุมชนไม่ได้มีรูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการที่ชัดเจน เช่น ไม่มีการจัดประชุมร่วมกันระหว่างกรรมการชมรมฯ กับกลุ่มแกนนำชุมชนหรือจัดประชุมกับกลุ่มสมาชิกของชุมชน

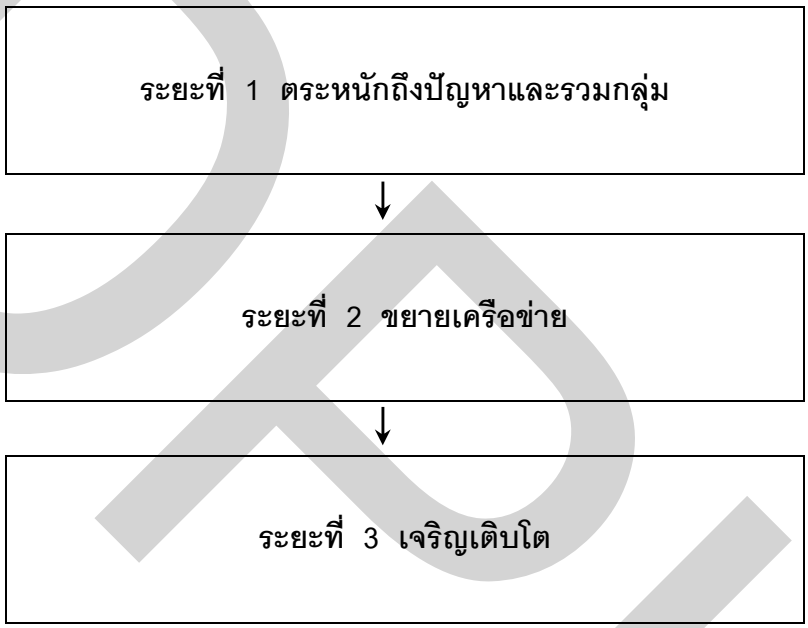
"การประสานงานของกลุ่มโฮมสเตย์กับชุมชนเค้าไม่ชัดเจนหรอก ไม่ค่อยมีอย่างกลุ่มโฮมสเตย์มันไม่ใช่กลุ่มของพวก 10 ชุมชนด้วยงัย มันเป็นของพวกเอกชนก็มี"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

สรุปได้ว่า ชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบปฐมภูมิ สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายรู้จักกันหมด รู้ว่าคนนี้อยู่ชุมชนไหน เป็นสมาชิกของชมรมอะไรบ้าง ดังนั้นทุกกลุ่มในเครือข่ายจึงมีการสื่อสารกันแบบหลวมๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละกลุ่มก็จะมีความสัมพันธ์มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของกลุ่ม ลักษณะของการดำเนินงาน และเพื่อให้การบริหารงานของเครือข่ายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นแต่ละกลุ่มจึงต้องมีการสื่อสารแบบเป็นทางการ เพื่อเป็นเวทีให้คนที่เกี่ยวข้องได้มาพบปะ พูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน และมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

3. พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

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



ภาพที่ 22 พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

จากการวิจัยพบว่าจุดเริ่มของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของคนในชุมชนเขตเทศบาลตำบลอัมพวาซบเซาลง สาเหตุเพราะตลาดอัมพวาตายมานานกว่า 30 ปี เนื่องจากปี พ.ศ. 2526 นโยบายของรัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมให้มีการสร้างถนนทั่วประเทศ ทำให้สภาพสังคมของคนอัมพวาเปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยเดินทางใช้เรือก็มาใช้รถ จากหน้าบ้านเป็นหลังบ้าน เมื่อนโยบายนี้ครอบคลุมทำให้มีการสร้างถนนหนทางทั่วทุกหนแห่ง ความจำเป็นที่ต้องใช้ทางน้ำสัญจรไปมาหาสู่ซึ่งกันและกันก็ลดลงไป สภาพสังคมโดยเฉพาะตลาดน้ำก็แทบจะหายไป แต่บ้านเรือนที่ตั้งอยู่ยังคงอยู่เหมือนเดิม โดยเฉพาะเรือนแถว เรือนไม้ เรือนทรงปั้นหยาบริเวณตลาดน้ำอัมพวายังคงอยู่ แต่นับเนื่องจากช่วงนั้นเป็นต้นมา ความเงียบสงบ ความลด

น้อยถอยลงของสภาพเศรษฐกิจที่อัมพวาดูจะเลวร้ายลงไป จนคล้ายๆ เป็นเมืองปิด คนในชุมชนบางส่วนไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้ ต้องออกไปทำงานนอกชุมชน

"อัมพวานี่ตายมานาน ตั้งแต่ตลาดน้ำหน้าบ้านนี้ตลาดอัมพวาตายหมด เพราะว่าถนนมันตัดผ่านทุกซอยทุกแห่ง คนที่อยู่ที่นี้ก็ย้ายถิ่นไป"

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

"เดิมอัมพวาเป็นตลาดที่ใหญ่มากเมื่อ 40-50 ปีที่แล้ว และค่อยๆเงียบลงไป จนชาวบ้านเริ่มรู้สึกว่าเราอยากได้ตลาดคืนมา ที่นี้เราไม่รู้จะทำอย่างไร กระแสพูดที่พูดกันมาก่อนที่ตลาดน้ำจะเกิดนี่ชาวบ้านคุยกันมาเกือบ 10 ปีเท่าที่อ๊อบจำได้ อยากมีตลาดน้ำแต่ไม่รู้จะรื้อฟื้นมันกลับมาอย่างไร"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"สมัยนั้นพี่ชายป้าเค้าก็ทำสวนอยู่หลังตลาด ช่วงนั้นเมียเค้าปิ้งกล้วยขายก็ยังพอขายได้ แต่ตอนหลังไม่มีคนเลย ต้องทิ้งบ้านไปค้าขายอยู่กรุงเทพอยู่หลายปีเลย"

(คุณปราณี ทองแก๊ง : สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2)

"อยากจะให้ชุมชนเรามีรายได้ เพราะทุกวันนี้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดร้างเลยนะ รายได้เราก็ไม่มี"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

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

ปีถัดมาแม่กลองได้มีการจัดงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้าอีกครั้ง โดยคุณอรพินธุ์ก็ไปดูงาน แล้วก็รู้สึกว่า "เมื่อไหร่อัมพวาจะได้มีโอกาสจัดกิจกรรมแบบนี้บ้าง" จนกระทั่งวันที่ 4 ตุลาคม 2545 ก็มีสารจากจังหวัดสมุทรสงครามและกลุ่มกรรมการของชมรมร้านอาหารของแม่

กลอง ได้มาคุยกับทางเทศบาลตำบลอัมพวาร่วมกับสาธารณสุขอัมพวา และได้ชักชวนแม่ค้าในตลาดอัมพวาให้ไปร่วมพูดคุยด้วย ซึ่งในที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นว่าปัจจุบันนี้แม่ค้าอยู่แบบตัวใครตัวมัน จึงอยากให้แม่ค้าในอัมพวาอยู่เป็นกลุ่ม อยากให้มีการตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของแม่ค้า และเป็นการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับแม่ค้าเวลามีข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วยจึงได้ตั้งชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้นมา

> *"พอดีจังหวะแม่กลองเขามาโฆษณาว่าเขามีงานมหกรรมคืนกำไรให้ลูกค้า พี่กับเพื่อนๆ ก็เลยชวนกันไปดู แล้วก็ตกใจเพราะคนเยอะมาก เราก็...เอ๊ะ เมื่อไหร่ตลาดอัมพวาจึงจะมีแบบนี้บ้าง เพราะของเราก็ขายแค่ตอนเช้าแป๊ปนึง บางคนถ้าอยู่ใกล้หน่อยก็กลับบ้านนอน ตอนเย็นก็ออกมาอีกรอบไอ้ที่ไกลหน่อยก็นั่งหลับที่ร้านนั่นแหล่ะกว่าจะได้ขายอีกทีก็เย็นอย่างนี้ พี่ก็ไปดูแล้วก็กลับมานั่งคุยกับเพื่อนๆ เมื่อไหร่ตลาดจะมีแบบนี้บ้าง ก็ไม่มี ก็ผ่านไปอีกปี พอปีที่ 2 ก็ไปดูเค้าอีก ก็นั่งเสียดายเมื่อไหร่จะมีแบบนี้บ้าง..."*
>
> *(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)*

หลังจากตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ ก็มีความคิดที่จะจัดงานแบบที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จึงได้ปรึกษากับร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นสมาชิกเทศบาลตำบลอัมพวาในขณะนั้น ซึ่งร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ก็เห็นด้วย จึงได้มีการจัดงานในชื่อว่า "มหกรรมอาหารริมเขื่อน" ในวันที่ 4 - 5 พฤษภาคม 2546 เวลา 15.00–21.00 น. บริเวณหน้าอำเภอ โดยกิจกรรมแรกที่ทำคือการหาสมาชิกที่จะมาขายของ โดยครั้งนั้นคุณอรพินธุ์และกรรมการในชมรมหาบเร่แผงลอยไปชักชวนสมาชิกและแม่ค้าได้ 66 คน ให้ไปขายของ แต่จนใกล้งานก็ไม่มีใครกล้าไปขายเพราะทุกร้านไม่เคยขาย กลุ่มแกนนำชมรมฯ (กรรมการ) ต้องเดินไปตามบ้านขอให้มาช่วยขาย เมื่อถึงวันงานมีร้านมาเข้าร่วมจำนวน 50 ร้าน จนกระทั่งวันที่ 4 พฤษภาคม 2546 ก็เปิดงานโดยท่านอธิบดีกรมอนามัย ปรากฏว่ามีคนมาร่วมงานจำนวนมาก ครั้นพอเสร็จงานทุกคนใน อัมพวาพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าไม่เคยเห็นคนมากขนาดนี้มาเป็น 10 ปีแล้ว เพราะที่นี่เงียบไปนาน และเห็นว่าควรให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้ทุกปี แต่พอเสร็จงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนอัมพวาก็กลับมาเงียบเหงาเหมือนเดิม

กุมภาพันธ์ 2547 เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักมีความคิดที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 แต่ในขณะนั้นแกนนำหลักท่านไม่ได้เป็นนายกเทศมนตรีเลยไม่สามารถที่จะขับเคลื่อนอะไรได้ เนื่องจากแกนนำหลักท่านอยู่ในพื้นที่ชุมชนอัมพวามานานได้ศึกษาได้ลงพื้นที่และเห็นว่าอัมพวามีภูมิสังคม ก็คือ ภูมิศาสตร์ของที่นี่มีแม่น้ำเป็นตัวหลัก มีคลอง 300 – 400 คลอง ซึ่งถือว่าเป็นทุนหลักในการพัฒนา ดังนั้นการที่จะพัฒนาชุมชนแห่งนี้ควรส่งเสริมเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวที่แกนนำหลักมองนั้นแบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือการท่องเที่ยวแบบอุตสาหกรรม กับการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการของการท่องเที่ยว แต่ปัญหาคือ “แล้วจะทำอย่างไรเพราะปัจจุบันชุมชนแห่งนี้มันตาย” เพราะกลไกทางเศรษฐกิจไม่ขับเคลื่อน แกนนำหลักท่านเลยมองว่าการท่องเที่ยวน่าจะตอบโจทย์ของที่นี่ได้ ซึ่งพอกล่าวถึงการท่องเที่ยวที่อัมพวาสิ่งแรกที่นึกถึงก็คือ “ตลาดน้ำ”

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

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

*“.....ถามว่าทำไมต้องมาพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ธงแรกคงไม่ใช่ว่าต้องเป็นตลาดน้ำ แต่ธงแรกคือทำอย่างไรถึงจะเห็นชุมชนแห่งนี้มันฟื้นตัวกลับมาอีกครั้ง.....ที่นี้เราก็มองกลับมาว่า จะทำอย่างไรที่จะให้ชุมชนแห่งนี้มันสามารถมีกลไก ที่มันตายเพราะว่ากลไกเศรษฐกิจมันไม่เคลื่อน ถ้าเรามองว่ากลไกเศรษฐกิจมันไม่เคลื่อนเราอาจจะเอาตัวไหนมาสร้างให้มันเคลื่อน ตัวหนึ่งที่เรามองก็คือว่า คนที่นี่เค้าไม่อยากได้อุตสาหกรรม เราก็เลยมามองว่าการท่องเที่ยวเนี่ยน่าจะเป็นตัวตอบโจทย์ว่าถ้าเอามาแทรกแล้วกระจายลงให้กระบวนการของชาวบ้านมีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้นเนี่ยตัวนี้น่าจะเกิดประโยชน์นะครับ เราก็เลยมามองว่าพอมาการท่องเที่ยวคนที่นี่จะพูดแล้วเค้าจะนึกถึง**ตลาดน้ำ**ใช่มั้ยครับ”*

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"มีร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ คุณพ่อท่านเคยเป็นอดีตนายกเทศมนตรีของอัมพวา ท่านก็อยากจะมาทำอัมพวาให้คนรู้จัก อยากจะให้เจริญขึ้นมา ท่านก็มาปรึกษากับชุมชนว่าจะทำอย่างไรให้คนมาอัมพวา ก็มีความคิดเห็นเรื่อยมา จนมาเมื่อ 11 สิงหาคม 2547 ก็คิดว่าจะทำตลาดน้ำย้อนอดีต แต่ว่าไม่ได้ทำแบบสมัยคุณตา ที่มาซื้อขนมจันอับที่โรงจันอับไม่ใช่แล้ว เราก็จะเปลี่ยนรูปโฉมใหม่เป็นตลาดอาหารยามเย็น"

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

เริ่มมีการรวมกลุ่ม

หลังจากที่แกนนำหลักมีแนวคิดที่จะพัฒนาตลาดน้ำขึ้นมาแล้ว ท่านจึงได้มีการจัดประชุมและเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังแนวคิดและความคิดเห็นจากหลายๆ ฝ่าย

"อย่างแรกถึงบอกว่า เรานึกว่าการสื่อสารที่เอามาอย่างแรกเนี่ยคือรับฟัง เราอาจจะ rase ปัญหาว่าวันนี้จะทำเรื่องท่องเที่ยวมั้ย เสร็จแล้วเราก็จะมีเวทีที่จะให้ชาวบ้านเค้ามาพูด นั่นคือการรับฟัง เพราะฉะนั้นผมถึงจะเห็นไงว่ามันมีคน 30 ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง เพราะว่าเรารับรู้จากไหน จากสิ่งที่เค้าสื่อสารกลับมา แล้วมีอีก 20 ที่เค้าไม่เห็นด้วย เค้าก็จะพูดอีกแบบ เฮ้ย...มันจะเป็นไปได้หรอ อะไรอย่างไร สิ่งเหล่านี้มันทำให้เรารู้พื้นฐาน เพราะฉะนั้นการจะเคลื่อนอะไรก็ตามมันต้องเคลื่อนในขณะที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่เคลื่อนในสิ่งที่เราอยากเคลื่อน เรารับรู้ว่ากระบวนการคิดของคนหมู่มากเนี่ย ตัวนี้สัดส่วนมันเป็นอย่างไร พอมันเป็นอย่างไรแล้วเราจะเคลื่อนลักษณะไหน นะครับ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ช่วงแรกๆใช้เวทีเสวนาเยอะ นายกฯช่วงแรกใครที่ดูเหมือนจะเป็นแกนนำก็จะเรียกเข้าไปคุย ไปช่วยกันคือเรียกเข้าไปประชุมในเทศบาล ช่วยกันออกความคิดเห็น"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

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

จึงอาจกล่าวได้ว่าในขณะนั้นการรวมกลุ่มประกอบด้วย แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นผู้นำของกลุ่ม กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน ชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชนอัมพวาที่มีความเชื่อว่าจะสามารถทำได้

"ทั้งภาคราชการ ท้องถิ่น ท้องที่ ภูมิภาค พี่น้องประชาชนนะครับ เราก็มาช่วยกันคิดว่าเราจะทำอย่างไรเพื่อที่จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเนี่ยมีชื่อเสียงโด่งดังต่อไปในภายภาคหน้า"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

"ก็มีชมรมร้านค้าแผงลอย แล้วก็มีชุมชน แล้วก็มีภาคประชาชน คืออย่างนี้ครับ เรามองอย่างนี้ก่อน อย่ามองเป็นกลุ่ม มองว่าคนอัมพวา 100 คน ที่จะขับเคลื่อนกับผมไปจริงๆ เนี่ยในปี 2547 ประมาณ 30 คน อีก 50 เนี่ยเค้ายืนดูก่อน ดูนายกทำอะไร แล้วอีกประมาณ 20 เนี่ย นายกมันจะบ้าเหรอ จะมีคนอยู่ 3 กลุ่มครับ เราอย่าไปแบ่งกลุ่มว่าตัวนี้จะต้องเป็นตัวหลัก แต่เรา...ผมจะเชิญมาทั้งหมด ประธานชุมชน ชมรมร้านค้าแผงลอย คือพยายามเชิญผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คนนึงมันก็อาจจะทำงานหลายๆ หมวก"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

"ก็เริ่มต้นก็เริ่มจากชุมชนตลาดอัมพวาแล้วก็ชมรมแผงลอย เทศบาลอัมพวา ก็ร่วมกันที่ว่าช่วยกันหาแม่ค้ามาขาย ช่วยกันสร้างโน่นสร้างนี่ขึ้นมา ช่วยๆ กันคนละไม้คนละมือ"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"ก็จะมีชาวบ้าน ชุมชนช่วยกัน ก็ร่วมกันเพราะท่านนายกก็บอกว่ามันต้องมีส่วนร่วมจากชาวบ้านด้วย แกถึงจะทำสำเร็จใช่ไหม? ก็มีทั้งฝ่ายรัฐ ฝ่ายชาวบ้านเหมือนเราร่วมกัน"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

ผลจากการวิจัยพบว่าการรวมกลุ่มนั้นเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ ตามบทบาทหน้าที่ ดังนั้นจึงไม่ได้มีการตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหลายท่าน สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนอัมพวา ทำให้เศรษฐกิจของคนชุมชนดีขึ้น และเชิญชวนให้คนในชุมชนกลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่นของตนเอง

2. เพื่อจะประชาสัมพันธ์อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป

3. ต้องการสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

"ที่นั่นเนี่ย รายได้ประชากรมันลดลงไปมาก คนที่มีความรู้ลูกหลานก็เข้ามาอยู่กรุงเทพหมด เพราะมันไม่มีอาชีพที่จะทำ การที่จะเพิ่มรายได้ให้กับคนที่อัมพวาหรือคนสมุทรสงคราม ก็คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว..... ข้อที่ 2 ก็คือ เราทำเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์จังหวัดของเราด้วย เราคิดกันเสมอเลยแม้กระทั่งเดี๋ยวนี้เนี่ย พอบอกว่าอัมพวาเค้าต้องถามว่าสมุทรสาครใช่มั้ย ไม่ได้พูดถึงสมุทรสงคราม เพราะฉะนั้นตรงนี้เราจะทำตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นที่รู้จักของคนในแผ่นดินเลย..... ข้อที่ 3 เราต้องการที่จะสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด ซึ่งก็ล้อมาจากแผนชาติ ว่าจังหวัดเรามียุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์....."

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

"ท่านก็บอกว่าท่านจะทำเศรษฐกิจอัมพวาให้ดีขึ้นท่านก็เริ่มทำตลาดน้ำ เริ่มเรียกชุมชน 10 ชุมชนเข้าประชุม เข้าประชุมแล้วก็ว่าเออเราจะทำยังไงดีให้เรารื้อฟื้นตลาดน้ำเก่าให้มีใหม่แบบอย่างเดิม"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

ก้าวแรกของตลาดน้ำอัมพวา

หลังจากที่มีกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้ว แกนนำหลักได้เชิญทุกฝ่ายเข้าร่วมประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเกี่ยวกับการจัดทำตลาดน้ำ จึงคิดที่จะจัดตลาดน้ำโดยต่อยอดจากงานมหกรรมริมเขื่อนที่ได้จัดไปเมื่อปีที่ผ่านมา ดังนั้นในปี พ.ศ.2547 จึงได้เลื่อนการจัดงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนที่เคยจัดในเดือนพฤษภาคม ให้ไปจัดวันที่ 10-14 สิงหาคม 2547 แทน โดยรูปแบบนั้นอยากให้จัดตลาดน้ำให้เหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่เนื่องจากอัมพวาในขณะนั้นไม่มีเรือแล้ว จะมีแค่ในสวนและที่ไกลๆ ออกไป ดังนั้นแกนนำหลักเลยให้กลุ่มแกนนำชุมชนไปหาเรือมา โดยในช่วงแรกให้มีแค่ 10 ลำก่อน เพราะไม่รู้ว่าจะเป็นอย่างไร และแม่ค้าเองก็ไม่กล้าขาย เพราะให้ขายตอนเย็นขายไม่กี่ชั่วโมงก็มืดแล้ว ของที่ขายไม่ได้จะทำอย่างไร แกนนำหลักเลยใช้กลยุทธ์ คือ จ้างแม่ค้าลำละ 300 บาทต่อวัน ส่วนของที่ขายได้แม่ค้าก็เอาเงินไป พอเริ่มงานมหกรรมอาหารริมเขื่อน คือ ร้านอาหารบนบกก็ไปจัดหน้าอำเภอ และนำพวกคาราวานสินค้าวางขายตั้งแต่หน้าอำเภอถึงริมน้ำ แล้วในน้ำก็เป็นเรือ 10 ลำ คนก็มาเป็นจำนวนมากเดินมาตั้งแต่หน้าอำเภอถึงริมน้ำ หลังจากที่จัดงาน 4 วันเรียบร้อย ประชาชนก็เริ่มรู้จักตลาดน้ำ อัมพวาแล้ว จึงเป็นจุดเริ่มของการเปิดตลาดน้ำอัมพวา วันที่ 11 สิงหาคม 2547 และแกนนำหลักท่านก็เลยให้จัดตลาดน้ำอัมพวาเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ช่วงเย็นเท่านั้น เพื่อที่จะไม่ให้เหมือนตลาดน้ำแห่งอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถดึงคนจากจังหวัดใกล้เคียงและกรุงเทพฯ ให้มาเที่ยวได้ และยังคงใช้กลยุทธ์จ้างแม่ค้าให้พายเรือมาขายของต่อไปอีก นอกจากนั้นยังมีการจูงใจให้แม่ค้าพายเรือมาขายอย่างต่อเนื่อง โดยแม่ค้าที่ขายมาตลอดจะมีโอกาสจับเบอร์ มีของรางวัลเป็นสร้อยคอ น้ำปลา หรือถ้าขายไม่หมดก็มีเสี่ยเอก เจ้าของโรงน้ำปลา เหมาสินค้าในเรือขึ้นมาแจกคนที่อยู่บนบก ทำแบบนี้อยู่ประมาณ 1 เดือน คนเริ่มติดและมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจึงเลิกจ้างแม่ค้า

"เหมือนกับว่าเราต้องหาหน้าม้า คนที่เป็นอาชีพจริงๆ มีแค่ 1- 2 ลำ ที่นี้พวกนี้เค้าก็จะไปหาหน้าม้ามา บางคนก็เป็นประธานชุมชนลงมาพายเรือ หรือกรรมการชุมชนลงมาพายเรือ ไม่ใช่มืออาชีพแต่ช่วยเหลือเมื่อภาพมันออกมาก็โอเค อย่างพี่แจ๊ด (ประธานชุมชน) พี่แจ๊ดทำข้าวแกง เราก็...พี่แจ๊ดช่วยหน่อยเถอะ พี่แจ๊ดก็บอกว่า เอา..วะ"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลอัมพวา)

"ทั้งแม่ค้าเอง ทั้งคณะกรรมการเองก็เลยนึกว่า เราลองอาทิตย์หน้าอีกซักอาทิตย์หนึ่ง ทีนี้ทำไงถึงจะให้เกิด เขากลัวว่าแม่ค้ามาแล้วจะขายไม่ได้เลิกไป ทางคณะกรรมการก็เลยบอกว่าเอาอย่างนี้แล้วกัน เขาจะจ้าง 10 ลำลำละ 300 บาท อย่างน้อยต้องมี 10 ลำก่อน ส่วนผู้ที่จะเข้ามาต้องเข้ามาทุกวันนะจะมีสิทธิจับเบอร์จับรางวัล สัปดาห์หนึ่งก็จะแจกเหมือนคนบ้า เพราะผมเองอย่างเวลาไปประชุมก็จะบอกว่า ตลาดน้ำเกิดขึ้นได้เพราะคนบ้า บ้าจ้างคนอื่นมาทำ"

(คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

"ช่วงที่เรามาสร้างตรงนี้เราก็ปลุกนะครับ แม้กระทั่งมีสร้อยคอ เพื่อที่จะจับฉลากรางวัลเป็นสิ่งจูงใจให้คนมาร่วมกิจกรรม เอาน้ำปลามาแจกบ้าง เอาทองมาจับบ้าง เทศบาลมีเงินก็เอางบประมาณไปช่วยบ้าง ควักกระเป๋าบ้าง เพื่อให้คนมาดำเนินการในเรื่องในกิจกรรมของตลาดน้ำ ซึ่งจะต้องมีเรือที่พายขายของในแม่น้ำลำคลอง"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

"ชาวบ้านไม่กล้าค้าขาย กลัวว่าจะขายไม่ได้ ทุกคนก็รับประกันว่าให้มาเถอะขายได้ ถ้าขายไม่ได้จะจ้างให้ลำละ 300 บาท ก็จ้างอยู่ระยะหนึ่ง เพราะถ้าขายไม่หมดพวกเสี่ยเอกนี่ก็เหมาขึ้นมาแจกคน คือเพื่อให้เค้าอยู่ได้ ก็ทำอยู่ประมาณ 1 เดือน คนก็เริ่มติด เพราะเราก็โปรโมทขึ้นไปคนก็เริ่มติด ตอนนั้นก็เลยเลิกจ้าง"

(คุณประพัฒน์ กลิ่นจงกล : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา)

ในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาระยะแรกๆ นั้น กลุ่มแกนนำชุมชนทุกชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ได้เข้ามาประชุมและแสดงความคิดร่วมกัน แต่โดยหลักๆ แล้วจะเป็นการจัดการของชมรมหาบเร่แผงลอย เนื่องจากเป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องคอยดูแลแม่ค้า และอีกชุมชนที่มีบทบาทมาก คือ ชุมชนตลาดอัมพวา เพราะเป็นชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จัดกิจกรรมตลาดน้ำ เนื่องจากเดิมบริเวณชุมชนแห่งนี้เป็นตลาดอยู่แล้ว ประกอบกับที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เทศบาลมากที่สุด มีท่าเรือสำหรับรับส่งคนที่มาเที่ยว ส่วนชุมชนอื่นๆ ยังมองไม่ชัดว่าควรจะทำอะไรในชุมชนของตนเอง เพราะถ้าเป็นตลาดน้ำก็คงต้องเน้นแต่เรื่องขายของ ดังนั้นชุมชนอื่นๆ ถึงแม้ไม่ได้เข้ามาขายของในบริเวณตลาดน้ำ แต่คนในชุมชนบางส่วนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายรูปแบบ เช่น พายเรือมาช่วยขายของ มาเดินในตลาดเพื่อให้มีความคึกคักเพิ่มมากขึ้น หรือแม้กระทั่งช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนมาเที่ยวตลาดน้ำ

"เริ่มต้นก็จากชุมชนตลาดอัมพวา ชมรมแผงลอย แล้วก็เทศบาลอัมพวา แต่ชมรมแผงลอยนี่คือคุมทั้งหมด ไม่ใช่ว่าเฉพาะในฝั่งตลาดนี้นะ แต่จะดูชุมชนในเขตเทศบาล ทั้งเขตเทศบาลอัมพวาเลย"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"ทีนี่เวลามีส่วนร่วมก็คือ เวลาเริ่มตลาดน้ำเนี่ยเค้าจะชวน ชวนๆ กันไป เหมือนกับว่าเวลามีตลาดน้ำใช่มั้ยเค้าก็มาชวน เอ้าไปช่วยๆ กันหน่อย ไปช่วยกันทำให้มีคนขึ้นมางัย ก็จะพากันเดินไป"

(คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

"เชื่อมั้ยครับปีแรกๆ คนจะไปงานแต่งเราก็ทำใบปลิวตลาดน้ำ นายก...จะไปงานแต่ง โรลใบปลิวให้ทีเดี๋ยวผมไปแจกแขกในงานแต่ง"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ผมก็ดูๆในใจผมว่าเจ๊ง เราก็มาเอ๊ะ...เราก็คนอัมพวา อยากให้ตลาดน้ำอยู่นานๆนะ อยากจะมีส่วนร่วมด้วยทำอย่างไงดี ก็ตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ ซึ่งก่อนมันเงียบ โต๊ะประชาสัมพันธ์ของเราก็จะมีคาราโอเกะด้วย"

(คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

จากการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ให้กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และกลุ่มแกนนำชุมชนทำหน้าที่หลักในการพัฒนา ส่วนเทศบาลจะทำหน้าที่เป็นเพียงพี่เลี้ยงและคอยให้คำแนะนำในการจัดการเท่านั้น เนื่องจากการจัดตลาดน้ำอัมพวาจัดในช่วงวันหยุด ซึ่งข้าราชการไม่ได้ทำงาน ดังนั้นการที่จะให้กลไลทางเศรษฐกิจขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้องค์กรเอกชนและประชาชนเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน

"ทีนี้พอเรามีการรวมตัวแบบชมรมเนี่ย เรามองว่าการท่องเที่ยวหรือธุรกิจเนี่ยมันเกิดโดยรัฐไม่ได้ ถามว่าข้าราชการที่ไหนจะอยู่เสาร์-อาทิตย์กับผม ก็มีแต่แม่ค้า เพราะฉะนั้นมันก็ต้องเอากลไก เค้าเรียกกลไกทางเอกชนเป็นตัวขับเคลื่อน"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

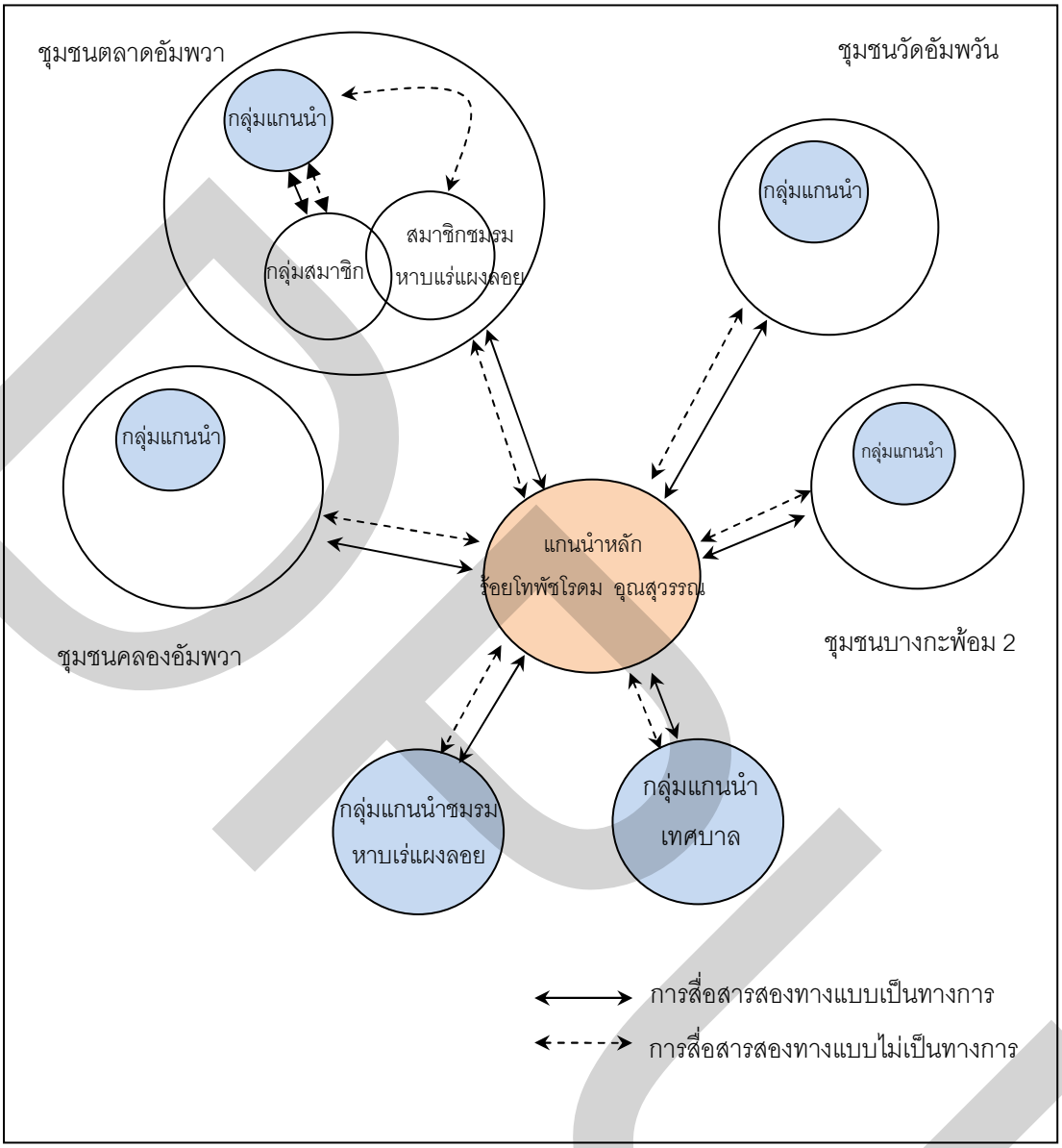
"เทศบาลองค์กรของเค้าราชการดูแลคนละแบบก็จบไป เค้าก็ต้องโอนมาให้ประธานชุมชนดูว่า เสาร์-อาทิตย์นี้คุณก็ต้องดูแลกันเองนะ เขาจะไม่มาดูแลมากมาย ก็ต้องดูแลการสื่อสาร ดูประกอบกันว่า คนมาเที่ยวอย่าคิดเขาแพงนะ ตรงนี้ประธานชุมชนจะดูแล ทางด้านอาหารคุณอรพินท์ก็ดูแลเห็นมั้ยคะ ต้องร่วมมือกัน"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

"เพราะว่าท่านนายกเป็นฝ่ายการเมืองนะคะ ท่านจะไม่ให้ราชการมาดูแล ให้คุณสนั่นดูแล คุณอรพินท์ดูแล แกจะให้องค์กรเอกชนดูแลหมด ไม่ให้ราชการมายุ่งเกี่ยว เพราะราชการยังไงถ้าเขาไม่ดี เขาก็ได้เงินเดือนอยู่แล้ว แต่เอกชนคุณทำไม่ดีเขาเปลี่ยนคุณได้นะ เปลี่ยนได้วันนี้ พรุ่งนี้เลย"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

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



ภาพที่ 23 พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 1

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

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

ตลาดน้ำเริ่มติดแล้ว

ผลการวิจัยพบว่า หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2547 แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้เวลาประมาณ 6 เดือน ก็พบว่ามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ดังนั้นแกนนำหลักท่านจึงชักชวนให้กลุ่มแกนนำชุมชน และคนในชุมชนอื่นๆ ไปคิดต่อยอดว่าจะทำอย่างไรเพื่อที่จะพัฒนาชุมชนตัวเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่หลักในการไปขยายเครือข่ายให้กว้างขวางมากขึ้น โดยจะทำอย่างไรเพื่อให้คนในชุมชนมาเข้าร่วมขายของ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น

"6 เดือนน่ะคะ ก็เริ่มติดตลาดแล้ว ทีนี้ก็ไม่ต้องจ้างแล้ว ทีนี้แย่งกันมาขายแล้ว ตอนนี้ทุกตารางนิ้วแทบไม่มีที่ว่างเพราะว่าคนมาหาที่ไม่ว่าจะทางบกหรือทางน้ำ"

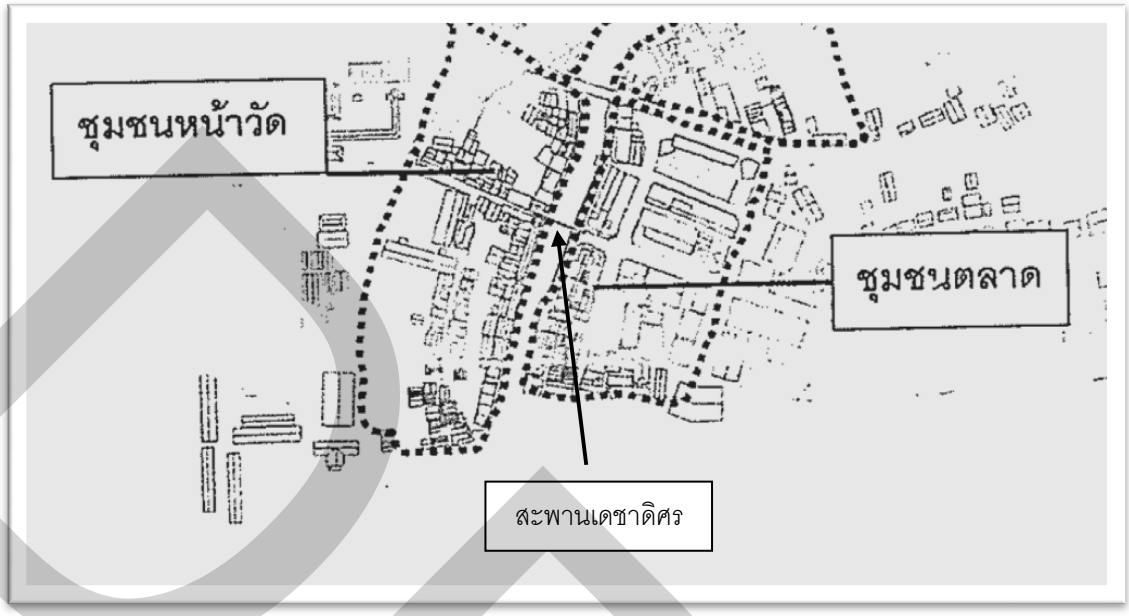
(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"....แต่ถ้าผมมองคนที่จะเวิร์คมากกว่าน่าจะเป็นส่วนของประธานชุมชนเทศบาลแค่เป็นในส่วนของตัวช่วยมากกว่าว่าคุณอยากได้อะไร หรืออยากเพิ่มอะไร แล้วก็หางบมาให้"

(คุณภูพิรัฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

ขยายเครือข่ายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน

จากเดิมพื้นที่การจัดตลาดน้ำอัมพวาจะอยู่เฉพาะบริเวณหน้าอำเภอเรื่อยมาจนมาสิ้นสุดที่บริเวณเชิงสะพาน (สะพานเดชาดิศร) ของชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ความเจริญเติบโตของตลาดน้ำอัมพวารวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คนในชุมชนเห็นว่าตลาดน้ำแห่งนี้สามารถพัฒนาได้ คนในชุมชนจึงได้เข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ตรงจุดนี้เองตลาดน้ำอัมพวาจึงได้เริ่มขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน เนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้กับชุมชนตลาดอัมพวา เพียงข้ามสะพานเท่านั้น ดังภาพที่ 24



<u>ภาพที่ 24</u> แผนที่แสดงขอบเขตของบริเวณแต่ละชุมชนของชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา
(ที่มา : นิธิ ลิศนันท์, 2544)

"ทีแรกเริ่มจากฝั่งโน้น(ชุมชนตลาดอัมพวา) ปีแรกเลยเริ่มจาก 47 ถึงกลางปี 48 ฝั่งโน้นอย่างเดียวฝั่งนี้(ชุมชนวัดอัมพวัน)ไม่มี"

(คุณวิสุทธิ์ ณ บางช้าง : สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

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

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"ใช่ค่ะ แล้วก็มีประธานชุมชนตลาดอัมพวา แล้วก็ข้ามไปฝั่งวัดอัมพวันนะคะ ชุมชนวัดอัมพวัน เพราะชุมชนตลาดเหมือนตอนแรกก็เกิดก่อน เกิดก่อนก็ช่วงหน้าเทศบาล ระยะหนึ่งค่ะ พอเริ่มบูมก็ย้ายข้ามฝั่ง มาอยู่ตรงนั้น ตรงนั้นเป็นจุดที่มาที่หลัง แต่ว่าทำไปทำมาเหมือนจะเป็นจุดที่เจริญที่สุด และมี

รายได้มากที่สุด มากกว่าแม่ค้าที่อยู่ฝั่งนี้จะได้คือ เย็นค่ะอิ่มมาเรียบร้อยแล้วค่ะถึงจะมาเดินทางนี้ เพราะว่าฝั่งโน้นมันสะดวงตรงที่ว่ามี อุทยาน มีวัด และมีที่จอดรถ"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

เกิดชมรมโฮมสเตย์

ช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของโฮมสเตย์ก็พบว่าขณะนั้นมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แกนนำหลักจึงให้แนวคิดที่จะให้คนในชุมชนที่อยากจะเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่าย หรืออยากจะมีรายได้แต่พื้นที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวาให้เปิดโฮมสเตย์ขึ้น ตรงจุดนี้จะเห็นได้ว่าแต่ละชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาโดยการพัฒนาบ้านพักของตนเองแล้วเปิดเป็นโฮมสเตย์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าทุกชุมชนในเขตเทศบาล อัมพวามีโฮมสเตย์ทั้งสิ้น

"เริ่มจากกลุ่มแกนนำที่มีความคิดตรงกัน แล้วก็เกิดจากลุ่มพวกแผงลอยแม่ค้าขึ้นมาเป็นหลักก่อน เป็นตัวเปิดตลาด แล้วก็ข้ามฝั่งไปวัดอัมพวัน ซักระยะนึงก็เป็นพวกโฮมสเตย์"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"ท่านนายกฯ จะเริ่มทำตั้งแต่ชุมชนตลาดก่อน อยากให้คนเข้ามาพอชุมชนตลาดทำได้ ชุมชนวัดอัมพวันก็ไปเสริม พอวัดอัมพวันเสริม ท่านก็จะเรียกทั้ง 10 ชุมชนให้มาประชุมกันว่าคนเขาจะเที่ยวอยู่แค่ตรงนี้ แล้วทุกชุมชนถ้าอยากมีรายได้เข้าไป ก็ให้ปลูกโฮมสเตย์ หาสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดลูกค้าเข้าไป เราเป็นกรรมการเราก็จะแนะนำให้ไปทางนั้นให้ไปทางนี้ ก็อยู่ได้ง่ายจังหวัดเราก็เลยเข้มแข็งทั้งจังหวัด"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"ทีนี้พอดีมันมีตลาดน้ำมันก็เลยมีรายได้ขึ้นมา ทางชุมชนแต่ละชุมชนเนี่ยชุมชนไหนที่อยู่ใกล้ก็จะมามีส่วนร่วม ชุมชนไหนไม่ได้อยู่ติดก็มีส่วนร่วมน้อยหน่อย แต่ก็จะมีโฮมสเตย์ให้พัก แต่ก็พยายามดึงคนที่มาพักเนี่ยให้ชมสวน

อย่างประธานคุณสุเมธ ถ้ามีคนไปพักบ้านเขา เขาก็จะพาเดินสวน กินมะพร้าวอ่อน ศึกษาเกี่ยวกับชีวิตของคนในชุมชนบางกะพ้อม 2 ว่าทำสวนมีอะไรบ้าง ร่มเย็นเป็นสุขอย่างไร"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

จากจุดเริ่มที่แกนนำหลักอยากให้ทุกคนในชุมชนมีรายได้ มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ทำให้กลุ่มสมาชิกที่พอจะปรับปรุงบ้านพักอาศัยให้เป็นโฮมสเตย์ได้ก็มีการปรับปรุง หรือบางกลุ่มที่บ้านพักมีบริเวณกว้างขวางก็สร้างโฮมสเตย์ขึ้นมาใหม่ โดยในระยะนั้นมีการเปิดโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง แต่หลายๆ ที่ก็เจอกับปัญหา เพราะต่างก็ไม่เคยทำโฮมสเตย์มาก่อน เลยไม่รู้ว่าเมื่อเจอปัญหาเช่นนี้ต้องทำอย่างไร มีแขกทำอย่างไร ไม่มีแขกทำอย่างไร ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักมีความคิดว่ากลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ไม่เคยมีประสบการณ์การทำโฮมสเตย์มาก่อน แล้วแกนนำหลักท่านคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องเกิดโฮมสเตย์แบบนี้ขึ้นมาอีกมาก แกนนำหลักเลยเรียกผู้ประกอบการโฮมสเตย์มาร่วมปรึกษา และพูดคุยว่าถ้ามีการรวมกลุ่มกันสมาชิกจะได้รับประโยชน์และสิทธิอะไรบ้าง นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ด้วยเหตุนี้จึงได้มีรวมกลุ่มและตั้งเป็นชมรมโฮมสเตย์ขึ้นมี ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นประธานชมรม

"....บางคนไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำโฮมสเตย์ มีปัญหาแบบนี้เกิดขึ้นจะแก้ไขอย่างไร อย่างเวลามีแขก หรือทำขึ้นมาแล้วไม่มีแขกเลยจะทำอย่างไร ตอนแรกเค้าก็เรียกผู้ประกอบการแต่ละที่มานั่งคุยว่าถ้าตั้งชมรมนะคนที่เป็นสมาชิกชมรมจะได้รับสิทธิพิเศษอะไรบ้าง เหมือนกับว่ามาแชร์ความคิดเห็น อย่างเวลาส่งแขกให้กันคุณก็ต้องมีเป็นมาตรฐานว่าค่าใช้จ่ายอะไรยังไง rate ราคาเท่าไหร่ มีค่าตอบแทนให้กันมั้ย ทำให้ต้องกลายเป็นชมรม"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / เจ้าของบ้านครูปู)

"เริ่มมาจากท่านนายกฯอีกเช่นกัน คือในระยะหลังมีที่โน่นที่นี่เปิดเพิ่มขึ้นท่านนายกฯก็ดำริว่ารวมกลุ่มเถอะ อันนี้เป็นสิ่งที่ทำล้ำหน้า ท่านนายกฯคาดไว้แล้วว่าจะต้องเกิดที่พักแบบนี้ขึ้นมาอีกมาก ท่านก็เลยพยายามรวมกลุ่มให้ได้ก่อนเลย เพื่อที่จะได้คุยกัน ชี้แนะกัน เพื่อจะได้ป้องกันปัญหา

เพราะว่าผู้ประกอบการที่พัก 99 % เป็นคนพื้นที่ ซึ่งไม่มีใครมีประสบการณ์ด้านการโรงแรม ด้านที่พักมาก่อน เพราะฉะนั้นท่านนายกฯจึงพยายามผลักดันให้รวมกลุ่มเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลและสอนกัน"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

ดังนั้นในระยะขยายเครือข่ายนี้ นอกจากจะขยายเครือข่ายไปยังชุมชนวัดอัมพวันแล้ว พบว่ายังมีกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งกลุ่ม คือ ชมรมโฮมเสตย์ ซึ่งเป็นพันธมิตรของเครือข่าย

หลังจากนั้นประมาณปี พ.ศ. 2550 เป็นที่น่าปลาบปลื้มของคนอัมพวา เมื่อสำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา ได้มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนภายใต้ชื่อ "โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์" เป็นโครงการที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีพระราชดำริให้สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา นำที่ดินที่คุณประยงค์ นาคะวะรังค์ ชาวอัมพวา ได้น้อมเกล้าฯ ถวายมาดำเนินการพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอัมพวา

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

"เดี๋ยวนี้หน้าบ้านใครหน้าบ้านมันก็ขายกันหมด พอทางนี้เริ่มมีคนมาก มูลนิธิชัยพัฒนาก็เปิด คืออยากให้ความเจริญกระจายเข้าไปข้างใน"

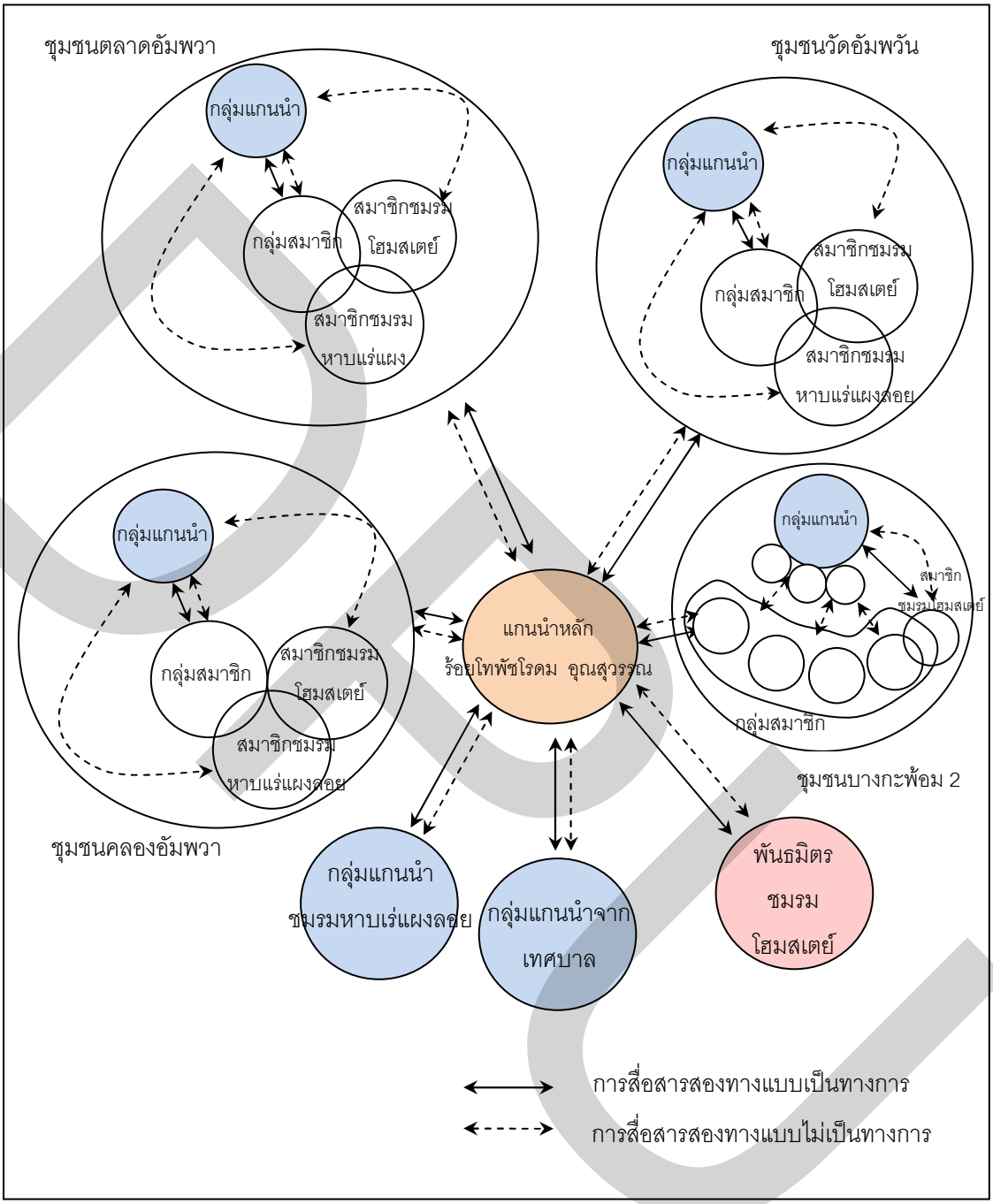
(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"ชุมชนที่มีบทบาทในช่วงแรกก็ตลาด กับวัดอัมพวัน แล้วก็มาคลองอัมพวา แต่เรื่องของชุมชน ผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนจะทำกันเอง อย่างพี่เนี่ยพี่ก็เปิดขยายต่อเข้ามาจากตลาด เมื่อวันที่ 7 เดือนกรกฎาคม 2550 พี่เปิดเป็น

ทางการ คือขยายออกมาจากตรงสะพาน ชุมชนพี่จะอยู่ตั้งแต่ใต้ถุนสะพานรถ ยันสะพานรถจุฬา รอบเกาะ"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ : ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

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



<u>ภาพที่ 25</u> พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 2

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าหลังจากปี พ.ศ. 2551 เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปในชุมชนทุกชุมชน เห็นได้จากจำนวนกลุ่มสมาชิกที่ออกมาขายของในตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนมากทั้งบนบกและในเรือจนแทบจะไม่มีที่ขาย หรือโฮมสเตย์ที่เปิดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนบางคนที่ออกไปทำงานนอกชุมชนก็กลับมาประกอบอาชีพในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

"ตอนที่ตลาดน้ำเปิดใหม่ๆ พี่ทำงานอยู่กรุงเทพฯ ก่อนที่จะมีตลาดน้ำ ที่นี่มันเงียบมาก ไม่มีอาชีพอะไรที่จะเสริมให้เรามีรายได้ พี่ก็เลยต้องไปทำงานที่กรุงเทพฯ พอมีตลาดน้ำก็กลับมาทำมาหากินที่บ้านค่ะ พี่เป็นคนปากน้ำ-สมุทรปราการ แต่แฟนพี่เป็นคนอัมพวาแต่มาอยู่นี่ 20 กว่าปีแล้ว"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

"สมัยนั้นพี่ชายป้าเค้าก็ทำสวนอยู่หลังตลาด ช่วงนั้นเมียเค้าปิ้งกล้วยขายก็ยังพอขายได้ แต่ตอนหลังไม่มีคนเลย ต้องทิ้งบ้านไปค้าขายอยู่กรุงเทพอยู่หลายปีเลย ตอนนี้คนเยอะขึ้น จะได้มีรายได้กัน"

(คุณปราณี ทองแก๊ง : สมาชิกชุมชนบางกะพ้อม 2)

ปัญหาที่พบ

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

"ตอนนี้ลูกหลานก็กลับมาเยอะมากขึ้น เปลี่ยนมากเลย แล้วก็คนในพื้นที่จะโดนไล่ออกหมด เพราะคนในกรุงเทพจะมากว้านซื้อ เนี่ยจะเดือนร้อนตรงนี้ เพราะคนในชุมชนพี่ไปหลายครอบครัวแล้ว คือเจ้าของบ้านเอาที่คืนแล้วมาเป็นร้านบ้าง เป็นโฮมสเตย์บ้าง ทำให้คนอัมพวาแท้ๆ ต้องกระเด็นออกไป แต่ก่อนเค้าไม่เหลียวแลเลย"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

"ใช่ ทีนี้คือไม่มีใครไปห้ามงัย เทศบาลก็ลงไม่ได้ เค้าก็ยุ่งงานเค้าก็เยอะงัย เราก็เลยไม่รู้ทำงัย คนนอกมาของก็แพงขึ้น ฝั่งโน้นเช่าหน้าร้านอาทิตย์นึงตั้งหลายพัน จะมีฝั่งนี้ที่ไม่ต้องเสียค่าเช่า คือขายเอง ก็คือชมรมก็เก็บร้านละ 10-20 บาท แล้วเงินตรงนี้เราก็เอามาทำเรื่องไฟ จ้างเด็กทำความสะอาด จ้างเด็กยกโต๊ะ"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในระยะของความเจริญเติบโตนี้สมาชิกภายในเครือข่ายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในชุมชนและสมาชิกในเครือข่าย แต่เมื่อมีความเจริญเข้ามาก็มีปัญหาเข้ามาด้วยเช่นกัน

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

ตลาดน้ำอัมพวาตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 มีประชากรประมาณ 5,000 คน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์) จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรมีน้อยมากเมื่อเทียบกับชุมชนอื่น ประกอบกับคนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ 1 ใน 3 เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งโดยมากก็อยู่บ้านเลี้ยงลูก เลี้ยงหลาน ส่วนกลุ่มหนุ่มสาวก็จะออกไปประกอบอาชีพยังจังหวัดอื่นๆ หรือที่กรุงเทพ และจากการสัมภาษณ์พบว่าคนที่นี่มีความเป็นตัวเองสูง ไม่สามารถชักจูงได้ง่ายๆ ดังนั้นการที่แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจะเชิญชวนหรือขยายเครือข่ายให้คนในชุมชนออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาวิธีการสื่อสารเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง

"ชุมชนที่นี่มีจุดอ่อนและจุดแข็งนะครับ ชุมชนที่นี่จากโครงสร้างเราเป็นสังคมเกษตร แต่เป็นเกษตรแบบไม่พึ่งพาคนอื่น สวนใครสวนมัน ยืนด้วยขาตนเองไม่ต้องพึ่งใคร เพราะฉะนั้นมันดีอย่างตรง...มันยืนบนขาตนเอง แต่ขณะเดียวกันการทำงานเป็นกลุ่มที่นี่ทำงานลำบาก เพราะทุกคนไม่เคยชินที่จะทำงานกลุ่ม มีอัตลักษณ์ของตนเองสูงมาก"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"พอเราทำงานลักษณะนี้เราต้องยอมรับมิติสังคมมันเป็นพลวัต เรามีกลุ่มเล็กในกลุ่มใหญ่ กลุ่มย่อย ใช่มั้ยครับ เพราะฉะนั้นการใช้การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยในส่วนของการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยใน 2 ประเด็นคือ

1. วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่าย
2.ประเด็นในการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าในพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละระยะของพัฒนาการ ดังนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งตามพัฒนาการของเครือข่าย 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม
ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย
ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ในระยะที่ 1 นี้ เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวามีความคิดและเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยแกนนำหลักมีความคิด

ว่าการจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต้องอาศัยความร่วมมือของทุกคนในชุมชน ดังนั้นระยะนี้จึงเป็นการเชิญชวนคนในชุมชนทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่เทศบาล กลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นจะเห็นว่าการสื่อสารในระยะนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรวมกลุ่มเป็นหลัก

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

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

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

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

❑ **จดหมาย**

จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลักจะให้กลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกจดหมายและส่งไปยังกลุ่มแกนนำชุมชนทุกชุมชนเพื่อเชิญมาประชุม ปรึกษาหารือ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

"เวลาพี่เรียกชุมชน พี่จะมีหนังสือเชิญประชุมเป็นทางการ"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

"ก็เป็นหนังสือส่งมา บางทีทางเทศบาล..เออไปร่วมประชุมกันหน่อย เขาก็มาเรียกเรา"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

❑ การประชุม

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

"ประชุม คุย อย่างเดียว เวทีสาธารณะ คือ ฟังต้องฟังพร้อมๆ กัน วันนี้ผมเชื่อว่าภาษาไทยมีปัญหา อย่างคุยกับอาจารย์แล้วก็ถัดไปอีก 2 คนนี่เปลี่ยนไปอีกเรื่องเลยนะ มันเหมือนกับการตีความ เพราะฉะนั้นวันนี้เนี่ยวิธีที่ต้องใช้คือขนาดของที่นี้มันใช้ได้ มันไม่ใหญ่เกิน ขนาดของคนที่นี่เรามีประชากร 5,000 เราเชิญประชุมที่ 40- 50 คนเนี่ยก็โอเคนะ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"สุดท้ายเราจะทำเรื่องนี้เราก็ต้องเชิญมาคุย คือในช่วงแรกเนี่ยต้องแยกก่อนกระบวนการในช่วงปีแรกๆ มันเป็นกระบวนการที่จะนำเค้า เพราะฉะนั้นจะต้องสื่อสาร ก็คือ คุย เราก็ใช้ประชุมค่อนข้างเยอะ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ส่วนมากท่านนายกฯ จะเรียกประชุมกันซะมากกว่า จะได้คุยพร้อมกันทุกคนทีเดียว"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"ให้ทุกคนมามาคุยกัน มีอะไรแล้วค่อยว่ากัน ไอ้นี่มีปัญหาว่าทางนี้ไม่เคลียร์ ก็มาคุยด้วยกัน อย่าไปคุยกันเองในเบื้องล่าง ต้องมาคุยในที่ประชุม "

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

❑ การจัดกิจกรรม

ในระยะที่ 1 นี้พบว่ามีการจัดกิจกรรมในกลุ่มแกนนำ จากการวิจับพบว่ากลุ่มแกนนำส่วนใหญ่ยังนึกกระบวนการเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ชัดเจน ดังนั้นแกนนำหลักจึงจัดกิจกรรมโดยพากลุ่มแกนนำไปดูงานตามตลาดต่างๆ เช่น ตลาดที่หัวหิน ตลาดบ๋วย เพื่อให้กลุ่มแกนนำได้เห็นภาพของจริง และเปิดกระบวนการคิดเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ชัดเจนมากขึ้น

"คืออย่างนี้ครับ สิ่งที่ให้ไปดูไม่ใช่ให้ไปลอก การไปดูคือไปเปิดกระบวนการคิด ก่อนทำตลาดน้ำจริงๆ แล้วผมยังให้เค้าไปดูตลาดบ๋วย คือพอเราจะทำตลาดตอนเย็นเนี่ยยังไปดูตลาดกลางคืนเลย ตลาดที่หัวหิน เป็นยังไง"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลอัมพวา)

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

❑ การใช้โทรศัพท์

การใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่มแกนนำนั้น พบว่าใช้ในหลายกรณี กล่าวคือ 1.กรณีมีประชุมเรื่องเร่งด่วนและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลไม่สามารถออกหนังสือได้ทันก็จะใช้การโทรศัพท์แจ้งไปยังกลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย

2. เมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนต้องการปรึกษาปัญหาหรือขอคำแนะนำกับแกนนำหลัก ก็สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง 3. กลุ่มแกนนำต้องการติดต่อสื่อกันเองเพื่อพูดคุย หรือแจ้งข่าวสาร

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

(คุณอรุณี ศรีราษฎร์ : เลขานุการชุมชนตลาดอัมพวา)

"บางทีจดหมาย หรือหนังสือให้ประธานชุมชนมาประชุม ประธานเค้าก็จะโทรบอกให้มาประชุม ถ้าประธานชุมชนไม่ว่างก็จะเข้าแทน"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

❑ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

เนื่องจากกลุ่มแกนนำชุมชนประกอบด้วยประธานและกรรมชุมชน ซึ่งการประชุมร่วมกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลบางครั้งกรรมการชุมชนทุกท่านไม่ได้เข้าประชุมร่วมกันหมด ดังนั้นเมื่อกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน) รับนโยบายมาแล้ว ต้องมีการแจ้งข่าวสารให้กับกรรมการชุมชนทราบก่อน และเนื่องจากชุมชนในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นชุมชนแบบปฐมภูมิ คนในชุมชนมีบ้านเรือนติดๆ กัน และทุกคนรู้จักกันหมด ดังนั้นในบางครั้งเมื่อกลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน) ต้องการติดต่อกับกรรมการชุมชนก็จะใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือ เดินไปคุยที่บ้านโดยตรง

"ถ้ามีเรื่องเร่งด่วนพี่ก็จะเดินไปบอกกรรมการก่อนเลย"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"มีอะไรพี่ก็เดินบอก เพราะมันไม่ไกล บ้านเราก็ห้องแถวอย่างเงี่ย ถ้าเราเดินก็แป๊บเดียว"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

<u>การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน</u>

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

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

❑ เวทีสาธารณะ

จากการวิจัยพบว่าช่วงแรกที่จะเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น กระแสความสนใจของคนในชุมชนมีความหลากหลายทั้งกลุ่มที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และกลุ่มที่นิ่งเฉย ดังนั้นแกนนำหลักท่านจึงได้จัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน และนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาตลาดน้ำต่อไป

"อย่างแรกถึงบอกว่า เรานึกว่าการสื่อสารที่เอามาอย่างแรกเนี่ยคือรับฟัง เราอาจจะ rase ปัญหาว่าวันนี้จะทำเรื่องท่องเที่ยวมั้ย เสร็จแล้วเราก็จะมีเวทีที่จะให้ชาวบ้านเค้ามาพูด นั่นคือการรับฟัง เพราะฉะนั้นผมถึงจะเห็นไงว่ามันมีคน 30 ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง เพราะว่าเรารับรู้จากไหน จากสิ่งที่เค้าสื่อสารกลับมา แล้วมีอีก 20 ที่เค้าไม่เห็นด้วย เค้าก็จะพูดอีกแบบ เฮ้ย...มันจะเป็นไปได้หรอ อะไรอย่างไร สิ่งเหล่านี้มันทำให้เรารู้พื้นฐาน เพราะฉะนั้นการจะเคลื่อนอะไรก็ตามมันต้องเคลื่อนในขณะที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่เคลื่อนในสิ่งที่เราอยากเคลื่อน เรารับรู้ว่ากระบวนการคิดของคนหมู่มากเนี่ย ตัวนี้สัดส่วนมันเป็นอย่างไร พอมันเป็นอย่างไรแล้วเราจะเคลื่อนลักษณะไหน นะครับ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ช่วงแรกๆใช้เวทีเสวนาเยอะ นายกฯช่วงแรกใครที่ดูเหมือนจะเป็นแกนนำก็จะเรียกเข้าไปคุย ไปช่วยกันคือเรียกเข้าไปประชุมในเทศบาล ช่วยกันออกความคิดเห็น"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

❑ การจัดกิจกรรม

การจัดกิจกรรมเป็นวิธีการสื่อสารอย่างหนึ่งเพื่อให้คนในชุมชนทราบว่าจะเริ่มมีการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้ว ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นในขณะนั้นคือ "โครงการภาพเก่าเล่าเมือง" โดยเอารูปเก่าของอัมพวามาแล้วให้คนแก่มาเล่าเรื่อง ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารอย่างหนึ่งที่ต้องการให้คนในอัมพวารู้สึกภาคภูมิใจกับอดีตของชุมชนตนเอง และอยากจะเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาอัมพวาให้มีความรุ่งเรืองเหมือนเช่นในอดีค

"โครงการแรกที่ผมทำ "ภาพเก่าเล่าเมือง" พอเราเอารูปขึ้นมาทุกคนสนุกไอ้นี่รูปฉันตอนเด็กๆ มันก็จะเห็นภาพในมิตินี้ และที่สำคัญที่สุดสิ่งเหล่านี้จะทำให้เค้าภูมิใจในอัมพวา"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

❑ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

จากที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าพื้นที่ของตลาดน้ำอัมพวามีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ประกอบกับชุมชนแต่ละชุมชนอยู่ใกล้กัน และส่วนใหญ่คนในชุมชนก็อยู่เรือนแถว เรือนไม้ ที่สามารถเดินถึงกันได้หมด มีเพียงบางชุมชนเท่านั้นที่อยู่ไกลออกไปและมีลักษณะเป็นสวน ดังนั้นวิธีการสื่อสารที่แกนนำหลักใช้ คือ ไม่ว่าจะมีข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องราวอะไรก็แล้วแต่ท่านจะใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปหาคนในชุมชนแล้วพูดคุยชักชวนให้มาช่วยกันขายของโดยตรง รวมทั้งกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ก็จะช่วยท่านอีกแรงหนึ่งด้วย โดยเหตุผลคือ การที่เดินไปหาแล้วพูดคุยชักชวนโดยตรงช่วยลดลำดับขั้นตอนการสื่อสารให้สั้นลง

และอีกประการหนึ่งการสื่อสารแบบเห็นหน้าเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการที่จะโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ

"แรกๆ เลยท่านนายกฯ จะเดินมาคุยกับพวกชาวบ้าน ท่านเป็นกันเองกับพวกชาวบ้านมาก เข้าถึงประชาชน ถึงได้ทำอะไรก็ดีหมด เข้าใจ เรามีอะไรก็จะอธิบายให้ท่านฟังอย่างนี้ๆ นะ"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"เริ่มแรกหรอค่ะ เราก็ต้องช่วยนายกเพราะเป็นเลขาด้วย ไม่รู้นะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกๆบ้าน ขอร้องเขาขาย แรกๆก็ โอ๊ย...จะขายได้เหรอ? เดี๋ยวก็เจ๊ง"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"ถ้าผมมีงานอะไร ผมเดิน อยู่ในชุมชนเดินก็แวะเข้าไปคุย เพราะเมืองนี้มันไม่ได้ใหญ่งัย เพราะฉะนั้นดีที่สุดคือเดินเข้าไปคุย ผมว่าการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการได้เจอหน้ากันแล้ว เค้าเรียก contact มันเห็นหมดหน่ะ บางทีพูดโทรศัพท์เราไม่รู้หรอกหน้าตา อาจจะตรงข้ามกับเสียง อย่างเนี้ยเพราะฉะนั้นเรากับชาวบ้านต้องพยายามใกล้กันให้มากที่สุด"

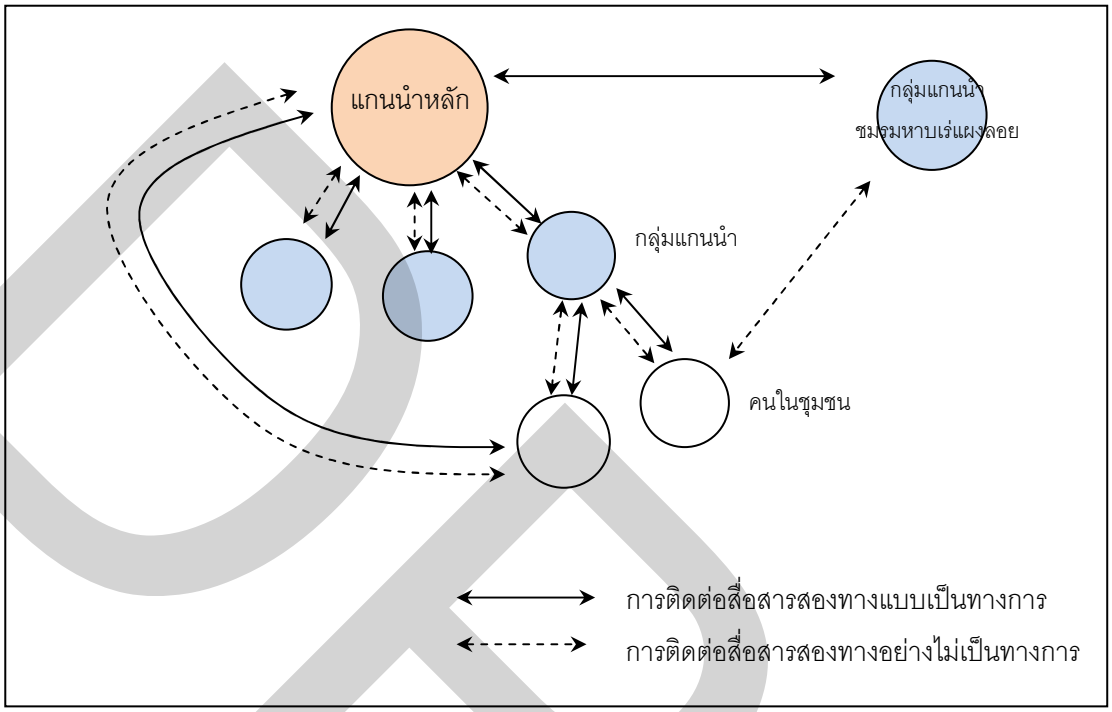
(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

".....ประธานชุมชนก็จะเข้าร่วมประชุม แล้วตัวประธานก็มาแจกจ่ายข่าวสาร มาบอกลูกบ้าน แล้วอย่างชุมชนแผงลอยเอง เขาก็มาเดินตามเขตอัมพวา ตามบ้านให้ไปช่วยกันขาย ใครอยากขายอะไรให้มาลงชื่อจองร้านกันเอาไว้"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

จากการวิจัยพบว่า ระยะที่ 1 เป็นช่วงของการรวมกลุ่มและเปิดตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นกลุ่มแกนนำจะเดินไปหาคนในชุมชนเพื่ออ้อนวอนและเชิญชวนให้มาช่วยขายของ ไม่ว่าจะบนบกหรือในเรือ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่มได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 26 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

และสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังตารางต่อไปนี้

	การสื่อสารในกลุ่มแกนนำ	**การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำและสมาชิกในชุมชน**
การสื่อสารแบบทางการ	1. จดหมาย 2. ประชุม 3. จัดกิจกรรม	1. เวทีสาธารณะ 2. จัดกิจกรรม
การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	1. โทรศัพท์ 2. การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล	1. เดินไปคุย

ตารางที่ 2 สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

<u>ประเด็นการสื่อสาร</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ หรือการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน ประเด็นหลักที่ใช้ในการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายในระยะแรกมีความสำคัญมาก เพราะต้องทำให้คนทุกกลุ่มตระหนักถึงความสำคัญว่า "ทำไมต้องพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวาให้เกิดขึ้น" โดยแกนนำหลักใช้ประเด็นเรื่อง "**ธงของเมือง**" เป็นหลัก เพื่อสื่อให้คนในชุมชนเห็นว่าสิ่งที่ท่านทำ "ทำเพื่อคนอัมพวา ทำเพื่อเมืองนี้ ไม่ใช่ทำเพื่อตัวท่านนายกฯ"

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

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ท่านนายกฯ ก็บอกว่าขอแรงเราจะทำอันนี้ เพื่อให้ท้องถิ่นเราเจริญขึ้น ให้คนรู้จักมากขึ้น"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ในระยะขยายเครือข่ายเป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ พยายามสื่อแนวคิดการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ขยายวงกว้างมากขึ้น นอกจากนั้นยังสนับสนุนให้กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยหาสมาชิกมาร่วมชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น หรือในส่วนกลุ่มแกนนำชุมชนอื่นๆ ให้ไปต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวา ว่าชุมชนของตนเองจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบใดได้บ้าง ดังนั้นในระยะขยายเครือข่ายกลุ่มแกนนำชุมชนจะมีบทบาทสำคัญที่จะไปเชิญชวนให้คนในชุมชนเข้ามาร่วมเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นวิธีการสื่อสารและประเด็นการสื่อสารในระยะนี้จึงมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

<u>วิธีการสื่อสาร</u>

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

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

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

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

❑ **จดหมาย**

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำยังคงให้ความสำคัญกับการประชุมดังนั้น จึงมีการใช้จดหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารเรื่องกำหนดการประชุมให้กลุ่มแกนนำทราบ

"ท่านก็จะให้หนังสือมา ท่านจะมีเด็กของเทศบาลส่งหนังสือมา"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"บางทีจดหมาย หรือหนังสือให้ประธานชุมชนมาประชุม"

(คุณอุบิล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

❑ การประชุม

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่าย เป็นช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการสื่อสารในระยะนี้แกนนำหลักยังคงเน้นการประชุมกับกลุ่มแกนนำอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้มีการจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ประกอบกับในระยะนี้กลุ่มแกนนำชุมชนจะมีบทบาทในการไปขยายเครือข่ายภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นจึงต้องเปิดเวทีโดยการประชุมเพื่อให้กลุ่มแกนนำชุมชนมีโอกาสมาพบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำในชุมชนตนเอง ตลอดจนแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นและนำไปสู่การหาวิธีการแก้ไขปัญหาร่วมกัน

"ท่านนายกฯ จะประชุมไม่บ่อย ก็เดือนละครั้ง เพื่อให้ประธานชุมชนไปเจอกัน คุยกัน"

(คุณผุศณี จำปาทิพย์ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"คือท่านก็จะนัดประชุมเดือนละครั้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าเรามีปัญหาอะไร ก็บอกแก แกก็จะช่วยแก้ มีปัญหาอะไร มีข้อแนะนำอะไร แกก็แบบว่าเปิดกว้างให้เรา"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน

ในระยะนี้จะเห็นได้ว่ามีการขยายเครือข่ายในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาออกไปอย่างกว้างขวาง มีคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายโดยการขายของและเปิดโฮมสเตย์กันเพิ่มมากขึ้น โดยตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปที่ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา และชุมชนบางกะพ้อม 2 ด้วยเหตุนี้จึงแสดงให้เห็นบทบาทของกลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในการใช้วิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายกับคนในชุมชนของตนเอง

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

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

❑ การประชุม

เมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้เข้าไปประชุมและรับนโยบายการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากแกนนำหลักแล้ว กลุ่มแกนนำชุมชนจะเรียกประชุมคนในชุมชนเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร และโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมาร่วมในเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น

"ถ้าเราไม่แบ่งไม่ประสานงานกับเทศบาล อย่างนี้มันต้องทำร่วมกัน แล้วนายกมีข่าวสารอะไรก็จะมาบอก แล้วประธานชุมชน กรรมการก็จะเรียกประชุมเดือนละครั้งหรือสองครั้ง"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"ก็คือเราจะมีงานมหกรรมเราก็พูดคุย แล้วก็มีประชุมบ้าง"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

❑ การจัดกิจกรรม

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

"ถามว่ากิจกรรมตรงนี้มันจะมีเรื่อยๆ หลังจากมหกรรมแล้วมันก็จะ ก.ค. 47 ก็จะมีเรื่องของวันลอยกระทง วันพ่อ สุนทราภรณ์ พวกนี้มันเข้ามาหมด กิจกรรมจะอยู่พื้นที่นี้บ้าง อุทยาน ร.2 บ้าง"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

"การทำ PR เนี่ย เราต้องมองก่อนว่าอะไรที่เค้ารู้จักมากกว่า พอเค้ารู้จักมากกว่าเราก็เป็นเจ้าภาพจัด แล้วเราก็ปะของเราเข้าไป ทีนี้พอคนเริ่มรับรู้แล้วว่า ครูเอื้ออัมพวา สุดท้ายเราได้อะไร เราได้ PR ไปกับครูเอื้อ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

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

❑ การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

พบว่าในระยะขยายเครือข่ายแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำชุมชนได้ลงพื้นที่เข้าไปพบคนในชุมชนทุกครัวเรือนและและใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยพูดคุยและเชิญชวนคนในชุมชนให้ออกมาช่วยกันขายของเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งคนในชุมชนเองก็มีการพูดคุยกันเองเพิ่มมากขึ้นด้วย

"ตัวท่านนายกฯ ก็เป็นคนมาเชิญชวนเอง มาขอร้องให้ช่วยกันขายของ ทางชมรมแผงลอย ทางชุมชนก็มาช่วยกัน เรียกว่าเชิญชวนคนนั้นคนนี้เข้ามา"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"ท่านก็บอกว่าขอแรงเราจะทำอันนี้ เพื่อให้ท้องถิ่นเราเจริญขึ้น ให้คนรู้จักมากขึ้น"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

"ไม่รู้นะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกๆบ้าน เดินบอกเอง ก็บอกว่าขายกันเถอะ ตอนแรกมีข้าวแกงบ้านดินตรงนี้ร้านเดียว แล้วพี่ก็มีข้างบนกับข้างล่าง ทุกคนก็มีส่วนร่วมกันนะ"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

"ก็เหมือนเคาะประตูบ้านมาเดินบอกแต่ละบ้านๆ แล้วคนก็จะบอกแบบปากต่อปาก เชิญชวนกันออกมากันขาย ให้มันดูครึกครื้นหน่อย"

(คุณภูพิรัฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

❑ การสร้างต้นแบบที่ดี

จากการวิจัยพบว่าในระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่มเรื่อยมาจนถึงระยะขยายเครือข่ายช่วงแรกๆ นั้นคนในชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามากนัก เนื่องจากเรื่องนี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่หลังจากที่ตลาดน้ำอัมพวาตายไปเกือบ 100 ปี ดังนั้นการที่แกนนำหลักคิดจะพัฒนาตลาดน้ำอีกครั้งจึงเป็นเรื่องที่เสี่ยงมากสำหรับคนในชุมชน คนส่วนหนึ่งมีความคิดว่าการพัฒนาตลาดน้ำตรงนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ถ้ามาร่วมขายของอาจทำให้ขาดทุน

"มันก็มีอ่ะนะ เพราะว่าบางครั้งคนที่จะมาลงที่แรกมันเหมือนกับการเสี่ยงนะครับ ดีหรือไม่ดียังไม่รู้ บางคนก็ยังลังเลดูทีท่าอยู่ อย่างผมทีแรกก็ไม่ได้คิดจะเปิดตรงนี้ ทีแรกก็ร่วมทำเรือหิ่งห้อยของชุมชนอยู่ พอทำได้ปีกว่าๆ ก็เลิกมาทำของตัวเอง"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"ตอนแรกไม่มีใครเห็นด้วย ทุกคนมองว่ามันเป็นไปไม่ได้ มองรูปแบบแล้วมันคงไปไม่ได้หรอก เหมือนกับว่าช่วงแป๊ปเดียว คนคงไม่ติดหรอก"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

"มีค่ะ ใหม่ๆพูดกับเขายากเขาไม่เห็นด้วย เขาก็อยากอยู่ของเขาสงบๆ พูดง่ายๆ ตลาดอัมพวามีแต่คนมีเงิน เขาไม่อยากวุ่นวายเขาก็อยู่ของเขาได้ ถ้าเรามาทำให้เจี้ยวจ้าวแรกๆ เขาไม่เอาเลยนะ เริ่มพัฒนาเริ่มแรกยากมากเลยคือเขาจะไม่ร่วมมือไม่อะไรทั้งนั้นเลย พอตอนหลังเห็นว่าดีจริงๆนะลูกหลานของเขาอยู่ที่อื่นเขาก็กลับมาเสาร์-อาทิตย์"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

ด้วยเหตุนี้วิธีการที่แกนนำหลักใช้เพื่อสื่อสารไปยังคนในชุมชนให้มีความเชื่อมั่น และมั่นใจว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถพัฒนาขึ้นมาได้จริง คือ การสร้างต้นแบบที่ดี โดยการจัดทำตลาดน้ำอัมพวาให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น และทำให้คนในชุมชนที่ไม่กล้าเข้ามาในเครือข่ายเห็นว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถเกิดขึ้นได้จริง สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว ดังนั้นเมื่อคนในชุมชนเห็นต้นแบบ และเห็นว่าการเข้ามาขายของในตลาดน้ำอัมพวาสามารถทำได้จริงจึงมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาในเครือข่ายมากยิ่งขึ้น

หรือในกรณีที่คนในชุมชนที่สนใจจะเปิดโฮมสเตย์ แต่ยังมองไม่เห็นภาพว่าควรทำอย่างไร แกนนำหลักก็พัฒนาโฮมสเตย์ของท่านนายกฯ เองให้ชาวบ้านดูเป็นตัวอย่าง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสร้างต้นแบบที่ดี เป็นวิธีการสื่อสารที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจเข้ามาเป็นกลุ่มสมาชิกเพื่อพัฒนาตลาดน้ำได้เป็นอย่างดี

"เพราะฉะนั้นเราอยากให้คนที่นี่ทำอะไร สร้าง model ที่ดี ต้อง model ที่ดีนะครับ ถ้า model ไม่ดี เค้า copy ก็พังไปเลย เพราะฉะนั้นก็พยายามสร้าง model ที่ดีให้เกิดขึ้น แล้วก็ให้เค้าใช้ model แล้วเอาไปขยายผลตราบใดที่...เค้าเรียกผลตอบแทนทางเศรษฐกิจมันคุ้ม มันก็จะเกิดกลไก"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"มันยากนะที่จะเอาคนทั้งชุมชนมาร่วม แต่กลายเป็นว่า ส่วนหนึ่งทำให้เขาเห็นภาพเขามาเอง"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

"ด้วยสื่อ ด้วยความสนใจของนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหล่กันเข้ามามากขึ้นๆ ทำให้ดูว่าเม็ดเงินมันสะพัดนะ มันขายได้นะ แม่ค้าเขาก็มีกำลังใจในการที่จะขายครับ เขาก็เริ่มออกมาขายกัน เมื่อก่อนอย่างริมคลองนี่จะเปิดอยู่ไม่กี่ร้านเอง เขาจะปิดบ้านจะอยู่กันเองคือไม่ใส่ใจที่จะขายของหรือทำอะไร ก็คือฉันไม่ขายฉันไม่สนใจ แต่พอตอนหลังเขาเริ่มเห็นว่ามันครึกครื้นนะ มันขายได้นะ ทำอะไรมามันก็ขายได้ เขาก็เลยเริ่มเปิดมากขึ้น"

(คุณภูพิรัฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

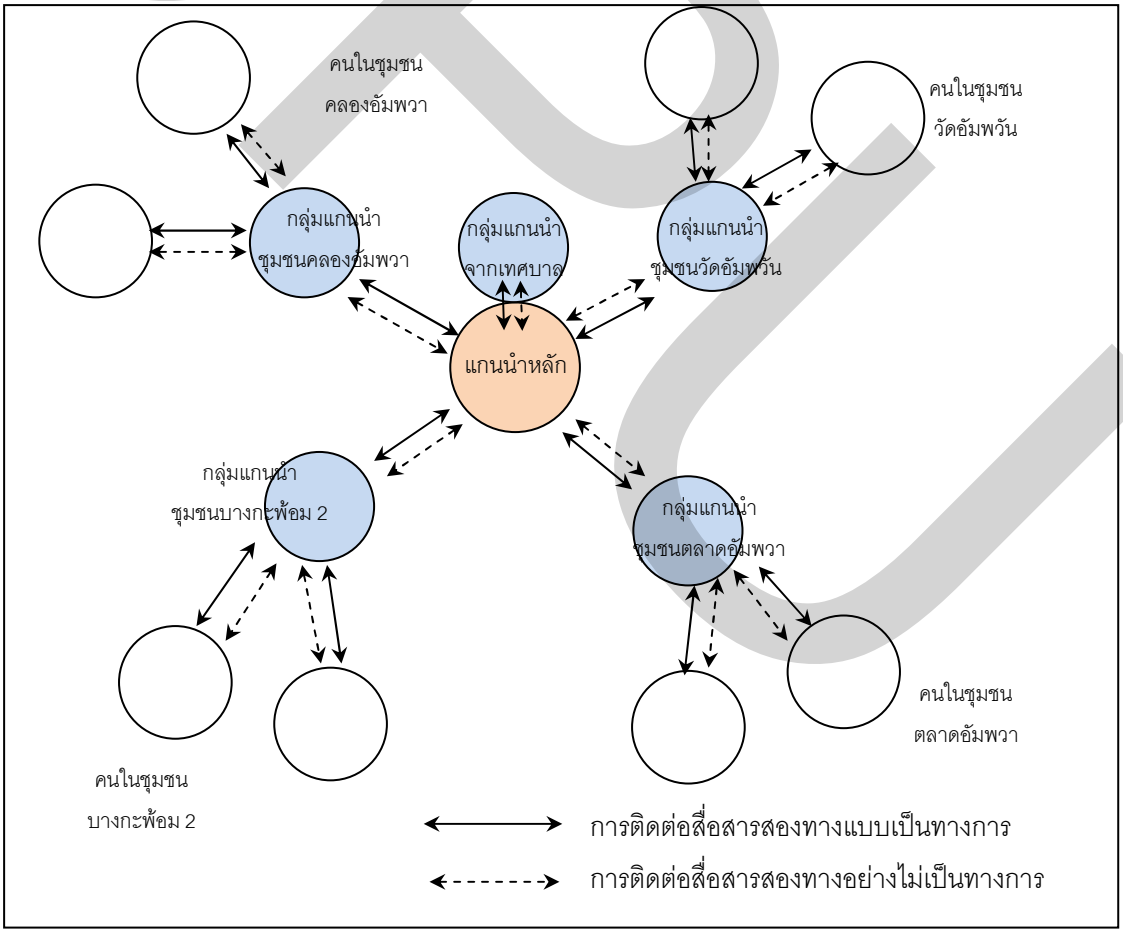
❑ การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น นอกจากการเชิญชวนหรือโน้มน้าวใจจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำแล้ว จากการวิจัยพบว่าคนในชุมชนต่างก็ได้มีการพูดคุย และชักชวนสนับสนุนให้เพื่อนบ้านได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาด้วย

"ในบางกะพ้อมประชาชนในพื้นที่เค้าก็จะคิดของเค้าเอง ชาวบ้านเค้าก็จะยุของเค้าเอง ว่าเออควรทำนะ เค้าก็ทำกัน เค้าต้องการมีรายได้เค้าก็ทำกัน"

(คุณอุบล แสงวณิช : รองประธานชุมชนบางกะพ้อม 2)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะขยายเครือข่ายได้ดังภาพต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 27</u> แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย

และสามารถสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังตารางต่อไปนี้

	การสื่อสารในกลุ่มแกนนำ	**การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำและสมาชิกในชุมชน**	**การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน**
การสื่อสารแบบทางการ	1. จดหมาย 2. ประชุม	1. การประชุม 2. จัดกิจกรรม	-
การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	-	1. การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล 2. การสร้างต้นแบบที่ดี	1. การพูดคุย

<u>ตารางที่</u> <u>3</u> สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

<u>ประเด็นการสื่อสาร</u>

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

1. ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา

ประเด็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งที่แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้ในการสื่อสารไปยังคนในชุมชน คือ การสร้างความรู้สึกว่าตลาดน้ำแห่งนี้เป็นของคนอัมพวา ไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง เพราะเมื่อใดก็ตามที่คนในชุมชนรู้สึกว่าตลาดแห่งนี้ตนเองเป็นเจ้าของ จะทำให้เกิดแรงผลักดันที่จะพัฒนาให้ดีขึ้น

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

ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ท่านก็บอกว่าทุกอย่างนี้เป็นของเรา ของทุกคนไม่ใช่ของนายก ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ ทำให้ดีขึ้นอันไหนเลวก็แก้ไข ไม่ใช่ว่าตักตวงแต่ผลประโยชน์"

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

2. ศักยภาพของชุมชน

เนื่องจากคนในชุมชนบางกลุ่มมีความคิดว่าตลาดน้ำอัมพวาไม่สามารถพัฒนาได้ ดังนั้นอีกประเด็นที่สำคัญที่นำมาใช้ในการสื่อสารกับคนในชุมชนคือ ให้คนในชุมชนเห็นว่าชุมชนอัมพวามีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้

"อย่างอ๊อบจะเป็นกลุ่มคนที่พยายามจะผลักดันกับชาวบ้านว่าทำได้ เรามีศักยภาพทำได้ แต่คนส่วนใหญ่ในระยะแรกเขาก็จะไม่เชื่อ เชื่อว่าทำไม่ได้ หรอกบ้านเราน้ำขึ้นน้ำลง ไม่ได้ขังน้ำเต็มคลองเหมือนดำเนินอะไรอย่างนี้ ก็จะเถียงกันอยู่ จนได้นายกฯ ได้คุณชายเข้ามา คุณชายเขาถึงได้จริงจัง เชื่อว่าทำได้และมีศักยภาพที่จะทำ"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

3. ความเจริญเติบโตของชุมชน

อีกประเด็นหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมาร่วมพัฒนาตลาดน้ำ คือ ทำให้ชุมชนอัมพวามีความเจริญเติบโต มีเศรษฐกิจที่ดีมากขึ้น

"ท่านก็บอกว่าเพื่อให้ท้องถิ่นเราเจริญขึ้น ให้คนรู้จักมากขึ้น"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

"ท่านนายกฯ ก็อยากให้คนในชุมชนจริงๆ ได้ประโยชน์มากที่สุด ให้ชุมชนอยู่ได้ ท่านนายกฯ ก็อยากให้คนในชุมชนจริงๆ ได้ประโยชน์มากที่สุด ให้ชุมชนอยู่ได้ ก็เลยเหมือนขอความร่วมมือ อย่างสมานการค้านี้ เดิมเราเป็นโรงคั่วกาแฟ เราจะไม่ได้ผลิตกาแฟน้ำ เหมือนเอามาทำตัวนี้เหมือนให้คนได้ชิมเราก็เลย เริ่มเปิดตลาดคือลุยมาตั้งแต่ยุคต้นๆ คือออกไปยืนขาย"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการวิจัยพบว่าอีกประเด็นหนึ่งที่ถูกนำมาใช้สื่อสารกับคนในชุมชน คือ การพูดถึงประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับจากการที่ได้เข้ามาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรายได้ การสร้างอาชีพ การพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

"ประเด็นหลัก คือ อยากให้ชุมชนเรามีรายได้ถ้วนหน้า จะได้มีรายได้แล้วความเป็นอยู่ก็จะดีขึ้น จะมองแล้วก็ทำตัวอย่างหมดเลยนะ"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"คือว่าเราก็บอกว่าเราสร้างอาชีพให้เค้า ดีกว่าอยู่บ้านเฉยๆ อย่างนี้พอไปแล้วก็ปิดบ้าน ไม่มีอาชีพเสริมอะไร ลูกหลานก็ไม่มา ต้องรอโน้นเสาร์-อาทิตย์ หรือไม่ก็หน้าเทศกาลลูกหลานแกมา พอเรามีตลาดปั๊ป มีร้านขายของ ลูกหลานก็เออเสาร์ก็กลับบ้านแล้ววันอาทิตย์ก็กลับไปทำงาน"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

".....เราก็ต้องมองและแนะนำเค้าในเรื่องสิ่งที่เค้าจะได้รับ สังคมจะได้รับ... นะว่าถ้าเราไม่หวงแหนไม่ดูแลในสิ่งเหล่านี้ อีกหน่อยคนอื่นก็จะมาฉกฉวยไป"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

5. ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน

จากการวิจัยพบว่าได้มีการใช้ประเด็นเรื่องความรู้สึกรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเองนำมาใช้เพื่อเชิญชวนให้คนอัมพวามรู้สึกรักตลาดน้ำอัมพวาเพราะที่นี่เป็นบ้านเกิดของเรา ดังนั้นทุกคนจึงควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ประกอบกับการทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่าทุกคนเป็นคนอัมพวาเหมือนกันดังนั้นควรจะให้ความร่วมมือ ร่วมใจ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความเจริญต่อไป

"โดยการที่สร้างความรู้สึกรักถิ่นกำเนิดให้เค้า ผมจะใช้อย่างนี้ ใช้ความเป็นคนที่นี่ ใช้ความเป็นคนเกิดที่นี่ เรียนที่นี่ หรือว่าบางคนอาจจะตายที่นี่ เพราะฉะนั้นอันนี้ก็เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่เราให้เห็นว่าเราสร้างความรักถิ่นที่อยู่ส่วนหนึ่ง ความเป็นคนบ้านเดียวกัน เราได้ไป 50-60% แล้ว ขอความร่วมมือทุกเรื่อง เขาจะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

"คนเราถ้ารักบ้าน รักอัมพวา รักบ้านเราจริงต้องทำตรงนี้ ทำเถอะคะ ช่วยกันเถอะค่ะ ถ้าไม่ช่วยกันตรงนี้ก็ไปไม่ไหวมันก็ไปไม่รอด ถ้าทุกคนช่วยกันมันก็ยั่งยืน บ้านนี้ก็ขายหน่อยบ้านนี้เออ ตอนแรกก็ทำทีละน้อยๆ น้อย ตอนหลังขายดีก็เพิ่มเรื่อยๆ ตอนนี้ก็ทำกันเกือบทุกบ้าน บ้านไหนที่ไม่ขายจะไม่มีเลย"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ทำให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายมากขึ้น ทั้งขายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งนอกจากชุมชนแล้วในส่วนของชมรมก็มีรูปแบบการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเช่นกัน จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการ

สื่อสารและประเด็นในการสื่อสารในภาพรวมของทุกชุมชน แต่ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าในส่วนของชมรมที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ทั้งชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ต่างก็มีวิธีการสื่อสารอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยขอนำเสนอการขยายเครือข่ายของทั้ง 2 ชมรม ดังนี้

<u>การขยายเครือข่ายของชมรมหาบเร่แผงลอย</u>

ในระยะขยายเครือข่ายนี้เป็นช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มติดแล้ว มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่อเนื่องจากพัฒนาการในช่วงแรกที่กล่าวว่าการพัฒนาชุมชนเริ่มเฉพาะในบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาและในคลองอัมพวาเท่านั้น ดังนั้นชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นชมรมฯ ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลแม่ค้าหาบเร่แผงลอยที่จะเข้ามาขายของบริเวณเทศบาลและบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาจึงมีการขยายเครือข่ายที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชนตลาดอัมพวาเช่นกัน

จากการวิจัยพบว่ามีสมาชิกมาสมัครเข้าชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าตลาดน้ำตรงนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ดังนั้นกลุ่มสมาชิกเกือบจะทุกชุมชนจึงมาสมัครเข้าชมรมฯ โดยไม่ต้องเชิญชวน เพราะถ้าแม่ค้าต้องการที่จะมาขายของบริเวณตลาดน้ำอัมพวาแล้วไม่มีบ้านหรือร้านค้าเป็นของตนเอง ต้องมาตั้งเป็นแผงลอยในบริเวณถนนในเขตเทศบาลจนถึงเชิงสะพานซึ่งสุดเขตของชุมชนตลาดอัมพวา ด้วยเหตุนี้แม่ค้าต้องเข้าเป็นสมาชิกชมรมฯ มิเช่นนั้นจะไม่มีสิทธิ์ขายของได้

"ก็คือ พอเขาเริ่มเห็นผลงานเขาก็มาสมัครเอง ทีปีแรกนะร้านหน่ะว่างเยอะเลยให้มาขายไม่ขาย อุตสาห์ต้องไปนั่งอ้อนวอนให้มาขายจนเต็ม หลังๆ เนี่ยคนโน้นก็จะมา คนนี้ก็จะมา พอเราไม่ให้บอกเต็มก็อุ้ยด่าบ้าง อะไรต่ออะไร"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

"มันขยายตัวมันเองค่ะ พอเขารู้เขาก็จะไปสมัครกันเอง"

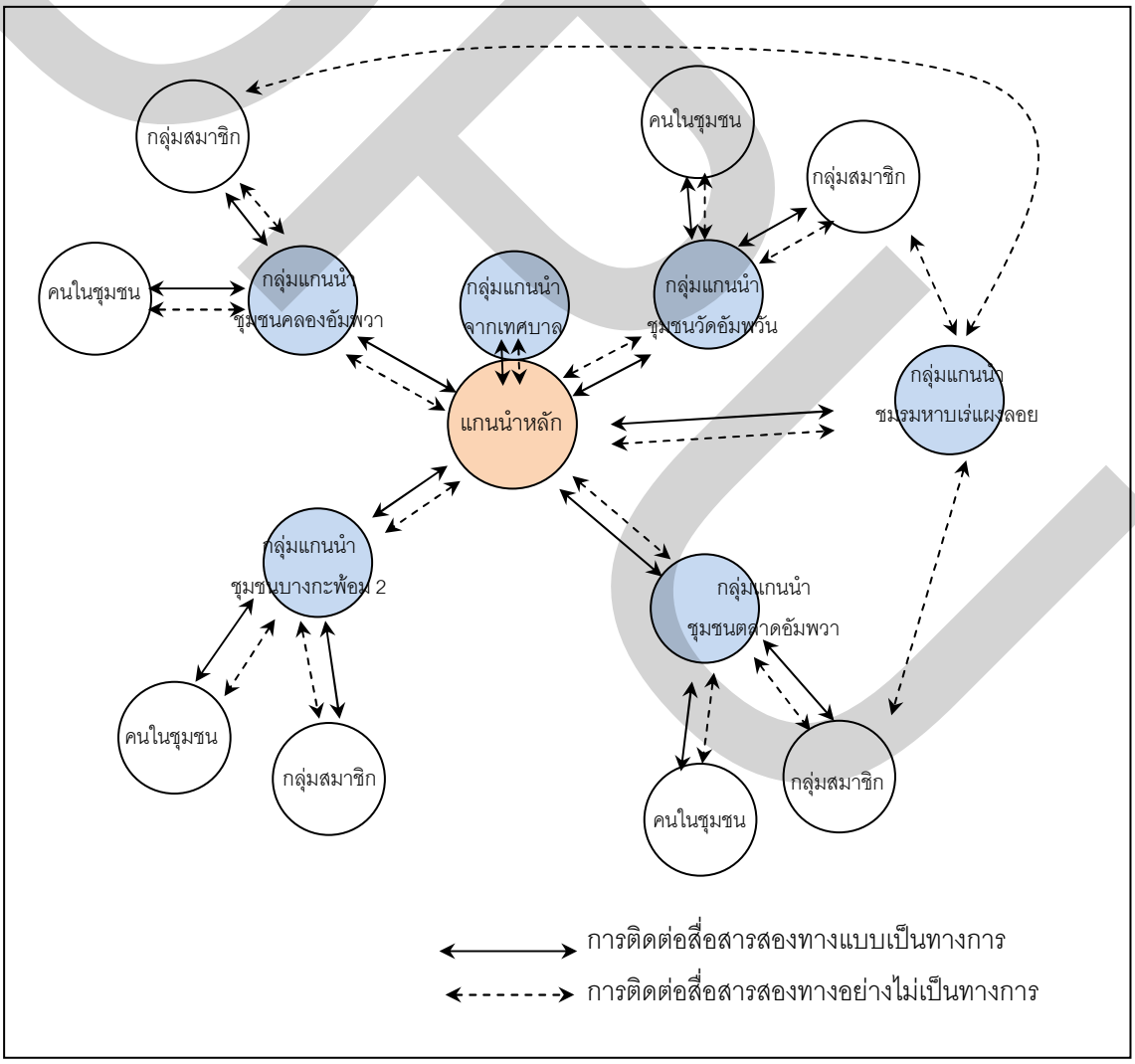
(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

นอกจากนั้นยังใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากโดยพูดเชิญชวนแม่ค้าที่ขายของอยู่ในชุมชนอื่นๆ ให้มาเข้าชมรมฯ เพื่อทำให้การค้าขายในตลาดน้ำอัมพวามีมาตรฐานที่ดีขึ้น

"เขาก็รวมตัวพวกตลาดฝั่งโน้นก่อน พอได้สมาชิกเขาก็มาคุยกันว่าจะทำอะไรบ้าง แล้วคุณอรพินธุ์ก็มาหาสมาชิกเพิ่ม เขาบอกว่าให้เป็นสมาชิกในกลุ่มเรา เผื่อว่าเราอยากทำอะไรหรือของบประมาณเพื่อพัฒนาอะไรตลาด ถ้ามีชมรมมันก็ง่ายขึ้น เรื่องดูแลแม่ค้า เรื่องอาหาร"

(คุณบุญมี ณ บางช้าง : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย)

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 28</u> แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย (มีชมรมหาบเร่แผงลอย)

<u>การรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์</u>

ชมรมโฮมสเตย์นั้นเป็นกลุ่มที่เป็นพันธมิตรของเครือข่าย เนื่องจากชมรมไม่ได้มีบทบาทโดยตรงต่อการวางแผน และพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาตั้งแต่ในช่วงแรก แต่มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยกลุ่มสมาชิกที่เปิดบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีความเข้มแข็งและส่งผลต่อความเข้มแข็งของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอนำเสนอถึงการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์เพื่อให้เห็นภาพของเครือข่ายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

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

1. ระยะรวมกลุ่ม

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

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

❑ **จดหมาย**

จากการวิจัยพบว่าในช่วงแรกที่จะมีการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์นั้นแกนนำหลักและผู้ประกอบการโฮมสเตย์บางส่วนต้องการที่จะระดมความคิดเห็นของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ว่าควรจะมีการรวมกลุ่มโฮมสเตย์ขึ้นหรือไม่ ดังนั้นจึงได้ส่งจดหมายไปยังผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทุกที่ตามรายชื่อที่มาจดทะเบียนไว้ เพื่อให้มาประชุมและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน

"แรกมันก็ต่างคนต่างทำ คนนั้นทำคนนี้ทำ แล้วเค้าจะดูว่าใครมีโฮมสเตย์บ้างนะ เค้าก็จะมีหนังสือให้ไปประชุม เข้าประชุมตรงนั้นตรงนี้"

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

❑ การประชุม

หลังจากที่ได้มีการส่งจดหมายเพื่อเชิญผู้ประกอบการโฮมสเตย์แล้ว วิธีการสื่อสารในขั้นต่อมาคือ การประชุม เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ว่ามีปัญหาอย่างไรบ้าง ซึ่งตรงนี้เป็นจุดเริ่มที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มและตั้งชมรมโฮมสเตย์

"ต้องมาประชุมกันก่อน ตอนแรกเค้าก็เรียกเหมือนผู้ประกอบการแต่ละที่มานั่งคุยกัน ว่าเนี่ยถ้าตั้งชมรมนะคนที่เป็นสมาชิกชมรมจะได้รับสิทธิพิเศษอะไรบ้าง คุยกัน ส่งแขก เหมือนกับว่าแลกเปลี่ยนว่า เออ...ตรงนี้นะ เราก็ต้องมานั่งจับกลุ่มเหมือนกับว่าแสดงความคิดเห็น อย่างเวลาส่งแขกให้กันคุณก็ต้องมีเป็นมาตรฐานว่าค่าใช้จ่ายอะไรยังไง อัตราค่าที่พักราคาเท่าไหร่มีค่าตอบแทนให้กันมั้ย ทำให้ต้องกลายเป็นชมรม"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

"หลังๆจากที่มีตลาดน้ำแล้วท่านก็จะมีการประชุมผู้ประกอบการอะไรแบบนี้นะในกลุ่มโฮมสเตย์"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ดังนั้นการรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์จึงเป็นการไปชักชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ได้มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์เพิ่มอีกกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยในส่วนของการขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์ และประเด็นการสื่อสารอีกส่วนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

2. ช่วงขยายเครือข่าย

ภายหลังจากที่ได้มีการตั้งชมรมโฮมสเตย์ขึ้นมาแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ชมรมฯ มีความมั่นคง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และเพื่อพัฒนามาตรฐานของการทำโฮมสเตย์ให้เหมือนๆ กันในแต่ละที่ ดังนั้นชมรมโฮมสเตย์จึงพยายามชักชวนกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ให้มารวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น

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

1. **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) โดยมีวิธีการสื่อสาร คือ จดหมาย

❑ **จดหมาย**

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์นั้น กรรมการของชมรมฯ ได้ส่งจดหมายไปยังกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ทุกแห่ง เพื่อแจ้งให้ทราบว่ามีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และตั้งเป็นชมรมโฮมสเตย์ขึ้น และในจดหมายได้เขียนเชิญชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์อีกกลุ่มหนึ่ง

"ผมว่ามันน่าจะเป็นการเชิญชวนมากกว่า เวลาใครเปิดโฮมสเตย์คือมันจะต้องเข้ามาจดทะเบียน ต้องมาอะไรอย่างนี้ให้มันมีชื่อ แล้วเค้าจะมีหนังสือไปเชิญให้เป็นสมาชิกเลยครับ จะเป็นอย่างนี้มากกว่า"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"ทางเทศบาลจะออกหนังสือเชิญประชุมผู้ประกอบการเฉพาะที่เปิดเผย เพราะถ้าไม่เปิดเผยเราก็จะไม่ทราบ และก็จะแจ้งให้ทราบว่าเรามีชมรม ไม่มีค่าใช้จ่ายอะไรเพียงแต่ไปลงชื่อไว้"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

"ประชาสัมพันธ์ของชมรมพูดถึงเค้าก็แจ้งไปทุกผู้ประกอบการ แบบบ้านโน่นบ้านนี่ คือ ส่งหนังสือไปเหมือนเชิญชวนว่าเนี่ย คุณสนใจที่อยากจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมมั้ย เรามีเหมือนกับว่าข้อกำหนดเป็นอย่างนี้อย่างนี้นะ ถ้าคุณโอเครับได้ สนใจที่จะสมัครก็ได้ เพราะอันนี้คือความสมัครใจ"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) โดยแกนนำหลัก คือ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นประธานชมรมโฮมสเตย์ด้วยนั้น และกรรมการชมรมโฮมสเตย์ใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการไปพูดคุยชักชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ได้มาเข้าชมรมโฮมสเตย์ร่วมกัน

"ก็จะมีการพูดคุย ชักชวน มีแกนหลักในการทำงานและก็วิ่งไปชักชวนเพราะเรารู้ว่าตรงไหนเปิดแล้วยังไม่ได้เป็นสมาชิก เราก็วิ่งเข้าไปทำความรู้จักไปชักชวนเขามา แต่ว่าจะเข้าหรือไม่เข้าร่วมก็อีกเรื่องหนึ่ง"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"บ้านฐนิชา เจ้าอ๊อบ เค้ามาชวนนะก็บอกว่า กุ้งนะถ้าเราเข้าไปอยู่ชมรมเราจะได้เหมือนกับว่า อย่างเวลามีเค้าเชิญวิทยากรทางด้านเอกสารทางด้านกฎระเบียบเป็นอย่างไร อัตราค่าที่พัก อะไรอย่างนี้ คืออย่างน้อยที่เราไม่เคยมีความรู้เลย เราก็ได้รู้ตรงนี้ แล้วทุกคนก็ได้แชร์ร่วมกัน รู้ตรงกัน เข้าใจตรงกัน จะไม่แบบคนบ้านโน้นอีกอย่าง เหมือนกับทำให้นักท่องเที่ยวมาทำไมบ้านนั้นเป็นอย่างนี้ ทำไมบ้านนี้มันไม่เป็นในแนวทางเดียวกัน แต่พอไปเข้าร่วม เออ..ใช่เราเข้าใจของเราอย่างนี้ตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้ว แต่พอไปเข้ารวมกลุ่ม เราเปิดโลกทัศน์เรามากขึ้นให้ได้รับรู้ว่าเออควรจะเป็นในแนวทางไหน"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

"ของป้าเนี่ยมาเข้าร่วมกลุ่มเพราะท่านนายกฯ มาเชิญเอง ป้าเห็นว่าดีป้าก็เข้า"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

ในการขยายเครือข่ายนั้นนอกจากแกนนำหลักและกรรมการชมรมโฮมสเตย์เป็นผู้พูดชักชวนแล้ว จากการวิจัยยังพบว่ากลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ก็ได้ชักชวนกลุ่มสมาชิกที่ตนเองสนิทสนม หรือผู้ที่อยู่บ้านใกล้เรือนเคียงมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน

"ยายเล็กเนี่ย บ้านริมคลอง โทรมาบอกว่า เออ...เค้ามีเปิดกลุ่มนะ เป็นชมรมนะ แกจะเข้ามั้ย เราก็บอกว่าเข้าสิ เพราะเราทำตรงนี้ เราไม่ได้เข้าไปสัมผัสเค้าเราจะรู้อะไร เค้าทำอะไรกันเราก็ไม่รู้เรื่องใช้มั้ย เราก็ต้องพยายามเข้าไปเรียนรู้"

(คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

<u>ประเด็นในการสื่อสารของกลุ่มโฮมสเตย์</u>

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

1. ได้รับความรู้/ข่าวสารที่จำเป็นในการทำโฮมสเตย์

จะเห็นได้ว่ากลุ่มสมาชิกผู้เปิดโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นคนในชุมชน ซึ่งไม่มีประสบการณ์ในการทำโฮมสเตย์มาก่อน ดังนั้นประเด็นหลักที่ใช้ในการเชิญชวนคือ ประโยชน์ที่จะได้รับทั้งข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ เช่น ในเรื่องเอกสาร กฎระเบียบ อัตราค่าที่พัก เป็นต้น

"คือในฐานะที่เรามาทำตรงนี้แล้ว ก็ควรจะรู้ว่าเขามีความเคลื่อนไหวอะไรบ้าง แล้วเขามีกฎ ระเบียบอะไรเราจะได้ปฏิบัติตาม เวลาเราไปเสียภาษี เขามีข่าวอะไรจะได้รู้"

(คุณปริศนา สุคนธมาน : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านรสสุคนธ์)

"อย่างอ๊อบชวนนะ ก็บอกว่า กุ้งนะถ้าเราเข้าไปอยู่ชมรมเราจะได้เหมือนกับว่า อย่างเวลามีเค้าเชิญวิทยากรทางด้านเอกสาร ทางด้านกฎระเบียบเป็นอย่างไร อัตราค่าที่พัก อะไรอย่างนี้ คืออย่างน้อยที่เราไม่เคยมีความรู้เลยเราก็ได้รู้ตรงนี้ แล้วทุกคนก็ได้แชร์ร่วมกัน รู้ตรงกัน เข้าใจตรงกัน แต่พอไปเข้าร่วม เออ..ใช่เราเข้าใจของเราอย่างนี้ตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้ว แต่พอไปเข้ารวมกลุ่ม เราเปิดโลกทัศน์เรามากขึ้นให้ได้รับรู้ว่าเออควรจะเป็นในแนวทางไหน"

(คุณบงกช สุปิณะเผ่าพงศ์ : สมาชิกชุมชมคลองอัมพวา / สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์)

"อบรมเรื่องการดูแลแขก อะไรอย่างนี้ก็จะไป ไปแต่ว่าเราไปฟังเค้าอบรมเค้ามีวิทยากรมาบอกว่าคุณต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้"

(คุณนภาพร แซ่เอี๊ยบ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านตวงเงิน)

"ก็ไปพูดคุย บอกกล่าวว่ามีชมรมนะ ไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายอะไรมากมาย ค่าสมัครประมาณ 200-400 บาท จะได้รู้ข่าวสารกัน มีอะไรจะได้ช่วยเหลือกัน"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

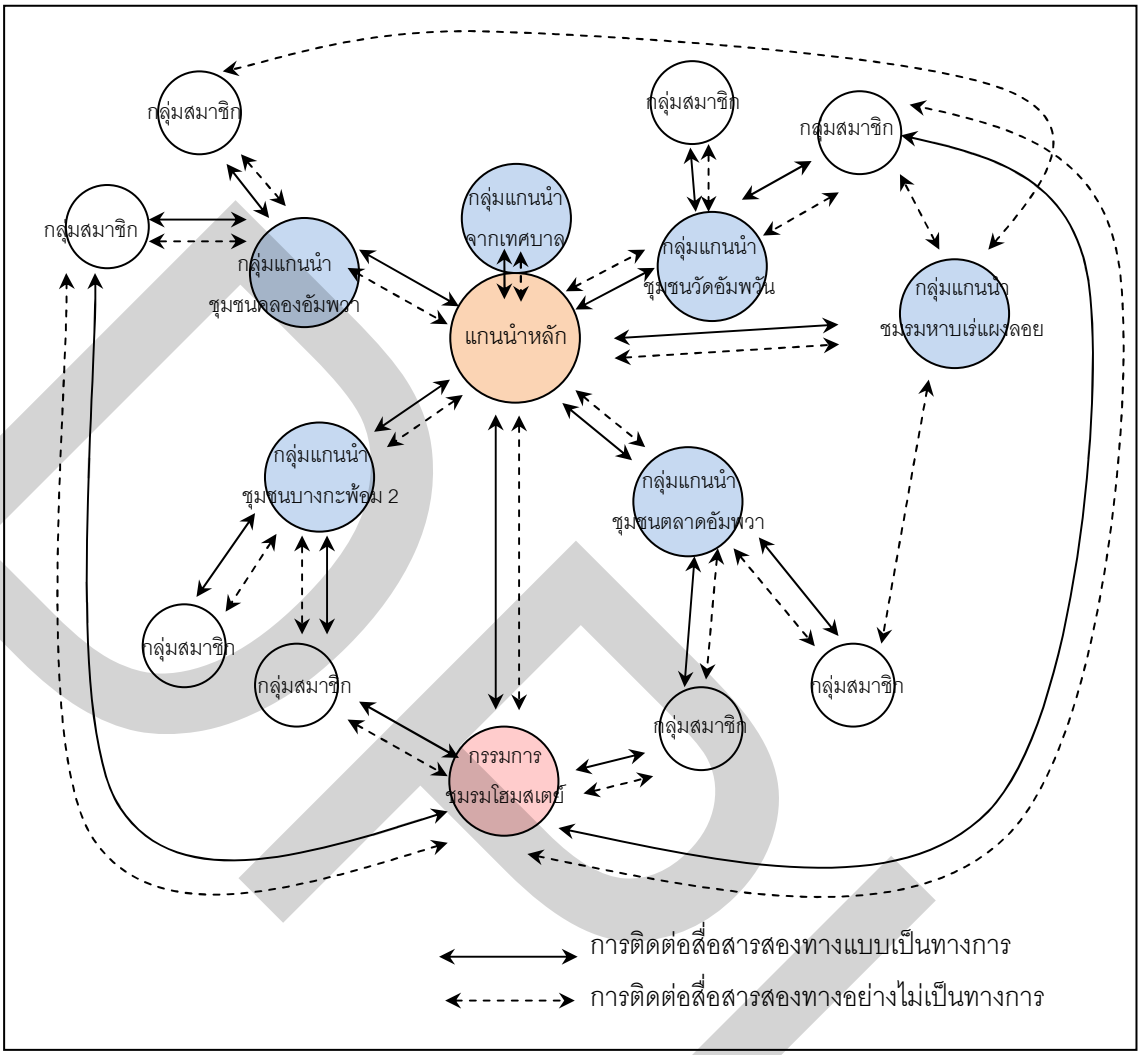
2. การส่งต่อนักท่องเที่ยว

อีกประเด็นหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสาร คือ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มสมาชิกผู้เปิดโฮมสเตย์ที่เข้าชมรมฯ คือ กรณีที่จำนวนห้องพักของสมาชิกเต็มก็จะใช้วิธีส่งนักท่องเที่ยวไปยังสมาชิกคนอื่นๆที่อยู่ในชมรมฯ ที่ยังมีห้องว่างอยู่

"ก็มีการช่วยเหลือกัน ส่งต่อนักท่องเที่ยวกันในกรณีที่บ้านพักของเราเต็ม"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 2 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่มได้ดังภาพต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 29</u> แสดงการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย
(รวมชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ สมาชิกของเครือข่ายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยพบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกนั้นทั้งในด้านการเข้ามาร่วมขายของ หรือการเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งในแต่ละอาชีพต่างก็มีชมรมที่ตั้งขึ้นมาทั้งชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ ซึ่งทั้ง 2 ชมรมต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน คือ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ แจ้งข่าวสารที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ รวมทั้งให้มีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความมั่นคง สร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกในเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าในระยะที่ 3 เป็นช่วงที่เครือข่ายมีความเจริญเติบโต กลุ่มสมาชิกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยดูจากจำนวนแม่ค้าที่เข้ามาขายของในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จนแทบจะไม่มีให้ขาย หรือจำนวนโฮมสเตย์ที่มีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารในระยะนี้จึงไม่ได้เน้นในเรื่องของการขยายเครือข่าย แต่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการในเครือข่ายเป็นหลัก

"ปีแรกนะร้านหน่ะว่างเยอะเลยให้มาขายไม่ขาย อุตสาห์ต้องไปนั่งอ้อนวอนให้มาขายจนเต็ม หลังๆ เนี่ยคนโน้นก็จะมา คนนี้ก็จะมา"

(คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ : ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย)

<u>วิธีการสื่อสาร</u>

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

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

พบว่าในระยะเจริญเติบโตนี้เป็นช่วงที่เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายเครือข่ายออกไปอย่างกว้างขวาง กลุ่มสมาชิกมีเพิ่มมากขึ้นแทบจะทุกครัวเรือน แต่ก็พบว่ายังมีการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group Communication) ซึ่งใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

❑ การประชุม

จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลักจากยังคงมีการจัดประชุม แต่ในระยะที่ 3 นี้ข้อมูลข่าวสาร หรือเนื้อหาที่นำมาพูดคุย ปรึกษาหารือจากเดิมที่เน้นเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แต่ในระยะนี้จะเน้นเรื่องการปรึกษา หาแนวทางแก้ไข และร่วมกันตัดสินปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย และปัญหาจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดน้ำอัมพวา

"คือระยะแรกของการก่อตั้งกลุ่มมีปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจเป็นหลัก ทำยังงัยก็ได้ที่ให้เงินมันหมุนในอัมพวา แต่พอเงินมันหมุนได้แล้วกับเกิดปัญหาที่มันไม่คาดคิดต่างๆตามมา มันกลายเป็นไม่ใช่กลุ่มที่จะสร้างแล้วแต่รวมกลุ่มกันเพื่อแก้ปัญหา ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการรวมกลุ่มคือเจอปัญหาแล้วรวมกลุ่มกัน"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

"เราก็จะพูดถึงแนวทางในการที่จะรักษาการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การช่วยกันดูแลในเรื่องที่จะทำอย่างไรที่ให้ตลาดน้ำให้หิ่งห้อย ให้สิ่งแวดล้อมยังดีอยู่ เพราะว่าบางทีทางวิทยุ จส.100 เค้าก็ออกข่าวว่าไปเที่ยวที่นี่แล้วเนี่ยไม่ดูแล ไม่รักษาสิ่งแวดล้อม หรือว่าเข้าไปแล้วการจราจรไม่ดีอะไรอย่างนี้ เราก็จะฟังแล้วก็มาประชุมมาพูดมาคุยกันเพื่อที่จะแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

"ถามว่าจะทำอย่างไรถึงจะเจริญก้าวหน้าใช่มั้ยคะ ก็นี่ไงค่ะ แกประชุมปุ๊บแกบอกเลยนะ อาหารอย่าแพงนะ สะอาดนะ ต้องพูดจาดีนะ แล้วก็เรื่องหิ่งห้อย ก็ต้องกำชับนะว่าอย่าขึ้นราคา ถึงคนมากก็อย่าเห็นแกคนมากเอาพออยู่ได้ค่ะ"

(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)

<u>การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

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

1. **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสารดังนี้คือ จดหมาย

❑ จดหมาย

การใช้จดหมายระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลไปยังคนในชุมชน ไม่ได้เน้นเชิญชวนแต่จะมีลักษณะการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลตลาดน้ำอัมพวาเพื่อให้มีมาตรฐานที่ดีเฉกเช่นสมัยเปิดตลาดน้ำอัมพวาใหม่ๆ เช่น จดหมายหรือหนังสือร้องเรียนต่างๆ ที่มีมายังเทศบาล แกนนำหลักก็จะนำจดหมายนี้ไปแจ้งแก่กลุ่มสมาชิกเพื่อให้ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

"ก็วันนี้อะไรที่ขึ้นมานี่ หรือมีหนังสือร้องเรียนมา ร้านนี้ขายของไม่ดีผมก็เอาเทศกิจ เทศกิจถือไปให้เค้าที ให้เค้ารับรู้ ไม่ใช่ผมไปว่าเค้า วันนี้คุณถูกคนข้างนอก คุณเป็นส่วนหนึ่งของเมือง ผมรับส่ง แต่ถ้าให้ผมไปพูดเค้าก็หาว่านายกไปว่าเค้า ใช่มั้ยครับ เราแค่ส่งผ่าน อันนี้สำคัญนะครับ คนเรานะไม่ชอบถูกว่าหรอก จะเคือง แต่เราก็ไปบอกเจ้าหน้าที่ ไม่ต้องถืออย่างนี้นะแอบๆ ไปให้เค้า บอกว่านายกฝากเอามาให้ดูที ข้างนอกเค้าว่ามาเดี๋ยวเสียชื่อ ใช่มั้ยครับ เค้าก็ไม่เสียหน้า กลไกอีก...คนก็ต้องปรับตัว"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication)

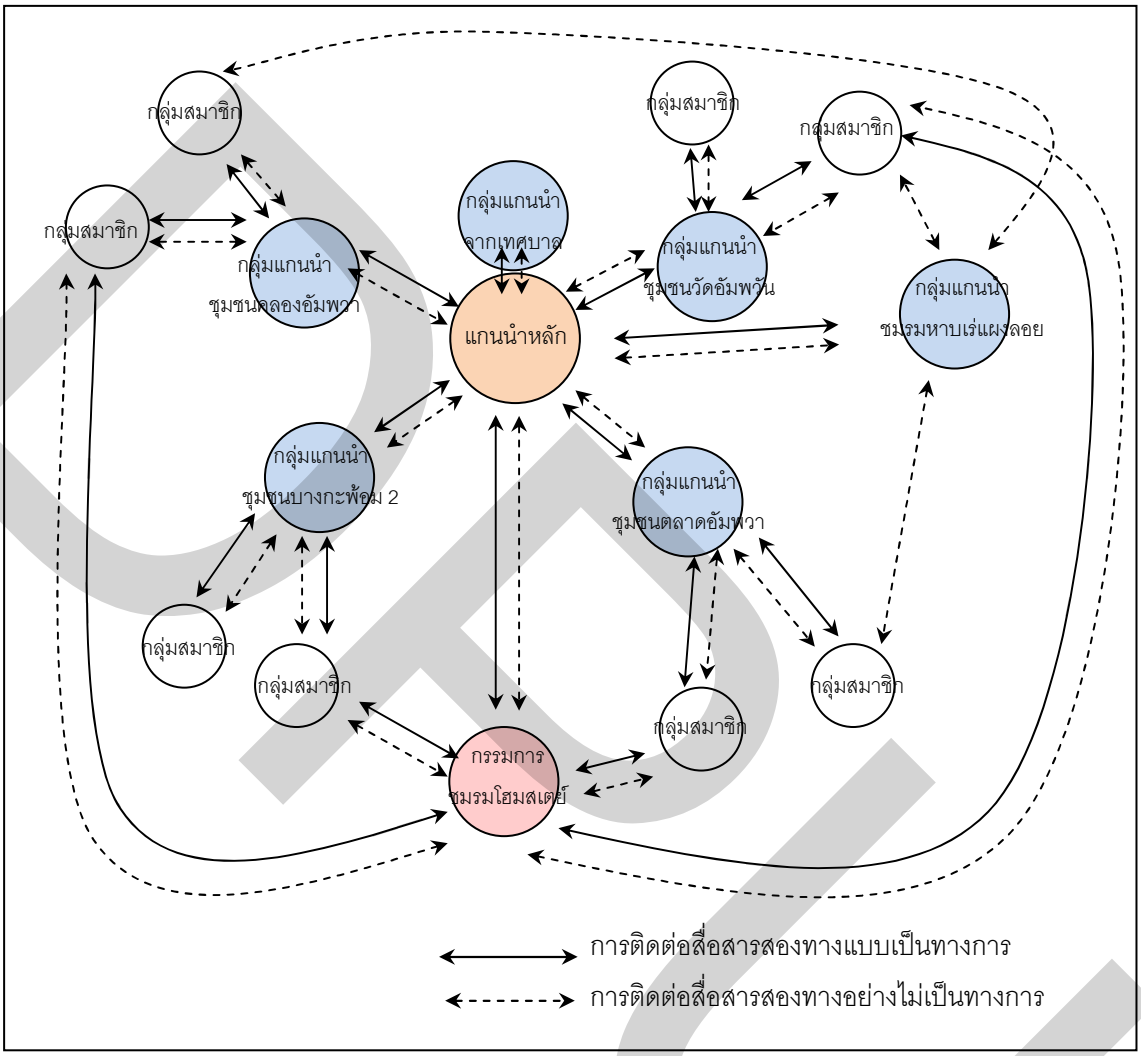
จากการวิจัยพบว่ากลุ่มแกนนำมีการสื่อสารไปยังคนชุมชนโดยใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

❑ **การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล**

เนื่องจากในระยะนี้เป็นช่วงที่เครือข่ายเจริญเติบโตมาก มีกลุ่มสมาชิกออกมาร่วมขายของเปิดโฮมเสตย์กันมากขึ้น จากตรงนี้ส่งผลให้การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากเดิมที่เน้นสร้างและขยายเครือข่าย ต้องเปลี่ยนเป็นการดูแลกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกให้ปฏิบัติตามระเบียบ หรือแนวทางที่ได้วางไว้ เช่น การตั้งราคาสินค้า การดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเมื่อสมาชิกเพิ่มมากขึ้นการดูและก็ยิ่งมีความลำบากมากขึ้นไปด้วย ซึ่งพบว่าเมื่อมีปัญหาหรือมีเรื่องร้องเรียนต่างๆ เข้ามาแกนนำหลักจะใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปบอกโดยตรงหรือมิให้เกิดความอับอาย

> *"ค่ะ ใช่ ให้คนบอก แล้วก็เมล์มาที่เวปไซต์ แกจะรู้ว่าตรงนี้ไม่ดีนะ แกจะต้องเดินไปบอกเลย ตรงนี้มีลูกค้ามาตักเตือนนะ แกจะบอกทางด้านนี้ แต่แกจะไม่มาเอ็ดมาว่ารวมกลุ่มอย่างนั้น ไม่ใช่ อย่างเช่นว่าร้านหอยทอดเนี่ย มีคนไปเสนอว่า หอยทอดร้านนี้ทำแพงนะ ขายแพงนะเอาเปรียบลูกค้า แกจะต้องลงมาตักเตือน ตัวต่อตัวเลย"*
>
> *(คุณสิริ ชื่นพิชัย : สมาชิกชุมชนตลาดอัมพวา / เจ้าของร้านเสรีวัฒน์)*

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปวิธีการสื่อสารในระยะเจริญเติบโตได้ดังภาพต่อไปนี้



<u>ภาพที่ 30</u> แสดงการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต

และสามารถสรุปวิธีการสื่อสารได้ดังตารางต่อไปนี้

	การสื่อสารในกลุ่มแกนนำ	**การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำและสมาชิกในชุมชน**	**การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน**
การสื่อสารแบบทางการ	1. ประชุม	1. จดหมาย	-
การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	-	1. การพูดคุย	-

ตารางที่ 4 สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต

ประเด็นการสื่อสาร

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

1. การรักษาสิ่งแวดล้อม

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

เหตุนี้ประเด็นหลักในการสื่อสารจึงพยายามให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยังคงมีสภาพดีอยู่

"การดูแลรักษาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม จะเน้นตรงนี้ให้กับเค้าทุกเรื่อง พยายามให้รักษาตรงนี้เพราะว่าทุกคนจะรักคลองอัมพวา ไม่ชอบให้มีขยะ ไม่ชอบให้คนไปทิ้งขยะในน้ำ อย่างนี้ค่ะจะเน้น"

(คุณศรีประภาส ศรีธวัช : นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา)

2. คุณภาพของอาหารและราคา

จากการวิจัยพบว่าจุดเด่นอย่างหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา คือ อาหารอร่อยและราคาถูก ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาเป็นจำนวน ซึ่งในระยะแรกๆ จะเห็นว่าอาหารนั้นมีราคาถูกและรสชาดอร่อย แต่เมื่อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่างมีคนอยากเข้ามาจับจองพื้นที่ในการขายของ ทำให้สมาชิกบางคนที่เช่าบ้านอยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาจากเดิมที่เสียค่าเช่าเพียงเดือนละ 500 – 1,000 บาท ปัจจุบันบางบ้านขึ้นค่าเช่าเป็น 5,000 – 10,000 บาท ส่งผลจากเดิมที่เคยขายข้าวจานละ 15-20 บาท ทำให้ไม่สามารถขายได้ต้องเพิ่มราคาให้สูงขึ้นตามไปด้วย ตรงจุดนี้เองอาจทำให้ความประทับใจของนักท่องเที่ยวลดน้อยลงไป ซึ่งหากนักท่องเที่ยวน้อยลง อาจส่งผลกระทบกับสมาชิกของเครือข่ายที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้นจะเห็นว่าประเด็นการสื่อสารอีกประเด็นที่ใช้สื่อสารในเครือข่าย คือ ควรคำนึงถึงคุณภาพและราคาของอาหารให้คงอยู่เหมือนเดิม

"เราก็บอกพวกแม่ค้าที่คุ้นเคยกันที่มาซื้อเขาว่า คุณอยากอยู่นานๆอยากหากินได้นานๆคงรสชาดไว้ คงความสะอาดไว้ คงราคาไว้มันขายได้นาน แต่พอเห็นมีคนมาเยอะๆ ตลาดเริ่มติดมีคนมาใช้บริการอันนั่นอร่อยอันนี้อร่อยปากต่อปาก เสร็จแล้วแล้วลดปริมาณไปลดคุณภาพไปเพิ่มราคาไป เขากินเขาก็เบื่อ"

(คุณอนงค์ กฤตนันท์ : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านเลียบนที)

"คือ พูดจริงๆว่าเราร่วมมือกันหน่ะ แต่สิ่งไหนที่ไม่ดีเราก็จะค่อยๆ พูดค่อยๆ ปรับไป อันนี้มันไม่ดีนะ ทะเลาะกันบ้างอะไรบ้างก็เกลี้ยกล่อมเขาว่านี่ไม่ได้สอนนะ เพราะว่าตลาดน้ำจะเกิดมันเกิดยาก แล้วพวกเธอไม่ได้เป็นคนเดินสายโปรโมทอย่างเรา นอนศาสาวัดบ้าง นอนโรงเรียนบ้าง เพราะว่าเขาไม่มีงบให้เราก็ต้องลำบากมากเลย พวกเธอมาถึงก็ขายได้เลย ทำอะไรก็ให้รักษาคุณภาพ เราจะไม่ว่าเขา เราพูดกับเขาดีๆค่อยๆบอก"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

"อาการการกิน ราคาที่เหมาะ มิตรภาพ หรือความซื่อสัตย์ที่มีต่อลูกค้ามีแค่ไหนอย่างไร เพราะฉะนั้นตรงนี้หลายๆ อย่างเราก็ต้องสร้างให้เค้าเพื่อให้การท่องเที่ยวตรงนี้อยู่ได้คงทนถาวร ไม่เช่นนั้นมันเกิดขึ้นก็จะดับไป"

(คุณสำราญ ตันเรืองศรี : อดีตนายอำเภออัมพวา)

3. ***กระบวนการจัดการความรู้***

จากการวิจัยพบว่าแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นผู้นำในการริเริ่มและพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามาตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2551) โดยตำแหน่งของแกนนำหลัก ท่านมาจากการเลือกตั้งโดยมีวาระ 4 ปี และผู้ดำรงตำแหน่งสามารถได้รับเลือกตั้ง 2 วาระติดกัน แล้วต้องเว้นวรรค 1 วาระ จึงจะกลับมาสมัครลงเลือกตั้งใหม่ได้ ปัจจุบันนี้ท่านดำรงตำแหน่งมาจะครบ 2 วาระ แล้วต้องเว้นวรรค ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่แกนนำหลักท่านพยายามสร้างให้กับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ไม่ใช่ออกมาขายของในตลาดน้ำเพียงอย่างเดียว แต่แกนนำหลักท่านพยายามสร้างองค์ความรู้ในการจัดการตลาดน้ำอัมพวา ทำให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมองภาพของการจัดการ และพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา พัฒนาชุมชนต่อไปได้ด้วยความสามารถของสมาชิกเอง

"วันนี้สิ่งที่ต้องใส่ไปในสังคมทุกวันนี้คือ องค์ความรู้กับจริยธรรม เค้าเรียกรื้อสร้าง...สร้างกลไกที่มันเป็น Social Content คือ ทุกอย่างถ้ามันเป็นธรรมาภิบาล หรืออะไรที่วันนี้ประเทศเค้าพยายามเรียกกัน คือมันมีกระบวนการตรวจสอบ อย่าให้สิ่งเหล่านี้มายึดกับผม วันหนึ่งผมไม่เป็นนายกแล้วเมืองตายมันก็ไม่ถูก คือ ถ้าเราไปวางยุทธศาสตร์อย่างนั้นผมไป

เมืองตายก็จบ มันต้องคิดว่าเมืองต้องอยู่แต่คนไปได้ เพราะฉะนั้นกลไกของเมืองมันต้องอยู่"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าในระยะที่เครือข่ายเจริญเติบโตนี้ การบริหารและดูแลสมาชิกในเครือข่ายเป็นเรื่องที่มีความสำคัญไม่ต่างจากการรวมกลุ่มและขยายเครือข่าย เพราะจากคำกล่าวของคุณสำราญ ตันเรืองศรี ที่ว่า "การทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเกิดอีกครั้งนั้นยาก แต่การที่จะรักษาให้ยืนยาวนั้นยากกว่า" ดังนั้นตรงจุดนี้ต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกทุกคนในเครือข่ายเป็นหลัก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวิธีการสื่อสารส่วนใหญ่จะเป็นการแก้ไขปัญหา และใช้ประเด็นในการสื่อสารที่พยายามให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเห็นความสำคัญของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน ทั้งเรื่องของสิ่งแวดล้อม คุณภาพและราคาของสินค้า

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีบทบาทการทำงานในระดับพื้นที่ กล่าวคือ เป็นเครือข่ายการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือเพื่อพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนดังนี้

1. ทำให้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาสิ่งสำคัญอันดับหนึ่ง คือ แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ต้องทราบว่าขณะนี้ชุมชนมีปัญหาใดบ้าง ซึ่งปัญหาดังกล่าวต้องเป็นปัญหาที่สะท้อนมาจากความคิดเห็น หรือปัญหาที่สมาชิกกำลังเผชิญอยู่อย่างแท้จริง จากการวิจัยพบว่าในระยะเริ่มแรกการสื่อสารในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีบทบาทสำคัญ คือ ทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายซึ่งมีอยู่หลายกลุ่ม หลายอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก ได้มารวมกลุ่มกันเพื่อแสดงความคิดเห็น พูดคุย เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ โดยในช่วงนั้น เครือข่ายได้ใช้การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นจดหมาย การประชุม การจัดเวทีสาธารณะเพื่อร่วมระดมความคิดเห็น ซึ่งทำให้แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำได้ทราบความคิดในขณะนั้นว่า

ถ้าจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้ง คนในชุมชนมี 30 % ที่เชื่อแต่ไม่รู้ว่าต้องทำอย่างไร อีก 50 % เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งตรงจุดนี้นำไปสู่การวางกลยุทธ์ เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำ ต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่ผู้นำอยากจะทำ ดังนั้นการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้นำรับรู้ว่ากระบวนการคิดของคนในชุมชนว่าเป็นอย่างไร

ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจึงมีบทบาททำให้สมาชิกทุกกลุ่มได้มาร่วมสื่อสาร ประชุม ร่วมพูดคุย ซึ่งทำให้สะท้อนปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชนได้อย่างแท้จริง

"คือในช่วงแรกเนี่ยต้องแยกก่อน กระบวนการในช่วงปีแรกๆ มันเป็นกระบวนการที่จะนำเค้า เพราะฉะนั้นจะต้องสื่อสาร ก็คือ คุย เราก็ใช้ประชุมค่อนข้างเยอะ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"ถูกครับถึงบอกว่า การสื่อสารที่เอามาอย่างแรกเนี่ยคือรับฟัง เราอาจจะ rase ปัญหาว่าวันนี้จะทำเรื่องท่องเที่ยวมั้ย เสร็จแล้วเราก็จะมีเวทีที่จะให้ชาวบ้านเค้ามาพูด นั่นคือการรับฟัง เพราะฉะนั้นผมถึงจะเห็นไงว่ามันมีคน 30 ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง เพราะว่าเรารับรู้จากไหน จากสิ่งที่เค้าสื่อสารกลับมา แล้วมีอีก 20 ที่เค้าไม่เห็นด้วย เค้าก็จะพูดอีกแบบ เฮ้ย...มันจะเป็นไปได้หรอ อาจจะพูดทั้งโดยตรงโดยอ้อม สิ่งเหล่านี้มันทำให้เรารู้พื้นฐาน"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"มีการเรียกประชุมกันและก็สอบถามความต้องการของแต่ละคน ปัญหาและก็นำมาวิเคราะห์ว่าอะไรต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน อะไรที่ควรปรับปรุงหรือที่ดีแล้วก็ควรอนุรักษ์ไว้"

(คุณภูพิรัฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

"การสื่อสารมีความสำคัญ คือ ทำให้เราได้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่จะมาพัฒนาชุมชน เราเห็นว่าเราได้ข้อมูลมาใหม่ๆ ก็มาคิดก็มาช่วยกันทำ ทุกคนก็ช่วยกันปฏิบัติทำอย่างนี้ เราต้องช่วยกันสร้างจิตสำนึก ถ้าสมมุติเราสื่อทุกคนก็จะรู้จะเข้าใจ"

(คุณวัฒนา สวนสวัสดิ์ : กรรมการชุมชนบางกะพ้อม 2)

"เรามองว่าทำไมวันนี้สังคมกลไกรัฐมีหน้าที่ทำงาน แต่ชาวบ้านไม่รู้เลยในสิ่งที่รัฐทำงาน เราจะไปทางไหน ทิศทางอย่างไร หรือแม้กระทั่งรัฐเองก็ทำงานโดยที่ไม่ได้รับฟังจากข้างล่าง มันก็เกิดปัญหาที่ว่า สิ่งที่รัฐทำไปเนี่ยมันไม่ใช่สิ่งที่ชาวบ้านอยากได้ เพราะฉะนั้นกลไกตัวนี้มันเป็นเรื่องสำคัญ"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

2. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน

เครือข่ายการสื่อสารทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และจะเห็นได้ว่าในการพัฒนาแต่ละครั้ง มีประเด็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาหลายเรื่อง ซึ่งหากชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ว่าปัญหาใดเร่งด่วนหรือมีความสำคัญ หรือมีเพียงแกนนำหลักเป็นผู้วิเคราะห์ อาจส่งผลให้ไม่ทราบถึงปัญหาเร่งด่วนที่สำคัญสำหรับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างแท้จริง ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจะทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆในเครือข่ายได้ร่วมกันใช้การสื่อสารช่วยกันวิเคราะห์ เสนอแนวความคิด เพื่อพิจารณาว่าปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไขตามลำดับก่อนหลัง หรือเป็นปัญหาที่กระทบกับคนจำนวนมากคือปัญหาอะไร โดยพบว่าวิธีการสื่อสารที่ชุมชนใช้คือ การจัดประชุมและจัดเวทีประชาคมเพื่อให้สมาชิกทุกกลุ่มเป็นผู้จัดลำดับปัญหาและความต้องการ เพราะเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง ตัวอย่างเช่น เมื่อได้รับงบประมาณสำหรับการพัฒนาตลาดน้ำ แกนนำหลักจะให้กลุ่มแกนนำชุมชนแต่ละชุมชนเป็นผู้นำเสนอว่าชุมชนของตนเองนั้นจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาด้านใด ซึ่งกลุ่มแกนนำชุมชนจะต้องนำเรื่องดังกล่าวไปสื่อสาร ทำความเข้าใจกับกลุ่มสมาชิก โดยผ่านการประชุม เพื่อให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น และร่วมกันวิเคราะห์ว่าเรื่องใดควรได้รับการแก้ไขก่อน-หลัง เช่น ชุมชนวัดอัมพวัน นำไปสร้างบันไดหน้าบ้าน ชุมชนคลองอัมพวานำไปติดตั้งไฟบริเวณทางเดิน และซื้อม้านั่งมาตั้งไว้หน้าบ้านทุกหลัง เป็นต้น ซึ่งเมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้ปรึกษากับกลุ่มสมาชิกแล้วก็จะนำข้อสรุปขึ้นไปเสนอกับแกนนำหลักอีกครั้งหนึ่ง

"อย่างเทศบาลเค้าก็มีงบประมาณ มีอะไร สมมุติว่า อย่างต้องการอะไร อย่างคนในชุมชนร้องมาว่าต้องการอะไร ถ้าเค้าหางบให้ได้เค้าก็จะเจียดงบประมาณที่มีอยู่ในชุมชน อย่างโครงการของรัฐบาลนะ เค้าก็ถามว่าจะทำอะไร ฝั่งโน้นเค้าจะทำบันไดลง คนในชุมชนเค้าก็มาประชาคมกันว่าเงินที่ได้มาตรงนี้จะมาทำอะไร เค้าจะประชาคมก่อน เสียงส่วนใหญ่ให้ทำอะไรเค้าก็จะทำ"

(คุณวรพจน์ เจียมปรีชา : สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ / เจ้าของบ้านสวรรค์พิมาน)

"เพราะฉะนั้นสร้างเป้าให้เค้า ไม่ใช่ให้เค้ามารับคำสั่งผม สิ่งที่เราจะได้กลับคืนคืออะไรรู้มั้ย ทุกคนเสนอความคิดใส่ผมมาเลย...ผมว่าดี เราก็มารวบรวม แล้ว screen แล้วจัดเรียง สร้าง Process แล้วให้ความสำคัญดูจากปัญหาที่เกิดขึ้นมันกระทบกับคนหมู่มาก หรือคนหมู่น้อย ถ้าอันนี้มันเป็นปัญหาที่ต้องเกิดผลกระทบกับคนหมู่มากเนี่ย พวกนี้ก็จะต้อง rase เป็นปัญหาระดับต้นๆ ปัญหาที่ยังไม่เกิดผลกระทบก็จะเบาหน่อย หรือปัญหาที่จะเกิดในอนาคตเราก็ต้องไปวางกระบวนการจัดการอีกอย่างหนึ่ง"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

"ใช่ๆ ทุกคนจะต้องออกความคิดเห็นที่ว่าไปประชุมเนี่ย ไปหาลูกบ้านแล้วลูกบ้านอธิบายให้เราฟัง พอเราฟังปัญหาของชาวบ้านแล้ว ปัญหาของแม่ค้าเราก็จะมารวมกันวิเคราะห์กันก่อนว่า อันนี้มันปัญหาใหญ่นะ เราต้องส่งปัญหานี้ขึ้นไปก่อน แล้วเราค่อยทยอยปัญหา พออันนี้แก้ได้เสร็จ เราก็มีเรื่องตามไปอีก เราก็พูดกับชาวบ้านว่าอันนี้มันต้องค่อยเป็นค่อยไปเป็นขั้นตอน"

(คุณเบญจางค์ กาบเกลือ : กรรมการชุมชนวัดอัมพวัน)

3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน

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

ไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย สิ่งเหล่าเป็นพื้นฐานต่อการวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำ ต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่แกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำอยากจะทำ ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้รู้ว่ากระบวนการคิดสมาชิก ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้แกนนำหลักมองเห็นทิศทางที่จะพัฒนาตลาดน้ำ และกำหนดยุทธ์ศาสตร์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นจะเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จได้มิใช้เกิดจากแกนนำหลักเพียงคนเดียวเท่านั้น แต่เกิดจากทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารทำให้แต่ละกลุ่มมาร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ ทั้งการประชุมในกลุ่มแกนนำ การประชุมกับกลุ่มสมาชิก ที่จะทำให้ทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เช่น จะพัฒนาตลาดน้ำไปในทิศทางใด เพราะตลาดน้ำอัมพวาอยู่ใกล้กับตลาดน้ำดำเนินสะดวก ดังนั้นถ้าทำเหมือนกันจะมีคนมาเที่ยวหรือไม่ ดังนั้นจึงต้องร่วมกันวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่ามีอะไรบ้าง และที่สำคัญคือกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่จะมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาควรเป็นใคร ซึ่งขณะนั้นตลาดน้ำอัมพวาคนยังไม่รู้จัก ดังนั้นช่วงแรกไม่ควรเป็นชาวต่างชาติ แต่ควรเป็นกลุ่มคนที่สามารถเดินทางได้ใน 1 ชั่วโมง นั่นก็คือคนกรุงเทพมหานคร ส่วนวันที่จะขายถ้าเปิด 7 วัน จะมีนักท่องเที่ยวมาหรือไม่ ดังนั้นควรเปิดขายเพียง 3 วัน เท่านั้น ส่วน อีก 4 วันที่เหลือก็ไปพักผ่อน ไปเที่ยว ไปทำธุระ

ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางในการพัฒนา ถ้าเป็นความคิดเห็นของบุคคลหลายฝ่ายจะทำให้สามารถวางทิศทางได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้สมาชิกทุกกลุ่มรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง

"...เพราะฉะนั้นการสื่อสารมันจะเป็นหัวใจแรกเลย เรารับรู้ว่ากระบวนการคิดของคนหมู่มากเนี่ย ตัวนี้สัดส่วนมันเป็นอย่างไร พอมันเป็นอย่างไรแล้วเราจะเคลื่อนลักษณะไหน นะครับ เพราะฉะนั้นการสื่อสารอย่างแรกคือการที่เราได้ตัว feedback เราจะมีช่องทางอย่างไรที่ให้ชาวบ้านเหล่านั้นส่ง feedback เหล่านี้ผ่านช่องทางการสื่อสารกลับมาที่เรา จะได้เอามาประมวลผล มาการกำหนดยุทธศาสตร์ มากำหนดทิศทางในการพัฒนา"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรี เทศบาลอัมพวา)

4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ได้เกิดจากแกนนำหลักหรือสมาชิกคนใดคนหนึ่ง แต่เกิดจากความร่วมมือการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ใช้การสื่อสารเพื่อดึงคนในชุมชนให้ออกมามีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการส่งจดหมายเพื่อเชิญประชุมและแจ้งข่าวสาร การประชุม เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นร่วมกันวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น การพูดแบบปากต่อปาก หรือการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลโดยเดินไปหาแล้วชักชวนให้สมาชิกให้ออกมาร่วมกันขายของ

"เพราะเป็นส่วนร่วมของท้องถิ่นงัย ท่านนายกฯ ต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมอยู่แล้วในการที่จะทำงานร่วมกัน ถ้า ถ้าแกคิดเองเออเองความสำเร็จมันก็เกิดขึ้นยาก เพราะว่าเราต้องหลายๆ ฝ่ายช่วยกัน ใครให้ความร่วมมือได้ก็ช่วยกัน"

(คุณวัฒนา สวนสวัสดิ์ : กรรมการชุมชนบางกะพ้อม 2)

"เริ่มแรกหรือค่ะ เราก็ต้องช่วยนายกเป็นทั้งประธานชุมชนเป็นทั้งเลขาท่านไม่รู้นะตรงนี้ต้องทำให้ได้ต้องช่วยกัน ทั้งหมด 10 ชุมชน ก็เต็มใจช่วยกันหมด แล้วก็ชาวบ้านใกล้เคียงเนี่ย ตอนแรกเขาก็ไม่ขายกันนะ ตอนหลังก็เดินทุกๆบ้าน ขอร้องเขาขาย แรกๆก็ โอ๊ย...จะขายได้เหรอ? เดี๋ยวก็เจ๊งจริงๆ แล้วมันไม่ใช่ ถ้าเราไม่ลองก็ไม่รู้นะ ของอย่างงี้ไม่ลองก็ไม่รู้ ขายเถอะค่ะ พี่เชื่อว่าถ้าขายทุกบ้าน พี่เชื่อว่าทุกคนต้องขายได้"

(คุณนิภา จารุพพัฒน์ : ประธานชุมชนวัดอัมพวัน)

5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน

จะเห็นได้ว่าในแต่ละช่วงของพัฒนาการของเครือข่าย เครือข่ายการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกได้นำข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น กรณีที่เกิดธนบัตรปลอมระบาด กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยก็ได้จัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับสมาชิกทุกคน และนอกจากนั้นสมาชิกเองก็ได้มีการพูดคุยกันเองด้วย หรือกรณีกลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์ สมาชิกก็มีการพูดคุยเกี่ยวกับการทำธุรกิจ

เนื่องจากในช่วงแรกสมาชิกต่างก็ไม่เคยทำธุรกิจด้านนี้มาก่อน ดังนั้นการมีชมรมโฮมสเตย์ จึงทำให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์ และได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นเกี่ยวกับการทำโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น

หรือกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำ ถ้าต่างฝ่ายต่างแก้ไขปัญหากันเองอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือแก้ไขปัญหาได้ไม่ตรงจุด แต่เครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามารับรู้ปัญหาร่วมกัน รับรู้ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้แต่ละฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกันเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

"แต่ทั้งหมดเนี่ยเวลาคุยจะคุยภาพรวม แต่ข้อดีก็คือ อย่างทั้งหมดเนี่ย เค้าให้เกียรติที่จะเอาเรามาเป็นผู้บริหารท้องที่ เวลามีผมจะเชิญเนี่ยอาจารย์มานั่งจะเห็นคนเข้ามาเปิดเสมอ ชาวบ้านมานั่งคุย ยกเว้นปัญหาอะไรที่มัน less ขึ้นมาแล้วมันจะเป็นปัญหาที่มันเกี่ยวข้องกับคนเยอะ อันนี้จะเชิญผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดมาประชุมใหญ่ นั่งคุย นั่งแก้ปัญหา สร้าง solution เอาข้อกฎหมายมาดู"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

"เวลามีเรื่องหรือมีข่าวสาร ปัญหาอะไรกันก็ต้องเรียกคุยกัน เป็นการขอความคิดเห็นกัน มีประสานงานกันหลายๆจุด แล้วก็มีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สามารถนำเสนอได้ ตอบโต้กันได้"

(คุณภูพิรัฐ แต้สุวรรณ: สมาชิกชุมชนวัดอัมพวัน)

"การสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญมากคะ เพราะปัญหาเดียวกันแต่เรามองไปคนละมุม ถ้าไม่มานั่งคุยกันเราก็จะไม่รู้ สมมุติปัญหานี้เป็นในส่วนของกลุ่มแม่ค้า แต่เราอยู่ในส่วนของโฮมสเตย์เรามองเข้าไปแล้วเราเห็นปัญหานี้แบบนี้ในมุมของเรา แต่กลุ่มแม่ค้าเองเขาบอกว่าโดยเบื้องลึกแล้วมันเป็นแบบนี้ เพราะฉะนั้นเราต้องคุยกันมากๆ ไม่เช่นนั้นเราจะไม่รู้ว่าเรื่องหนึ่งมีหลายมิติและแต่ละมิติก็มีปัจจัยไม่เหมือนกันเลย"

(ภญ. พุทธปราณี ตั้งวิชิตฤกษ์ : เลขานุการกลุ่มโฮมสเตย์)

6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจะประสบความสำเร็จนั้นการร่วมมือของสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเป็นเพียงจุดเริ่มเท่านั้น แต่อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ การได้รับการสนับสนุนจากนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในชุมชน ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตลาดน้ำอัมพวา และมีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยว จากการวิจัยพบว่านอกจากชุมชนจะประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อมวลชนแล้ว สื่อบุคคลก็มีบทบาทสำคัญเช่นกัน โดยจะเห็นได้ว่าแกนนำหลักใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมีความรักในท้องถิ่น และให้สมาชิกทุกคนช่วยกันสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนของตนเอง

"ท่านนายกฯเองเวลาประชุมแต่ละครั้งท่านก็จะย้ำเรื่องช่วยกันประชาสัมพันธ์ แล้วก็จะขอความร่วมมือจากชุมชนว่า ในชุมชนมีความคิดเห็นอย่างไร มีอะไรที่เห็นแล้วช่วยกันแก้ไขปรับปรุง หรือว่าจะมีปัญหาอย่างไรก็มาคุยกัน ท่านนายกฯเองก็เอาใจใส่ตรงนี้ได้ดี ก็จะมีการพูดคุยตรงนี้บ่อยว่าใครมีปัญหาอะไรตรงนี้ เรื่องตลาดน้ำ เรื่องอะไรอย่างนี้ ใครมีปัญหาตรงไหนอะไรก็มีการพูดคุยกันบ่อย ท่านายกฯก็จะเอาตรงนี้ไปปรับปรุงแก้ไข"

(คุณสนั่น ถิตยานุรักษ์ : ประธานชุมชนตลาดอัมพวา)

"พอเราทำงานลักษณะนี้เราต้องยอมรับมิติสังคมมันเป็นพลวัต เรามีกลุ่มเล็กในกลุ่มใหญ่ใช่มั้ยครับ เพราะฉะนั้นการใช้การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญ ถ้ามองว่าตลาดน้ำที่เกิดขึ้นเนี่ยถ้ามันเป็นของผมคนเดียวนั่นหมายถึงผมก็ประชาสัมพันธ์คนเดียว แต่ถ้าตลาดน้ำอัมพวาเป็นของคนอัมพวา 5,000 คน เราจะมีนักประชาสัมพันธ์ 5,000 ชีวิต 5,000 ชีวิตเค้ามีเพื่อนอีก 10 ชวนเที่ยวมาเนี่ยเราได้คน 50,000 มาเที่ยวฟรีๆ อ่า...กลไกเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญ เชื่อมั้ยครับปีแรกๆ คนจะไปงานแต่งเราก็ทำใบปลิวตลาดน้ำ นายก...จะไปงานแต่ง โรลใบปลิวให้ทีเดี๋ยวผมไปแจกแขกในงานแต่ง"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

7. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และรวดเร็วแก่สมาชิกในเครือข่าย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากการพัฒนาจะประสบผลสำเร็จ แกนนำหลักและสมาชิกทุกคนต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน กล่าวคือ แกนนำหลักท่านเองก็จำเป็นต้องรู้ว่าชุมชนมีความต้องการอะไร และสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายก็จำเป็นต้องรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ถูกต้องตรงกัน

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย โดยจะเห็นได้ว่าก่อนเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา แกนนำหลักได้ใช้การประชุมกับกลุ่มแกนนำเพื่อร่วมปรึกษาและหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ และส่วนใหญ่การพูดคุยจะเน้นสื่อสารในที่ประชุมเพื่อให้ทุกคนรับรู้และเข้าใจให้ตรงกัน และจะไม่มีการไปพูดคุยนอกห้องประชุม เพราะอาจทำให้มีการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ หรือในชุมชนบางกะพ้อม 2 ที่ชุมชนมีลักษณะเป็นสวน ดังนั้นสมาชิกแต่ละคนจะอยู่ห่างกัน กลุ่มแกนนำ (ประธานชุมชน) จึงเลือกสื่อสารโดยใช้จดหมาย เนื่องจากจดหมายมีความคงทนและมีความชัดเจน สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ส่วนกรณีที่กลุ่มสมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารไปแล้วเกิดความไม่เข้าใจ ก็จะทราบว่าสามารถติดต่อใครซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายตนเองได้

"สำคัญ แล้วใช้เยอะมาก เพราะว่าถ้าเราสื่อสารไปไม่ดีนะคนในชุมชนเราจะแย่ เพราะว่าเราอาจจะไม่มีการพัฒนาเกิดขึ้น"

(คุณอัมพรทิพย์ เทียนศิริ: ประธานชุมชนคลองอัมพวา)

"มีนะ มีความสำคัญมากเลย ไม่เช่นนั้นเราเก็บอะไรไว้แล้วไม่ได้บอก ความชัดเจนก็ไม่มี ความที่จะต่อยอดอะไรก็ไม่มี ควรที่จะสื่อสารให้เค้ารับรู้และเข้าใจ"

(คุณอรุณี ศรีราษฎร์ : เลขานุการชุมชนตลาดอัมพวา)

"ปุ๊กว่าบางทีมันก็เหมือนได้ข้อมูลที่จริง เหมือนกับว่าถ้าเราไม่มีกลุ่ม เราไม่สามารถที่จะจับต้นชนปลายได้ถูกว่ามาจากใคร อย่างงี้ถ้าเกิดเรามีอะไร วิ่งเข้าหากลุ่ม เขาก็จะมีข้อมูล คือ รับรู้พร้อมกันแล้วก็คือจบ แต่ถ้าเกิดอย่างนี้คุยกันคนนั้นบอกคนนี้บอก ผลสุดท้ายข้อมูลก็จะคลาดเคลื่อน"

(คุณสปันนา มั่งมี : สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย / ร้านสมานการค้า)

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

"คือ ที่นี่ดีอย่าง อย่างที่บอกว่ามันเป็นชุมชนปฐมภูมิ การสื่อสารมันสั้นเพราะฉะนั้นการเข้าถึงข้อมูลได้เร็ว การขับเคลื่อนมันเคลื่อนตัวได้เร็วแป๊บเดียวหล่ะครับ พอออกมาก็คุยกันแล้ว คือ เมืองนี้จะคุย ทีนี้มันต้องดูเฉพาะเรื่องก่อน ถ้าเรื่องที่มันเป็นประเด็นของเมืองเนี่ยเค้าก็จะคุย ค่อยข้างเร็ว...นะครับ ส่วนใหญ่ก็เป็นประธานที่จะไปบอกเล่า บางทีก็มีกรรมการด้วย ทีนี้บางทีบอกประธานไปเค้าก็ไปคุยในกลุ่ม แต่ปรากฏคุยแล้วไม่ตรงทีนี้ยกกลุ่มมาเลยก็ต้องคุยกันใหม่"

(ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ : นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา)

ด้วยเหตุนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเจริญรุ่งเรือง และทำเครือข่ายมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

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 และสามารถสรุปผลการวิจัยตามปัญหานำการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 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 ที่มารวมเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นได้รวมกันอยู่ในกลุ่มของเทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนทั้ง 4 ชุมชน และชมรมหาบเร่แผงลอย ดังนั้นเพื่อให้เห็นความชัดเจนของลักษณะชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาลักษณะของความเป็นเครือข่ายและบทบาทของเครือข่ายต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ผู้วิจัยจึง

ได้นำกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกมาอธิบายรวมกัน และจะแสดงให้เห็นการแบ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ดังนี้

2. เทศบาลตำบลอัมพวา

เทศบาลตำบลอัมพวา เป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการบริหารงาน และดูแลตลาดน้ำอัมพวา โดยมีแกนนำหลัก คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้นำ ดังนั้นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลตำบลอัมพวาจึงอยู่ในกลุ่มแกนนำ โดยพบว่ามีบทบาทที่สำคัญดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารต่างๆ ไปสู่สมาชิก
2. เป็นที่ปรึกษาให้กับกลุ่มแกนนำของชุมชนและกลุ่มสมาชิก

3. ชุมชนตลาดอัมพวา

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

4. ชุมชนวัดอัมพวัน

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

5. ชุมชนคลองอัมพวา

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

6. ชุมชนบางกะพ้อม 2

ชุมชนบางกะพ้อม 2 ตั้งอยู่บริเวณถนนเส้นสาย 325 กระจายตัวทั้งสองฝากฝั่งถนน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นสวนมะพร้าวและสวนส้มโอ ลักษณะของบ้านเรือนอยู่อย่างกระจัดกระจายริมถนนซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดร้านขายของ และอีกส่วนจะอยู่บริเวณด้านในสวนซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดเป็นโฮมสเตย์ จากการสังเกตพบว่าบ้านเรือนไม่ได้มีการกั้นรั้ว ดังนั้นแต่ละบ้านสามารถไปมาหาสู่กันได้ โดยอาศัยการเดิน จักรยาน และมอเตอร์ไซค์ 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 เวลามีข่าวสารจะได้แจ้งผ่านทางชมรมได้ ซึ่งทางกลุ่มแม่ค้าก็เห็นด้วย จึงเป็นจุดเริ่มของการตั้งชมรมหาบเร่แผงลอยขึ้น และให้ชมรมฯ ขึ้นตรงกับเทศบาลตำบลอัมพวาและสาธารณสุข

ชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อสามารถจัดกิจกรรมและของบประมาณเพื่อนำมาพัฒนาชมรมฯ 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 และบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในชมรมฯ อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น

1. กลุ่มแกนนำ ประกอบด้วย

1.1 ประธานชมรมฯ มาจากการเลือกตั้งโดยสมาชิกชมรมฯ มีวาระในการทำงาน 2 ปี ซึ่งประธานชมรมฯ มีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานระหว่างกลุ่มแกนนำจากเทศบาลและสมาชิกชมรมฯ และดูแลสมาชิกฯ ชมรมที่มาตั้งแผงลอยขายสินค้าบริเวณชุมชนตลาดอัมพวา

1.2 กรรมการชมรมฯ มีตำแหน่งดังนี้ รองประธาน เหรัญญิก เลขานุการ ผู้ช่วยปฏิคม ประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบ และผู้จัดเก็บรายได้ตลาดน้ำอัมพวา โดยกรรมการชมรมฯ

นั้นมาจากการแต่งตั้งของประธานชมรม โดยกรรมการจะมีหน้าที่ในการบริหารงานร่วมกับประธานชมรมตามตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง

2. สมาชิกชมรมฯ จัดอยู่ในกลุ่มสมาชิกของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยมีบทบาทหน้าที่คือจัดร้านค้า ขายของ และร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เมื่อมีประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำของชมรมฯ โดยสมาชิกชมรมฯ ไม่มีบทบาทในการบริหารงานของชมรมฯ

การรับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย เนื่องจากชมรมหาบเร่แผงลอยนั้นตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้า เพื่อบริหารจัดการให้การค้าในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและไม่มีปัญหา ดังนั้นข้อกำหนดอย่างหนึ่งคือผู้ที่จะเป็นสมาชิกชมรมต้องเป็นคนที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวาเท่านั้น

พันธมิตรของเครือข่าย

8. ชมรมโฮมสเตย์

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

จากความเจริญรุ่งเรืองของตลาดน้ำอัมพวาส่งผลให้มีผู้เปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะเห็นว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับกลุ่มสมาชิกที่อดีตเคยประกอบอาชีพค้าขายหรือทำสวน 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 เหรัญญิก

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 สมาชิกที่ออกมาร่วมขายของก็ยังกึ่งกล้ากึ่งกลัวว่าจะขายได้หรือไม่ แกนนำหลักท่านจึงจ้างกลุ่มสมาชิกที่พายเรือมาขายของ โดยให้ค่าจ้างวันละ 300 บาท เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับแม่ค้าว่าอย่างน้อยก็ยังมีรายได้

หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปประมาณ 6 เดือน ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น รายได้เริ่มเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเห็นเป้าหมายชัดเจนว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้

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

การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นตั้งอยู่บนผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างชัดเจน คือ ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นที่รู้จัก ส่งผลให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างอาชีพให้กับกลุ่มสมาชิก ดังนั้นจากเดิมที่คนในชุมชนบางกลุ่มต้องออกไปทำงานที่กรุงเทพมหานครก็ทำให้กลับมาทำงานที่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

จากการที่สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายต่างได้รับผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน คือ ในเรื่องของเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จูงใจให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น

4. **การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง** (All Stakeholders Participation)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกแต่ละกลุ่มในเครือข่ายนั้นแตกต่างกัน ซึ่งหากพิจารณาจากการมีส่วนร่วมในเรื่องของการวางแผน กำหนดทิศทางการพัฒนา ทุกกลุ่มในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้เชิญกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยมาร่วมปรึกษาและแสดงความคิดเห็น ในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และนอกจากนั้นยังได้มีการจัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทุกคนในเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

แต่ถ้าพิจารณาการมีส่วนร่วมคือการที่สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้มาช่วยกันทั้งในเรื่องขายของหรือว่าช่วยเตรียมการ จะเห็นได้ว่าแต่ละชุมชนนั้นเข้ามามีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องด้วยพื้นที่ตั้งชุมชนของสมาชิกแต่ละคนอยู่ใกล้อยู่ไกลจากตลาดน้ำอัมพวาแตกต่างกัน โดยช่วงแรกกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนตลาดอัมพวาได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนตลาดอัมพวาอยู่บริเวณพื้นที่ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าขายของชุมชน ภายหลังจากตลาดน้ำอัมพวาเปิดแล้ว นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและมาเที่ยวมากขึ้น กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันก็ได้เข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนวัดอัมพวันอยู่ใกล้ชุมชนตลาดอัมพวา

เพียงเดินข้ามสะพานเท่านั้น จากนั้นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกชุมชนคลองอัมพวาก็พัฒนาตลาดน้ำอัมพวาโดยต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวาเข้าไปในคลองด้านใน

ในส่วนของชุมชนบางกะพ้อม 2 เนื่องจากเป็นชุมชนที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวา และอยู่ห่างจากตลาดน้ำอัมพวาโดยมีถนนกั้น ดังนั้นการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมโดยการขายของที่ตลาดน้ำนั้นจะน้อยมาก แต่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งถือเป็นการต่อยอดมาจากตลาดน้ำอัมพวา

5. **การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน** (Complementary Relationship)

การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ กลุ่มแกนนำจากเทศบาล กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชน ชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ต่างก็ได้มีการช่วยเหลือ สนับสนุน เสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

แกนนำหลัก – ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา

แกนนำหลักได้เข้ามามีบทบาทโดยเป็นผู้ริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างจริงจัง ทั้งการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เรื่องของการประชาสัมพันธ์ ทั้งการคิดประเด็นและวิธีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอัมพวา นอกจากนั้นจะเห็นได้ว่าแกนนำหลักท่านยังช่วยให้คำปรึกษากับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกชุมชนเพื่อให้สามารถนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาชุมชนตนเองได้

กลุ่มแกนนำ - เทศบาลตำบลอัมพวา

เทศบาลตำบลอัมพวาเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน โดยกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจะเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารในการติดต่อกับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย โดยหน้าที่หลักคือเป็นผู้ออกจดหมาย นอกจากนั้นยังเป็นที่

ปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชนให้กับกลุ่มแกนนำชุมชน และยังช่วยเขียนโครงการเพื่อของบประมาณให้แก่ทุกชุมชน

นอกจากเป็นศูนย์กลางข่าวสารให้กับกลุ่มแกนนำชุมชนและกลุ่มสมาชิกแล้ว กลุ่มแกนนำจากเทศบาลยังมีหน้าที่ช่วยเหลือกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยเช่นกัน โดยช่วยเหลือเช่นเดียวกับชุมชน คือ เมื่อกลุ่มแกนนำชมรมฯ ต้องการจะออกจดหมายเชิญประชุมก็จะแจ้งกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นผู้ออกหนังสือให้ หรือเมื่อเทศบาลต้องจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆ ก็จะแจ้งข่าวและประสานงานไปยังกลุ่มแกนนำชมรมฯ 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 ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะประกอบอาชีพค้าขายและได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยด้วย ก็จะได้ชมรมหาบเร่แผงลอยดูแลในส่วนของการค้าขายและความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์นั้นเนื่องจากในชุมชนมีโฮมสเตย์เพียงที่เดียวคือ บ้านสวรรค์พิมาน ดังนั้นจึงเป็นจุดเสริมให้ในชุมชนมีโฮมสเตย์เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมาชิกกลุ่มย่อยๆ ในชุมชนตลาดอัมพวา มีส่วนเสริมสร้างทำให้ชุมชนตลาดอัมพวาเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนา

นอกจากนั้นชุมชนตลาดอัมพวาเองยังมีส่วนในการเสริมสร้างให้กับชุมชนอื่นๆ ด้วย เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่กว้างทำให้สามารถวางร้านขายของได้หลายร้าน บริเวณด้านหลังอาคาร

ริมน้ำเป็นท่ารถโดยสาร ที่จอดรถจุดเชื่อมต่อไปยังในตัวจังหวัดกับต่างจังหวัด มีท่าเรือเพื่อรับส่งผู้โดยสาร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจุดเด่นของชุมชนตลาดอัมพวาคือเป็นศูนย์กลางในการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถและทางเรือ 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 ซึ่งบริเวณวัดมีพื้นที่สามารถใช้เป็นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับการตั้งบ้านเรือนในส่วนที่อยู่ริมคลองหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ดังนั้นในช่วงบ่ายหน้าบ้านจะไม่ร้อน แม่ค้าสามารถออกมาตั้งขาย

ของได้ตั้งแต่เที่ยง จึงทำให้คนมาจอดรถที่วัดอัมพวันแล้วก็เดินเที่ยวฝั่งชุมชนวัดอัมพวัน พอช่วงเย็นจึงข้ามมาเดินฝั่งชุมชนตลาดอัมพวา

ดังนั้นชุมชุมวัดอัมพวันจึงเป็นจุดเสริมให้กับชุมชนอื่นๆ ในด้านสถานที่จอดรถที่สะดวกและบริเวณชุมชนที่ไม่ร้อน สามารถตั้งร้านขายของได้ตั้งแต่ช่วงบ่าย ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาก็สามารถมาเดินบริเวณที่ชุมชนวัดอัมพวันก่อนที่จะไปเที่ยวต่อยังชุมชนอื่นๆ

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก - ชุมชนคลองอัมพวา

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

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 นอกจากนั้นยังได้รับการเสริมสร้างจากภายนอกชุมชม โดยชุมชนบางกะพ้อม 2 อาศัยคนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแล้วก็มาพักที่โฮมสเตย์ในชุมชน

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

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ชมรมหาบเร่แผงลอย

ชมรมหาบเร่แผงลอยได้เข้ามามีส่วนเสริมสร้างในเครือข่าย กล่าวคือ กลุ่มแกนนำชุมชนจะมีหน้าบริหารงานภายในชุมชนเท่านั้น ไม่ได้เข้ามาดูแลแม่ค้าที่มาขายของในชุมชน ดังนั้นกลุ่มแกนนำชมรมฯ จึงมีหน้าที่ดูแลกลุ่มสมาชิกที่เป็นแม่ค้าในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเป็นหลัก นอกจากนั้นยังดูแลสมาชิกที่อยู่ในชุมชนอื่นๆ ในเรื่องของการให้ความรู้ด้านอาหาร 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 ดังนั้นแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลจึงต้องพึ่งพิง อาศัยความร่วมมือจากกลุ่มแกนนำชุมชน กลุ่มแกนนำชมรม และกลุ่มสมาชิกเป็นจำนวนมาก ทั้งการไปจ้างเรือพายมาขายของ ทุกคนขณะนั้นไม่ว่าจะมีตำแหน่งอะไรก็ต้องลงมาช่วยกันหมดเพื่อให้ตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นมาได้

ในส่วนของชุมชนเอง ถึงแม้จะแบ่งการบริหารงานของแต่ละชุมชนอย่างชัดเจน แต่กระนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแต่ละชุมชนก็ยังมีการพึ่งพิงกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งจากนโยบายการบริหารงานและการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ที่ให้กลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้บริหารงานและพัฒนาชุมชนของตนเอง ซึ่งแต่ละชุมชนจะได้รับงบประมาณแยกจากกัน ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละชุมชนจะนำไปพัฒนาด้านอะไร แต่กระนั้นแต่ละชุมชนก็ยังมีความเกี่ยวข้องกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เนื่องจากเมื่อกลุ่มแกนนำชุมชนได้รับงบประมาณในแต่ละครั้งจะต้องมีการระดมความคิดเห็นของคนทั้งชุมชนว่าจะนำงบประมาณที่ได้ไปพัฒนาในเรื่องอะไร ซึ่งการประชุมทุกครั้งทุกชุมชนจะต้องมีแกนนำหลักเข้าร่วมด้วย หรือถ้าแกนนำหลักท่านไม่สามารถเข้าร่วมได้ก็จะมีกลุ่มแกนนำจากทางเทศบาลเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง หรือในกรณีที่กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกของแต่ละชุมชนมีปัญหาต่างๆ ก็จะไปปรึกษากับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล

สำหรับกลุ่มสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพ คือ แม่ค้า ก็ได้พึ่งพิงชมรมหาบเร่แผงลอย ทั้งในเรื่องสถานที่ขายของ ข่าวสาร ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำมาค้าขาย หรือในส่วนของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ก็ได้พึ่งพิงชมรมโฮมสเตย์ในเรื่องของการตั้งราคา การดูแลลูกค้า การเขียนบิล การส่งแขก รวมทั้งข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเห็นว่าแต่ละกลุ่มต่างก็มีบทบาทในการเสริมสร้างซึ่งกันและกันอย่างเหมาะสมและลงตัว กล่าวคือ ผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐ ได้แก่ แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล เป็นกลุ่มที่ดูแลและวางแผนงานต่างๆ ซึ่งต้องพึ่งพิงชุมชนในการทำให้แผนงานประสบผลสำเร็จ ชุมชน ประกอบด้วยสมาชิกหลากหลายกลุ่ม โดยกลุ่มแกนนำก็ต้องพึ่งพิงแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลในการบริหารงานในชุมชน ส่วนกลุ่มสมาชิกซึ่ง

ต้องประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเอง ไม่ว่าจะค้าขาย หรือเปิดโฮมสเตย์ ต่างก็ต้องพึ่งพิงชมรมในด้านข่าวสาร ความรู้ และสุดท้าย ชมรม ซึ่งการที่ชมรมจะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยอาศัยสมาชิกในชมรม ซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกของชุมชนต่างๆ นั่นเอง

ดังนั้นสมาชิกเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละกลุ่มต่างพึ่งพิงกันเพื่อให้เครือข่ายมีเข้มแข็งอย่างแท้จริง

7. **การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน** (Interaction)

เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีสมาชิกในเครือข่ายทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลนั้นเป็นผู้บริหารราชการส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่บริหารและพัฒนาชุมชน ส่วนกลุ่มแกนนำชุมชนมีหน้าที่รับนโยบายเพื่อนำไปพัฒนาชุมชนและชมรมหาบเร่แผงลอย ชมรมโฮมสเตย์ เป็นกลุ่มอาชีพที่คอยดูแลสมาชิกชมรมซึ่งก็คือกลุ่มสมาชิกนั่นเอง ดังนั้นเพื่อให้เห็นลักษณะการติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายไว้ด้วยกัน ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยเป็น 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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา เพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิกอันเป็นหลักการของประชาธิปไตย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก ดังนี้

- ส่งจดหมาย
- การประชุม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก
- โทรศัพท์

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มแกนนำไม่ได้มีการสื่อสารในรูปแบบที่เป็นทางการกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ เนื่องจากสมาชิกของทั้งสองชมรมต่างก็เป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชน ดังนั้นส่วนใหญ่การสื่อสารจึงมีลักษณะแบบพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย สมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

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

ชุมชนวัดอัมพวัน

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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาเพื่อระดมความคิดเห็นของสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างสมาชิก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

- การจัดประชุม
- ประชาคม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนวัดอัมพวันทั้งสิ้น ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการประกอบอาชีพของตนเอง

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

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

ชุมชนคลองอัมพวา

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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

- จดหมาย
- การประชุม
- ประชาคม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจน แต่จะพบว่าสมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนคลองอัมพวาทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่เป็นกลุ่มสมาชิก

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิก สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอย และสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนคลองอัมพวาแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก เนื่องจากแต่ละคนจะสวมหมวกหลายใบ สมาชิกชมรมหาบเร่แผงลอยหรือสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกของชุมชนทั้งหมด ซึ่งลักษณะของชุมชนที่มีขนาดเล็ก สมาชิกรู้จักกันหมด ดังนั้นสมาชิกทุกกลุ่มจึงมีการพูดคุยสื่อสารกันตลอดเวลา

ชุมชนบางกะพ้อม 2

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

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก</u>

กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มสมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำมีวิธีในการสื่อสารกับสมาชิก ดังนี้

- จดหมาย
- ประชาคม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก
- โทรศัพท์

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ ไม่มีลักษณะการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือการสื่อสารเพื่อเน้นในเรื่องการพัฒนาที่ชัดเจนแต่จะพบว่าสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์ ต่างก็อยู่ในกลุ่มสมาชิกทุกคน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจึงเป็นรูปแบบที่ได้รับข้อมูลการพัฒนาในฐานะที่อยู่ในกลุ่มสมาชิก และนำข้อมูลมาพัฒนาการทำโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชน

<u>การสื่อสารระหว่างกลุ่มสมาชิกและสมาชิกชมรมโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่านอกจากการสื่อสารในกลุ่มหลักๆ ในชุมชนบางกะพ้อม 2 แล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มก็มีการสื่อสารกันอย่างแยกไม่ออก 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

- จดหมาย
- เอกสารแจก / จัดอบรม

- การประชุม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

ชมรมโฮมสเตย์

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

- จดหมาย
- เอกสารแจก
- ประชุม
- การจัดอบรม
- การสื่อสารแบบปากต่อปาก

7.2 การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม

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

7.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชุมชน

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล 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 กับชุมชน

การติดต่อสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลกับชุมชนเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นตำแหน่งบริหารราชการส่วนท้องถิ่น และกลุ่มแกนนำจากเทศบาลเป็นหน่วยงานของรัฐบาลซึ่งมีหน้าที่ต้องดูแลและพัฒนางานในชุมชน ดังนั้นจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและตลอดเวลาทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

- การประชุม
- จดหมาย
- ประชาคม
- โทรศัพท์
- เสียงตามสาย
- การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล

7.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาล กับชมรมหาบเร่แผงลอย

จากการวิจัยพบว่า ชมรมหาบเร่แผงลอยตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มแม่ค้าในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา เพื่อบริหารจัดการการขายของที่ตลาดน้ำอัมพวา ขึ้นตรงกับเทศบาลโดยมีแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้ดูแล ดังนั้นการทำงานของชมรมหาบเร่แผงลอยจึงมีความเกี่ยวข้องกับแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจากเทศบาลโดยตรง ซึ่งพบว่ามีการสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ 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**

จากการวิจัยพบว่ามีการสื่อสารแบบเป็นทางการระหว่างกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย กับกลุ่มแกนนำชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น โดยการสื่อสารที่พบ คือ การประชุม แต่ทว่าแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยไม่มีการสื่อสารกับแกนนำชุมชนวัดอัมพวัน และแกนนำชุมชนคลองอัมพวาในรูปแบบที่เป็นทางการเหมือนกับชุมชนตลาดอัมพวา กล่าวคือ ไม่มีการจัดประชุมร่วมกัน ส่วนหนึ่งอาจมาจากชมรมหาบเร่แผงลอยมีหน้าที่ดูแลในพื้นที่ของชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น ไม่สามารถข้ามเขตไปยังชุมชนอื่นๆ ได้ จึงไม่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการ แต่พบว่ามีการสื่อสารไปที่สมาชิกชมรมที่อยู่ในชุมชนวัดอัมพวัน 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 ชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวาเป็นชุมชนที่มีโครงสร้างแบบปฐมภูมิ สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายรู้จักกันหมด รู้ว่าคนนี้อยู่ชุมชนไหน เป็นสมาชิกของชมรมอะไรบ้าง ดังนั้นทุกกลุ่มในเครือข่ายจึงมีการสื่อสารกันแบบหลวมๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละกลุ่มก็จะมีความสัมพันธ์ มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของกลุ่ม ลักษณะของการดำเนินงาน และเพื่อให้การบริหารงานของเครือข่ายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นแต่ละกลุ่มจึงต้องมีการสื่อสารแบบเป็นทางการ เพื่อเป็นเวทีให้คนที่เกี่ยวข้องได้มาพบปะ พูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน และมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

3. พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

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

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ระยะที่ 2 การขยายเครือข่าย

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

จุดเริ่มของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของคนในชุมชนเขตเทศบาลตำบลอัมพวาซบเซาลง เพราะตลาดอัมพวาตายมานานกว่า 30 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 ที่นโยบายของรัฐบาลสนับสนุนให้มีการสร้างถนนทั่วประเทศ ทำให้ความจำเป็นที่ต้องใช้ทางน้ำสัญจรไปมาหาสู่ซึ่งกันและกันลดลงไป สภาพสังคมโดยเฉพาะตลาดน้ำก็แทบจะเลือนหาย นับจากช่วงนั้นเป็นต้นมา ความเงียบสงบ ความลดน้อยถอยลงของสภาพเศรษฐกิจที่อัมพวาดูจะเลวร้ายลงไปจนคล้ายๆ เป็นเมืองปิด คนในชุมชนบางส่วนไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้ต้องออกไปทำงานนอกชุมชน

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

หลังจากตั้งชมรมหาบเร่แผงลอย คุณอรพินธุ์ โชว์ติกประคัลภ ก็มีความคิดที่จะจัดงานแบบที่อำเภอเมือง (แม่กลอง) จึงได้ปรึกษากับร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็น สท. ของเทศบาลตำบลอัมพวาในขณะนั่น ซึ่งร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ก็เห็นด้วย จึงได้มีการจัดงานในชื่อว่า “มหกรรมอาหารริมเขื่อน” ในวันที่ 4 - 5 พฤษภาคม 2546 เวลา 15.00–21.00 น. บริเวณหน้าอำเภอ ปรากฏว่ามีคนมาร่วมงานจำนวนมาก ครั้นพอเสร็จงานทุกคนในอัมพวาพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าไม่เคยเห็นคนเยอะขนาดนี้มาเป็น 10 ปีแล้ว และเห็นว่าควรให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้ทุกปี แต่พอเสร็จงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนอัมพวาก็กลับมาเงียบเหงาเหมือนเดิม

กุมภาพันธ์ 2547 เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา โดยแกนนำหลักมีความคิดที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้งมีความคิดเห็นที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับฟื้นคืนชีพอีกครั้ง

หลังจากที่มีแนวคิดที่จะพัฒนาตลาดน้ำขึ้นมาแล้ว แกนนำหลักได้มีการจัดประชุม และจัดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังแนวคิดและความคิดเห็นจากหลายๆ ฝ่าย ตรงจุดนี้เองจึงเริ่มมีการรวมกลุ่มประกอบด้วย แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นผู้ริเริ่ม และมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมด้วยกัน กล่าวคือ เนื่องจากชุมชนอัมพวามีรูปแบบการปกครองแบบองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งก็คือเทศบาล มีนายกเทศมนตรีเป็นแกนนำหลัก และมีกลุ่มแกนนำชุมชน คือ ประธานชุมชนทำหน้าที่ในการพัฒนา บริหารงานภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นในจุดเริ่มของการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จึงเป็นการรวมกลุ่มแบบกึ่งทางการและไม่ทางการ เนื่องจากมีสมาชิกทั้งกลุ่มแกนนำชุมชนซึ่งอยู่ในรูปแบบการปกครองของเทศบาล ร่วมกับชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่แกนนำหลักดึงท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

หลังจากที่มีกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้ว แกนนำหลักได้เชิญทุกฝ่ายเข้าร่วมประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเกี่ยวกับการจัดทำตลาดน้ำ จึงคิดที่จะจัดตลาดน้ำโดยต่อยอดจากงานมหกรรมริมเขื่อนที่ได้จัดไปเมื่อปีที่ผ่านมา ดังนั้นในปีนี้ (พ.ศ.2547) จึงได้เลื่อนการจัดงานมหกรรมริมเขื่อนที่เคยจัดในเดือนพฤษภาคม ให้ไปจัดวันที่ 10-14 สิงหาคม 2547 แทน โดยรูปแบบให้จัดตลาดน้ำให้เหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่เนื่องจากว่าอัมพวาในขณะนั้นไม่มีเรือแล้ว แกนนำหลักเลยให้กลุ่มแกนนำชุมชนไปหาเรือมา โดยในช่วงแรกให้มีแค่ 10 ลำก่อน เพราะแม่ค้าเองก็ไม่กล้าขาย เพราะให้ขายตอนเย็นขายไม่กี่ชั่วโมงก็มืดแล้ว ของที่ขายไม่ได้จะทำอย่างไร แกนนำหลักเลยใช้กลยุทธ์ คือ จ้างแม่ค้าลำละ 300 บาทต่อวัน ส่วนของที่ขายได้แม่ค้าก็เอาเงินไป พอเริ่มงานมหกรรมอาหารริมเขื่อนคนก็มาเป็นจำนวนมาก เดิมมาตั้งแต่หน้าอำเภอถึงริมน้ำ หลังจากที่จัดงาน 4 วันเรียบร้อย ประชาชนก็เริ่มรู้จักตลาดอัมพวาแล้ว จึงเป็นจุดเริ่มของการเปิดตลาดน้ำอัมพวา ณ วันที่ 11 สิงหาคม 2547 และแกนนำหลักก็เลยให้ทำตลาดน้ำโดยจัดเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ช่วงเย็นเท่านั้น เพื่อที่จะไม่ให้เหมือนตลาดน้ำแห่งอื่นๆ

ระยะที่ 2 ระยะขยายเครือข่าย

ระยะนี้เริ่มตั้งแต่ประมาณ ปี พ.ศ. 2548 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาไม่ได้จำกัดอยู่ที่เฉพาะในเขตชุมชนตลาดอัมพวาเท่านั้น แต่ขยายไปยังชุมชนอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง และได้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์และใช้ชื่อว่าชมรมโฮมสเตย์

หลังจากเปิดตลาดน้ำอัมพวาไปเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2547 แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้เวลาประมาณ 6 เดือน ก็พบว่ามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นแกนนำหลักท่านจึงชักชวนให้กลุ่มแกนนำชุมชนและคนในชุมชนอื่นๆ ไปคิดต่อยอดว่าจะทำอย่างไรเพื่อจะพัฒนาชุมชนตัวเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่หลักในการไปขยายเครือข่ายให้กว้างขวางมากขึ้น โดยจะทำอย่างไรเพื่อให้คนในชุมชนมาเข้าร่วมขายของ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ตรงจุดนี้เองตลาดน้ำอัมพวาจึงได้เริ่มขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน

ในช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาขยายไปยังชุมชนวัดอัมพวัน ในส่วนของโฮมสเตย์ก็พบว่าขณะนั้นมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แกนนำหลักจึงมีแนวคิดที่จะให้คนในชุมชนที่อยากจะมีรายได้แต่พื้นที่ไม่ได้อยู่ติดคลองอัมพวาให้เปิดโฮมสเตย์ขึ้น ทำให้คนในชุมชนที่สามารถจะปรับปรุงบ้านพักอาศัยให้เป็นโฮมสเตย์ได้ก็มีการปรับปรุง หรือบางกลุ่มก็สร้างโฮมสเตย์ขึ้นมาใหม่ โดยในระยะนี้มีการเปิดโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง แต่หลายๆ ที่ก็เจอกับปัญหา เพราะต่างก็ไม่เคยทำ โฮมสเตย์มาก่อน ด้วยเหตุนี้แกนนำหลักมีความคิดว่าคนในชุมชนอัมพวาไม่เคยมีประสบการณ์การทำโฮมสเตย์มาก่อน แล้วแกนนำหลักท่านคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องเกิดที่พักแบบนี้ขึ้นมาอีกมาก 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 เห็นได้จากจำนวนกลุ่มสมาชิกที่ออกมาขายของในตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนมากทั้งบนบกและในเรือจนแทบจะไม่มีที่ขาย หรือโฮมสเตย์ที่เปิดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนบางคนที่ออกไปทำงานนอกชุมชนก็กลับมาประกอบอาชีพในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากเดิมที่เคยเงียบเหงาซบเซาให้กลับมามีความเจริญรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งนั้นมิใช่เรื่องง่าย ดังนั้นการที่แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำจะสื่อสารเพื่อชักชวนหรือโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนออกมามีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง ดังนั้นในการวิจัยจึงมุ่งศึกษาในส่วนของวิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยใน 2 ประเด็นคือ

1. วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่าย
2.ประเด็นในการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่าในพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละระยะของพัฒนาการ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งตามพัฒนาการของเครือข่าย 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม
ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย
ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

ในระยะที่ 1 นี้ คือ เป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวาริเริ่มที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา 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

<u>ประเด็นการสื่อสาร</u>

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

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

ในระยะขยายเครือข่ายเป็นช่วงที่แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ พยายามสื่อแนวคิดการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ขยายวงกว้างมากขึ้น นอกจากนั้นยังสนับสนุนให้กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยหาสมาชิกมาร่วมชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น หรือในส่วนกลุ่มแกนนำชุมชนอื่นๆ ให้ไปต่อยอดจากชุมชนตลาดอัมพวา ว่าชุมชนของตนเองจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบ

ใดได้บ้าง ดังนั้นในระยะขยายเครือข่ายกลุ่มแกนนำชุมชนจะมีบทบาทสำคัญที่จะไปเชิญชวนให้คนในชุมชนเข้ามาร่วมเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นวิธีการสื่อสารและประเด็นการสื่อสารในระยะนี้จึงมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

<u>วิธีการสื่อสาร</u>

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายในระยะนี่สามารถแบ่งออกได้เป็น 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

ในระยะนี้จะเห็นได้ว่ามีการขยายเครือข่ายในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาออกไปอย่างกว้างขวาง มีคนในชุมชนออกมาร่วมขายของกันเพิ่มมากขึ้น และเปิดโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงแสดงให้เห็นบทบาทของกลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย ในการใช้วิธีการสื่อสารเพื่อขยายเครือข่ายกับคนในชุมชนของตนเอง

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

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

- การประชุม
- การจัดกิจกรรม

2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) มีลักษณะการสื่อสาร คือ

- การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล
- การสร้างต้นแบบที่ดี

การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น นอกจากการเชิญชวนหรือโน้มน้าวใจจากแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำแล้ว จากการวิจัยพบว่าคนในชุมชนต่างก็ได้มีการพูดคุย และชักชวนสนับสนุนให้เพื่อนบ้านได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาด้วย

<u>ประเด็นการสื่อสาร</u>

จากการวิจัยพบว่าในระยะขยายเครือข่ายได้ใช้ประเด็นการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อขยายเครือข่าย ดังนี้

1. ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา โดยสร้างความรู้สึกว่าตลาดน้ำแห่งนี้เป็นของคนอัมพวาไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นการพัฒนาต้องเกิดจากคนทุกคนในชุมชนจึงจะเกิดผลสำเร็จ

2. ศักยภาพของชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนบางกลุ่มมีความคิดว่าตลาดน้ำอัมพวาไม่สามารถพัฒนาได้ ดังนั้นอีกประเด็นที่สำคัญที่นำมาใช้ในการสื่อสารกับคนในชุมชนคือ ให้คนในชุมชนเห็นว่าอัมพวามีศักยภาพเพียงพอที่จะทำตลาดน้ำได้

3 ความเจริญเติบโตของชุมชน ประเด็นนี้ใช้เพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนมาร่วมพัฒนาตลาดน้ำ คือ ทำให้ชุมชนอัมพวามีความเจริญเติบโตมากขึ้น

4. ประโยชน์ที่ได้รับ โดยการพูดถึงประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับจากการที่ได้เข้ามาร่วมพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรายได้ การสร้างอาชีพ การพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

5. ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน ได้มีการใช้ประเด็นเรื่องความรู้สึกรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง นำมาใช้เพื่อเชิญชวนให้คนอัมพวามรู้สึกว่าตลาดน้ำอัมพวานี้เป็นของคนในชุมชนทุกคน ดังนั้นทุกคนจึงควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ประกอบกับการทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่าการขอความร่วมมือในทุกๆ เรื่องนั้นการที่ทุกคนเป็นคนอัมพวาเหมือนกันดังนั้นควรจะให้ความร่วมมือ ร่วมใจ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความเจริญต่อไป

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในระยะขยายเครือข่ายนี้ทำให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นกลุมสมาชิกในเครือข่ายมากขึ้น ทั้งขายของหรือเปิดโฮมสเตย์ ซึ่งนอกจากชุมชนแล้วในส่วนของชมรมก็มีรูปแบบการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเช่นกัน จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการสื่อสารและประเด็นในการสื่อสารในภาพรวมของทุกชุมชน แต่ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าในส่วนของชมรมที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ทั้งชมรมหาบเร่แผงลอยและชมรมโฮมสเตย์ต่างก็มีวิธีการสื่อสารอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยขอนำเสนอการขยายเครือข่ายของทั้ง 2 ชมรม ดังนี้

<u>การขยายเครือข่ายของชมรมหาบเร่แผงลอย</u>

ในระยะขยายเครือข่ายนี้เป็นช่วงที่ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มติดแล้ว มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่อเนื่องจากพัฒนาการในช่วงแรกที่กล่าวว่าการพัฒนาชุมชนเริ่มเฉพาะในบริเวณ

ชุมชนตลาดอัมพวาและในคลองอัมพวาเท่านั้น ดังนั้นชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นชมรมฯ ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลแม่ค้าหาบเร่แผงลอยที่จะเข้ามาขายของบริเวณเทศบาลและบริเวณชุมชนตลาดอัมพวาจึงมีการขยายเครือข่ายที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของชุมชนตลาดอัมพวาเช่นกัน

จากการวิจัยพบว่ามีสมาชิกมาสมัครเข้าชมรมฯ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าตลาดน้ำตรงนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ดังนั้นคนในชุมชนเกือบจะทุกชุมชนจึงมาสมัครเข้าชมรมฯ โดยมิต้องเชิญชวนเพราะถ้าแม่ค้าอยากจะมาขายของแล้วไม่มีบ้านหรือร้านค้าเป็นของตนเองต้องมาตั้งเป็นแผงลอยในบริเวณถนนในเขตเทศบาลจนถึงเชิงสะพานซึ่งสุดเขตของชุมชนตลาดอัมพวา ต้องเข้าเป็นสมาชิกของชมรมฯ ทุกคนมิเช่นนั้นจะไม่มีสิทธิ์ขายของ

นอกจากนั้นยังใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากโดยพูดเชิญชวนแม่ค้าที่ขายของอยู่ในชุมชนอื่นๆ ให้มาเข้าชมรมฯ เพื่อทำให้การค้าขายในตลาดน้ำอัมพวามีมาตรฐานที่ดีขึ้น

<u>การรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์</u>

ถึงแม้การรวมกลุ่มของชมรมโฮมสเตย์นั้นอยู่ในระยะที่ 2 ของพัฒนาการของเครือข่าย แต่เป็นระยะแรกของชมรมโฮมสเตย์ คือ ระยะรวมกลุ่ม ดังนั้นผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยใน 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 ดังนั้นผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยใน

ส่วนของการขยายเครือข่ายของชมรมโฮมสเตย์ และประเด็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

ช่วงขยายเครือข่าย

ภายหลังจากที่ได้มีการตั้งชมรมโฮมสเตย์ขึ้นมาแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ชมรมฯ มีความมั่นคง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และเพื่อพัฒนามาตรฐานของการทำโฮมสเตย์ให้เหมือนๆ กันในแต่ละที่ 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 หรือผู้ที่อยู่บ้านใกล้เรือนเคียงมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน

<u>ประเด็นในการสื่อสารของกลุ่มโฮมสเตย์</u>

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มโฮมสเตย์นั้นมีวิธีการสื่อสารแยกจากชุมชนและชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งพบว่าประเด็นที่แกนนำหลักและกรรมการชมรมโฮมสเตย์ใช้ในการเชิญชวนให้กลุ่มสมาชิกที่เปิดโฮมสเตย์มาเข้าร่วมชมรม คือ

1. ***ได้รับความรู้/ข่าวสารที่จำเป็นในการทำโฮมสเตย์*** 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 แจ้งข่าวสารที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ รวมทั้งให้มีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความมั่นคง สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มสมาชิกที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

จากการวิจัยพบว่าในระยะที่ 3 เป็นช่วงที่เครือข่ายมีความเจริญเติบโต กลุ่มสมาชิกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยดูจากจำนวนแม่ค้าที่เข้ามาขายของในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จนแทบจะไม่มีที่ให้ขาย หรือจำนวนโฮมสเตย์ที่มีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารในระยะนี้จึงไม่ได้เน้นในเรื่องของการขยายเครือข่าย แต่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการในเครือข่ายเป็นหลัก

<u>วิธีการสื่อสาร</u>

จากการวิจัยพบว่าวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ และการสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำ

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

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

<u>การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน</u>

จากการวิจัยพบว่าในระยะเจริญเติบโตการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนยังคงมีลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ดังนี้

1. **การสื่อสารแบบเป็นทางการ** (Formal Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสารคือ การใช้จดหมาย

2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** (Informal Communication) จากการวิจัยพบว่ากลุ่มแกนนำมีการสื่อสารไปยังคนชุมชนโดยใช้การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการพูดคุยเป็นหลัก

<u>ประเด็นการสื่อสาร</u>

ในระยะนี้เครือข่ายขยายออกไปเป็นวงกว้าง ตลาดน้ำอัมพวามีความเจริญรุ่งเรืองมาก ดังนั้นประเด็นในการสื่อสารจึงไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องการขยายเครือข่าย แต่มุ่งเน้นไปที่การทำให้กลุ่ม

แกนนำและกลุ่มสมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการดูแลรักษาตลาดน้ำอัมพวาให้มีความยั่งยืนต่อไป โดยประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารในระยะนี้ คือ

1. การรักษาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากจำนวนสมาชิกที่ออกมาขายของ และเปิดโฮม สเตย์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับนักท่องเที่ยวต่างก็หลั่งไหลไปเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ทำให้ปริมาณขยะมีมากขึ้นจากเดิม ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อม แม่น้ำลำคลอง ด้วยเหตุนี้ประเด็นหลักในการสื่อสารจึงพยายามให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยังคงมีสภาพดีอยู่

2. คุณภาพของอาหารและราคา จุดเด่นอย่างหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา คือ อาหารอร่อยและราคาถูก ซึ่งในระยะแรกๆ นั้นอาหารมีรสชาดอร่อยและราคาถูก แต่เมื่อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่างมีคนอยากเข้ามาจับจองพื้นที่ในการขายของ ทำให้สมาชิกบางคนที่เช่าบ้านอยู่ในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาต้องจ่ายค่าเช่าบ้านสูงขึ้น ส่งผลให้ต้องเพิ่มราคาสินค้าให้สูงขึ้นตามไปด้วย ตรงจุดนี้เองอาจทำให้ความประทับใจของนักท่องเที่ยวลดน้อยลงไป อาจส่งผลกระทบกับสมาชิกของเครือข่ายที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้นจะเห็นว่าประเด็นการสื่อสารอีกประเด็นที่ใช้สื่อสารในเครือข่าย คือ การคำนึงถึงคุณภาพและราคาของอาหารให้คงอยู่เหมือนเดิม

3. กระบวนการจัดการความรู้ เนื่องจากแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ซึ่งเป็นผู้นำในการริเริ่มและพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามาตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2551) โดยตำแหน่งของแกนนำหลัก ท่านมาจากการเลือกตั้งโดยมีวาระ 4 ปี และผู้ดำรงตำแหน่งสามารถได้รับเลือกตั้ง 2 วาระติดกัน แล้วต้องเว้นวรรค 1 วาระ จึงจะกลับมาสมัครลงเลือกตั้งใหม่ได้ ปัจจุบันนี้ท่านดำรงตำแหน่งมาจะครบ 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 ซึ่งทำให้แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำได้ทราบความคิดในขณะนั้นว่า ถ้าจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้ง คนในชุมชนมี 30 % ที่เชื่อ แต่ไม่รู้ว่าทำอย่างไร อีก 50 % เชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง และอีก 20 % ที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งตรงจุดนี้นำไปสู่การวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา

2. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน

เครือข่ายการสื่อสารทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และจะเห็นได้ว่าในการพัฒนาแต่ละครั้ง มีประเด็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาหลายเรื่อง ซึ่งหากชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ว่าปัญหาใดเร่งด่วนหรือมีความสำคัญ หรือมีเพียงแกนนำหลักเป็นผู้วิเคราะห์ อาจส่งผลให้ไม่ทราบถึงปัญหาเร่งด่วนที่สำคัญสำหรับสมาชิกทุกกลุ่มอย่างแท้จริง ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจะทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆในเครือข่ายได้ร่วมกันใช้การสื่อสารช่วยกันวิเคราะห์ เสนอแนวความคิด เพื่อพิจารณาว่าปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไขตามลำดับก่อนหลัง หรือเป็นปัญหาที่

กระทบกับคนจำนวนมากคือปัญหาอะไร โดยพบว่าวิธีการสื่อสารที่ชุมชนใช้คือ การจัดประชุมและจัดเวทีประชาคมเพื่อให้สมาชิกทุกกลุ่มเป็นผู้จัดลำดับปัญหาและความต้องการ เพราะเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง

3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน

จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอีกด้าน คือ ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ เครือข่ายให้มาร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วงแรกแกนนำหลักใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชน สิ่งเหล่าเป็นพื้นฐานต่อการวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำต้องพัฒนาในทิศทางที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ไม่ใช่พัฒนาในสิ่งที่แกนนำหลักหรือกลุ่มแกนนำอยากจะทำ ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้รู้ว่ากระบวนการคิดของกลุ่มสมาชิก

นอกจากนั้นจะเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้ประสบผลสำเร็จได้มิใช้เกิดจากแกนนำหลักเพียงคนเดียวเท่านั้น 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 กรณีที่เกิดแบงค์ปลอมระบาด กลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอยก็ได้จัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับสมาชิกทุกคน และนอกจากนั้นสมาชิกเองก็ได้มีการพูดคุยกันเองด้วย

หรือกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำ ถ้าต่างฝ่ายต่างแก้ไขปัญหากันเองอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือแก้ไขปัญหาได้ไม่ตรงจุด แต่เครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามารับรู้ปัญหาร่วมกัน รับรู้ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้แต่ละฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกันเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจะประสบความสำเร็จนั้นการร่วมมือของสมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายเป็นเพียงจุดเริ่มเท่านั้น 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 นอกจากนั้นกรณีที่กลุ่มสมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารไปแล้วเกิดความไม่เข้าใจ ก็จะทราบว่าสามารถติดต่อใครซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายตนเองได้

นอกจากนั้นการมีเครือข่ายการสื่อสารช่วยทำให้เกิดความรวมเร็วในการสื่อสาร ดังจะเห็นได้จากแกนนำหลักจะเชิญกลุ่มแกนนำชุมชนมาประชุม และกลุ่มแกนนำชุมชนจะไปแจ้งข่าวสารให้กับกลุ่มสมาชิกต่อ และเนื่องจากลักษณะชุมชนในบริเวณเทศบาลตำบลอัมพวาเป็นชุมชนแบบปฐมภูมิ 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 ปาริชาติ สถาปิตานนท์

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

นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาตามหลักองค์ประกอบของเครือข่าย (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) พบว่าเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีลักษณะความเป็นเครือข่ายครบในทุกองค์ประกอบ 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 เสริมสร้างให้เกิดผลทางด้านการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

6 การพึ่งพิงกัน สมาชิกเครือข่ายแต่ละกลุ่มนั้นมีทั้งการพึ่งพิงกันทั้งในกลุ่มตนเอง และพึ่งพิงกับกลุ่มอื่นๆ อย่างชัดเจน

7 การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน เนื่องจากเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมีสมาชิกในเครือข่ายทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยสมาชิกแต่กลุ่มก็มีการสื่อสารกันในกลุ่ม และมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มจนเชื่อมโยงและโยงใยเป็นเครือข่ายการสื่อสาร

❑ **บทบาทในการพัฒนาของแกนนำหลัก** จากการวิจัยพบว่า แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยเห็นว่าตลอดระยะเวลาของการพัฒนาตลาดน้ำนั้น แกนนำหลักมีบทบาทที่หลากหลาย โดยในช่วงแรกมีบทบาทเป็นผู้นำ เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายเพื่อกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา นอกจากนั้นยังเป็นผู้นำทั้งในด้านของความคิดเห็น เป็นจุดศูนย์กลางทางด้านข้อมูลข่าวสาร และเป็นกำลังใจให้กับกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทุกคนเพื่อให้การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาประสบผลสำเร็จ แต่ทว่าเมื่อตลาดน้ำอัมพวาเริ่มเป็นที่รู้จัก สมาชิกเริ่มที่จะดำเนินงานด้วยตัวเองได้ ท่านก็จะถอยออกมาเป็นเพียงที่ปรึกษาเท่านั้น เนื่องจากตำแหน่งของแกนนำหลักเป็นตำแหน่งที่มาจากการเลือกตั้ง โดยมีระยะเวลาการทำงาน 4 ปีต่อ 1 วาระ และดำรงตำแหน่งได้ 2 วาระติดต่อกัน แล้วต้องเว้นวรรค ดังนั้นท่านเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นส่วนหนึ่งต้องให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกสามารถเรียนรู้การพัฒนาได้ด้วยตนเอง ถึงแม้ว่าท่านไม่ได้ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีแล้ว กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกยังคงที่จะรักษาความเป็นเครือข่ายและสามารถที่จะพัฒนาตลาดน้ำต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้ท่านจึงพยายามที่จะลดบทบาทของตนเองลงมา

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545 : 212) ที่ศึกษาเรื่องเครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด" พบว่าเมื่อเด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและการทำงานของ “ขบวนการตาสับปะรด” มากขึ้น คุณ ฉัตรชัย เชื้อรามัญ ได้ลดบทบาทตนเองลงเป็นเพียงผู้ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือประสานงานเท่านั้น การลดบทบาทของคุณฉัตรชัยลงนี้มีสาเหตุสำคัญมาจากแนวคิดและอุดมการณ์ของคุณฉัตรชัยเองที่ต้องการให้คนรุ่นใหม่เข้ามาทำงานแทนตน ซึ่งลักษณะดังกล่าว

สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี พัชรพิมานสกุล (2452 : 58) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่ม ชีวจิต พบว่าในระยะแรกของการต่อตั้งเครือข่าย ดร.สาทิส อินทรกำแหง จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักการและวิธีการปฏิบัติตามแนวคิดนี้ เมื่อกลุ่มต่างๆ มีความเข้าใจที่ชัดเจนด้านแนวทางการปฏิบัติ บทบาทของ ดร.สาทิส จะลดลงเพียงทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาเมื่อกลุ่มนี้มีปัญหา นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ อุ้ยไพบูลย์สวัสดิ์ (2549 : 74) ที่ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอาสภาราม จ.นครราชสีมา พบว่า ในระยะแรก หลวงพ่อพระครูภาวนาวิสิฐ จะเป็นผู้คอยอบรมสั่งสอนการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานให้กับลูกศิษย์ที่มาปฏิบัติ แต่เมื่อมีผู้สนใจจำนวนมากจึงมีการคัดเลือกวิทยากร โดยหลังจากได้มีการคัดเลือกผู้ที่มาช่วยอบรมผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานแล้ว หลวงพ่อพระครูภาวนาวิสิฐจึงลดบทบาทของตนเองลงไป เป็นผู้คอยให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางเท่านั้น

❑ **ความหลากหลายของบทบาทในการพัฒนาของแกนนำหลัก** จะเห็นได้ว่าผู้นำที่จะพัฒนาชุมชนหรือสังคมนั้น จะต้องมีบทบาทในการพัฒนาที่หลากหลายรวมกันจึงจะทำให้การพัฒนานั้นประสบผลสำเร็จ ซึ่งจะเห็นได้ว่าแกนนำหลักท่านมีบทบาทที่หลากหลายตลอดระยะเวลาที่ท่านได้พัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับที่ พนม ลิ้มอารีย์ (2522) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของผู้นำ ได้แก่ ผู้นำในฐานะบริหาร ผู้นำในฐานะผู้วางแผน ผู้นำในฐานะผู้วางนโยบาย ผู้นำในฐานะตัวแทนของกลุ่มเพื่อติดต่อกับภายนอก ผู้นำในฐานะผู้ควบคุมความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ผู้นำในฐานะผู้ตัดสินประนีประนอม ผู้นำในฐานะผู้ให้คำปรึกษา กล่าวคือ

1. การเป็นผู้นำ ซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญที่สุดของผู้บริหาร เนื่องจากการจะโน้มน้าว และจูงใจคนในชุมชนซึ่งมีความหลากหลายให้มาร่วมมือและประสานงานเพื่อให้งานอื่นๆ ที่ต้องดำเนินการตลอดระยะเวลาของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ให้ดำเนินไปได้ด้วยดีนั้นเป็นงานที่ต้องใช้ภาวะความเป็นผู้นำสูง

2. กำหนดกลยุทธ์ เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาซึ่งตายไปแล้วให้กลับมาเจริญรุ่งเรืองอีกนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์อย่างชัดเจน ซึ่งแกนนำหลักท่านได้ใช้ประสบการณ์และทักษะของผู้นำในการเก็บข้อมูล ทั้งจากความคิดเห็นของคนในชุมชน และจากที่ได้ไปศึกษาตลาดที่อื่นๆ มารวมรวมและกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดน้ำ 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 จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นแล้วว่าการที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นมิใช่เกิดจากใครคนใดคนหนึ่ง แต่ต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของทุกคน ดังนั้นบทบาทที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของแกนนำหลัก คือ จะโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายได้อย่างไร ซึ่งพบว่าแกนนำหลักท่านได้ใช้วิธีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยเดินไปพูดคุย เชิญชวนที่บ้านโดยตรงทำให้ได้เห็นปฏิกิริยาตอบกลับ นอกจากนั้นผู้วิจัยยังพบว่าส่วนหนึ่งคือคนในชุมชนรักท่าน เมื่อท่านเป็นผู้เดินไปขอร้องและเชิญชวนด้วยตนเอง คนส่วนใหญ่จึงเห็นว่าเมื่อท่านเองยังสู้เต็มที่ ดังนั้นทุกคนก็ควรลุกขึ้นมาสู้เช่นเดียวกัน

6. แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่าเมื่อมีความขัดแย้งต่างๆ เกิดขึ้นแล้วในชุมชนไม่สามารถตัดสินใจหรือแก้ปัญหาได้แกนนำหลักจะเป็นผู้เข้าไปแก้ไขปัญหาให้

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

สมาชิก 2. การไกล่เกลี่ยความขัดแย้งและข้อพิพาทระหว่างสมาชิก 3. การจัดสรรปันส่วนงบประมาณในพื้นที่ต่างๆ และ 4. การกลั่นกรองผู้สมัครรับเลือกตั้งใน จ. ชลบุรี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช พุทธรัตน์ (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 และมีกำลังใจที่จะออกมาร่วมกันพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับที่กรมพัฒนาชุมชนได้สรุปให้เห็นถึงลักษณะของผู้นำชุมชนที่ดี (กองฝึกอบรม กรมพัฒนาชุมชน, 2512) คือ เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตัวประชาชน และมีความต้องการที่จะให้ประชาชนได้ปรับปรุงตนเอง รักการทำงานร่วมกับประชาชน เป็นผู้ที่ทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี เป็นผู้ที่ประชาชนยกย่องนับถือ เป็นผู้ที่มีความตั้งใจจะทำงานเพื่อส่วนรวม เป็นผู้ที่เชื่อถือได้ และเป็นมิตรที่ดีของคนทุกชั้น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Bettinghaus (1980 อ้างถึงใน วรวรรณ อารีประชาภิรมย์ , 2547: 116) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในด้านของความน่าไว้วางใจ คือ ลักษณะของความจริงใจ ไม่เห็นแก่ตัว เป็นมิตร มีผลต่อการยอมรับข้อเสนอและข้อคิดเห็นของผู้ส่งสาร

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิเสน (2543 : 89) ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาว อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี พบว่าลักษณะของนายมานพ เบ็ญจวรรณ ประธานชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาวเป็นผู้ที่เข้าใจในสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของผู้เลี้ยงปลากะพงขาวและชุมชนยะหริ่งเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และตั้งใจในการทำงานให้ความช่วยเหลือแก่ทุกคน เป็นที่ยอมรับนับถือจาก

สมาชิกชมรม ประกอบกับนายมานพได้รับคัดเลือกให้เป็นเกษตรกรดีเด่น ยิ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและการยึดมั่นในตัวบุคคลของสมาชิกชมรมว่าผู้นำสามารถช่วยเหลือสมาชิกในเรื่องการเลี้ยงปลากะพงขาวให้ดีขึ้น และทำให้ครอบครัวมีความสุขมากขึ้น

ในส่วนของความน่าเชื่อถือของผู้นำนั้นพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544 : 141) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง พบว่า ผู้ที่เข้ามาร่วมกับประชาคมทับเที่ยงส่วนหนึ่งเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวกับกลุ่มแกนนำมาก่อน เมื่อได้รับการชักชวนให้เข้าร่วมก็มีความเชื่อถือในตัวบุคคลเหล่านั้นจึงตัดสินใจเข้าร่วม นอกจากนั้นแล้ว Middlebrook (1974) (อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2440) กล่าวไว้ว่า ถ้าผู้รับสารมีความรู้สึกว่าผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (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) เป็นผู้นำที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาสาธารณะที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น

พัฒนาการของเครือข่าย

จากผลการวิจัยพบว่าพัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ได้เป็น 3 ระยะ คือ ระยะตระหนักถึงปัญหาและเกิดการรวมกลุ่ม ระยะขยายเครือข่าย และระยะเจริญรุ่งเรือง กล่าวคือ

ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและเกิดการรวมกลุ่ม

❑ **ผู้ริเริ่มพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีจุดกำเนิดเพียงคนเดียว** คือ แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ครั้งเมื่อได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีของเทศบาลตำบลอัมพวา เมื่อปี พ.ศ. 2547 แกนนำหลักท่านมีนโยบายที่จะพัฒนาชุมชนอัมพวาแห่งนี้ให้ฟื้นตัวขึ้นอีกครั้งโดยการพัฒนา “ตลาดน้ำอัมพวา” และหลังจากนั้นท่านได้เชิญบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประชุมเพื่อปรึกษาหารือไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำ ชมรมหาบเร่แผงลอย และเปิดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวงจรชีวิตของเครือข่าย (อ้างถึงใน ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์, 2545) ที่กล่าวว่าในระยะก่อตัว ช่วงนี้เป็นระยะเริ่มต้นของเครือข่าย เริ่มจากการมีแกนนำเป็นผู้ริเริ่มเครือข่าย ซึ่งแกนนำอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคล แกนนำเหล่านี้จะกำหนดประเด็นที่ตนเองสนใจและต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมจัดการและเป็นผู้จุดประกายให้บุคคลอื่นๆ เริ่มรับรู้ในปัญหาร่วมกัน จนเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องรวมตัวกันเป็นเครือข่าย

สอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า จุดกำเนิดในการรวมตัวของ “ขบวนการตาสับปะรด” เกิดจากคนเพียงคนเดียว คือ คุณฉัตรชัย เชื้อรามัญ เป็นผู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการทำงานเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544 : 86) เรื่องการสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์เมาไม่ขับ ที่พบว่าโครงการ “เมาไม่ขับ” เกิดขึ้นจากความคิดริเริ่มของสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย โดยมี นพ. แท้จริง ศิริพานิช เป็นแกนนำผู้ริเริ่มเพียงคนเดียว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิเสน (2543 : 79) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการเริ่มเข้ามารวมเป็นกลุ่มของผู้เลี้ยงปลากะพงขาวในระยะแรก มีนายมานพ เบ็ญจวรรณ เป็นผู้นำในการประสานพูดคุยกับผู้เลี้ยงปลาให้มารวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจารุณี

พัชรพิมานสกุล (2542 : 112) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าดร.สาทิส อินทรกำแหง เป็นแกนหลักของเครือข่ายชีวจิต เนื่องจากเป็นผู้จุดประกายแนวคิดนี้ขึ้นในสังคม

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

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ที่เป็นผู้ริเริ่มในเครือข่ายนั้นสามารถเป็นได้ทั้งบุคคลเพียงคนเดียวหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันไปตามแนวคิดหรือลักษณะของเครือข่าย

❑ การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดจากแนวคิดการพัฒนาตลาดน้ำโดยแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศบาลตำบลอัมพวา ต้องการพัฒนาให้อัมพวามีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ประกอบกับคนในชุมชนเขตเทศบาลอัมพวาขณะนั้นเผชิญกับภาวะปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ เมืองเงียบเหงา แม่ค้าแทบจะขายของไม่ได้ ตรงจุดนี้เองทำให้คนในชุมชนต้องการให้ชุมชนอัมพวากลับมามีความเจริญ มีเศรษฐกิจที่ดี จึงรวมกลุ่มกัน โดยประกอบด้วยแกนนำหลัก กลุ่มแกนนำจากเทศบาล ชมรมหาบเร่แผงลอย และคนในชุมชน ที่ต่างทุ่มเทแรงกายแรงใจที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาจากที่เคยเป็นตลาดที่แทบจะตายไปแล้วให้พลิกฟื้นกลับมาอีกครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดการรวมกลุ่มของประชาสังคม (Civil Society) ที่นพ.ชูชัย ศุภวงศ์ (2541) กล่าวถึงการรวมตัวกันเป็นประชาสังคมไว้ว่า “เกิดจากการที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤติการณ์หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งจะไปสู่การก่อจิตสำนึก (Civic Consciousness) ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร (Civic Group) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งนี้ด้วยความรัก ความสมานฉันท์ ความเอื้ออาทรกัน ภายใต้ระบบการจัดการเชื่อมโยงเครือข่าย (Civic Network) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Scott Peck (อ้างถึงใน จารุณี พัชรพิมานสกุล , 2542 : 123) ที่กล่าวว่าชุมชนส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นจากวิกฤติการณ์ เป็นการรวมตัวกันของบุคคลเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดการเสริมสร้างกลุ่มของ ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543) ที่ได้นำเสนอว่าสถานการณ์ทำให้คน

รวมกันเพื่อความอยู่รอด เพื่อผลประโยชน์ จะเห็นได้ว่าแนวคิดการรวมกลุ่มมีจุดเริ่มจากการเผชิญปัญหาร่วมกันก่อน แล้วจึงเกิดจิตสำนึกร่วม และเกิดการรวมตัวในที่สุด ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับการรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการรวมตัวในระยะเริ่มแรกของ “ขบวนการตาสับปะรด” เกิดจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การเผชิญปัญหาร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกัน และการมีจิตสำนึกร่วมกัน แล้วจึงทำให้เกิดการรวมตัว โดยในที่นี้จะเริ่มจากการที่กลุ่มเด็กและเยาวชนเผชิญปัญหาร่วมกันในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม และคุณภาพชีวิตที่เลวร้าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544 : 168) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า การก่อตัวในระยะแรกของประชาคมทับเที่ยง เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเอง ที่มองเห็นปัญหาและความเปลี่ยนแปลงทางลบที่เกิดขึ้นกับเมืองและวิถีชีวิตของผู้คน และต้องการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหา และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิดา คอยระงับ (2543 :60) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรมระบบเงินตราชุมชน “เบี้ยกุดชุม” ในอำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ที่พบว่าการรวมตัวของชาวบ้านกุดชุมเกิดจากความต้องการของชาวบ้านที่จะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองของชาวบ้าน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเผชิญปัญหาร่วมกันของชาวบ้านเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมตัวดังกล่าว

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

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการรวมกลุ่มส่วนใหญ่เกิดจากการที่บุคคลเผชิญสภาวะปัญหาเดียวกัน ดังนั้นจึงได้มารวมกันเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

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

❑ ในระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม ภายหลังจากที่ได้มีการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าการพัฒนาตลาดน้ำที่ตายไปแล้วให้กลับคืนมาอีกครั้ง ทางเครือข่ายฯ ได้ใช้กลยุทธ์แบบ “ตลาดแบบจัดตั้ง” โดยการสร้างบรรยากาศของตลาดน้ำในแบบอดีตให้กลับคืนมาอีกครั้ง ต่างกันตรงที่ในอดีตตลาดน้ำเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน แต่ในปัจจุบันเป็นตลาดน้ำที่เน้นขายสินค้าทั้งอาหารคาวหวาน และสินค้าในชุมชน โดยเครือข่ายฯ ได้เชิญชวนแม่ค้าให้ออกมาขายของทั้งบนบกและในเรือ นอกจากนั้นยังมีการจ้างแม่ค้าให้มาพายเรือขายในคลองด้วย

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย

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

ระยะที่ 3 เจริญเติบโต

❑ จากการวิจัยพบว่าหลังจากปี พ.ศ. 2551 เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ขยายไปในชุมชนทุกชุมชน เห็นได้จากจำนวนสมาชิกในเครือข่ายที่ออกมาขายของในตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนมากทั้งบนบกและในเรือ จนแทบจะไม่มีที่ขายหรือบ้านพักโฮมสเตย์ที่เปิดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนบางคนที่ออกไปทำงานนอกชุมชนก็

กลับมาประกอบอาชีพในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิด วงจรชีวิตของเครือข่าย (อ้างใน ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์, 2545) ที่กล่าวไว้ว่า ระยะรุ่งเรือง ระยะนี้อาจแบ่งได้เป็น 3 ช่วงย่อยๆ ได้แก่ ระยะรุ่งเรืองช่วงต้น ระยะรุ่งเรืองช่วงเสถียร และระยะรุ่งเรืองช่วงถดถอย โดยระยะเวลาในแต่ละช่วงจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการเครือข่าย บางเครือข่ายอาจอยู่ในระยะรุ่งเรืองช่วงต้นยาวนานหลายปี ในขณะที่บางเครือข่ายอาจอยู่ในช่วงนี้เพียงไม่กี่ปีแล้วเข้าสู่ระยะถดถอยอย่างรวดเร็วก็ได้ และยังสอดคล้องกับ วินิจ เกตุขำ (2522) ที่กล่าวว่าพัฒนาการในระยะสุดท้ายว่าเป็นระยะปฏิบัติการ คือ ระยะที่สมาชิกร่วมมือประสานกันเป็นอย่างดี สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายของกลุ่ม เรียกว่าเป็นระยะที่มีผลงานและยึดกลุ่มเป็นศูนย์กลาง

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร

จากการวิจัยพบว่าการรวมตัวของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเกิดจากแนวคิดของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจของอัมพวาในขณะนั้นที่แย่ลง จึงนำมาสู่การรวมกลุ่มเพื่อจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาที่ตายไปแล้วให้กลับมีความเจริญรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งพัฒนาของเครือข่ายนั้นมี 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย และ ระยะที่ 3 เจริญเติบโต ซึ่งในแต่ละระยะก็มีการใช้วิธีการสื่อสารและจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน โดยการอภิปรายผลการวิจัยจะแยกเป็น 2 ประเด็นคือ รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและเครือข่าย และการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารโดยมีรายละเอียด ดังนี้

รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่าย

❑ ในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและการรวมกลุ่ม ในช่วงแรกนั้นแกนนำหลักเน้นการพูดคุยและระดมความคิดของคนในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาในช่วงแรก กระแสความสนใจของคนในชุมชนมีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และกลุ่มที่นิ่งเฉย ดังนั้นแกนนำหลักจึงเน้นการสื่อสารโดยการพูดคุยเพื่อที่จะรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน โดยใช้วิธีการสื่อสาร คือ การจัดเวทีสาธารณะ และการประชุม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจิตร เข็มศักดิ์สิทธิ์ (2544 :165) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารและการสร้าง

ประชาคมหมู่บ้านปลอดยาเสพติดในพื้นที่ทุ่งครุ พบว่า มีการจัดเวทีระดมสมอง เป็นการประชุมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน โดยใช้ 3 ช่วงของการจัดตั้งเป็นประชาคมปลอดยาเสพติด คือ ตั้งแต่ช่วงการหาแนวร่วมในการทำงานและแก้ไขปัญหายาเสพติดไปจนถึงช่วงของการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน

❑ จุดเด่นของการสื่อสารที่นำมาใช้ในการสร้างและขยายเครือข่าย คือ ใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลเป็นหลัก เนื่องจากพื้นที่ของชุมชนเขตเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นชุมชนที่มีขนาดเล็ก บ้านเรือนอยู่ชิดติดกันเป็นเรือนแถว ทุกคนภายในชุมชนเดินไปมาหาสู่กันได้สะดวก คนในชุมชนรู้จัก และคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ดังนั้นแกนนำหลักจึงใช้วิธีเดินไปพูดคุยกับคนในชุมชนด้วยตนเองโดยตรง เพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่าย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถทำให้เกิดความเข้าใจ โน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดีและยังช่วยลดขั้นตอนในการสื่อสารให้สั้นลง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด สื่อบุคคล (อ้างถึงใน วัชรา บุรีศรี, 2551 : 212) ซึ่งหมายถึง ตัวบุคคลผู้นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล 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 ปัจจุบันการใช้สื่อโดยเฉพาะสื่อบุคคลสะท้อนให้เห็นว่าภาครัฐเริ่มให้ความสำคัญในการใช้สื่อบุคคลเพื่อการพัฒนามากขึ้น ประสิทธิภาพของสื่อบุคคลในการพัฒนาชุมชน และส่วนใหญ่รูปแบบการสื่อสารที่ใช้จะ

เป็นลักษณะการขอความร่วมมือ การปรึกษาหารือ และเป็นสื่อที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ เนื่องจากเป็นสื่อที่ใกล้ชิดติดชุมชนมากที่สุด ดังนั้นสื่อบุคคลจึงมากไปด้วยพลังการพัฒนา

และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เสถียร เชยประทับ (2528:18 อ้างถึงใน วัชรา บุรีศรี, 2551 : 212) ที่กล่าวถึงช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลไว้ว่า คือ ช่องสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นๆไป ช่องสารแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย สอดคล้องกับที่ Roger and Meynen (1969 : 234) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิต่อการตัดสินใจยอมรับความคิดใหม่ เช่นเดียวกับที่ Lazarsfeld and Menzel (1968 : 97) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคยซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดได้ง่ายขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545 :200) (อ้างถึงแล้ว) พบว่าการใช้การสื่อสารระดับบุคคลแบบบุคคลต่อบุคคลของ “ขบวนตาสับปะรด” ในการรวมตัวของเครือข่ายทำให้การรวมตัวเกิดขึ้นได้ง่าย การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลถือเป็นการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งเด็กและเยาวชนสามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้อย่างอิสระ โดยเนื้อหาของสารจะเกี่ยวข้องกับแนวความคิดหรือลักษณะการทำงานของ “ขบวนการตาสับปะรด” และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิเสน (2543 : 84) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการสื่อสารในระยะการก่อสร้างกลุ่มใช้การสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการระหว่างผู้เลี้ยงปลากะพงขาวด้วยกัน ที่สามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ ขณะเดียวกันก็ใช้การสื่อสารในแนวระนาบเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะต่างก็เป็นผู้ที่มีสถานภาพที่เหมือนกันในสังคม ประกอบอาชีพเดียวกัน นอกจากนี้เนื้อหาสาระที่ถ่ายทอดถึงกันเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงปลากะพงขาว ปัญหาที่แต่ละคนประสบอยู่ ความต้องการที่จะหาคนมาช่วยเหลือให้เป็นอาชีพที่มั่นคงขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจิตร เข็มศักดิ์สิทธิ์ (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 คนในชุมชนประกอบกับลักษณะของชุมชนคลองอัมพวาเป็นแบบปฐมภูมิตามที่ได้กล่าวไปแล้ว ดังนั้น การสื่อสารโดยเข้าไปพบคนในชุมชนและใช้สื่อบุคคลในการโน้มน้าวใจเป็นสื่อที่เหมาะสมที่สุด

❑ จากการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบที่นำมาใช้เพื่อสร้างและขยายเครือข่ายนั้น ผู้วิจัยพบว่า สมาชิกทุกกลุ่มพยายามลดขั้นตอนการสื่อสารให้สั้นลง เพื่อให้ทุกคนในชุมชนสื่อสารกันได้มากขึ้น มีความรวดเร็ว กล่าวคือ ทุกคนในชุมชนสามารถสื่อสารกันได้หมด ไม่ว่าจะเป็นแกนนำหลักไปพูดคุยกับคนในชุมชนโดยตรง หรือคนในชุมชนถ้ามีข้อข้องใจ สงสัยในประเด็นใดก็แล้วแต่สามารถเข้ามาพบท่านที่ห้องทำงานฯ 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 เป็นการสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีการกำหนดระเบียบแบบแผนไว้ชัดเจน ทั้งนี้อาจจะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น บันทึกต่างๆ หรืออาจจะเป็นการสื่อสารที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรก็ได้ เช่น การสั่งงานโดยตรงผ่านการพูดกันทางวาจา โดยการสื่อสารอย่างเป็นทางการจะมีลักษณะ 3 ประการ คือ

1 เป็นการนำเอานโยบาย การวินิจฉัยสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา

2 เป็นการนำกลับมายังผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ รายงาน และการสนองตอบของผู้บังคับบัญชา

3. เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กร แก่ข้าราชการ พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่

ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการนั้นมีทั้งการติดต่อโดยใช้โทรศัพท์ในกรณีที่เร่งด่วน ทั้งนี้เนื่องจากในบางครั้งแกนนำหลักมีนัดประชุมอย่างเร่งด่วน ไม่สามารถออกจดหมายได้ทัน จึงใช้วิธีการโทรศัพท์แทน นอกจากนั้นยังมีการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล เช่นภายหลังจากประชุมเสร็จแล้ว แกนนำหลักก็จะเดินไปพูดคุย ปรึกษา 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 วัชรา บุรีศรี (2551:221) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตาและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตา มีรูปแบบการสื่อสารต่างๆ กัน ประกอบด้วย การสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการ การสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการ และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยการสื่อสารแบบเป็นทางการ ใช้การประชุมหรือสัมมนา คำสั่งต่างๆ ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารกันระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูลเป็นการพูดคุยนอกรอบเพื่อชี้แจงข้อมูลต่างๆ การติดต่อนัดหมายด้วยโทรศัพท์ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544:173) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานงานภายในเครือข่ายเมาไม่ขับจะใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทาง คือ วิธีการคุยโทรศัพท์อย่างไม่เป็นทางการ และนำเรื่องเข้าหารือในที่ประชุมอย่างเป็นทางการภายหลัง ส่วนงานวิจัยของ ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์ (2545) (อ้างถึงแล้ว) พบว่าการสื่อสารภายในกลุ่มสมาชิกของเพื่อน อ. ในช่วงก่อตั้งมีรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากเป้าหมายของการติดต่อสื่อสารกันนั้นก็เพื่อจะตั้งกลุ่มเพื่อน อ. ขึ้นมา โดยเป็นการพูดคุยเฉพาะกลุ่มสมาชิกที่ทำหน้าที่เป็นคณะทำงานเฉพาะกิจซึ่งมีแกนนำสำคัญๆ เพียงไม่กี่คนเท่านั้น เป็นรูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้ล้วนอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวที่สมาชิกแต่ละคนมีอยู่จากการทำงานทางด้านเอดส์เหมือนกันเป็นหลัก โดยเป็นการติดต่อสื่อสารผ่านการพูดคุยกันทางโทรศัพท์และการนัดคุยกันกลุ่มย่อย ซึ่งการพูดคุยในลักษณะแบบนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากจำนวนสมาชิกที่มีไม่มากแล้วยังแสดงให้เห็นลักษณะสำคัญของความยืดหยุ่นและความคล่องตัวของการปฏิบัติการเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เป็นลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการสร้างขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมกลไกหนึ่งขึ้นมาซึ่งก็คือ กลุ่มเพื่อน อ. นั่นเอง

❑ กลยุทธ์การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งนำมาใช้ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และเป็นวิธีที่สามารถทำให้คนในชุมชนตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมได้รวดเร็วคือ คือ การสร้างต้นแบบที่ดีให้เห็น เนื่องจากในช่วงแรกคนในชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ได้ออกมามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามากนัก เนื่องจากเรื่องนี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่หลังจากที่ตลาดน้ำอัมพวาตายไปเกือบ 100 ปี ดังนั้นการที่แกนนำหลักจะพัฒนาตลาดน้ำอีกครั้งจึงเป็นเรื่องที่เสี่ยงมากสำหรับคนในชุมชน คนส่วนหนึ่งมีความคิดว่าการพัฒนาตลาดน้ำตรงนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ 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 มีความเข้าใจถูกต้องตรงกันจะได้ไปสื่อสารต่อไม่ผิดพลาด นอกจากนั้นการประชุมยังเป็นศูนย์กลางให้สมาชิกได้มาร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นสำหรับการตัดสินใจในประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ หริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544 : 174) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการสื่อสารอย่างเป็นทางการของสมาชิกในเครือข่ายจะเป็นรูปแบบของการประชุมร่วมกัน ซึ่งสมาชิกมีโอกาสที่จะทำการสื่อสารกันแบบสองทางที่เอื้ออำนวยให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติกับสมาชิกคนอื่นๆ ได้ รวมถึงการร่วมกันวางแผน ระดมความคิดเห็นในการสร้างสรรค์แนวทางดำเนินกิจกรรม และมีการตัดสินใจร่วมกันในการหาข้อสรุปที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ซึ่ง ปาริชาติ 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 ซึ่งสอดคล้องกับที่เกศินี จุฑาวิจิตร (2540) กล่าวถึงการใช้สื่อผสม (Media Mix หรือ Multi-Media Approach) ว่า เป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารหลายๆ 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 กลุ่มแกนนำริเริ่มสามารถเลือกใช้ช้องการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมจะทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ รณชาติ บุตรแสนคม (2545:211) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า ช่องทางการสื่อสารของ "ขบวนการตาสับปะรด" 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" ว่าการสร้างสรรค์ประเด็นต้องอาศัยความรู้เบื้องแรกก่อนว่าประเด็นหรือเรื่องที่จะพูดกันในชุมชนนั้นมีเรื่องอะไรอยู่แล้วบ้างที่ติดตรึงอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของชุมชน และเป็นประเด็นที่ใกล้ตัวมากๆ เกี่ยวพันกับปากท้องในปัจจุบันและในอนาคต สอดคล้องกับที่ John Arquilla & Devid 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 เรามารวมตัวกันทำไม และเครือข่ายเราแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร นอกจากนั้นเรื่องราวยังทำหน้าที่บอกเล่าถึงความรู้สึกเกี่ยวกับมูลเหตุในการก่อกำเนินเครือข่าย วัตถุประสงค์ และภารกิจของเครือข่าย ตลอดจนเป้าหมาย วิธีการหรือจุดยืนเชิงวัฒนธรรม โดยในที่นี้เรื่องราวหรือเรื่องเล่าต่างๆ ที่ปรากฏในเครือข่ายก็คือเนื้อหาสารหรือประเด็นต่างๆ ที่มีการสื่อสารกันในเครือข่ายนั่นเอง

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ นาศรี (2544:166) (อ้างถึงแล้ว) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง พบว่า เนื้อหาสารที่กลุ่มแกนนำหยิบยกมาชักชวนให้บุคคลมาเข้าร่วมทำกิจกรรม คือ ประเด็นเรื่อง “เมืองน่าอยู่” ซึ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนและเป็นประเด็นร่วมที่หลายฝ่ายเกี่ยวข้องได้ อีกทั้งยังเป็นประเด็นในเชิงสร้างสรรค์และมีหลายมุมให้คิดให้ทำ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ระวีวรรณ ประกอบผล (2535 อ้างถึงใน อรุณีวรรณ นาศรี ,2544:178) ที่กล่าวถึงคุณค่าภายในตัวสารที่มีต่อการสื่อสารไว้ว่า เนื้อหาสารต้องมีคุณค่าในสายตาทุกฝ่าย หากสาระไม่มีคุณค่าเพียงพอจะทำให้การสื่อสารนั้นถูกประเมินว่า “ไร้สาระ” ทำให้คนไม่สนใจจะมาเข้าร่วม

ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย ในระยะนี้ตลาดน้ำอัมพวาเริ่มเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น โดยพบว่า ประเด็นการสื่อสารในระยะนี้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยประเด็นแรกเน้นเรื่อง “ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา” ที่ทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่าตลาดน้ำแห่งนี้เป็นของสมาชิกทุกคน ดังนั้นจึงควรตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายเพื่อพัฒนาให้มีความเจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ ปิยนุช พุทธรัตน์ (2545 : 114) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่าการจัดตั้งประชาคมขึ้นมาบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ผู้อำนวจการเขตตลิ่งชันได้หยิบยกประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกัน” มาเป็นประเด็นหลักในการชักจูงใจผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้เข้ามารวมตัวกันเป็นประชาคม และกระตุ้นให้ผู้ค้าตลาดน้ำเกิดจิตสำนึกในการช่วยกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันในฐานะที่เป็นช่วงทางในการทำมาค้าขาย

และนอกจากนั้นประเด็นที่นำมาใช้ยังเน้นในเรื่อง ความเจริญเติบโตของชุมชน และประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับหากเข้ามาร่วมในเครือข่าย ซึ่งจำนงค์ บัวเนียว และคณะ (2546 : 259) (อ้างถึงแล้ว) กล่าวถึงการเสริมสร้างศักยภาพของตัวสารว่า เนื้อหาสารที่จะนำมาสื่อควรเป็นสารที่เกี่ยวพันกับวิถีชีวิต ผลประโยชน์ส่วนได้ส่วนเสียที่จะบังเกิดกับสมาชิกในชุมชนอย่างชัดเจน เพราะการสื่อสาร สาระ ที่ไกลตัวจะไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชนเท่าที่ควร การวิจัยพบว่า เมื่อมีการพูดคุยในประเด็นประโยชน์หรือความเสียหายที่ชาวบ้านแต่ละคนจะได้รับมักจะเป็นหัวข้อสนทนาที่ได้รับการตอบสนองด้วยดีจากชุมชน นอกจากนั้นชาวบ้านมีข้อเสนอแนะว่า เหตุผลหรือผลอันเป็นรูปธรรมจับต้องได้ชัดเจนจะเป็นตัวผลักดันที่สำคัญที่จะให้ชาวบ้านร่วมมือกันแก้ไขปัญหา โดยการสร้างประโยชน์โดยเฉพาะทางเศรษฐกิจให้แก่ชาวบ้านจึงเป็นประเด็นสำคัญที่จะสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้น

ในอีกประเด็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเช่นกัน คือ “ศักยภาพของชุมชน” ซึ่งจะพบว่าลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอัมพวาที่มีแม่น้ำหลายสายเชื่อมโยงกันอยู่ มีความงดงามจนได้รับคำกล่าวว่าเป็นเวนิสตะวันออก ประกอบกับลักษณะการตั้งบ้านเรือนที่ขนานไปกับลำน้ำ ซึ่งหาได้ยากในสังคมปัจจุบัน สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่คนในชุมชนเห็นอยู่จนเป็นเรื่องปรกติ แต่ทว่ากับคนภายนอกชุมชนแล้วเป็นสิ่งที่สวยงามและน่าสัมผัส ดังนั้นแกนนำหลักจึงต้องสื่อให้คนในชุมชนเห็นจุดเด่นที่ชุมชนมี และจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นในอีกประเด็นที่มีความน่าสนใจคือ “การสร้างความรู้สึกรักถิ่นกำเนิน/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน” โดยจะเห็นว่าอัมพวามีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน เป็นชุมชนประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็กพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ คือ สมเด็กพระอมรินทรามาตย์ (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์ ซึ่งสร้างความภาคภูมิใจให้คนในชุมชนอัมพวา ดังนั้นแกนนำหลักจึงได้หยิบประเด็นนี้ขึ้นมาเพื่อตอกย้ำ และเสริมความรู้สึกในเรื่องความเป็นคนอัมพวาเหมือนกัน ซึ่งประเด็นนี้จะเป็นภูมิคุ้มกันให้คนในชุมชนมีพลังและความเข้มแข็งเพื่อจะรวมกันเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความเจริญต่อไป สอดคล้องกับ สมสุข หินวิมาน และคณะ (2547 :239) ที่พบว่า รากฐานต้นทุนทางสังคมและการสื่อสาร ที่ชุมชนสั่งสมเอาไว้อย่างต่อเนื่องทำให้เครือข่ายการสื่อสารแห่งบ้านทุ่งขวางมีศักยภาพที่เข้มแข็งในการปะทะประสานและต่อสู้กับพลังภายนอกที่กำลังไหล่บ่าเข้ามาในชุมชน

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

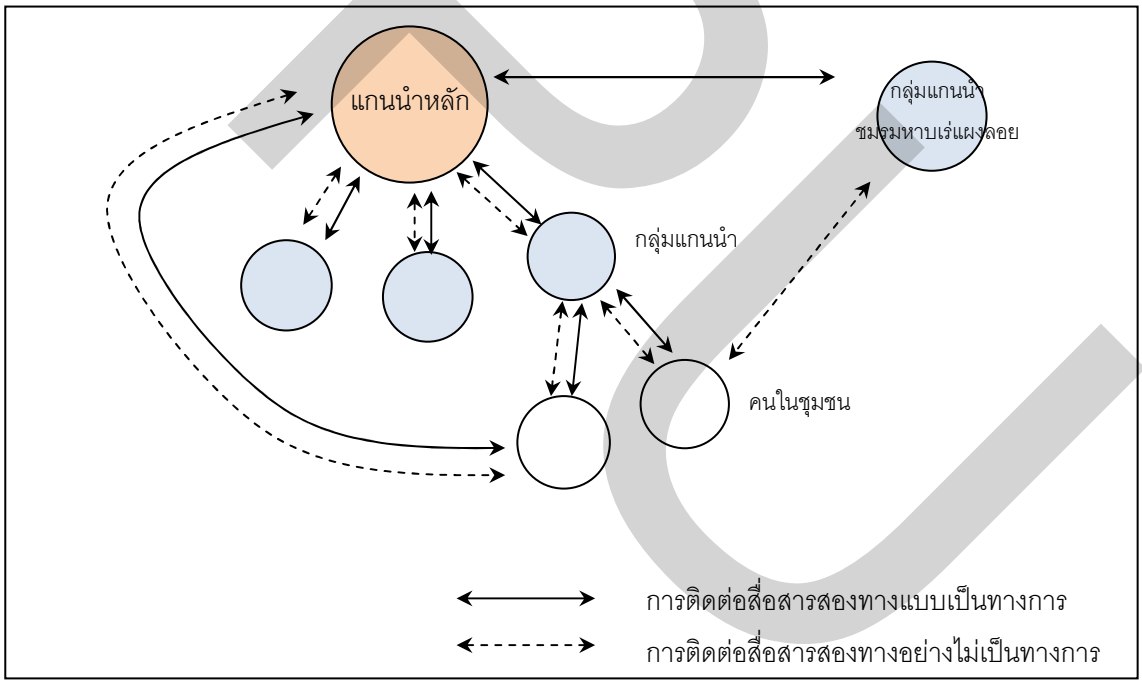
ดังนั้นจะเห็นได้ว่าประเด็นการสื่อสารที่นำมาใช้ในเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นประเด็นจากแกนนำหลักที่สื่อสารไปยังคนในชุมชน หรือประเด็นที่ชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์ใช้นั้นจะเน้นในเรื่องประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้ามาร่วมเป็นสมาชิก

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร

ในการรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงของพัฒนาการ ดังนี้

ระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

จากภาพที่ 26 แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม



<u>ภาพที่ 26</u> แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม

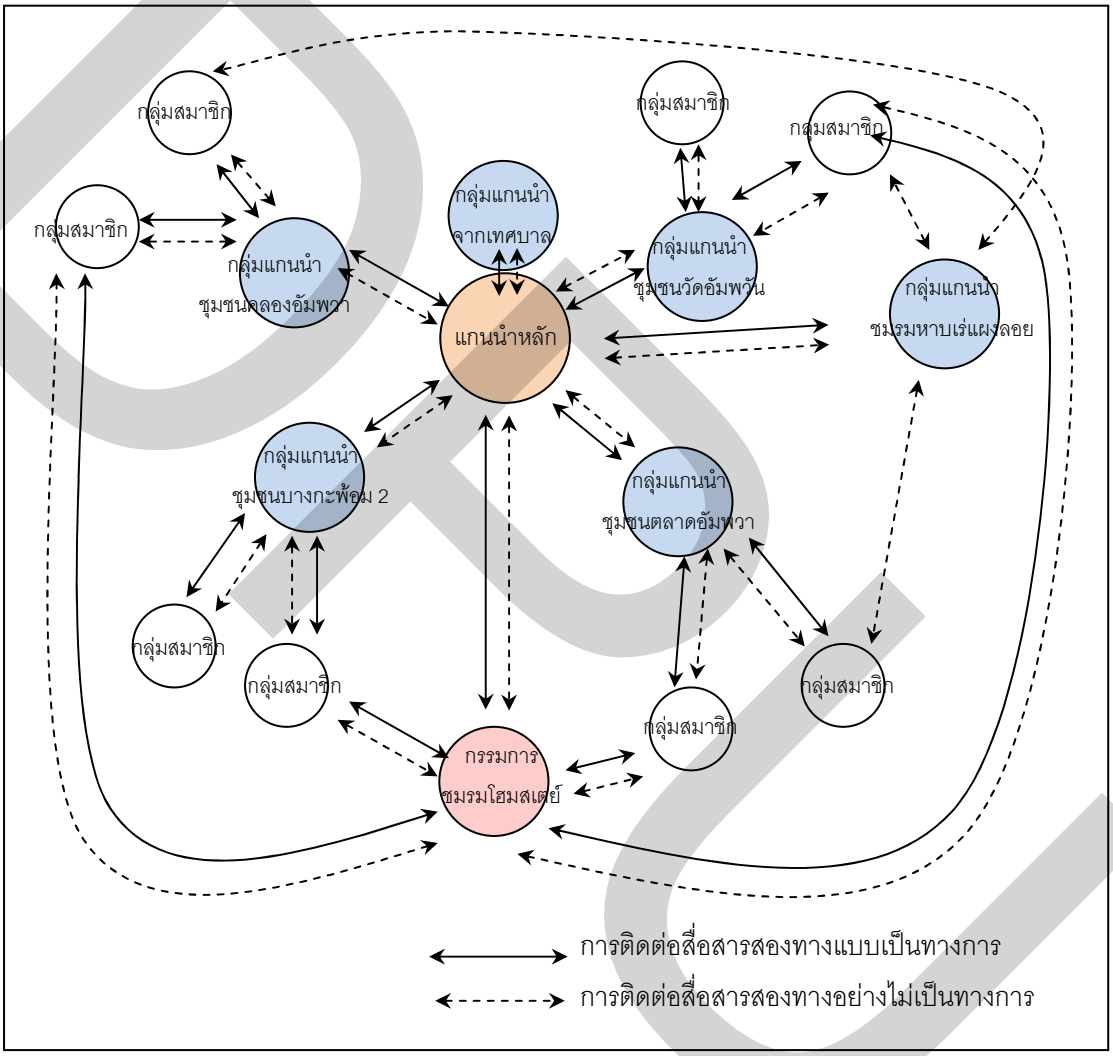
จากภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ช่วงของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา เมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยมี แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ เป็นผู้ริเริ่ม พบว่าใน

ระยะนี้แกนนำหลักเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายทั้งการรวบรวมความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ผ่านการประชุมและเวทีสาธารณะ และนำข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับกลุ่มแกนนำโดยการประชุม นอกจากนั้นยังพบว่าเมื่อใดที่กลุ่มแกนนำหรือกลุ่มสมาชิกมีปัญหาก็จะเข้ามาปรึกษาแกนนำหลักโดยตรง ซึ่งลักษณะการสื่อสารของเครือข่ายในระยะนี้ตรงกับแนวคิดรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารของ Harold J. Leavitt (อ้างอิงแล้วในบทที่ 2) ในลักษณะเครือข่ายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) กล่าวคือ เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่านโดยที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง ต้องผ่านคนกลาง ซึ่งข้อดีอย่างหนึ่งของการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง การพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นเป็นเรื่องที่ใหม่ ซึ่งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกเองก็ยังไม่มีความมั่นใจว่าจะสามารถพัฒนาได้ ดังนั้นแกนนำหลักซึ่งเป็นศูนย์กลางจะเป็นเหมือนที่ยึดเหนี่ยวให้กับกลุ่มแกนนำและสมาชิก ทำให้สมาชิกแต่ละกลุ่มได้ติดต่อและรู้จักกันมากขึ้น ทำให้การไหลของข้อมูลข่าวสารมีความคล่องตัวและมีทิศทางที่ชัดเจนขึ้น ตลอดจนสามารถส่งข่วสารต่อไปยังสมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สมาชิกได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งเมื่อมีการส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ สมาชิกในเครือข่ายจะทราบว่าข้อมูลดังกล่าวมาจากใคร และเมื่อมีข้อสงสัยสมาชิกก็จะทราบว่าต้องไปสอบถามที่ใคร

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

ระยะขยายเครือข่าย และระยะเจริญเติบโต

จากลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารในระยะขยายเครือข่ายและระยะเจริญเติบโต ซึ่งแสดงได้ในภาพที่ 29



<u>ภาพที่ 29</u> แสดงการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย
(รวมชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์)

ในระยะขยายเครือข่ายและระยะเจริญเติบโตจากการวิจัยพบว่าลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารไม่แตกต่าง และเมื่อพิจารณาจากระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่มจะเห็นได้ว่าลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวายังคงมีลักษณะคล้ายเดิม คือ เป็น

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

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ อุ้ยไพบูลย์สวัสดิ์ (2549 : 103-104) (อ้างถึงแล้ว) พบว่าลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เป็นลักษณะเครือข่ายการสื่อสารเป็นแบบวงล้อ (Wheel Network) โดยกลุ่มผู้เข้าอบรมปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานได้รับข่าวสารจากส่วนกลาง ทำให้สามารถนำข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับญาติพี่น้องและคนรอบข้างได้รับทราบ ซึ่งผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารสามารถที่จะตรวจสอบจากบุคคลที่อยู่ตรงกลางได้ตลอดเวลา และลักษณะการสื่อสารของเครือข่ายนี้เป็นการสื่อสารสองจังหวะ โดยสมาชิกของเครือข่ายจะไม่มีโอกาสติดต่อสื่อสารกันโดยตรงกับหลวงพ่อพระครูภาวนาวิสิฐ แต่จะผ่านทางกลุ่มอาสาสมัคร

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

ในส่วนของบทบาทของบุคคลในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา จากผลการวิจัย พบว่า แกนนำหลัก กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก พันธมิตร สามารถแบ่งบทบาทหน้าที่ได้ดังนี้

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

หรือหากพิจารณาบทบาทตามแนวคิดของ (Hellweg, 1997) พบว่าแกนนำหลักมีบทบาทเป็น Gatekeeper เนื่องจากมีบทบาทในการควบคุมการกระจายข้อมูลข่าวสารทั้งที่ได้รับเข้าภายในเครือข่ายและส่งออกนอกเครือข่าย หรือการหมุนเวียนข้อมูลระหว่างสมาชิกต่างๆ ในเครือข่าย

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

จำนวนมากภายใต้เครือข่ายตามลำดับชั้นอย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว คนในกลุ่มนี้รู้จักคนจำนวนมากเนื่องจากมีอุปนิสัยชอบสนิทสนมกับผู้คน รักการสร้างความสัมพันธ์

กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก

ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มแกนนำจะประกอบด้วย

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

โดยพบว่ากลุ่มแกนนำมีบทบาทด้านการประสานงานภายในพื้นที่ ส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาจากแกนนำหลักและข้อมูลข่าวสารที่มาจากการประชุมไปยังกลุ่มสมาชิกในชุมชน หรือในชมรมของตนเอง เป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่างๆ รวมทั้งเป็นผู้แก้ไขและร่วมตัดสินปัญหาภายในกลุ่มย่อยของตนเอง 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 การเปิดบิล กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดอบรมในเรื่องต่างๆ ที่ผู้ประกอบการบ้านพักควรจะรู้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ชมรมโฮมสเตย์ สอดคล้องกับบทบาทของบุคคลในเครือข่าย (อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว ,2551 : 25) ที่กล่าวว่า พันธมิตร ได้แก่ บุคคลที่มิได้เป็นส่วนหนึ่ง

ของเครือข่าย แต่มีส่วนช่วยสนับสนุนเครือข่ายในเรื่องต่างๆ อาทิ การแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือข้อคิดเห็นต่างๆ การอำนวยความสะดวกในด้านการติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่นๆ การให้การสนับสนุนด้านนโยบาย กิจกรรม บุคลากร ตลอดจนงบประมาณต่างๆ

จากบทบาทของสมาชิกภายในเครือข่ายนี้ เนื่องจากในชุมชนแต่ละชุมชนมีหลากหลายกลุ่ม ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้พบว่ากลุ่มสมาชิกนั้นไม่ได้มีบทบาทใดบทบาทหนึ่ง แต่มีหลายบทบาท กล่าวคือ สมาชิกบางคนอยู่ในกลุ่มสมาชิก นอกจากนั้นยังเป็นกลุ่มแกนนำชมรมหาบเร่แผงลอย และ/หรือสมาชิกของชมรมโฮมสเตย์ หรือบางคนก็เป็นสมาชิกของทุกกลุ่ม ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้นว่าสมาชิกจะสวมบทบาทไหน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณสิริ จิตรรัตน์ (2544 : 150) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า สมาชิกภายในเครือข่ายไม่ได้สวมบทบาทใดบทบาทหนึ่ง แต่มีหลายบทบาทขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์ (2545 : 131) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร ของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย พบว่า บทบาทของบุคคลในเครือข่ายของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทยมีลักษณะที่ยืดหยุ่น คือ สามารถสวมบทบาทได้หลายบทบาท แล้วแต่สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร

1. ทำให้ชุมชนได้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

จะเห็นได้ว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ทำให้ชุมชนได้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากชุมชนในเขตเทศบาลอัมพวามีหลายชุมชน ประกอบกับมีสมาชิกกลุ่มย่อยๆ อีกมากมาย ดังนั้นการมีเครือข่ายการสื่อสารทำให้กลุ่มต่างๆ ได้มารวมกลุ่มกันเพื่อแสดงความคิดเห็น พูดคุย ทำให้วิเคราะห์และสะท้อนถึงปัญหาที่คนในชุมชนกำลังเผชิญอยู่ได้อย่างแท้จริง ซึ่งตรงจุดนี้นำไปสู่การวางกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Wilber Schramm (อ้างถึงใน ศิริเมษ กลีบแก้ว, 2551 : 47) ได้กล่าวถึงบทบาทของการสื่อสารต่อการพัฒนาประเทศ ในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ 3 ลักษณะ ในส่วนของลักษณะที่สอง คือ ประชาชน

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

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

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์ (2550 : 144) (อ้างถึงแล้ว) ที่ศึกษาเรื่องความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน พบว่าบทบาทหน้าที่เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มเครือข่ายเก่ามีหน้าที่สร้างความสามัคคีเป็นปึกแผ่นของชุมชน คือ เมื่อถึงฤดูกาลทอดกฐินผู้นำจะใช้วิธีสำรวจความร่วมมือสามัคคีของชุมชนด้วยการถามความสมัครใจและหยั่งเสียงความร่วมมือของชาวบ้านว่ามีความต้องการจะทำจุลกฐินหรือไม่ 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. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน

การจะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้น มีประเด็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาหลายเรื่อง ซึ่งหากชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ว่าปัญหาใดเร่งด่วนหรือมีความสำคัญ หรือมีเพียงแกนนำหลักเป็นผู้วิเคราะห์ อาจส่งผลให้คนในชุมชนไม่ทราบถึงปัญหาเร่งด่วนที่สำคัญสำหรับชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจะทำให้สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่ายได้ร่วมกันใช้การสื่อสารที่ช่วยกันวิเคราะห์ เสนอแนวความคิด เพื่อพิจารณาว่าปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไข หรือเป็นปัญหาที่กระทบกับคนจำนวนมากคือปัญหาอะไร ซึ่งบทบาทของเครือข่ายสารสื่อสารข้อนี้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่ให้หน่วยงานภาครัฐ ระดับท้องถิ่น เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างสอดรับกับสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชน 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 ทำให้กำหนดยุทธ์ศาสตร์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางในการพัฒนา ถ้าเป็นความคิดเห็นของบุคคลหลายฝ่ายจะทำให้สามารถวางทิศทางได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้คนในชุมชนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง ซึ่งบทบาทของ

เครือข่ายการสื่อสารดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์ (2550 : 144) (อ้างถึงแล้ว) ที่ศึกษาเรื่องความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน พบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ระดมพลังชุมชน โดยในการจัดงานจุลกฐิน เครือข่ายการสื่อสารทำหน้าที่ค้นหาผู้มีความรู้ความสามารถด้านต่างๆ มาช่วยกันจัดงาน โดยใช้รูปแบบเชิญคณะกรรมการประชุม กลุ่มปราชญ์ชุมชนประชุมถามความคิดเห็นต่อการจัดจุลกฐิน คำเสนอแนะ และความรู้ต่างๆ ที่ชุมชนมีอยู่

4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาได้ใช้การสื่อสารเพื่อดึงคนในชุมชนให้ออกมามีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็น ร่วมแสดงความคิดเห็นตั้งแต่ช่วงแรกของการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ร่วมวางแผน และร่วมปฏิบัติงาน ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้สมาชิกรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำ และการให้คนได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาชุมชน ที่มีแนวคิดสำคัญคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยชุมชนเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมได้เข้ามาร่วมคิด ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในทุกๆ ขั้นตอน

5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน

ในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวานั้นจะเห็นได้ว่าในแต่ละช่วงของพัฒนาการของเครือข่าย เครือข่ายการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทให้สมาชิกได้นำข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น กรณีที่เกิดแบงค์ปลอมระบาด ชมรมหาบเร่แผงลอยก็ได้จัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับสมาชิกทุกคน และนอกจากนั้นสมาชิกเองก็ได้มีการพูดคุยกันเองด้วย หรือกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นในช่วงของการพัฒนาตลาดน้ำ ถ้าต่างฝ่ายต่างแก้ไขปัญหากันเองอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือแก้ไขปัญหาได้ไม่ตรงจุด แต่เครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ทุกฝ่ายได้มาสื่อสารกัน ได้นำเสนอข้อมูลในมุมมองหรือทิศทางที่ตนเองประสบอยู่ ซึ่งแต่ละบุคคลเมื่อยืนอยู่ในจุดที่ต่างกันอาจทำให้มองและรับรู้ปัญหาแตกต่างกันได้ ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามารับรู้ปัญหาร่วมกันและนำไปสู่การร่วมกันเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน

จะเห็นได้ว่า แกนนำหลักและกลุ่มแกนนำใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อให้สมาชิกมีความรักในท้องถิ่น และให้สมาชิกทุกคนช่วยกันทำหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนของตนเอง เพราะการประชาสัมพันธ์จะเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตลาดน้ำอัมพวา ดังนั้นแกนนำหลักจึงใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อทำให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญที่ต้องพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา และประโยชน์ที่จะได้รับหากตลาดน้ำอัมพวาเจริญรุ่งเรืองอีกครั้ง ตลอดจนให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกเข้าใจวิธีการในการสื่อสาร ซึ่งเมื่อทุกคนตระหนักดีแล้วทุกคนจะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด สอดคล้องกับที่ จำนง บัวเนียว และคณะ (2545 : 263) (อ้างถึงแล้ว) ที่พบว่า ศักยภาพของสื่อบุคคลในการปกป้องคลองอู่ตะเภา นับว่ามีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในฐานะที่เป็นสื่อได้รับความสนใจจากชุมชนและใกล้ชิดอยู่ในชุมชน หากสามารถสื่อสารให้สื่อบุคคลเหล่านี้เข้าถึงความสำคัญจำเป็นในการปกป้องคลองอู่ตะเภาได้แล้ว สื่อบุคคลสามารถนำสารไปขยายต่อหรือไปค้นหาข้อมูลต่อด้วยตนเอง และสอดคล้องกับที่ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2540 : 50 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน) ได้ทบทวนหน้าที่ที่การสื่อสารชุมชนพึงแสดงโดยอาศัยงานพื้นฐานของ 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 ก็จะกระจายข่าวสารไปยังกรรมการทั้ง 4 จุดตามที่ได้กำหนดไว้ และแต่ละจุดก็จะกระจายข่าวสารต่อไปสมาชิกที่ตนเองรับผิดชอบ หรือชมรมหาบเร่แผงลอยกรณีแบงค์ปลอมระบาด ทางชมรมฯ ก็รีบทำเอกสารและแจกให้กับแม่ค้าทุกคน ซึ่งจะเห็นได้ว่าในเครือข่ายมีวิธีการสื่อสารที่หลากหลายและรวดเร็ว ซึ่งทำให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ รู้ทิศทางและสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้สามารถรับมือและแก้ไขเหตุการณ์ต่างๆ ได้ทันท่วงที

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

> “.....การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้า รวมทั้งรักษาความมั่นคงและปลอดภัยของประเทศ ซึ่งในสมัยปัจจุบัน สถานการณ์ของโลกเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกขณะ การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ย่อมมีความสำคัญมากเป็นพิเศษ.....”

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

จากบทบาทเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาตามที่ได้กล่าวไปนั้น พบว่าสอดคล้องกับที่ Wilber Schramm (อ้างถึงในศิริเมษ กลีบแก้ว , 2551 : 47) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ นั่นก็คือ ความสนใจและความคิดเห็นของประชาชนต้องได้รับการพิจารณา และได้รับการสนับสนุนวิธีการที่จะทำให้บรรลุถึงการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ประชาชนควรได้รับโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ เช่น การอภิปรายถึงประเด็นปัญหาต่างๆ ควรเป็นไปอย่างกว้างขวาง ในส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเพื่อ

การเปลี่ยนแปลง ผู้นำต้องได้รับโอกาสที่จะดำเนินการ และเสียงเรียกร้องของประชาชนทั่วไปต้องได้รับการรับฟัง ประเด็นของการเปลี่ยนแปลงต้องชัดเจน อีกทั้งข่าวสารจะต้องถูกส่งผ่านทั้งจากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน และจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าว

3. ทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน ผู้ใหญ่ต้องรู้จักรักการอ่าน เด็กต้องได้รับการศึกษา ชาวนาต้องได้เรียนรู้วิธีการทำนาสมัยใหม่ ครู หมด วิศวกร ต้องได้รับการอบรม คนงานต้องมีความชำนาญด้านเทคนิค ประชาชนโดยทั่วไปต้องเรียนรู้ในการรักษาสุขภาพอนามัย

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขมวัฒน์ มีโม (2548 : 161) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทเครือข่ายการสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า บทบาทเครือข่ายการสื่อสาร ได้แก่ 1) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในกลุ่ม 2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารกลุ่ม และ 3) การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่ม แสดงให้เห็นบทบาทที่สำคัญในการมีส่วนกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้ตระหนักถึงปัญหาและการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยึดโยงการรวมกลุ่มกันได้อย่างเหนียวแน่น จากกิจกรรมที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

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

ด้วยเหตุนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาเจริญรุ่งเรือง และทำเครือข่ายมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งผู้วิจัยได้เลือกศึกษาชุมชนเพียง 4 ชุมชน จากทั้งหมด 10 ชุมชน อาจทำให้เห็นภาพเครือข่ายการสื่อสารไม่ชัดเจน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปถ้าสามารถศึกษาลักษณะการสื่อสารของทุกชุมชน จะทำให้เห็นภาพเครือข่ายการสื่อสารได้อย่างชัดเจนขึ้น

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

DPU

บรรณานุกรม

หนังสือ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ . **การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซัคเซสมีเดีย จำกัด , 2543.

เกศินี จุฑาวิจิตร. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2540.

ชัยวัฒน์ ถิระพันธุ์ และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **การประชุมอย่างสร้างสรรค์ : ศิลปะแห่งการสร้างพลังเพื่อการเปลี่ยนแปลง**. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม, 2547.

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. **การสื่อสารในกลุ่ม**. พิมพ์ครั้งที่ 3 , กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ณ ฌาน, 2534.

ทิศนา แขมมณี. **กลุ่มสัมพันธ์ เพื่อการทำงานและการจัดการเรียนการสอน**. พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพฯ : นิชินแอดเวอร์ไทซิ่ง กรุ๊ฟ, 2545.

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 2 , กรุงเทพฯ : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.) , 2546.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ถิระพันธุ. **การสื่อสารกับสังคมเครือข่าย**. กรุงเทพมหานคร : เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตร 3 “การสร้างเครือข่ายที่มีพลัง” สถาบันชุมชนพัฒนาท้องถิ่น สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาสังคม, 2546.

ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 10 , กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2546.

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ . **การสื่อสารในกลุ่ม**. พิมพ์ครั้งที่ 3 , กรุงเทพฯ : รุ่งแสงการพิมพ์, 2534.

พนม ลิ้มอารีย์. **กลุ่มสัมพันธ์**. กาฬสินธุ์ : จินตภัณฑ์การพิมพ์ , 2522.

พระมหาสิทิตย์ อาภากโร (อบอุ่น). **เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.), 2547.

พัฒน์ บุณยรัตพันธุ์. **การสร้างพลังชุมชน โดยขบวนการพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ 2 , กรุงเทพฯ : บริษัท เลิฟและลิพเพรส จำกัด, 2549.

เยาวพา เดชะคุปต์. **ภาวะความเป็นผู้นำ : กลุ่มสัมพันธ์ ทฤษฎีและแนวปฏิบัติ เล่ม 2** . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บุรพาศิลป์การพิมพ์ , 2522.

วินิจ คมขำ และคมเพชร ฉัตรศุภกุล. **กระบวนการกลุ่ม (ศึกษา 325)** .พิมพ์ครั้งที่ 1 , กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนโสตร์, 2522.

วรรณศิลป์ พีรพันธุ์ และคณะ. **มรดกทางวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา เทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. **ตลาดน้ำวัดอัมพวัน คืนชีพยิ่งใหญ่กว่าร้อยปีที่แล้ว**. ปีที่ 59 ฉบับที่ 18328 วันพฤหัสบดี ที่ 27 มีนาคม 2551.

สนทยา พลศรี. **เครือข่ายการเรียนรู้ในการพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ 2 , กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2550

วิทยานิพนธ์

เขมชาติ วงศ์ทิมารัตน์. **แนวทางการอนุรักษ์คลองและชุมชนริมคลองบางกอกใหญ่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เขมวัฒน์ มีโม. **บทบาทเครือข่ายการสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.

จารุณี พัชรพิมานสกุล. **การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวจิต**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

จันทร์ทิพย์ ปาละนันทน์. **ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

จำนง บัวเนียว และคณะ. **การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา**. โครงการวิจัย สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ฝ่ายชุมชน ชุดโครงการการสื่อสารเพื่อชุมชน. 2546.

นิธิ ลิสนันท์. **แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

นัชนันท์ มุขแจ้ง. **เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยงเชิงเกษตรของชมรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์. **การสื่อสารเพื่อสร้างความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ปิยนุช พุทธรัตน์. **การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ประภาพรรณ สุปรียาภรณ์. **การสื่อสารและเครือข่ายของกลุ่มเพื่อน "อ"** .วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์. **การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

พรรณสิริ จิตรรัตน์. **เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

มานิดา คอยระงับ. **การแพร่ของนวกรรมระบบเงินตราชุมชน "เบี้ยกุดชุม" ในอำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

รจิตร เข็มศักดิ์สิทธิ์. **การสื่อสารและการสร้างประชาคมหมู่บ้านปลอดยาเสพติดในพื้นที่ทุ่งครุ**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

รุ่งนภา มุกดาอนันต์. **กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มปราชญ์ชาวบ้านเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544"

รณชาติ บุตรแสนคม. **เครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด"**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

รัชดาภรณ์ ชาญชาคริตพงศ์. **การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

วรวรรณ อารีประชาภิรมย์ . **กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สัมฤทธิ์ผลในธุรกิจประกันชีวิต**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547

วรลักษณ์ อุ้ยไพบูลย์สวัสดิ์. **เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐาน วัดแดนสงบอาสภาราม จ.นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

วัชรา บุรีศรี. **กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยาแห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

ศิริเมษ กลีบแก้ว. **เครือข่ายการสื่อสารของเกษตรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โครงการเกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

หริสุดา ปัณฑวนันท์. **การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์ "เมาไม่ขับ"**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สิริลักษณ์ ปรินรัมย์. **การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

สมสุข หินวิมาน และคณะ. **โครงการ "เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน ศึกษากรณี ต.ทุ่งขวาง อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี"**. สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ชุดโครงการ การสื่อสารเพื่อชุมชน. 2547

อรอนันต์ วุฒิเสน .**การสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาว อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อรุณีวรรณ นาศรี. **การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

Books

Feldman, Daniel C. and Hugh, Arnold J. "Manageing Individual and Group Behavior in Organizations. International Student Edition, 1983.

Lazarsfeld, Paul F. and Manzel, Herbert. "Mass Media and Personal Influence." In Source of Human Communication. Ed. Wilbur Schramm. New York : The Basic Books, 1968.

Logers, Everett M. and Meynen, Wickey L. . "Communication Source for 2, 4-D Weed Spray Among Columbian Peasants." Rural Social 30. Cited by Gardner Lindzeay and Elliot Aronson. The Handbook of Social Psychology. Vol 3. Massachusetts : Addison-Westley Publishing Company, 1969.

Wilbur Schramm. "Nature of Communication Between Humans." The Process and Effect of Mass Communication Wilbur Schramm and Donalb F. Roberts eds. (Urbama.Ill. : University of Illinois Press, 1974.

ภาคผนวก

DPU

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ประเด็นเรื่องการก่อตัวของเครือข่าย

1. เพราะเหตุใดถึงได้มีการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา
2. ผู้ที่ริเริ่มในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีใครบ้าง และเพราะเหตุใดถึงมีการรวมกลุ่มกัน
3. วัตถุประสงค์ของกลุ่มคืออะไร
4. กิจกรรมของกลุ่มมีอะไรบ้าง

ประเด็นเรื่องการสร้างเครือข่ายชุมชนอัมพวา

5. มีวิธีในการรวมกลุ่มอย่างไร
6. มีวิธีในการรักษาหรือขยายเครือข่ายของกลุ่มอย่างไร
7. ได้รับการสนับสนุนจากบุคคล หรือแหล่งเงินทุนหรือไม่ ถ้ามีที่ใดบ้าง
8. ปัญหา อุปสรรคในการขยายกลุ่มมีอะไรบ้าง และมีวิธีในการแก้ไขอย่างไร

ประเด็นเรื่องรูปแบบการสื่อสารในเครือข่าย

9. สมาชิกในกลุ่ม และระหว่างกลุ่มมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างไร ใช้วิธีใด
10. เนื้อหาที่แลกเปลี่ยนกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มคืออะไร มีรูปแบบการไหลของข่าวสารอย่างไร
11. มีการกำหนดตำแหน่งหรือแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกภายในกลุ่มหรือไม่ อย่างไร
12. ความสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มเป็นอย่างไร (เท่าเทียมกันหรือไม่)
13. ท่านมีวิธีการติดต่อกับสมาชิกในกลุ่มโดยวิธีใด อย่างไร
14. กลุ่มเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากภายนอกมากน้อยเพียงไร / ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากภายนอกผ่านจากสมาชิกคนอื่นๆ มากน้อยเพียงไร

ประเด็นเรื่องปัจจัยในการก่อตัวและขยายตัวของเครือข่าย

15. ท่านคิดว่ามีปัจจัย / สาเหตุ ใดบ้างที่ทำให้มีการก่อตัวของกลุ่มขึ้นมา
16. ท่านคิดว่าปัจจัยใดบ้างที่ทำให้กลุ่มขยายตัว และยังสามารถดำรงความเป็นกลุ่มอยู่ได้

ประเด็นเรื่องบทบาทของเครือข่ายที่มีผลต่อการพัฒนา

17. รูปแบบการสื่อสารภายในกลุ่มมีผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างไร
18. การรวมกลุ่มของชุมชนอัมพวามีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนอัมพวาอย่างไร

DPU