บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย" เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยในงานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารประเภทหนังสือทั่วไปที่บ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของตลาดริมน้ำดอนหวาย รวมไปถึงหนังสือวิชาการที่ชุมชนได้จัดพิมพ์เอาไว้แล้ว ประกอบกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participatory Observation) และวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) บุคคลสำคัญ (Key Informants) ที่เกี่ยวข้องจำนวน 23 คน

พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลเบื้องต้น
2. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

จากการสัมภาษณ์และการเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอถึงความเป็นมาของตลาดริมน้ำดอนหวายในอดีตก่อนที่จะมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยกลุ่มคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จนกระทั่งเมื่อมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายโดยคณะกรรมการ ซึ่งล้วนแต่เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่จะทำให้เข้าใจในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายได้มากขึ้น ดังนี้

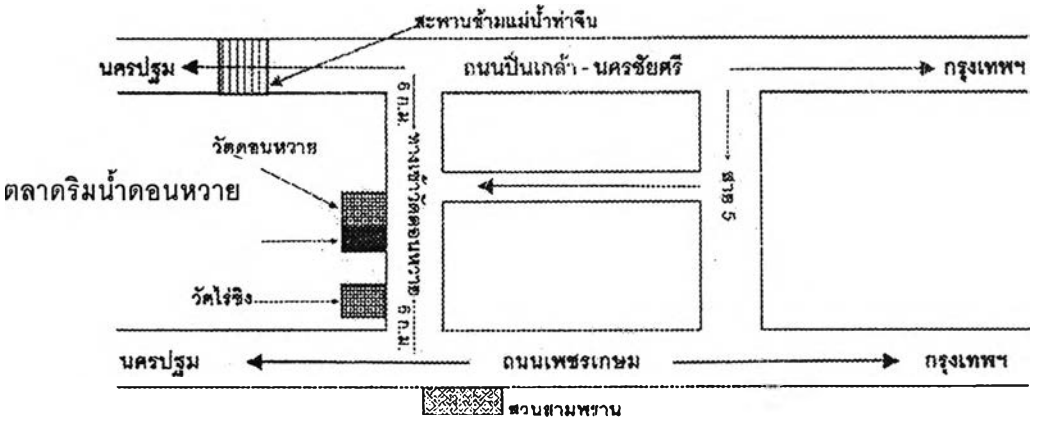
ที่มาของตลาดริมน้ำดอนหวาย

จากการวิเคราะห์หลักฐานที่โดดเด่นจากหนังสือ "200 ปีวัดดอนหวาย" ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ระบุว่า ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้เริ่มต้น ณ ดินแดนลุ่มแม่น้ำนครชัยศรี ในสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ สมัยอยุธยาเป็นราชธานีเมื่อปี พ.ศ.2092 โดยได้ปรากฏชื่อในพงศาวดารกรุงศรีอยุธยาว่า "เมืองนครไชยศรี" และเริ่มมีผู้คนเริ่มเข้ามาตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่กันบ้าง หลังจากกรุงศรีอยุธยาแตกเมื่อปี พ.ศ. 2310 ผู้คนก็ได้อพยพโยกย้ายเพื่อหลบภัยสงครามมาอยู่รวมกันมากขึ้น จนผ่านมาถึง รัชกาลที่ 3 ได้มีการติดต่อค้าขายกับประเทศจีนอยู่นาน จนทำให้มีชาวจีนได้เข้ามาพึ่งพิงพระบรมโพธิสมภารแผ่นดินสยามกันมากขึ้น โดยเฉพาะริมแม่น้ำนครชัยศรีแห่งนี้ โดยชาวจีนที่ถนัดทำสวนจะตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งด้านตะวันตกของแม่น้ำ เพราะมีลำคลองเพื่อใช้ในการส่งน้ำและมีพื้นดินที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกผักสวนครัวด้วย ส่วนอีกบางส่วนได้ตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งด้านตะวันออกและมีอาชีพค้าขาย สำหรับคนไทยที่เป็นเจ้าของที่ดินจะอยู่ทางด้านทิศตะวันออกและประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาพื้นที่ทางด้านฝั่งตะวันออกของแม่น้ำซึ่งเป็นที่ตั้งโรงหีบอ้อยได้เลิกกิจการลง เจ้าของที่ดินที่เป็นชาวจีนได้ถวายพื้นที่ดินให้เป็นที่สร้างวัด ซึ่งก็คือ "วัดคงคาราม(ดอนหวาย)" ในปัจจุบันนั่นเอง

พร้อมกันนี้ ในหนังสือ "200 ปีวัดดอนหวาย" ยังได้ให้รายละเอียดถึงพัฒนาการของตลาดริมน้ำดอนหวายในระยะต่อมา คือ ในช่วงยุคสมัย ร.5 ได้มีการปรับปรุงการบริหารราชการแผ่นดินเป็นระบบมณฑลเทศาภิบาล และตลาดดอนหวายได้อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอตลาดใหม่ซึ่งขึ้นกับ "มณฑลนครไชยศรี" ต่อมาพื้นที่ดังกล่าวเริ่มมีความคับแคบลง เนื่องจากมีผู้คนเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ทางราชการจึงย้ายไปสร้างอำเภอใหม่ คือ "อำเภอสามพราน" เมื่อปี พ.ศ. 2458 สมัยรัชกาลที่ 6 ทำให้ชาวจีนบางส่วนได้โยกย้ายมารวมกับชาวจีนเก่าที่ตลาดดอนหวายมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวจีน "แต้จิ๋ว" ซึ่งมีถิ่นฐานเดิมอยู่ที่เมืองชัวเถา มณฑลกวางเจา ประเทศจีน และจากการอพยพของชาวจีนที่ดอนหวายในครั้งนี้ ทำให้การค้าขายเริ่มมีความคึกคักเพิ่มมากยิ่งขึ้น จนกลายเป็นตลาดที่สำคัญและมีการเรียกชื่อตลาดแห่งนี้ว่า "ตลาดดอนหวาย" ตามชื่อวัด

นอกจากนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเพิ่มเติม พบว่า ในหนังสือ "ที่ระลึกสมาคมครู ผู้ปกครองและศิษย์เก่าโรงเรียนวัดดอนหวาย บางกระทึก จ.นครปฐม" ยังได้ให้รายละเอียดสภาพโครงสร้างของตลาดริมน้ำดอนหวายไว้ โดยระบุว่า แต่เดิมเรือนแถวภายใน

ตลาดริมน้ำดอนหวายจะมุงหลังคาด้วยจาก ต่อมาเกิดไฟไหม้จึงได้สร้างขึ้นเป็นเรือนไม้ 2 แถว มีถนนเดินผ่านกลางตลาด หลังคามุงด้วยกระเบื้องว่าว หน้าร้านในแต่ละบ้านจะทำด้วยแผ่นไม้ยาวในแนวตั้งเรียกว่า "ฝาถัง" คือ เปิดและปิดได้ทีละแผ่นซึ่งเป็นบ้านที่ชาวจีนนิยมกันโดยทั่วไป ต่อมาเมื่อมีจำนวนคนเข้ามาอยู่ภายในตลาดมากขึ้น ทำให้มีการขยับขยายพื้นที่ออกไป โดยในพื้นที่บริเวณทางตอนใต้ของตลาดได้เกิดตลาดใหม่ขึ้นอีก 1 แห่งซื่อว่า "ตลาดขจรบุญ" ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับตลาดดอนหวาย และต่อมามีกลุ่มคนเข้ามาตั้งบ้านเรือนมากขึ้นทางพื้นที่ตอนเหนืออีก จึงกลายเป็นตลาดอีกแห่งหนึ่ง จากนั้นพื้นที่ของตลาดดอนหวายก็ได้สร้างติดต่อกันทั้ง 3 ตลาด จึงทำให้เกิดอาคารบ้านเรือนตั้งเรียงรายเป็นระยะทางไปตามคู้งน้ำที่สามารถมองเห็นได้แต่ไกล และถูกเรียกรวมกันว่า "ตลาดดอนหวาย"



พร้อมกันนี้ ในหนังสือ "ที่ระลึก สมาคมครู ผู้ปกครองและศิษย์เก่าโรงเรียนวัดดอนหวาย บางกระทึก จ.นครปฐม" ได้ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงที่มาของอาหารการกินที่มีชื่อเสียงของตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยได้มีการระบุไว้ว่า จากการรวมตัวของชาวจีนในตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ ทำให้ในเทศกาลตรุษจีนและสารทจีนจะคึกคักเป็นพิเศษทุกปี และต่างก็ได้นำเอาอาหารไปแจกจ่ายให้กับกลุ่มคนไทยที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ใกล้กับตลาด ขณะเดียวกันในช่วงที่มีวันตรุษไทยและวันสารทไทย กลุ่มคนไทยก็นำอาหารไปแบ่งปันให้กับชาวจีนในตลาดเช่นเดียวกัน สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนวัฒนธรรมในการแบ่งปันในด้านอาหารการกินได้อย่างเด่นชัดของชุมชนตลาดดอนหวาย

จุดเด่นในด้านความสัมพันธภาพอันดีระหว่างคนไทยและคนจีนภายในชุมชนดอนหวายยิ่งเด่นชัดมากยิ่งขึ้นเมื่อพบว่า สายสัมพันธ์ของคนไทยและคนจีนที่นี่เป็นลักษณะการเกี่ยวดองเป็นเครือญาติ ด้วยการแต่งงานระหว่างคนไทยและคนจีนซึ่งทำให้ภายในตลาดดอนหวายมีทั้งอาหารจีนและอาหารไทยอย่างหลากหลาย และการพึ่งพาอาศัยในเรื่องการค้าขาย เนื่องจากกลุ่มคนค้าขายที่อาศัยอยู่ในห้องแถวตลาดริมน้ำดอนหวายมักเป็นคนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งอยู่อาศัยกันมานานตั้งแต่รุ่นปู่ ย่า ตา ยายซึ่งเป็นคนจีนที่อพยพมาอยู่ในตลาดนี้ โดยเมื่อวิเคราะห์สายสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติของกลุ่มคนที่นี่พบว่า คนไทยมักมีบ้านอยู่รอบ ๆ ตลาดพร้อมทั้งมีสวน ไร่ นาและมักส่งผลผลิตจากในสวนมาขายเป็นวัตถุดิบสำหรับผู้ค้าขายอาหารซึ่งเป็นคนจีนในตลาดริมน้ำดอนหวาย และคนไทยก็ยังมาเป็นลูกค้ามาซื้อของใช้ ของกินในตลาดตั้งแต่ครั้งอดีตอีกด้วย นอกจากนี้เมื่อมีงานบุญทางพุทธศาสนาที่วัดดอนหวาย ซึ่งอยู่ติดกับตลาดดอนหวายก็ยิ่งทำให้ทั้งคนไทยและคนจีนมีกิจกรรมทำร่วมกันซึ่งทำให้มีสัมพันธภาพแน่นแฟ้นยิ่งขึ้นไปอีก จากความสัมพันธภาพที่มีการพึ่งพาอาศัยกันมาตั้งแต่อดีตเช่นนี้ ทำให้กลุ่มคนในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายต่างมีความรู้สึกถึงความเป็นคนในพื้นที่เดียวกัน ไม่มีความแตกต่างระหว่างเชื้อชาติ จึงกลายทุนสำคัญในการร่วมมือร่วมใจทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีชื่อเสียงโด่งดังในเวลาต่อมา

ภาพ : บรรยากาศภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย

นอกจากนี้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทางเอกสารเพิ่มเติม จากหนังสือวิชาการ "คู่มือแหล่งการเรียนรู้ ดอนหวาย – ท่าจีน" ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า ช่วงรุ่งเรืองของตลาดริมน้ำดอนหวายได้เกิดขึ้นในช่วงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 (ประมาณปี พ.ศ. 2485) ซึ่งได้มีการคมนาคมทางเรือที่รุ่งเรืองมาก มีเรือวิ่งจากสุพรรณบุรีผ่านมาเป็นประจำ และยังเป็นที่ขนถ่ายสินค้าสำคัญ และทำให้มีกลุ่มแรงงานจากจังหวัดใกล้เคียง ทั้งสุพรรณบุรี กาญจนบุรี และราชบุรีเดินทางมากับเรือเข้ามารับจ้างทำนา ทำสวน และมาพักแรมที่วัด และโรงเรียนวัดดอนหวาย เมื่อมีผู้คนต่างถิ่นเข้ามาอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มากขึ้น ก็ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีความคึกคักขึ้น และจากการสัมภาษณ์พูดคุยกับกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายคนหนึ่งซึ่งเป็นคนดั้งเดิม เกิดและโตอยู่ที่นี่และปัจจุบันเป็นผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายด้วย ซึ่งกรรมการคนนี้ได้เรียกช่วงเวลานั้นของตลาดริมน้ำดอนหวายว่าเป็น "ตลาดขายแรงงาน" ซึ่งได้สอดคล้องกับการวิเคราะห์เอกสารของผู้วิจัย ซึ่งมีระบุไว้เช่นกันว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงเช้าและช่วงเย็นจะมีกลุ่มคนรับจ้างค้าแรงงานเข้ามาซื้อของกันมากจนทำให้มีร้านเข้ามาเปิดค้าขายเพิ่มขึ้น จึงเป็นที่มาของชื่อ *ตลาดแรงงาน* ซึ่งเป็นการให้ภาพที่ชัดเจนแก่ตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เป็นอย่างดี

"มันก็ปากต่อปากจากคนว่างงานนะ พอตอนเช้ากับตอนเย็นคนเยอะ ของก็ขายได้ ในตลาดจากมีแค่ร้าน สองร้าน ก็เริ่มเข้ามาขายของให้แรงงาน ผมจึงเรียกว่า ตลาดขายแรงงาน"

(กรรมการและเจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

จากความรุ่งเรืองในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อมีการสืบค้นเอกสารเพิ่มเติม ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายได้เข้าสู่ยุคซบเซา โดยเอกสารระบุว่า ในปีพ.ศ. 2500 ได้เริ่มมีการตัดถนนเข้ามาเป็นเส้นทางสัญจรในจังหวัดนครปฐมแทนการสัญจรทางน้ำเช่นอดีต ก็ทำให้จำนวนคนที่แวะพัก และขนถ่ายสินค้าเริ่มหายไป แรงงานที่เคยเข้ามาขายแรงงานก็เริ่มมีหนทางการหางานทำมากกว่าจะมาเป็นแรงงานในเรือกสวนไร่นาในแถบตลาดริมน้ำดอนหวายอีกต่อไป ก็ยิ่งทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายที่เคยคึกคัก เคยเป็นหน้าท่าที่มีการค้าขายอยู่ตลอดเวลาก็เริ่มซบเซาลง จำนวนคนซื้อเริ่มลดน้อยหดหายไป ร้านค้าต่าง ๆ ที่เปิดขายรอลูกค้าเข้ามาก็ไม่สามารถรอต่อไปได้ ทำให้บางส่วนเริ่มอพยพออกไปหาแหล่งทำมาหากินข้างนอก บ้างก็ไปทำงานโรงงานอุตสาหกรรม และทิ้งห้องแถวให้กลายเป็นห้องร้างผู้คนในช่วงกลางวันไป จนเกือบจะปิดตัว ที่สอดคล้องกับคำบอกเล่าของเจ้าอาวาสวัดดอนหวายซึ่งในขณะนั้นท่านเป็นพระสงฆ์รูปหนึ่งที่จำวัดอยู่ที่วัดดอนหวายและได้พบเห็นเหตุการณ์มาด้วย และให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยไว้ว่า

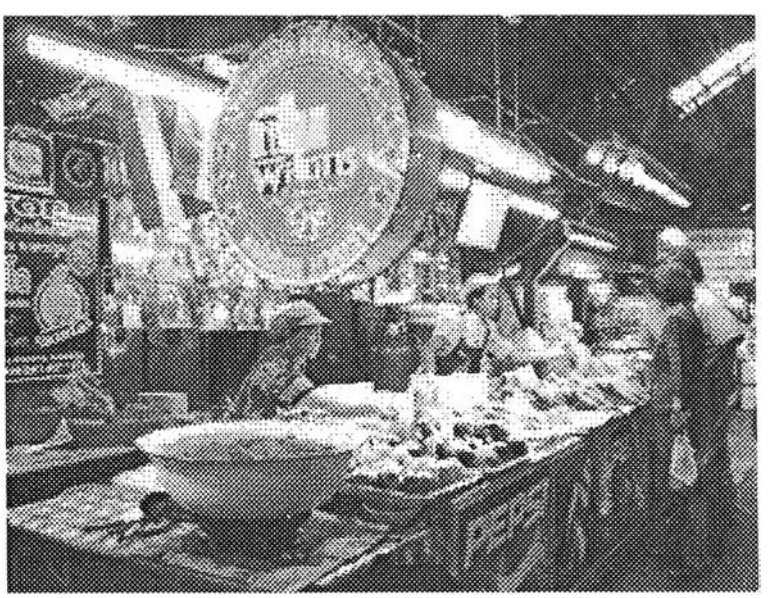
"พวกร้านค้าก็ออกไปตั้งอยู่ตามถนนหนทาง ตลาดนี้ก็ไม่มีคนมา พวกตลาดนี้ก็อพยพออกไปข้างนอก ไม่มีใครเหลือ เหลือแต่คนเฝ้าบ้าน เรียกว่า ตลาดเจ๊งมานานแล้ว"

(เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงเวลานั้นด้วย ยิ่งทำให้ผู้วิจัยเห็นภาพตลาดริมน้ำดอนหวายชัดเจนยิ่งขึ้น อย่างร้านเป็ดพะโล้ตลาดริมน้ำดอนหวายที่ไม่สามารถเฝ้ารอให้ผู้คนกลับเข้ามาซื้อของในตลาดได้ต่อไป จึงตัดสินใจออกเร่ขายเป็ดไปตามพุทธมณฑล บางครั้งก็เดินทางเลยเข้ามาปักหลักขายเป็ดพะโล้ในกรุงเทพ ซึ่งเจ้าของร้านเป็ดพะโล้นายโอได้ให้สัมภาษณ์ถึงช่วงเวลานั้น ว่าเขาออกเร่เปิดท้ายรถขายเป็ดพะโล้ของครอบครัวในนามนายหนับไปในแหล่งชุมชนใหญ่ ๆ ในทุกตอนบ่ายของแต่ละวัน

"เมื่อก่อนที่นี่เป็นจุดใหญ่ แต่พอถนนมาก็เสร็จเลย คนก็ไม่ค่อยมาแล้ว บอกตรง ๆ ว่าสมัยก่อนคนมันน้อย พอช่วงบ่าย ๆ เราก็ต้องวิ่งรถ ใช้รถปิคอัพ เอาตู้ตั้งในรถ แล้วก็เรียงเป็ดใส่ในตู้ ไปตามจุดใหญ่ ๆ แล้วก็เปิดท้ายรถขาย"

(เจ้าของร้านเป็ดพะโล้นายโอ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)



ภาพ : ร้านเป็ดพะโล้นายโอ

ส่วนร้านขนมตาลป้าไข่ที่ทำขายมาแล้วกว่า 50 ปีจนถึงปัจจุบัน ก็ไม่สามารถอยู่ที่เดิมในตลาดได้เช่นเดียวกัน ก็ใช้วิธีการออกไปขายขนมตามตลาดนัดต่าง ๆ รอบนครปฐมเป็นหลัก

"ทำขนมหลาย ๆ อย่างไปขายตลาดนัด แต่หลัก ๆ ของเราคือ ขนมตาล กับขนมถ้วยฟู บางวันมีวุ้นกะทิ ใส่ไส้ ก็ช่วยกันทำ ช่วงนั้นต้องดำรงชีพด้วยการไปขายตามตลาดนัด"

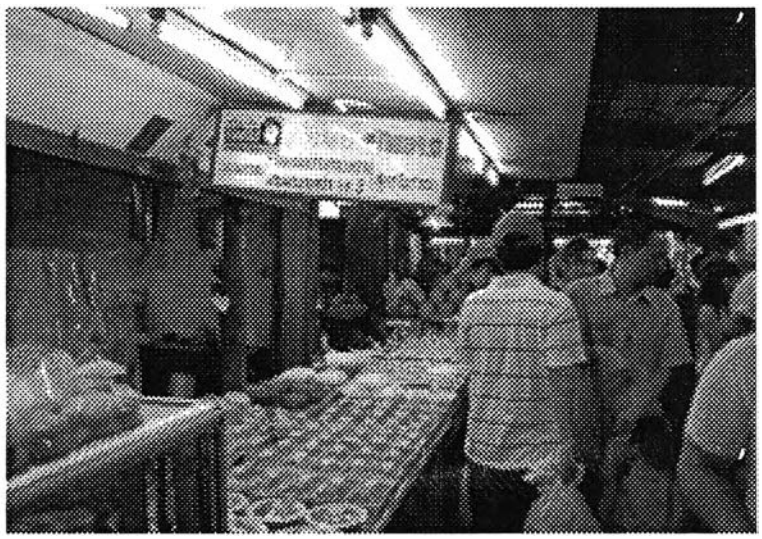
(เจ้าของร้านขนมตาลป้าไข – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ภาพ : ร้านขนมตาลป้าไข่

แต่บางร้านก็ยังคงปักหลักอยู่ในตลาดเช่นเดิม เช่น ร้านขนมหวานอัทนีย์ ซึ่งทำขนมเครื่องไข่จำพวก ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง และเม็ดขนุน เนื่องจากเห็นว่ายังสามารถหารายได้พออยู่พอกินไม่ลำบากมากนัก นอกจากนี้ยังได้วัตถุดิบในละแวกเรือกสวนไร่นาแถบนั้นได้ง่ายคือ ไข่เป็ด และน้ำตาลมะพร้าว และยังได้ชาวไร่ชาวนาฝั่งตรงข้ามแม่น้ำที่ยังพายเรือมาซื้อของอยู่เป็นประจำ

"ก็หากินกันไปอย่างนี้แหละเรื่อย ๆ ไม่ได้ออกไปขายข้างนอก เพราะเรามีร้านของเราประจำอยู่นี่แหละ ก็มีคนฝั่งสวน ท้องนามาซื้ออย่างนี้แหละ มีตลาด มีคนอยู่แค่นี้ คนมันน้อย แต่เราก็อยู่ได้นะ"

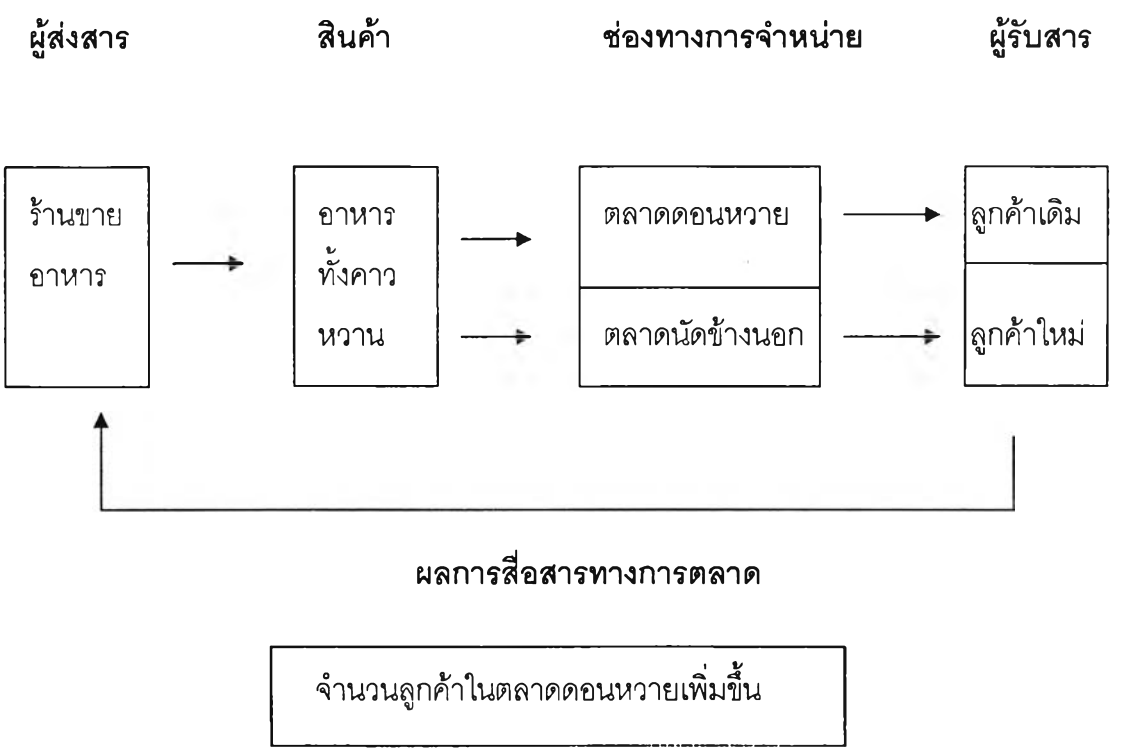
(เจ้าของร้านขนมหวานอัทนีย์ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)



ภาพ : ร้านขนมหวานอัทนีย์

การออกไปตระเวนขายของนอกพื้นที่ของกลุ่มผู้ค้าในตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า บรรดาร้านขายอาหารดั้งเดิมที่ออกไปตระเวนขายของตามตลาดนัดหรือแหล่งชุมชนอื่น ๆ ส่วนใหญ่มักเป็นร้านขายอาหารของคนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการค้าขายและความขยันอดทนเป็นนิสัยเดิม กอปรกับต่างมีสูตรอาหารเป็นของตนเองที่ทำกันมาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่ จึงกลายเป็นจุดเด่นสำคัญเมื่อได้ออกไปขายของในพื้นที่อื่น ๆ ก็ทำให้คนรู้ว่าอาหารเหล่านี้มาจากตลาดริมน้ำดอนหวาย และในเวลาต่อมาเมื่อร้านค้าต่าง ๆ กลับเข้ามาค้าขายที่ร้านเดิมในตลาด ก็กลายเป็นจุดดึงดูดให้บรรดาลูกค้าประจำนอกพื้นที่ตามเข้ามาซื้อของในตลาด เมื่อวิเคราะห์ตามการสื่อสารทางการตลาดทางด้านสินค้า (Product Communication) พบว่า กลยุทธ์เชิงรุกที่บรรดาผู้ส่งสารคือผู้ขายอาหารดอนหวายนำเนื้อหาสารหลัก คือ อาหารการกิน (product) ที่มีรสชาติอร่อยถูกปาก ไปวางขายตามสถานที่จำหน่าย (place) ทั้ง เวทีประจำ คือร้านขายในตลาดดอนหวายเดิม และเวทีจรคือตามตลาดนัดนอกพื้นที่ จนทำให้ผู้รับสารคือบรรดาลูกค้าตามตลาดนัดที่ต่าง ๆ มีความพึงพอใจในรสชาติอาหาร ซึ่งผลสำเร็จในการสื่อสารทางการตลาดทางด้านสินค้า คือ เมื่อร้านอาหารต่าง ๆ กลับเข้ามาปักหลักขายในตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งเดียว ก็ทำให้ผู้คนจากตลาดนัดต่าง ๆ ซึ่งติดใจรสชาติอาหารตามเข้ามาซื้อสินค้าภายในพื้นที่ด้วย

การสื่อสารทางการตลาดทางด้านสินค้าของร้านค้าตลาดริมน้ำดอนหวาย



จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนเพิ่มเติมทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า หลังจากนั้นต่อมาตลาดริมน้ำดอนหวายได้กลับมาเป็นที่รู้จักและมีคนเข้ามาซื้อสินค้าในตลาดอีกครั้ง โดยผู้นำชุมชนซึ่งเป็นกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในปัจจุบัน ได้ให้รายละเอียดว่า ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2530 ความเจริญก็ทำให้เกิดมีถนนตัดผ่านเข้ามาที่ตลาดริมน้ำดอนหวายผ่านไปที่วัดมงคลจินดาราม (ไร่ขิง) วัดชื่อดังประจำจังหวัดนครปฐม ทำให้ผู้คนเริ่มผ่านไปผ่านมามากยิ่งขึ้น กอปรกับวัดมงคลจินดาราม(ไร่ขิง) มีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ จัดทำหลักสูตรเพื่ออบรมผู้บริหารการศึกษาทุกกรมในกระทรวงศึกษาธิการในพื้นที่ ทำให้ผู้บริหารด้านการศึกษาจากทั่วประเทศเข้ามาฝึกอบรมกันที่นี่ และจากข้อมูลของเว็บไซต์สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาซึ่งเป็นชื่อใหม่ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาในปัจจุบัน ได้พบว่า จำนวนผู้บริหารที่เข้ามาฝึกอบรมในช่วงปี พ.ศ.2541 มีการอบรมผู้บริหารตามหลักสูตรเตรียมผู้บริหารจำนวน 1,329คน และหลักสูตรอบรมเพื่อพัฒนาผู้บริหารจำนวน 1,357 คน ส่วนปี พ.ศ. 2542 มีจำนวน 520 คนและ 800 คนตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีการอบรมเพื่อเพิ่มการพัฒนาผู้บริหารเฉพาะสาขาขึ้นอีก จำนวน 1,040 คน ซึ่งคาดการณ์ได้ว่ามีจำนวนผู้บริหารการศึกษาทั่วประเทศเข้ามาฝึกอบรมที่สถาบัน

พัฒนาผู้บริหารการศึกษาจำนวนเป็นพันคนต่อปี นับตั้งแต่มีการก่อตั้งสถาบันขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 และตลาดริมน้ำดอนหวายก็ได้รับเลือกให้เป็นสถานที่สำหรับจัดทำอาหารคาว หวานส่งไปเลี้ยงผู้ฝึกอบรม เนื่องจากเป็นตลาดที่อยู่ใกล้กับวัดมงคลจินดาราม(ไร่ขิง)มากที่สุด และด้วยฝีมือการทำอาหารของคนพื้นถิ่นดอนหวายที่โดดเด่นมานานจึงทำให้อาหารต่าง ๆ ถูกปากถูกใจคนที่ได้กินเป็นส่วนใหญ่ จนถูกพูดถึงแบบปากต่อปากขยายออกไปเรื่อย ๆ จากบรรดาผู้บริหารที่เข้ามาฝึกอบรม

จุดเด่นของการสื่อสารแบบปากต่อปากดังกล่าว เกิดขึ้นจากบรรดาผู้อบรมต่างเป็นบุคคลสำคัญทางการศึกษาในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศซึ่งถือเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเห็น (Opinion Leader) ซึ่งมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง และมีบทบาทในการชักจูงใจกลุ่มผู้รับสารอื่น ๆ เกิดการยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และด้วยการสื่อสารแบบพูดจาอย่างเห็นหน้าตาจึงทำให้ผู้ส่งสารหรือผู้นำความคิดสามารถชี้แจง โต้แย้ง ให้เหตุผลเพิ่มเติมได้ พร้อมกันนี้เมื่อผู้ส่งสารได้ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวและสถานภาพทางสังคมร่วมด้วย ก็ยิ่งเอื้อให้การส่งสารและรับสารได้ผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น และนี่ถือเป็นจุดเริ่มแรกที่ดึงคนเข้ามาแวะเที่ยวดอนหวายเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ คุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ ได้เล่าให้ฟังว่า

"วัดไร่ขิงมีสถาบันอบรมผู้บริหาร แล้วมาสั่งอาหารที่นี่กัน พอกินแล้วติดใจ แล้วคนทั่วประเทศมาอบรมที่วัดไร่ขิง พอกลับไปจากปากต่อปาก กระจายข่าว คนมาเที่ยวมากขึ้นเป็น 200-300 คน ซื้อไปหมด แสดงว่ามันขายได้ มันอยู่ได้ทั้งร้านเก่า ร้านใหม่อยู่ได้"

(กรรมการและเจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

เมื่อเริ่มมีคนเข้ามาในตลาดดอนหวายมากขึ้น ร้านค้าที่เคยปิดตัวอพยพไปค้าขายนอกถิ่นก็เริ่มกลับเข้ามาปักหลักค้าขายที่ร้านเดิมของตนเองอีกครั้ง แต่จำนวนผู้คนที่เข้ามาก็ยังไม่สามารถทำให้ตลาดกลับมาคึกคักเหมือนในสมัยที่มีการสัญจรผ่านทางแม่น้ำได้

พัฒนาการตลาดริมน้ำดอนหวาย

จากหนังสือ "ตลาดริมน้ำดอนหวาย : ความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนไทย" ได้ระบุไว้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2540 ได้มีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีความคิดตรงกันที่จะพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม นั่นคือ กำนันใหญ่ บัญชา วุฒิสังคะ ซึ่งเพิ่งได้รับเลือกตั้งให้มาเป็นกำนันเมื่อปี พ.ศ. 2539 ทั้งยังรั้งตำแหน่งประธานกรรมการบริหารองค์การบริหาร

ส่วนตำบลบางกระทึกในช่วงปี พ.ศ. 2538 – 2542 รวมไปถึงมีผู้มีบทบาทสำคัญคนอื่น ๆ ก็มีตำแหน่งสำคัญในตลาดริมน้ำดอนหวายในเวลาเดียวกันเช่นเดียวกัน คือ เจ้าอาวาสวัดดอนหวายคนปัจจุบัน พระอธิการประวัติ ปวตติโกและนายวิเชียร รุ่งทวีชัย ได้ย้ายมาเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวายในเวลาใกล้เคียงกัน ซึ่งผู้วิจัยได้สังเกตจากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมก็พบว่าเมื่อแกนนำหลัก ๆ ต่างเป็นบุคคลที่มีอำนาจในการอำนวยความสะดวกทั้งงบประมาณ ความคิดและการยอมรับ จึงทำให้เกิดความร่วมมือในสร้างสรรค์ผลงานอันเป็นรูปธรรมให้เกิดขึ้นภายในท้องถิ่นตนเอง จนทำให้มีการตั้งคณะกรรมการขึ้นมาจัดระเบียบตลาดริมน้ำดอนหวายให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสร้างเศรษฐกิจภายในชุมชนให้ดียิ่งขึ้นไปอีก พร้อมกันนี้ทางผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย ซึ่งมีตำแหน่งเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายก็ได้เล่าถึงบรรยากาศในช่วงการรวมตัวของกลุ่มแกนนำเป็นคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายไว้ดังนี้

"การรวมตัวกันขึ้นมาเพราะเศรษฐกิจไม่ดีเลย ตอนนั้นยังไม่มีร้านขายของแถวหน้าวัด แล้วทางวัดก็ให้ความร่วมมือกับผมดี เพราะได้ตราตั้งมาพร้อม ๆ กัน คือ ผมย้ายมาจากราชบุรี เจ้าอาวาสก็ได้รับการแต่งตั้ง แล้วกำนันก็เป็นพร้อม ๆ กันกับตอนที่ผมมา"

(ที่ปรึกษาฯ / ผอ.รร.วัดดอนหวาย – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

คำพูดข้างต้นของผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย ได้สอดคล้องกับคำพูดของประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกคนปัจจุบัน ซึ่งมีตำแหน่งควบเป็นกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายและประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน ที่ได้พูดถึงบรรยากาศในช่วงนั้นไว้ว่า

"ตลาดเริ่มโทรม พวกเราก็มาคุยกันมี กำนัน อบต. สมาชิก อบต.บางกระทึกว่าถ้าปล่อยไว้ตลาดล่มสลายแน่นอน เราจะมาทำเป็นตลาดแหล่งท่องเที่ยว แล้วเราก็มาปรึกษากับเจ้าอาวาสร่วมกับ ผอ.โรงเรียนวัดดอนหวาย แล้วก็ตั้งเป็นรูปคณะกรรมการขึ้นมา"

(ประธานสภา อบต./ ประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน - สัมภาษณ์ 4 มิ.ย.2548)

- **ช่วงการรวมตัวในระยะต้น**

โดยในช่วงแรก ๆ ของการรวมตัวเป็นคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย กำนันบัญชา วุฒิสังคะ หรือที่คนในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเรียกกันว่า "กำนันใหญ่" ได้เริ่มต้นชักชวน

บรรดาพ่อค้า แม่ขายที่ย้ายออกไปอยู่ข้างนอกให้กลับมาค้าขายในตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนั้น จึงได้มีการเปิดร้านค้าขายในตลาดเก่าที่เป็นห้องแถวเดิมและตั้งแผงขายสินค้าหน้าสนามโรงเรียนวัดดอนหวายอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งกำนันก็ได้ให้ข้อมูลในส่วนนี้กับผู้วิจัยไว้ว่า

"ผมก็ไปชักชวนกันมาให้มาเปิดร้านขายอาหาร ขนมหวานต่าง ๆ ทุกคนก็กลับมาเริ่มนับหนึ่งกันใหม่ เพราะค้าขายอยู่ที่บ้านไม่ต้องเดินทางไกล หรือร่อนเร่ไปเรื่อย ๆ"

(กำนัน/ประธานคณะกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

สำหรับกลุ่มแกนนำหลักของคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น ในระยะเริ่มต้นจะประกอบไปด้วย กำนัน เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ไวยาวัจกรวัดดอนหวาย ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย กลุ่มพ่อค้า แม่ค้า และคนในพื้นที่ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิมรวมกันจำนวน 18 คน เข้ามาเป็นแกนนำจัดตั้งเป็นคณะกรรมการ โดยแบ่งได้ดังนี้

คณะกรรมการ

1. นายบัญชา	วุฒิสังคะ	ประธานกรรมการ / กำนันตำบลบางกระทึก
2. นายชาญศักดิ์	วุฒิสังคะ	รองประธานกรรมการ / ประธานสภา อบต.บางกระทึก
3. นายสายัณห์	ชนประชา	รองประธานกรรมการ / กำนันตำบลบางเตย
4. นายสวัสดิ์	นิ่มอนงค์	กรรมการและเลขานุการ / เจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุค

ส่วนคณะกรรมการที่ถูกแต่งตั้งเข้ามาอีกจำนวน 14 คน ซึ่งมีทั้งมาจากผู้นำชุมชน เจ้าของกิจการอาหารรายใหญ่ในตลาดริมน้ำดอนหวาย กรรมการวัดดอนหวาย และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก เข้ามาร่วมด้วย ซึ่งสมาชิกคนหนึ่งของตลาดริมน้ำดอนหวายได้ให้ข้อสังเกตการเลือกคณะกรรมการกับผู้วิจัยในการสัมภาษณ์ไว้ดังนี้

"ตลาดมีการแบ่งกันดูแลโดยคณะกรรมการตลาด ส่วนใหญ่จะถูกแต่งตั้งจากคนในตลาดเป็นคนที่ดูน่าเชื่อถือ อยู่มานานแล้ว โดยคนในตลาดจะเลือกกันเอง"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

นอกจากนี้ หลักฐานจากเอกสารของท้องถิ่นที่จัดพิมพ์เผยแพร่ คือหนังสือ "ตลาดริมน้ำดอนหวาย : ความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนไทย" ได้ยืนยันให้เห็นว่า ยังมีกลุ่มคณะที่ปรึกษาของคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายอีกจำนวน 10 คน ซึ่งมาจากที่ต่าง ๆ กัน ดังนี้ เจ้า

อาวาสวัดดอนหวาย นายอำเภอสามพราน สมาชิกสภาจังหวัดนครปฐม ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย พัฒนากรประจำตำบลบางกระทึก เกษตรประจำตำบลบางกระทึก สาธารณสุขตำบลบางกระทึก หัวหน้าสายตรวจประจำตำบล สถานีตำรวจภูธรตำบลโพธิ์แก้ว ปลัดอำเภอตำบลบางกระทึก และปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายบางส่วน ทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย

คุณบัญชา	วุฒิสังคะ	กำนัน / ประธานกรรมการตลาดฯ
คุณชาญศักดิ์	วุฒิสังคะ	กรรมการตลาดฯ / ประธานสภา อบต.บางกระทึก / ประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน
คุณสมาน	สุขสมัย	กรรมการตลาด
คุณมงคล	ถาวรผล	กรรมการตลาดฯ / ไวยาวัจกรวัดดอนหวาย
คุณสวัสดิ์	นิ่มอนงค์	เลขานุการกรรมการตลาดฯ

สมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

คุณบำราศ	บัญชรมาศพรรณ
คุณวีรยุทธ	เอี่ยมสะอาด
คุณสุวิน	วุฒิสังคะ
คุณเพ็ญแข	สุดประเสริฐ
คุณนิพนธ์	สุขสมัย
คุณวิสุทธิ์	วัฒนสกุลเกียรติ
คุณเพ็ญจันทร์	แก้วชื่นชีพ
คุณอัทนีย์	คงสุข
คุณผ่องศรี	สุขสมัย
คุณพรทิพย์	นิลประดับ
คุณสุนีย์	รอดสุวรรณ

หน่วยงานพันธมิตรของชุมชน

พระอธิการประวัติ	ปวตฺติโก	เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย
อ.เด่นศิริ	ทองนพคุณ	ชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน
อ.วิเชียร	รุ่งทวีชัย	ผอ.รร.วัดดอนหวาย / ที่ปรึกษาคณะกรรมการตลาดฯ

อ.บุญมี	อบเชย	โรงเรียนวัดดอนหวาย
คุณรังสิยา	จารุธรรมวัฒน์	เจ้าหน้าที่ อบต.บางกระทึก
คุณรัฐนันท์	ธนะสูตร	นักพัฒนาชุมชน อบต.บางกระทึก
คุณวรนุช	รุ่งเรือง	เจ้าหน้าที่ อบต.บางกระทึก

นอกจากนี้กลุ่มคณะกรรมการรวมถึงที่ปรึกษาของตลาดฯ ก็มาร่วมกันคิดทำแผน แบ่งการทำงานออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้คือ

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดดอนหวาย
- ฝ่ายดูแลสถานที่ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
- ฝ่ายดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
- ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า

ผู้วิจัยวิเคราะห์การแบ่งกลุ่มการทำงานของตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้ว่า การแบ่งงานได้เกิดจากการที่กลุ่มแกนนำหลักของชุมชน เป็น ผู้มีความรู้ทางการศึกษาส่วนหนึ่งและมีอำนาจอย่างเป็นทางการส่วนหนึ่งต่างได้ความรู้ในเรื่องการแบ่งกลุ่มการทำงานมาจากองค์กรภาครัฐกอปรกับต่างมองว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยชุมชน สิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวคือความสะดวกสบายและปลอดภัยเป็นจุดหลัก พร้อมกันนี้ นครปฐมมีสินค้าผลไม้ขึ้นชื่อเป็นเอกลักษณ์ซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วประเทศอยู่แล้ว กลุ่มแกนนำจึงจัดแบ่งการทำงานออกเป็นทั้งสิ้น 4 ฝ่ายหลัก ๆ ข้างต้น นอกจากนี้ได้ให้โอกาสบรรดากรรมการเลือกเข้าไปดูแลจัดการในฝ่ายงานที่ตนเองมีความถนัดมากที่สุดด้วยความสมัครใจ

ทั้งนี้ หลักฐานจากการศึกษาในเอกสารวิชาการ "คู่มือแหล่งการเรียนรู้ ดอนหวาย – ท่าจีน" ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ได้พบว่า วัตถุประสงค์ของการมีคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น เพื่อ

1. การจัดตลาดริมน้ำดอนหวายให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
2. ควบคุม กำหนดราคาสินค้าทุกประเภทในตลาดริมน้ำดอนหวายที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว
3. ส่งเสริม สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน
4. กำหนดคุณและโทษของพ่อค้า แม่ค้าให้อยู่ในระเบียบ ไม่ให้ฝ่าฝืนระเบียบของชุมชน

5. มีการประชุม เพื่อดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายระหว่างกรรมการและสมาชิกอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

- **ช่วงการจัดระเบียบ**

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ผู้วิจัยได้พบว่า ในช่วง 2- 3 ปีแรกของการก่อตั้งเป็นคณะกรรมการตลาดฯ จะมีการประชุมกันบ่อยคือ เดือนละ 1 ครั้ง แต่หลังจาก 3 ปีแรกของการก่อตั้งคณะกรรมการแล้วนั้นตลาดได้เริ่มมีระเบียบมากขึ้น และไม่มีปัญหาเหมือนเริ่มก่อตั้ง ก็ทำให้การนัดประชุมไม่บ่อยมากนัก ดังคำพูดของคุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ กรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย กล่าวไว้ว่า

"ใหม่ ๆ จะประชุมบ่อย แต่ตอนนี้เข้ารูปเข้าร่างก็เลยงด แต่ถ้าจะประชุมเมื่อไร ในกรณีที่มีความจำเป็นก็ต้องเรียกประชุม เพราะภาระเรามี ถ้าไม่มีอะไรก็ไม่เรียกประชุม"

(กรรมการและเจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

โดยก่อนหน้าที่จะมีการเรียกประชุม กรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายจะทำหนังสือเรียกประชุมส่งไปตามร้านค้าที่เป็นสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นการล่วงหน้าก่อนสัก 3 - 5 วัน ซึ่งประเด็นใหญ่ ๆ ที่จะมีการนัดประชุมในช่วงหลังจาก 3 ปีแรกของการมีคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย มักจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์พิเศษที่เกิดขึ้นในชุมชน คือ มีบุคคลสำคัญได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งที่ปรึกษาคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย อย่างผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวายได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

"ตอนนี้จะประชุมตอนมีแขกพิเศษมาเท่านั้น เช่น รับเสด็จ หรือแขกผู้ใหญ่ องคมนตรีมา เราก็มาประชุมกันว่าจะดำเนินการอย่างไร แต่อย่างอื่น ๆ ทั่วไปก็เป็นสากลแล้ว พวกแม่ค้าพ่อค้าเขารู้หมดแล้ว ตอนนี้ก็เดือนหรือสองเดือนประชุมครั้งหนึ่ง"

(ที่ปรึกษาฯ / ผอ.รร.วัดดอนหวาย – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

- **ช่วงเป็นข่าว**

ในปี พ.ศ.2541 ช่วงที่ตลาดริมน้ำดอนหวายเพิ่งเริ่มมีการจัดระเบียบโดยคณะกรรมการ

ชุมชน แต่กระแสที่ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายโด่งดังเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ นั่นคือสื่อมวลชน โดยสื่อแรกที่ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีชื่อเสียง คือ สื่อสิ่งพิมพ์ยักษ์ใหญ่อย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์ "เที่ยวไป กินไป" โดยคอลัมนิสต์ เจ้าของคอลัมน์ (พล.อ.โอภาส โพธิแพทย์) ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและได้ชิมเป็ดพะโล้นายหนับ และขนมหวานร้านอัทนีย์ อาหารคาว หวานมีชื่อของที่นี่ พร้อมทั้งเขียนลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ซึ่งเจ้าของร้านเป็ดพะโล้นายหนับได้เล่าให้ฟังถึงบรรยากาศของตลาดริมน้ำดอนหวายหลังจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้ลงตีพิมพ์ไปแล้วดังนี้

"สัก 7 ปีกว่าแล้ววันที่ 5 พฤษภาคม 2541 คนเริ่มแน่น คนเริ่มรู้จากหนังสือพิมพ์ที่เริ่มลงในไทยรัฐ แล้วทาง อบต.เขาให้ช่างภาพมาถ่ายภาพก็เอาไปลง คอลัมน์เที่ยวไปชิมไป ของ พล.อ. โอภาส"

(เจ้าของร้านเป็ดพะโล้นายหนับ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

ภาพ : คอลัมน์ "เที่ยวไปกินไป" ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

จุดเริ่มต้นจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ตลาดริมน้ำดอนหวายก็เป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่รวมอาหารการกินทั้งคาว หวาน พร้อมกันนั้นก็สร้างปรากฏการณ์คนตื่นกระแสสื่อสิ่งพิมพ์เพียงชั่วข้ามคืน มีคนจำนวนมากเดินทางเข้ามาที่ตลาดริมน้ำดอนหวายพร้อมกับถือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมาซื้อสินค้าที่ถูกเขียนถึงในหนังสือพิมพ์ ทั้ง เป็ดพะโล้นายหนับ ขนมหวานอัทนีย์ และห่อหมกแม่ประทิน และทำให้สินค้าของร้านอื่น ๆ ในตลาดขายดีไปด้วย โดย

คุณอัทนีย์ เจ้าของร้านขนมหวานอัทนีย์ได้เล่าให้ฟังถึงบรรยากาศของตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงนั้นเพิ่มเติมจากเจ้าของร้านเป็ดนายหนับที่เล่าไว้ข้างต้น ว่า

"ตลาดดังได้ก็เพราะเขานี่แหละ มีอยู่ 3 ร้านคือ ห่อหมกแม่ประทิน ร้านขนมหวานอัทนีย์ แล้วก็เป็ดนายหนับ เขาเอาไปลงหนังสือพิมพ์ในช่วงแรก ๆ เลย คนก็มากัน สุดยอดเลย ยิ่งกว่าถูกรางวัลที่หนึ่ง นี่เขามาเองเลยนะ โดยที่เราไม่รู้ วันแรกที่หนังสือพิมพ์ลงนะ ขนมหมดเกลี้ยงโต๊ะเลยนะ คนถือหนังสือพิมพ์มากันทั้งนั้นเลย ช่วง 2-3 ปีแรกขายดีมากทำกันไม่ทัน"

(เจ้าของร้านขนมหวานอัทนีย์ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

อิทธิพลของสื่อมวลชนที่สร้างชื่อเสียงให้กับตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น เกิดขึ้นจากจุดเด่นของสื่อมวลชน คือ การส่งสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารไปให้ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งอยู่ห่างไกลและกระจัดกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศได้อย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน พร้อมทั้งเป็นการส่งสารเพื่อให้ข่าวสารและความรู้ ซึ่งสำหรับคอลัมน์ "เที่ยวไปกินไป" ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐนั้นมีจุดน่าสังเกตคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีปริมาณจำหน่ายต่อวันสูงที่สุดในประเทศไทย และมีเนื้อหาข่าวสารทั่วไปครอบคลุมความสนใจของกลุ่มผู้รับสารอย่างหลากหลาย ทั้งข่าวสาร กีฬา บันเทิง และสำหรับคอลัมน์เกี่ยวกับอาหารการกินก็เป็นการเลือกคัดสรรผู้รับสารเอาไว้ระดับหนึ่งแล้ว นั่นคือ เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารตามความสนใจของตนเองเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว นั่นคือความชอบด้านอาหารการกินอยู่แล้ว เมื่อได้รับการรับประกันความอร่อยจากคอลัมนิสต์ด้านอาหารจากสื่อสิ่งพิมพ์ยักษ์ใหญ่ด้วยก็ยิ่งสร้างกระแสความสนใจอยากลองชิมอาหารขึ้นมา กอปรกับพื้นที่ของตลาดริมน้ำดอนหวายอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมากนัก จึงทำให้กลุ่มผู้รับสารจำนวนมากที่มีศักยภาพด้านกำลังซื้อเดินทางเข้ามาที่ตลาดริมน้ำดอนหวายในวันรุ่งขึ้นทันที

จากนั้นก็มีสื่อประเภทโทรทัศน์เข้ามานำเสนอตลาดริมน้ำดอนหวายออกอากาศ อาทิ รายการท้าพิสูจน์ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการเก็บตะวันทางสถานีไอทีวี และยังมีสื่อมวลชนทั้งนิตยสาร และโทรทัศน์อีกหลายรายการที่เข้ามาที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย

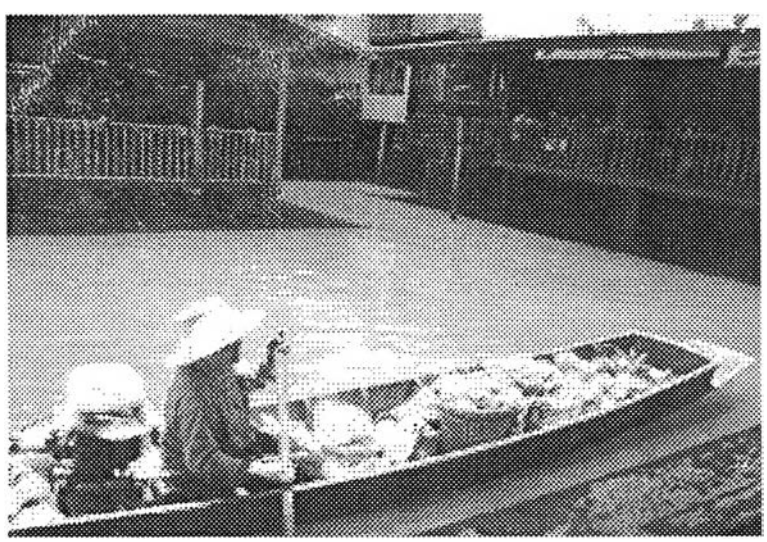
- **ช่วงขยายพื้นที่**

เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้นจากกระแสความดังผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์แล้ว ทางกลุ่มแกนนำจึงได้คิดขยายพื้นที่ตลาดริมน้ำดอนหวายให้มีพื้นที่การค้าขาย

เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ดังนั้น กำนันใหญ่จึงได้ขอปรึกษาหารือกับเจ้าอาวาสวัดดอนหวาย เพื่อขอใช้สถานที่ว่างติดแม่น้ำหลังวัดดอนหวายให้เป็นสถานที่ค้าขายเพิ่มเติม โดยได้มีการตกลงร่วมกันให้กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่เข้ามาขายในบริเวณวัดต้องเป็นสินค้าจำพวก ผัก ผลไม้ในพื้นถิ่นเท่านั้น เนื่องจากต้องการให้ชาวสวนในละแวกนั้นได้ข้ามฝั่งมาขายสินค้าของตนเอง ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางและทำให้ผลไม้ที่ขายมีราคาไม่แพงมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของแม่ค้าส้มโอซึ่งเป็นชาวสวนนครปฐมที่ได้ขนส้มโอข้ามแม่น้ำมาขายบริเวณวัดซึ่งได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า

"ผลไม้ที่เอามาขายก็เป็นของสวนป้าเอง ก็มีส้มโอทองดี ขาวน้ำผึ้ง ส้มโอก็ขายดี ของเราเองขายไม่แพง ก็พอขายดี เขาต่อเรา 6 ลูก 100 เราก็ให้เขา เพราะของเราเองให้ได้"

(แม่ค้าส้มโอบริเวณวัด – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)



ภาพ : แม่ค้าพายเรือขายผลไม้ให้กับนักท่องเที่ยว

โดยคณะกรรมการตลาดฯ ที่มีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการวัดดอนหวาย คือบุคคลแกนนำหลักในการดูแลพื้นที่ค้าขายในบริเวณวัด คือ คุณสมาน สุขสมัย ซึ่งก็จะดูแลร่วมกับเจ้าอาวาสวัดดอนหวาย และไวยาวัจกรวัด โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก ๆ ของคณะกรรมการตลาดในพื้นที่บริเวณวัด มีทั้ง การตรวจสอบคุณภาพสินค้า การอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การดูแลจัดสถานที่จอดรถ และความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่ในบริเวณสนามโรงเรียนวัดดอนหวาย ตลาดเก่าที่เป็นห้องแถวยาว และหน้าศาลเจ้าเซ่งเนี้ยะจะมีกำนันใหญ่เป็นแกนหลักในการดูแลรับผิดชอบร่วมกับคุณชาญศักดิ์ วุฒิสังคะ ซึ่งเป็นพี่ชายและมีตำแหน่งเป็น

ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกและประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนในปัจจุบัน โดยกรรมการของตลาดท่านหนึ่งได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

"แบ่งเป็นโซน โซนตลาด โซนรถ โซนวัด แบ่งเป็น 3 โซน แล้วมีหัวหน้าดูแลรับผิดชอบตั้งกรรมการดูแลเรื่องการจราจร ตั้งกรรมการดูแลเรื่องห้องน้ำของแต่ละพื้นที่"

(กรรมการและเจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

เมื่อมีการจัดแบ่งกลุ่มคณะกรรมการดูแลพื้นที่ ดังนั้น การจัดระเบียบตลาดริมน้ำดอนหวายจึงออกมาในลักษณะการแบ่งหน้าที่คณะกรรมการดูแลตามพื้นที่ต่าง ๆ ในบริเวณตลาดดังนี้

1. เขตพื้นที่บริเวณวัดดอนหวาย เป็นแหล่งขายพืช ผัก ผลไม้ และเปิดให้นักท่องเที่ยวร่วมทำบุญกับวัดดอนหวาย ซึ่งแกนนำหลักที่ดูแล คือ เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ไวยาวัจกรวัดดอนหวาย ซึ่งมีตำแหน่งเป็นกรรมการตลาดฯ ด้วย และคุณสมาน สุขสมัย เจ้าของเรือดอนหวายการท่องเที่ยว กรรมการวัด และแกนนำหลักของคณะกรรมการตลาดฯ
2. เขตพื้นที่บริเวณสนามโรงเรียน จะเป็นพื้นที่ขายอาหารมี แพท่าจีน แพสุวรรณรัตน์ แพกำนันใหญ่ มีปลาตะเพียนต้มเค็ม ปลาสลิดแดดเดียว ไข่เค็ม และเป็นลานตลาดนัดในวันเสาร์อาทิตย์ หรือวันหยุดราชการอื่น ๆ
3. เขตพื้นที่ชุมชนตลาดดอนหวายเก่า เป็นแหล่งขายอาหารคาว หวานซื่อดังต่าง ๆ และมีแพอาหารไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนดอนหวาย
4. เขตพื้นที่ศาลเจ้าแม่เซ่งเนี๊ยะ เป็นพื้นที่ขายอาหาร ผัก ผลไม้และมีการจัดสรรพื้นที่ขายของเอกชน

ใน 3 เขตบริเวณพื้นที่สนามโรงเรียน ชุมชนตลาดเก่า และพื้นที่บริเวณศาลเจ้าแม่เซ่งเนี๊ยะ จะมีกำนันบัญชา วุฒิสังคะ ประธานคณะกรรมการชุมชนตลาดฯ คุณชาญศักดิ์ วุฒิสังคะ คณะกรรมการชุมชนตลาดฯ และคุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ ผู้นำชุมชน เจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุค และเลขานุการคณะกรรมการตลาดฯ เป็นแกนหลักในการดูแล

การแบ่งพื้นที่ดังกล่าว ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายแบ่งสัดส่วนการดูแลได้ชัดเจนมากขึ้น และจาก 4 เขตพื้นที่ ทางคณะกรรมการตลาดมีอำนาจการจัดการและสั่งการตามระเบียบตลาดได้เพียง 3 พื้นที่คือ เขตพื้นที่บริเวณวัดดอนหวาย บริเวณสนามโรงเรียน และชุมชนตลาดเก่า เนื่องจากในพื้นที่ศาลเจ้าแม่เซ่งเนี๊ยะส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของเอกชนและมีคนจากพื้นที่ข้างนอกเข้า

มาจับจองจัดทำเป็นตลาดเสื้อผ้าใหม่ พร้อมมีคนจากพื้นที่อื่น ๆ เข้ามาเช่าแผงขายของหน้าร้านแทน โดยผู้เช่าจะให้เงินเป็นค่าเช่าต่อเดือนแก่เจ้าของบ้านแทน จึงทำให้คณะกรรมการไม่สามารถเข้าไปจัดการดูแลได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากไม่มีความเป็นสมาชิกของตลาดอย่างแท้จริง ซึ่งสมาชิกคนหนึ่งในพื้นที่ตลาดเก่าให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า เมื่อมีคนนอกเข้ามาเช่าพื้นที่ขายของก็ทำให้สินค้าที่ขายมีราคาแพงกว่าที่ขายอยู่ในตลาดเก่า ดังคำสัมภาษณ์ระบุว่า

"ส่วนมากให้เช่าหน้าร้านกันเยอะนะ ของแท้ ๆ จะเริ่มหายไป คือ ถ้าไม่มีร้านตั้งอยู่ ก็ให้เช่าแน่ ๆ แล้วเขาเช่า ก็ขายราคา 20 บาทไม่ได้ต้องขาย 30 -40 บาท ก็ว่าเขาไม่ได้นะ"

(สมาชิกบริเวณตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

"หลัง ๆ มานี้ก็มีคนมาหาที่เช่าขายของเยอะมาก แม่ค้านะเขารู้ที่ไหนควรขาย เขาก็ไปหาที่ ซึ่งคนในพื้นที่อาจไม่มีปัญญาเช่า คนในพื้นที่คือคนที่อยู่รอบ ๆ ตำบล ไม่ได้มีบ้านอยู่ในนี้"

(สมาชิกบริเวณตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ถึงแม้จะมีการแบ่งแยกโซนการดูแลโดยกรรมการที่ต่างกันไป แต่บุคคลที่ทำหน้าที่ดูแลภาพรวมทั้งตลาด ก็คือ กำนันใหญ่ ซึ่งเป็นแกนหลักในการประสานความร่วมมือระหว่างกรรมการในแต่ละโซน นอกจากนี้กรรมการส่วนใหญ่ของที่นี่ก็ยังประกอบธุรกิจอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่ตนเองดูแลอยู่ด้วยเช่นเดียวกัน

พร้อมกันนี้ จากการค้นหลักฐานเพิ่มเติมในหนังสือ "คู่มือแหล่งการเรียนรู้ ดอนหวาย – ท่าจีน" พบว่าจำนวนร้านค้าต่าง ๆ ภายในตลาดริมน้ำดอนหวายในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 495 ร้านค้า ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

-	แพอาหาร	12	แพ
-	ร้านอาหารทั่วไป	30	ร้าน
-	ร้านขายปลา ห่อหมก	10	ร้าน
-	ร้านผลไม้	180	ร้าน
-	ร้านขนมไทย ขนมหวาน	35	ร้าน
-	ร้านขนมเปี๊ยะ	3	ร้าน
-	ร้านขายผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ	10	ร้าน
-	ร้านกาแฟโบราณ	10	ร้าน

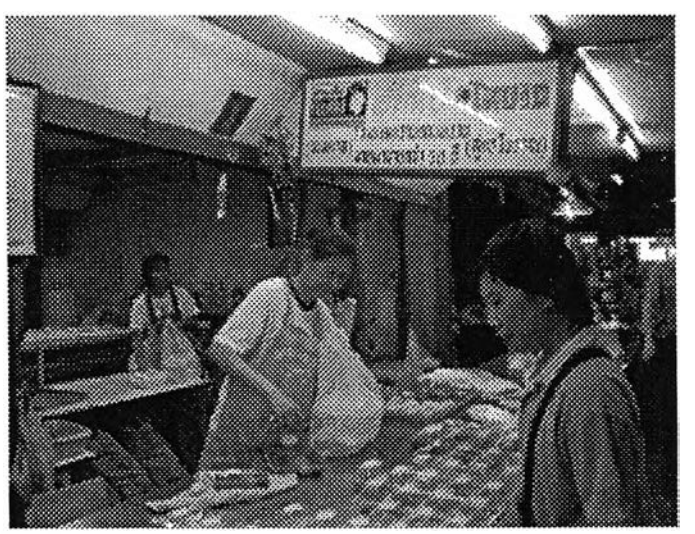
-	ร้านข้าวเหนียวส้มตำ	5	ร้าน
-	ร้านของฝากทั่วไป	200	ร้าน

นอกจากนี้หนังสือข้างต้นได้กล่าวถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในตลาดริมน้ำดอนหวายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในช่วงปี พ.ศ. 2545 ระบุว่ามีนักท่องเที่ยวประมาณ 100,000 – 176,000 คน จำนวนรถยนต์ 40,000 – 44,000 คัน และมีเงินหมุนเวียนต่อเดือนประมาณ 30 – 53 ล้านบาท

จำนวนร้านค้าที่เพิ่มขึ้นเกือบ 500 ร้านค้าภายในพื้นที่ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย พบว่าทำให้การจัดระเบียบร้านค้าตามกฎระเบียบของชุมชนไม่เคร่งครัดเหมือนยุคเริ่มต้นเนื่องจากจำนวนกรรมการที่คอยทำหน้าที่ดูแลควบคุมยังมีจำนวนเท่าเดิม ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบจำนวนกรรมการและจำนวนร้านค้าจึงมีสัดส่วนแตกต่างกันมาก พร้อมกันนี้ยังมีจำนวนพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ ๆ ซึ่งมาจากพื้นที่อื่นเข้ามาเช่าพื้นที่เล็ก ๆ หน้าร้านค้าเพิ่มขึ้น และไม่ได้เข้าเป็นสมาชิกชุมชน ยิ่งทำให้กรรมการชุมชนไม่สามารถเข้าไปควบคุมให้ดำเนินตามกฎระเบียบของชุมชนได้โดยตรงเหมือนสมาชิกชุมชนเดิมที่มีร้านค้าและบ้านเรือนอยู่ในชุมชน และเมื่อมีร้านค้ามากขึ้น ความหลากหลายของสินค้าภายในชุมชนได้มีส่วนดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลตามตัวเลขรายงานข้างต้นก็สร้างความเสียหายทางด้านสิ่งแวดล้อมให้กับตลาดด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะความสะอาดของแม่น้ำท่าจีน สาเหตุจากเมื่อนักท่องเที่ยวต่างซื้อขนมปังมาเลี้ยงปลา แต่จำนวนปลาที่มีน้อย ทำให้เศษขนมปังลอยเต็มผิวน้ำบริเวณตลาด และมีนักท่องเที่ยวบางส่วนทิ้งเศษขยะลงในแม่น้ำอีกด้วย

ภาพ : สภาพแม่น้ำท่าจีนบริเวณตลาดริมน้ำดอนหวาย

ตลาดริมน้ำดอนหวายได้มีช่วงเวลารุ่งเรืองในยุคสัญจรทางน้ำ และประสบมรสุมเกือบจะล่มสลายลงไปเมื่อความเจริญทางบกมาถึง แต่แล้วการสัญจรทางบกก็ทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายกลับฟื้นคืนมาเติบโตได้อีกครั้ง ประกอบกับมีปัจจัยหลาย ๆ ส่วนที่เอื้อประโยชน์ต่อตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงระยะ 10 ปีนี้ ทั้ง จุดเริ่มต้นจากการสร้างกระแสข่าวโดยบังเอิญของสื่อมวลชนจนทำให้คนทั่วประเทศรู้จักตลาดริมน้ำดอนหวาย รวมไปถึงจุดเด่นของดอนหวายประการสำคัญนั่นคือ ฝีมือการทำอาหารการกินของที่นี่ที่ทำต่อ ๆ กันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้มีอาหารชื่อดังตั้งแต่ยุคโบราณหลากหลายทั้งคาวหวานอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ไม่ว่าจะเป็น เป็ดพะโล้ ห่อหมก ปลาตะเพียนต้มเค็ม ขนมตาล หรือ ขนมเครื่องไข่ต่าง ๆ ที่มีอายุมากกว่า 30 ปีแทบทั้งสิ้น



ภาพ : ร้านค้าที่ติดป้ายแสดง "ความโบราณ" ที่มีมาแต่ดั้งเดิมของสินค้า

ภาพ : ร้านค้าที่ติดป้ายแสดง "ความโบราณ" ที่มีมาแต่ดั้งเดิมของสินค้า

บรรดาร้านค้าในบริเวณพื้นที่ตลาดเก่า ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าดั้งเดิมตั้งแต่ยุคแรก ๆ ของตลาดริมน้ำดอนหวายซึ่งได้สืบทอดการค้าขายมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยในยุคเริ่มแรกยังไม่มีการติดป้ายชื่อร้านค้าเนื่องจาก ยังมีจำนวนร้านค้าไม่มากนัก และต่างเป็นคนเก่าคนแก่ที่รู้จักกันมานานและต่างก็ขายสินค้าแตกต่างกันไป ต่อมาเมื่อยุครุ่งเรืองของตลาดดอนหวายกลับมาอีกครั้งหลังจากอิทธิพลกระแสข่าวสื่อมวลชนและการสื่อสารแบบปากต่อปากทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น กอปรกับจำนวนร้านค้าอื่น ๆ ต่างทยอยเข้ามาเช่นเดียวกัน ทำให้เกิดการลอกเลียนการขายสินค้าแบบเดียวกัน ซึ่งทำให้บรรดาร้านค้าเดิมที่เป็นเจ้าเก่าและเจ้าแรก รวมทั้งได้รับป้าย

ประกันความอร่อยจากสื่อมวลชนต่างได้รับความเดือดร้อนจากจำนวนคู่แข่งหน้าใหม่ในตลาด ดังนั้นจึงคิดป้ายชื่อเพื่อบอกเล่าความเป็นมาและแสดง "ความโบราณและเจ้าเก่าดั้งเดิม" ซึ่งร้านค้าชื่อดังอย่าง ร้านเป็ดพะโล้นายหนับ และร้านขนมตาลป้าไข่ ต่างหยิบบางข้อความจากสื่อมวลชนมาลงไว้ในป้ายด้วย

"เราแสดงความจริงใจกับการทำขนมตาลของเราที่เป็นเจ้าแรกของที่นี่ และมีความภูมิใจที่จะประกาศให้คนทั่วไปได้รับรู้ แล้วก็ทำให้ลูกค้ามาหาร้านขนมตาลเจ้าแรกของดอนหวายได้ถูกร้านด้วย แล้วเจ้าอื่นที่เขาเพิ่งมาทำขนมตาล เขาก็ไม่กล้าขึ้นป้ายเหมือนเรานะ"

(เจ้าของร้านขนมตาลป้าไข่ – สัมภาษณ์เพิ่ม 6 เมษายน 2549)

รสชาติความอร่อยของอาหารคาวหวานโบราณที่บ่งบอกประสบการณ์ความเชี่ยวชาญของเจ้าของร้าน จนเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว ยิ่งทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง กอปรกับในช่วง 7-8 ปีที่ผ่านมา เมื่อมีคณะกรรมการตลาดเข้ามาจัดระบบ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งสถานที่จอดรถฟรีภายในสนามโรงเรียนวัดดอนหวาย บริเวณวัดดอนหวาย และลานคอนกรีตหน้าที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก รวมทั้งบริการห้องน้ำฟรีในบริเวณวัด ก็ยิ่งทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ

ภาพ : รถที่เข้ามาจอดฟรีในสนามโรงเรียนวัดดอนหวาย

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามปัญหาในการวิจัย 2 ข้อ คือ

1.รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย
2.บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่าการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยวนั้น ในส่วนนี้ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกได้เป็น 3 สถานการณ์ ตามระยะเวลาของพัฒนาการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนี้

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

สถานการณ์ในแต่ละรูปแบบจะแบ่งวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้ร่วมกันดำเนินกิจกรรม ซึ่งจะแบ่งเป็น รูปแบบการสื่อสารภายในชุมชน และรูปแบบการสื่อสารภายนอกชุมชน

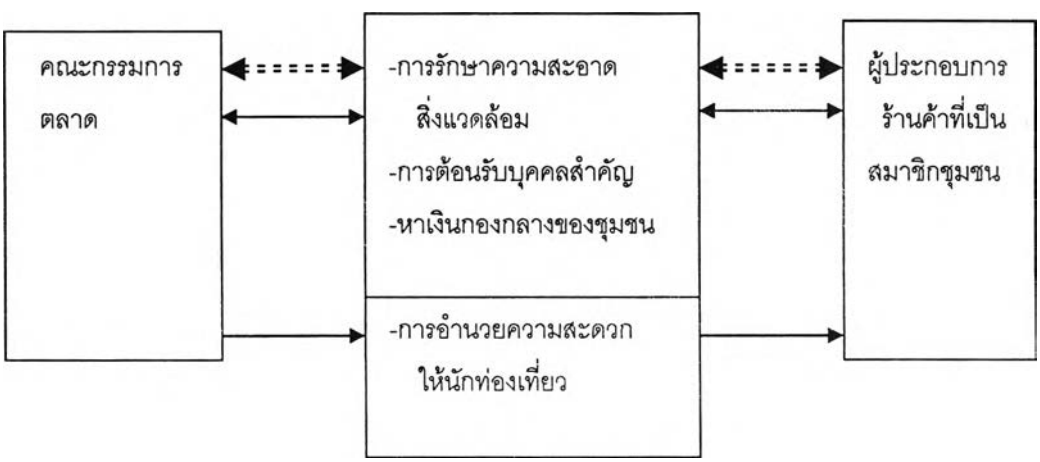
1. สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน เป็นการสื่อสารภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งประกอบไปด้วยรูปแบบการสื่อสารเพื่อกระตุ้นความร่วมมือระหว่างสมาชิกภายในชุมชน และรูปแบบการสื่อสารเพื่อกระตุ้นความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับสมาชิกชุมชน

พร้อมกันนี้ จากการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในสถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน พบว่ามี กระบวนการสื่อสารใน 3 รูปแบบ คือ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯและผู้ประกอบการ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยขอนำเสนอรูปแบบโครงสร้างกระบวนการสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1 <u>กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมตลาดฯและผู้ประกอบการ</u>

ผู้ส่งสาร ช่องทาง สาร ช่องทาง ผู้รับสาร



◄= = = ► คือ การประชุม

◄——► คือ การพูดคุยโดยตรง

——► คือ การใช้เสียงตามสาย

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ของผู้วิจัย ได้พบว่า การสื่อสารระหว่างแกนนำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายกับสมาชิกซึ่งเป็นผู้ประกอบการค้าภายในชุมชน ได้เริ่มต้นอย่างเป็นรูปธรรมครั้งแรกในช่วงประมาณปี พ.ศ.2540 เมื่อกลุ่มแกนนำภายในชุมชน นำโดยกำนันบัญชา วุฒิสังคะ ได้ไปพูดคุยปรึกษาหารือกับผู้นำชุมชนและกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่แต่ดั้งเดิมเพื่อหากลุ่มคนมารวมตัวจัดตั้งเป็นคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อจัดระเบียบภายในชุมชนและให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ในช่วง

เริ่มต้น กลุ่มแกนนำจึงทำหนังสือเชิญผู้ประกอบการทุกร้านค้าภายในตลาดริมน้ำดอนหวายเข้ามาประชุมร่วมกัน

"ก่อนประชุม ผมก็บอกกำนันให้มีหนังสือเชิญพวกแม่ค้าหลัก ๆ มาประชุม แล้วก็แต่งตั้งคณะกรรมการ นี่เป็นครั้งแรกที่จะแต่งตั้งกรรมการ"

(เลขานุการกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

โดยจุดประสงค์ในการเรียกประชุมในครั้งแรกนั้น ก็เพื่อให้ทุกคนภายในชุมชนได้รับทราบถึงการมีคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งได้มีการระบุตัวมาก่อนหน้านี้แล้วระหว่างการพูดคุยร่วมกันของแกนนำคนสำคัญ คือ กำนัน เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย คุณมงคล (ไวยาวัจกร) ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย คุณสมาน สุขสมัย และคุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ ซึ่งทุกคนเป็นแกนนำคนสำคัญของชุมชนในช่วงก่อตั้งคณะกรรมการครั้งแรก

"กรรมการหลัก ๆ ก็มีผม มีกำนัน ส่วนเจ้าอาวาสเป็นกรรมการฝ่ายสงฆ์ แล้วทางผมก็เป็นฝ่ายบริหาร"

(คุณสมาน สุขสมัย – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

นอกจากนี้ กลุ่มผู้นำชุมชนยังต้องการจะแจ้งข่าวสารเพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าทั้งหมดทั้งร้านเล็กและร้านใหญ่ประมาณ 500 ร้านค้าใน 4 เขตพื้นที่ของตลาดเข้ามาร่วมเป็นสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย พร้อมกันนี้คณะกรรมการได้มีการแจ้งถึงผลประโยชน์ร่วมกันที่ทุกคนจะได้รับนั่นคือ เมื่อมีคณะกรรมการเข้ามาดูแลพื้นที่ตลาดริมน้ำดอนหวายแล้ว ก็จะทำให้การจัดระเบียบพื้นที่ของตลาดริมน้ำดอนหวายมีระบบมากขึ้น มีการดูแลเรื่องของความสะอาด ห้องน้ำ ขยะ และที่จอดรถให้เป็นไปด้วยดี

พร้อมกันนั้น ทางกำนันบัญชา วุฒิสังคะได้เข้าไปพูดเพื่อขออนุญาตเจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ซึ่งเป็นที่ปรึกษาของคณะกรรมการตลาดฯด้วย เพื่อขอใช้ศาลาการเปรียญของวัดคงคาราม (ดอนหวาย)เป็นสถานที่จัดประชุมในทุกครั้ง พร้อมกำหนดให้มีการประชุมในวันธรรมดา ช่วงบ่าย ซึ่งจากข้อมูลในการสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยพบว่า การประชุมไม่ได้มีการกำหนดวันประชุมอย่างตายตัว และจากการสัมภาษณ์ของผู้วิจัย ได้พบว่า การประชุมของชุมชนในช่วง 2-3 ปีนี้มีไม่ค่อยบ่อยมากนักคือ ปีละประมาณ 3-4 ครั้ง โดยจะมีผู้ประกอบการร้านค้าภายในชุมชนเข้าร่วมประชุมประมาณ 300 คน ดังที่คุณสมาน สุขสมัย กรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายกล่าวไว้ว่า

"ก็ประชุม ปีหนึ่งก็หลายครั้งประมาณ 3-4 ครั้ง แต่ถ้ามีเรื่องเร่งด่วนก็จะเรียกมา และแต่ละร้านจะส่งตัวแทนมา แต่ส่วนมากจะขอให้มาเองเลย และจะมาร่วมประชุมกันที่วัด คนประชุมที่ร่วมประมาณ 300 คน"

(กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

ส่วนการกำหนดวาระการประชุมก็มีกลุ่มแกนนำเป็นผู้กำหนดวาระ และผู้ที่ทำหน้าที่ชี้แจงในที่ประชุม คือ ประธานกรรมการตลาด หรือ กำนันใหญ่ นั่นเอง แต่ที่น่าสนใจคือ วาระการประชุมจะเป็นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม การรักษาความสะอาด ขยะ การอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การปฏิบัติตัวต่อนักท่องเที่ยว การดูแลการจอดรถและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และความสามัคคีของชุมชน ซึ่งมักจะเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกเข้ามาชี้แจงในทุกครั้งที่ประชุม

"เรื่องหลัก ๆ คือ มารยาท ความสะอาด เรื่องความปลอดภัย เรื่องทำอย่างไรจะให้ตลาดน้ำดอนหวายของเราอยู่ยงคงกระพัน เรื่องขอความร่วมมือ เรื่องประสานสามัคคีกลมเกลียว"

(กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 11 สิงหาคม 2548)

"เรื่องเดิม ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชุมชน สวัสดิการ สวัสดิภาพนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย ที่จอดรถ การอนุรักษ์แม่น้ำ อะไรแบบนี้ เพราะเราเป็นชุมชนที่ดังมากในเรื่องการอนุรักษ์แม่น้ำ มีศักยภาพสูง มีงบเยอะ"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ประเด็นการประชุมที่บรรดาแกนนำตลาดฯ ต่างพูดตอกย้ำในเรื่องเดิม ๆ ทุกครั้งที่มีการประชุม เนื่องจากตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นตลาดริมน้ำที่มีชื่อเสียง มีการอำนวยความสะดวกทั้งที่จอดรถและห้องน้ำฟรี และมีชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นพันธมิตรเข้ามาช่วยรณรงค์เรื่องการอนุรักษ์แม่น้ำท่าจีน ดังนั้นเพื่อรักษาภาพลักษณ์อันดีและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาอยู่เสมอ จึงเป็นประเด็นที่จำเป็นต้องกล่าวถึงทุกครั้งที่มีการประชุม และในการชี้แจงของคณะกรรมการในที่ประชุมส่วนใหญ่ ก็มักจะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสมาชิก ทั้งประเด็นเรื่องการรักษาความสะอาด การเก็บขยะซึ่งมีการรณรงค์ให้ทุกร้านค้าใส่ถุงดำและนำไปทิ้งที่รถขนขยะ ที่จะมาจอดทุกเย็นด้านข้าง องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก

"ที่ประชุมเขาก็จะบอกว่า อะไรที่มันสกปรก เขาก็คอยมาชี้แจง เดี๋ยวนี้มันมีขยะเยอะ ของเราก็จะใส่ถุงดำให้ลูกน้องเข็นไปทิ้งรถขนขยะ เดือนนึงเขาเก็บค่าขนขยะเดือนละ 150 บาท"

(เจ้าของร้านเป็ดนายโอ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ : รถขยะที่จอดรอขนขยะในทุกเย็น

นอกจากนี้จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ทำให้ผู้วิจัยพบว่า ด้วยวาระการประชุมซ้ำ ๆ กันบ่อยครั้ง ทำให้ในช่วงปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกเข้าร่วมประชุมลดน้อยลงไป และถึงแม้การประชุมจะมีไม่บ่อยครั้งเหมือนช่วงปีแรก แต่ทุกครั้งที่คณะกรรมการตลาดฯ มีข้อสรุปการประชุมออกมาแล้ว ผู้ประกอบการภายในชุมชนก็พร้อมทำตามเสมอ และถึงแม้จะมีบางข้อสรุปไม่เป็นที่พอใจของสมาชิกบางคน แต่ก็ไม่มีใครกล้าเสนอความคิดเห็นโต้แย้งออกมา เนื่องจากกลัวความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นระหว่างตัวผู้ขัดแย้งกับกลุ่มคณะกรรมการตลาดฯ ดังที่สมาชิกคนหนึ่งของตลาดริมน้ำดอนหวายได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

"มันออกมาในแนวทางแบบสรุป อย่างเราไปก็จะแบบสรุปไปแล้ว และอีกอย่างเป็นคนละรุ่นกัน ทำให้เราพูดไปแล้วก็ขัดแย้งกับเขา แล้วเราจะไปพูดทำไมถ้าเกิดมันขัดแย้งละ ก็เป็นว่าเสียงส่วนใหญ่ว่าอย่างไงก็ว่าตามกัน"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ส่วนสมาชิกบางคนก็ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ในกรณีข้อสรุปของที่ประชุมที่ไม่มีใครกล้าโต้แย้งก็เพราะต่างก็มีผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจด้วยกัน ดังนั้นหากมีใครโต้แย้งก็อาจไม่ส่งผลดีแก่การทำมาหากินในตลาด รวมทั้งแต่ละคนก็เป็นคนดั้งเดิมในท้องที่ รู้จักกันเป็นอย่างดี จึงไม่ต้องการที่จะโต้แย้งออกไป และในส่วนผู้ประกอบการร้านค้าเล็ก ๆ ก็มีความเห็นว่า คำพูดของตนเองมีน้ำหนักน้อยในที่ประชุม ดังนั้น การอยู่เฉย ๆ และทำตามในที่ประชุมน่าจะเป็นคำตอบที่ดีที่สุด

"ส่วนมากไม่มีใครโต้หรอกนะ เพราะผลประโยชน์ร่วมกัน พูดง่าย ๆ ที่ไหน ๆ ก็เหมือนกันทุกที แต่เราไม่มีผลประโยชน์กับเขา เราก็เฉยไว้ คือถ้าเราไปประชุม เราก็นั่งเฉย ๆ ก็ไม่เคยโต้แย้งอะไร เพราะเราไม่มีน้ำหนักอะไร อยากให้ทำอะไรก็ทำตามทั้งนั้นแหละ"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

แต่ในอีกด้านหนึ่งของกลุ่มกรรมการตลาดฯ กลับมีมุมมองที่ตรงกันข้ามกับสมาชิกชุมชน โดยแกนนำคณะกรรมการคนหนึ่งให้ความคิดเห็นว่า การประชุมที่ราบรื่น ไม่มีข้อโต้แย้ง หมายถึงทุกคนเข้าใจไปในทิศทางเดียวกับที่คณะกรรมการต้องการ และทุกคนพร้อมให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ และยังให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า กลุ่มพ่อค้า แม่ค้าที่ค้าขายเป็นคนรุ่นเก่า ที่เข้าใจว่าการมีส่วนร่วมกับชุมชน คือ การทำตามข้อสรุปของที่ประชุม

"ส่วนใหญ่ตามเราหมด คือ ฟังเรา แล้วก็รับปฏิบัติตามที่เราขอทุกอย่าง เพราะคนส่วนใหญ่ก็เป็นแม่ค้าที่เป็นผู้หญิงมีอายุ หัวไม่ได้ทันสมัย ก็จะตามเราหมด ประชุมจบแล้วก็จบกัน ถึงบอกว่ามันไม่เหมือนกับที่อื่น คือ มันจบอย่างสวยงาม เรียบง่าย ทุกคนเข้าใจหมดว่าที่เราทำเนี่ยเพื่ออะไร"

(กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ดังนั้น ทุกครั้งของการประชุมเมื่อมีวาระใดที่เสนอเข้ามา มักจะได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกอยู่เสมอ แต่เมื่อออกจากที่ประชุมไปแล้ว สมาชิกก็เก็บความข้องใจกลับไปด้วย และนำไปวิพากษ์วิจารณ์กันในหมู่กลุ่มคนที่สนิท ๆ เท่านั้น

นอกจากนี้ เนื่องจากกลุ่มคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ประกอบอาชีพค้าขายอยู่ในตลาดริมน้ำดอนหวายด้วย ดังนั้นการพบปะพูดคุย ทักทายกันจึงมีอยู่เสมอระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ และผู้ประกอบการร้านค้าที่เป็นสมาชิกของชุมชน โดยเฉพาะผู้ที่ทำ

หน้าที่เป็นประธานคณะกรรมการตลาด อย่าง กำนันใหญ่และกรรมการแกนนำที่มีเขตรับผิดชอบดูแลบริเวณวัดคงคาราม (ดอนหวาย) อย่างคุณสมาน สุขสมัย ก็มักจะมาเดินตลาดเพื่อดูความเรียบร้อยของพื้นที่อยู่ทุกเสมอ หรือแทบจะทุกอาทิตย์ที่เป็นไปได้ และเมื่อเดินผ่านร้านไหนที่ทำผิดกฎระเบียบของตลาด ก็จะพูดตักเตือนและให้ปฏิบัติใหม่ทันที เพราะการพูดจาสื่อสารกันต่อหน้าแบบส่วนตัวอย่างนี้จะทำให้สมาชิกไม่ต้องอับอายคนอื่น ๆ เหมือนการโดนตักเตือนในที่ประชุม และทำให้ร้านค้านั้น ๆ ยินดีที่จะปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจมากกว่า

"เราจะใช้ใจกับใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรานะ โดยเราพูดตรง ๆ เลยเวลาเราเดินผ่านกันทักทายกันไปมา พอเราเห็นว่าไม่ดี ก็บอกกัน อย่างเฮ้ยร้านสกปรกดูแลหน่อยนะ หรือ ร้านมันยื่นออกมาก็บอกว่า เฮ้ยเขยิบเข้าไปหน่อยดีกว่า ก็คือ เราคุยกันโดยตรงมากกว่า มันได้ผลกว่า"

(กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

"ผมจะใช้วิธีการแบบนี้นะ คือผมจะเดินไปตามร้านต่าง ๆ เลยแล้วก็บอกเลยนะ ให้ทำอย่างนี้ อย่าทำอย่างนี้นะ หรือให้ร้านนี้มาช่วยร้านนี้เรื่องความสะอาด แล้วมันก็ไม่ต้องมีการประชุม คือ ถ้ามีการประชุม คนหมู่มากมันก็มีปัญหา"

(กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

กระบวนการสื่อสารระหว่างแกนนำผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกภายในชุมชนนอกเหนือจากการประชุมแล้ว คือ การเดินตลาดของผู้นำตลาดริมน้ำดอนหวายซึ่งเป็นการสื่อสารที่ถูกใช้มากกว่าการประชุมในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย ทุกคนสามารถพูดคุยกันได้ทั้งกลุ่มคณะกรรมการและบรรดาสมาชิกชุมชน ที่ยิ่งทำให้ต่างมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น พร้อมทั้งได้เอื้อให้กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกภายในชุมชนได้มีโอกาสพูดคุยแสดงความคิดเห็นของตนเองได้โดยตรงมากกว่าการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม เพราะมีบรรยากาศการสื่อสารที่ดี เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และมีความเป็นส่วนตัวในการสื่อสารระหว่างสมาชิกและผู้นำชุมชนมากกว่าในที่ประชุม ดังนั้น สมาชิกจึงกล้าเสนอแนะหรือพูดคุยได้มากกว่า กอปรกับทางคณะกรรมการก็มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่า การพูดจาทักทายกันและบอกกล่าวกันด้วยวาจา และท่าทางที่เป็นมิตรในระหว่างการเดินตรวจตลาดน่าจะได้รับความร่วมมือจากสมาชิกได้เพิ่มขึ้นด้วย ดังเช่นข้อมูลการสัมภาษณ์จากสมาชิกภายในชุมชนที่กล่าวถึงประธานกรรมการตลาดฯ เอาไว้ว่า

"กำนันเป็นประธานกรรมการดูแลตลาด เขาก็เดินดูบ่อย เกือบทุกอาทิตย์ ถ้ามีปัญหาอยากปรึกษาอะไรกับเขา พอเขาเดินมาก็ไปคุยกับเขาได้"

(สมาชิกภายในตลาดเก่า- สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

รูปแบบการสื่อสารในการจัดการเพื่อกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย คณะกรรมการได้ใช้ทั้งการประชุมเพื่อแจ้งข่าวสารและการเดินตลาดเพื่อพูดคุยอย่างเป็นกันเองร่วมกันนั้น ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า การสื่อสารด้วยการพูดคุยขณะเดินตลาดของคณะกรรมการให้ผลสำเร็จในการกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกภายในชุมชนมากกว่า เนื่องจากการได้พูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ และเป็นแบบ face to face ทำให้การสื่อสารมีลักษณะโน้มน้าวใจ ตั้งแต่ในระดับการเปลี่ยนแปลงความรู้คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ประชุม รวมไปถึงเมื่อได้รับข่าวสารและการชี้แจงมากขึ้นจากคณะกรรมการก็สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของสมาชิกให้เป็นไปในด้านบวกเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นการปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจจึงตามมา แต่การพูดคุยอย่างเป็นกันเองในลักษณะนี้ยังมีข้อจำกัด เพราะคณะกรรมการไม่มีเวลามากนักในการเดินชี้แจงให้ทุกคนที่สงสัยในหัวข้อการประชุมได้เข้าใจ ดังนั้น การประชุมเพื่อบอกกล่าวแจ้งข่าวสารความคืบหน้าในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของคณะกรรมการจึงยังมีความจำเป็นต่อไป รวมทั้งยังเป็นการรักษาความเป็นกลุ่มชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายด้วยการมีกิจกรรมร่วมกันคือ การประชุมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในช่วงที่ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ พบว่า กลุ่มแกนนำคณะกรรมการตลาดมีความคิดที่จะจัดกิจกรรมการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ภายในชุมชน ซึ่งเป็นกิจกรรมเชิงรุกที่ทางชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายได้เริ่มทำเป็นครั้งแรกในปีนี้ เนื่องจากกลุ่มคณะกรรมการตลาดฯ ต้องการหารายได้เพื่อสมทบเป็นทุนกองกลางสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคคลสำคัญที่มาเที่ยวตลาดดอนหวาย และเก็บเอาไว้ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวายในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้วยการขายบัตรงานเลี้ยง และให้สมาชิกภายในชุมชนเข้ามาร่วมสังสรรค์กินดื่มร่วมกัน ดังนั้นกลุ่มแกนนำคณะกรรมการตลาดจึงได้ทำหนังสือเชิญประชุมไปยังผู้ประกอบการร้านค้าภายในชุมชนเพื่อเข้าร่วมประชุมพร้อมกันและแจ้งให้ทราบวัตถุประสงค์การประชุมและขอความร่วมมือในการซื้อบัตรงานดังกล่าวด้วย ซึ่งกำนันใหญ่ ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดฯ ได้ให้รายละเอียดงานสังสรรค์ครั้งนี้กับผู้วิจัยว่า

"เอาบัตรขายให้ แล้วก็เอาเงินที่เหลือจากการกินเลี้ยงสนุกสนาน สร้างความสามัคคีกัน เสร็จแล้วก็เอาเงินไปจัดโปรโมทปีต่อปี "

(กำนัน /ประธานกรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

ซึ่งกรรมการคนหนึ่งของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ก็ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของกำนันเช่นกัน เกี่ยวกับการมีเงินกองกลางสำหรับชุมชนเก็บไว้

"เราต้องมีเงินกองกลางไว้ ถ้าสมมติแขกผู้ใหญ่หรือในวังเสด็จ เราไม่มีทุนกองกลางเอาไว้รอรับเสด็จ"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

โดยผู้ประกอบการร้านค้าซึ่งเป็นสมาชิกในตลาดริมน้ำดอนหวายก็ให้ความร่วมมือด้วยการซื้อบัตรกินโต๊ะจีนในงานเลี้ยงกันตามศักยภาพของแต่ละร้าน ถ้าเป็นร้านใหญ่ก็จะเหมาะทั้งโต๊ะ แต่ถ้าเป็นร้านเล็ก ๆ ก็จะซื้อเป็นใบ ๆ

"ก็ช่วยกัน ร้านใหญ่ก็ซื้อเป็นโต๊ะ ร้านเล็กก็ซื้อคนละใบ สองใบก็ได้แล้ว อย่างเราก็ซื้อไป 2 โต๊ะ ผมก็ไปกินกับเขาด้วย"

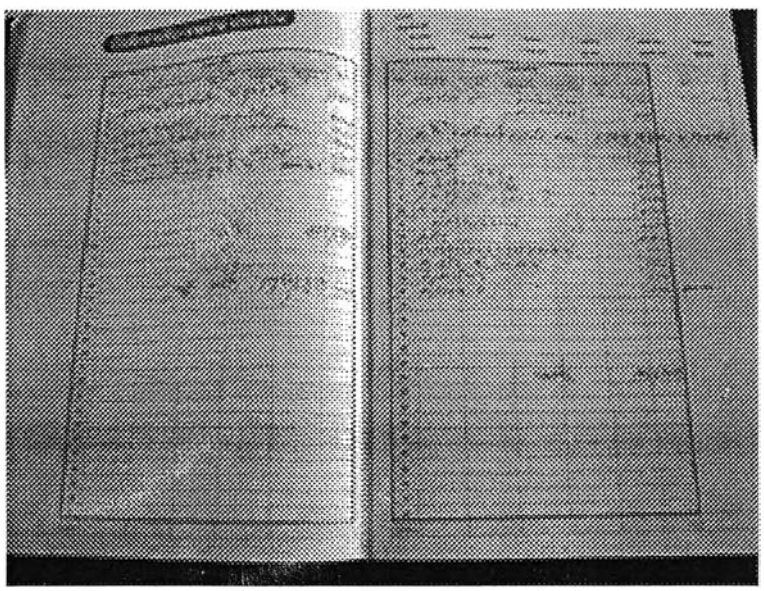
(เจ้าของร้านเป็ดนายโอ - สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

จากข้อสังเกตของผู้วิจัย พบว่า การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์รูปแบบ "โต๊ะจีน" ที่คณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายนำมาใช้ในการหาทุนกองกลางครั้งนี้ เนื่องจากแกนนำคณะกรรมการซึ่งเป็นคนต้นคิดอย่าง "กำนันใหญ่" และสมาชิกส่วนใหญ่ในพื้นที่ตลาดต่างมีเชื้อสายชาวจีนอยู่ด้วย ดังนั้นประเพณีการกินโต๊ะจีนจึงเป็นทางเลือกสำหรับการหาทุนกองกลางของชุมชน พร้อมกันนี้ยังเป็นประเพณีปฏิบัติตามท้องถิ่นทั่วไปของประเทศไทยที่มีกลุ่มชนชาวจีนอาศัยอยู่ ซึ่งได้กลายเป็นรูปแบบงานเลี้ยงสังสรรค์ตามปกติของสังคมไทยไปโดยปริยาย

พร้อมกันนี้ หลังจากการกินเลี้ยง "โต๊ะจีน" แล้วเลขานุการคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายได้ทำหน้าที่เป็นเหรัญญิกคอยตรวจสอบบัญชีรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมในครั้งต่อไป รวมทั้งเป็นการป้องกันข้อครหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความไม่โปร่งใสของบัญชีเงินกองกลางอีกด้วย

"เรากินเลี้ยงไปแล้ว เหลือเงิน 149,000 บาท ที่จะนำไปใช้ในการบริหารจัดการ ตอนนี้ยังไม่ได้ทำเป็นทางการ แต่แจ้งให้ทางประชาสัมพันธ์รู้แล้วนะ"

(เลขานุการคณะกรรมการ – สัมภาษณ์ 11 สิงหาคม 2548)



ภาพ : บัญชีรายรับรายจ่ายงานเลี้ยงโต๊ะจีนชุมชน

นอกจากนี้ จากข้อมูลในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยยังพบอีกว่า กลุ่มแกนนำชุมชนยังได้ใช้ช่องทางการสื่อสารด้วยการใช้เสียงตามสายในการกระตุ้นความร่วมมือของผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเพิ่มเติมด้วย โดยเสียงตามสายได้มีการติดตั้งอยู่ที่ศาลาการเปรียญของวัดดอนหวาย ซึ่งกลุ่มผู้นำชุมชนที่จะไปใช้ก็มีทั้ง กรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายที่เป็นกรรมการวัดดอนหวายด้วย ซึ่งก็คือ คุณชาญศักดิ์ วุฒิสังคะ คุณมงคล ถาวรผล ไวยาวัจกรประจำวัดและมีตำแหน่งเป็นกรรมการของตลาดริมน้ำดอนหวายที่มีเขตการดูแลรับผิดชอบตลาดภายในพื้นที่บริเวณวัด ร่วมกับคุณสมาน สุขสมัย แกนนำหลักของคณะกรรมการตลาดฯ และยังมีประชาสัมพันธ์ประจำวัดดอนหวายอีก 2 คน โดยเนื้อหาที่จะพูดออกผ่านเสียงตามสายจะเป็นเรื่องที่เน้นให้สมาชิกร่วมมือกันในการดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่บริเวณตลาด ดูแลรักษาแม่น้ำด้วยการไม่ทิ้งขยะลงไปในแม่น้ำท่าจีน

"ที่วัดมีเสียงตามสาย ผมก็ไปพูด ขอร้องว่าอย่าทิ้งขยะลงแม่น้ำ เพราะว่าแม่น้ำเป็นสายเดียวของจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เขาเห็นคุณค่าส่วนมากพูดทุกเช้าวันเสาร์ วันอาทิตย์ เป็นประจำ"

(รองประธานกรรมการฯ/ ประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน - สัมภาษณ์ 4 มิ.ย.2548)

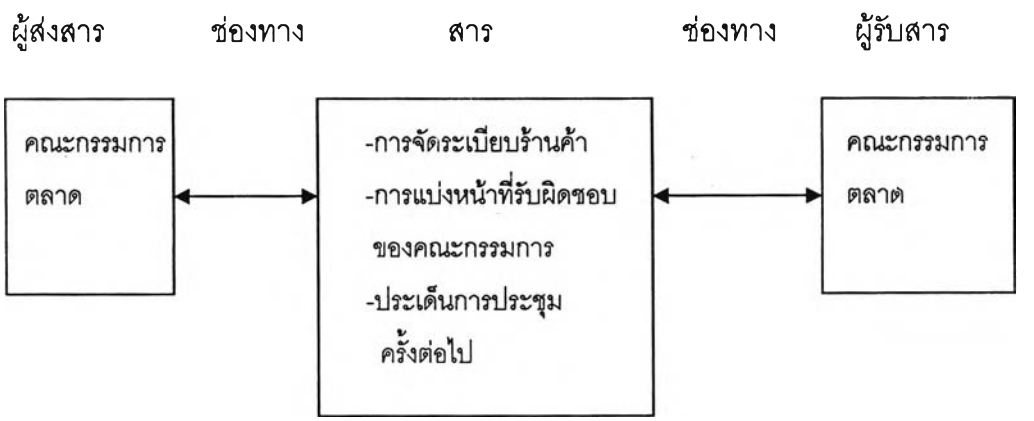
นอกจากนี้ เนื้อหาที่สอดแทรกเข้าไปทุกครั้งที่มีการใช้ช่องทางเสียงตามสายก็คือ ให้พ่อค้า แม่ค้าขายของในราคาถูก สะอาด และให้ร่วมมือกันจัดวางสินค้าหน้าร้านสำหรับการให้ "*ชิมฟรี*" กับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้นให้พ่อค้าแม่ค้าพูดจาดีกับนักท่องเที่ยว โดยการพูดออกเสียงตามสายเพื่อกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย มักจะพูดในช่วงเช้า เวลาประมาณ 9.00 – 9.30 น. ในวันเสาร์ และวันอาทิตย์เป็นหลัก

"*เราประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในตลาดด้วย คือให้มาดอนหวายชิมฟรีได้ ไม่อร่อย ไม่ต้องซื้อ*"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยในวัน-เวลาดังกล่าว พบว่า เป็นช่วงเวลาที่บรรดาพ่อค้าแม่ค้าต่างกำลังวุ่นวายกับการจัดสินค้าและค้าขาย เนื่องจากเริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในตลาดแล้ว ทำให้การสื่อสารผ่านเสียงตามสายในช่วงเวลานี้ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ดังนั้น หากมีการสื่อสารผ่านเสียงตามสายเพื่อกระตุ้นความร่วมมือควรจะเป็นช่วงเวลาที่เช้ากว่านี้และน่าจะเพิ่มวันเวลาการพูดให้มีมากขึ้นในแต่ละสัปดาห์เพื่อให้พ่อค้า แม่ค้าในชุมชนได้รับเนื้อหาสารและเกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น

1.2 <u>กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ</u>



⟷ คือ การพูดคุยโดยตรง

คณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น ประกอบไปด้วยกลุ่มแกนนำที่ได้มีการแต่งตั้งมาจากคนในท้องถิ่นดั้งเดิม ซึ่งมีทั้งประธานคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ กำนันใหญ่ บัญชา วุฒิสังคะ และมีแกนนำหลัก ๆ ที่ให้คำปรึกษาในการจัดการการท่องเที่ยว ดูแลความ

เรียบร้อยของสมาชิกภายในชุมชนและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยมีการแบ่งกลุ่มคณะกรรมการตลาดฯ ดูแลพื้นที่ต่างกันไป โดยในพื้นที่บริเวณจะมีคุณสมาน สุขสมัย ซึ่งเป็นแกนนำคณะกรรมการตลาดฯ และเจ้าของเรือดอนหวายการท่องเที่ยว และคุณมงคล ถาวรผล กรรมการตลาดฯและกรรมการวัด มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบอยู่ ในบริเวณพื้นที่ตลาดเก่า พื้นที่สนามหน้าโรงเรียน และพื้นที่บริเวณศาลเจ้าแม่เซ่งเนี๊ยะ จะมี กำนันใหญ่ (บัญชา วุฒิสังคะ) , คุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ เลขานุการคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายและเจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุค และคุณชาญศักดิ์ วุฒิสังคะ ซึ่งเป็นพี่ชายของกำนันใหญ่ มีตำแหน่งคณะกรรมการตลาด เป็นประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก และประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน ซึ่งกรรมการที่กล่าวนามมาทั้งหมดต่างก็มีกิจการร้านค้าตั้งอยู่ตลาดริมน้ำดอนหวายเช่นกัน และผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวายได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งพื้นที่ดูแลรับผิดชอบของกลุ่มคณะกรรมการกับผู้วิจัยไว้ดังนี้

"ในวัดมีคุณสมาน ไวยาวัจกร ช่วยดูอยู่ แต่ในตลาดนี้จะเป็นกรรมการ คือ ประธานสภา (คุณชาญศักดิ์) ซึ่งเป็นผู้ช่วยผอ.เก่าของผมที่ลาออกไปหลายปี ตั้งแต่ปี 2543 แล้วเป็นประธานชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน เป็นพี่ชายกำนัน แล้วก็มีกำนันบัญชา วุฒิสังคะดูแลอยู่ด้วย"

(ผอ.โรงเรียนวัดดอนหวาย – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มผู้นำชุมชนอย่างคณะกรรมการตลาดฯ นั้น กลุ่มคณะกรรมการได้มีสถานที่สำหรับพูดคุยเพื่อกระตุ้นความร่วมมืออยู่ 2 พื้นที่ด้วยกัน โดยในพื้นที่แรกจะอยู่ที่โต๊ะหินอ่อนใต้ต้นไม้ซึ่งตั้งอยู่หน้าแพปลาหน้าวัดดอนหวาย ซึ่งภายในวงสนทนานี้มักจะประกอบไปด้วย กำนัน และคุณสมาน เป็นหลัก โดยประเด็นการสนทนาส่วนใหญ่จะพูดคุยกันถึงการจัดระเบียบร้านค้าภายในบริเวณวัดให้อยู่ในกฎเกณฑ์ และการประสานงานระหว่างคณะกรรมการที่ดูแลรับผิดชอบในพื้นที่ต่าง ๆ ภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

"กำนันจะชอบมานั่งคุยกันใต้ต้นไม้กับคุณสมานเป็นประจำทุกอาทิตย์ ตอนเช้าหรือบ่าย ๆ พอเรามาเจอ ก็รวมหัวกันเลย ก็คุยกันไปนั่งกินน้ำชากันไป"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

โดยทั่วไป ถึงแม้จะมีกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นมาถึง 18 คน แต่ผู้ที่ยังทำหน้าที่เป็นหลักจะมีเพียงไม่กี่คนเท่านั้น คือ กำนัน ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาด และคุณสมาน สุขสมัย กรรมการตลาดและกรรมการวัด ที่จะดูแลเฉพาะในบริเวณวัดเท่านั้น ดังนั้นการพูดคุยจึงจำกัดเขตความ

รับผิดชอบเฉพาะร้านค้าในบริเวณวัดเท่านั้นว่า ร้านไหนทำถูกกฎระเบียบดีแล้ว หรือว่าร้านไหนจำเป็นต้องตักเตือนเพื่อให้ปรับปรุงร้านค้าตนเองให้ดีขึ้น

"ส่วนใหญ่จะคุยกับกำนันในเรื่องเกี่ยวกับ ว่าเออคนนั้นดี ตรงนี้ดี อันนั้นต้องแก้ไข แต่ส่วนใหญ่ก็ไม่ได้แก้ไขนะ คือ ที่นี่กรรมการมันน้อย มันก็ไม่ค่อยมีปัญหา คือ ถ้ากรรมการเยอะ ปัญหามันก็เยอะ"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ส่วนอีกพื้นที่สำหรับการพูดคุยกันของกลุ่มคณะกรรมการจะอยู่ที่แพหน้าท่าจอดเรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุคของคุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ ซึ่งมีตำแหน่งเป็นเลขานุการคณะกรรมการตลาดฯ และผู้นำชุมชนบางกระทึกนั้น จะมีลักษณะเป็นเหมือนสภากาแฟสำหรับแกนนำคนอื่น ๆ ที่เข้ามาพูดคุย อ่านหนังสือพิมพ์ และมานั่งล้อมวงที่โต๊ะไม้เพื่อพูดคุยกันเกี่ยวกับประเด็นที่น่าจะมีการบรรจุลงไปในการประชุมในแต่ละครั้ง

"เป็นแพธรรมดานี่แหละ ผมทำที่อ่านหนังสือพิมพ์ เป็นที่ประชุมของกรรมการ เอาไว้รับแขก ใครเดินไปเดินมา ถ้าเมื่อยก็มาที่นี่ มาอ่านหนังสือพิมพ์"

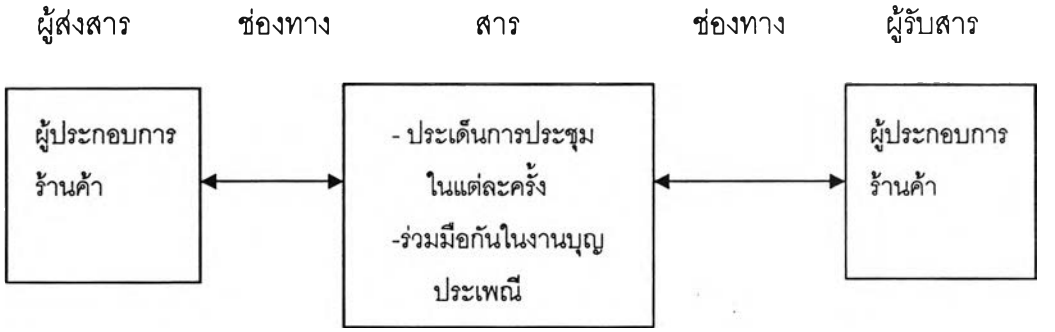
(เลขานุการกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ของผู้วิจัย ได้พบว่า ในปัจจุบันตลาดริมน้ำดอนหวายเริ่มมีการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในชุมชนดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การพบปะพูดคุยกันระหว่างกรรมการตลาดฯ ลดน้อยลงไป เพราะต่างก็มีกิจการค้าขายอยู่ภายในตลาดจึงไม่มีเวลาที่จะมาร่วมพูดคุยกันเหมือนเมื่อเริ่มก่อตั้งอีก ดังนั้นแกนนำหลัก ๆ ที่ยังทำหน้าที่กรรมการตลาดฯ ต่อไปคือ กำนันใหญ่ และคุณสมาน สุขสมัย

"กรรมการมันมี แต่เขาไม่ได้ทำงาน มีกรรมการตั้ง 18 คน แต่เขาไม่เคยมาเหลียวแลมาดูเลย เราก็ตั้งเอาไว้แค่นั้นเองว่าเป็นกรรมการ แต่กรรมการบริหารก็ผมกับกำนันดูอยู่ "

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

1.3 <u>กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของชุมชน</u>



◄——► คือ การพูดคุยโดยตรง

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์และการสังเกตจากการทำกิจกรรมค้าขายของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดริมน้ำดอนหวายของผู้วิจัย พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าที่เป็นสมาชิกภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งประกอบอาชีพค้าขายกระจายอยู่ในพื้นที่ทั้ง 4 เขตของตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ เขตบริเวณพื้นที่วัด เขตบริเวณสนามโรงเรียน เขตบริเวณตลาดเก่า และบริเวณศาลเจ้าแม่เช่งเนี้ยะ มักจะวุ่นวายกับการประกอบอาชีพของตนเองตลอดทั้งวัน จึงไม่มีเวลามาพูดคุยกันมากนัก ประกอบกับในช่วงปัจจุบันหลายร้านค้าต่างปิดร้านในช่วงเย็นแล้วเดินทางออกไปพักที่บ้านซึ่งตั้งอยู่ข้างนอกชุมชนแทบทั้งสิ้น ทำให้การพบปะพูดคุย มีน้อยลงไป

"โดยมากคนในตลาดก็ไม่อยู่ในตลาดกันแล้วนะ ไปซื้อบ้านข้างนอกกันหมดแล้ว ตลาดตอนเย็นก็ปิดกันหมด น้อยบ้านที่ยังอยู่ในตลาด"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

ดังนั้น โอกาสการพูดคุยระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าที่เป็นสมาชิกภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายจะมีขึ้นหลังจากมีการประชุมเสร็จแล้ว โดยอาศัยเวลาในช่วงเย็นหลังจากร้านค้าปิดแล้ว ซึ่งผู้ประกอบการร้านค้าที่ไปร่วมประชุมจะเป็นผู้มาบอกข่าวสารข้อมูลที่ได้รับมาจากการประชุมให้กับผู้ประกอบการร้านค้าคนอื่น ๆ ที่ไม่ได้เข้าไปร่วมประชุมด้วย เนื่องจากติดภารกิจประกอบอาชีพและไม่มีตัวแทนเข้าร่วมประชุม ดังนั้นการบอกข่าวสารแก่เพื่อนบ้านซึ่งเป็นผู้ประกอบการและสมาชิกชุมชนเดียวกัน จึงเป็นกระจายข่าวสารจากที่ประชุมให้ทราบอย่างทั่วถึงกัน ซึ่งสมาชิกคนหนึ่งที่อาศัยอยู่ในเขตตลาดเก่าได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า

"ตอนประชุมก็ไม่ได้ไปทุกร้าน แล้วแต่บ้านนะ ใครไม่ว่างก็ไม่ไป แต่ถ้าเราไปแล้ว เราก็มาคุยเล่าสู่กันฟังว่า ประชุมเรื่องอะไร ให้ทำอะไร อย่างป้าไปประชุมมา เขาก็มาถาม เราก็คุยต่อไป ก็บอกกันต่อ ๆ ไปไม่ได้ไปกันหมดหรอก เพราะบางคนเขาไม่มีคนอยู่บ้าน เขาก็ไม่ไป"

(สมาชิกในตลาดเก่า – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

การสื่อสารผ่านคำพูดจากคนที่ไปประชุมถึงคนที่ไม่ได้ไป ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การสื่อสารด้วยคำพูดไม่สามารถครอบคลุมหัวข้อการประชุมทั้งหมดได้ เนื่องจากผู้ที่ประชุมมักจะกล่าวถึงประเด็นที่ตนเองสนใจเป็นหลักและเป็นหัวข้อเด่นในที่ประชุมมากว่า จึงเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารไม่สามารถเก็บรายละเอียดเนื้อหาข่าวสารทั้งหมดมาส่งต่อถึงผู้รับสารได้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มสมาชิกไม่นิยมเก็บจดหมายการประชุมหรือการสรุปผลการประชุมเอาไว้ เนื่องจากมองว่าไม่ใช่เอกสารสำคัญสำหรับตนเองมากนัก

ส่วนโอกาสการพูดคุยระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ผู้วิจัยพบว่า ยังมีอีกช่วงเวลาหนึ่ง นั่นคือ ช่วงโอกาสพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ อาทิ วันสงกรานต์ วันผู้สูงอายุ หรือวันลอยกระทง ที่ทางคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายได้ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก วัดดอนหวาย และโรงเรียนวัดดอนหวายร่วมกันจัดงานขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ภายในชุมชนได้มีเวลาออกมาพบปะเจอะเจอและมีส่วนร่วมในงานบุญประเพณีของชุมชน

"กิจกรรมมีวันลอยกระทง พอสงกรานต์ก็จัด วันผู้สูงอายุ 17 เมษายนของชุมชน โดยทาง อบต.ก็ประสานงานกับโรงเรียนและวัดด้วย มีการกราบไหว้ผู้เฒ่า ผู้แก่ สรงน้ำพระเป็นธรรมเนียม กิจกรรมส่วนใหญ่ไม่หวือหวาอะไร เป็นวิถีชีวิตรดน้ำดำหัว เป็นกิจกรรมภายในชุมชน"

(อ.บุญมี อบเชย รร.วัดดอนหวาย – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

งานบุญประเพณีที่จัดขึ้นแต่ละครั้ง ต่างมีวัตถุประสงค์มุ่งหวังให้ทุกคนภายในชุมชนได้มาพบปะเจอะเจอกัน และร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อประสานความสามัคคีภายในชุมชน ซึ่งในทุกงานบุญประเพณี ผู้ประกอบการร้านค้าภายในชุมชนก็มักให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีด้วยการนำสินค้าที่ตนมีอยู่ทั้ง อาหาร ขนม และผลไม้มาร่วมในงานบุญด้วย

"งานลอยกระทง หรือเข้าพรรษา อะไรก็แล้วแต่ที่เป็นงานทำบุญ ก็บอกแม่ค้าไปว่าช่วยกันได้ไหม เอาใครอยากทำบุญ ใครมีผลไม้เอามาช่วยกันทำบุญ ใครทำขนมก็เอามา มาทำกับข้าว

เลี้ยงพระ คือทุกอย่างที่ทำร่วมกัน ก็จะมาร่วมกันหมด ไม่ว่าจะมีงานอะไร ขอความร่วมมือจากแม่ค้าก็ประมาณ 90% ที่ได้รับความร่วมมือในทุกครั้งที่ขอไป"

(กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

2. สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

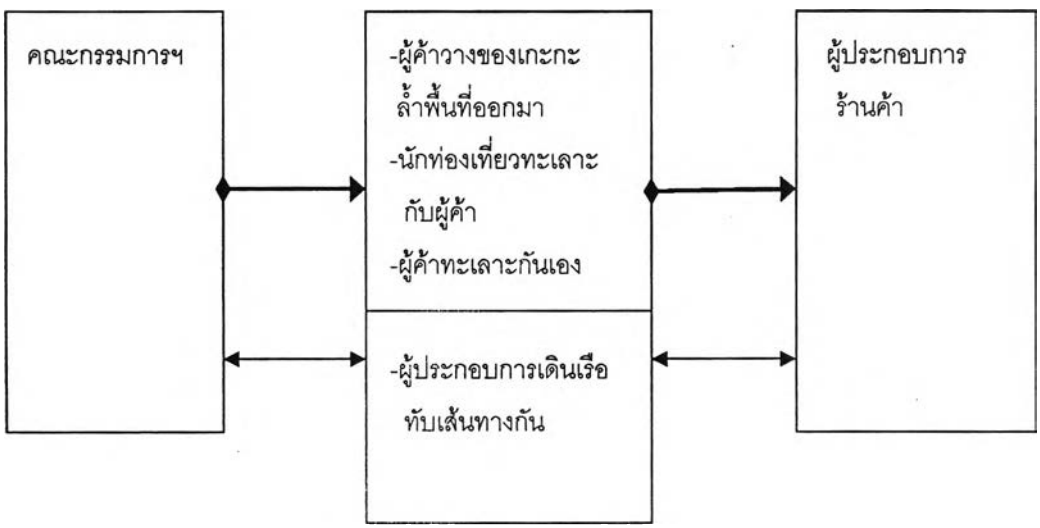
ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน เป็นการสื่อสารภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชนโดยเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯ กับผู้ประกอบการร้านค้าที่เป็นสมาชิกชุมชน

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีกรณีขัดแย้งกันน้อยครั้งมากและมักจะไม่ใช่สถานการณ์ที่มีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรงแต่อย่างใด โดยทั่วไปเหตุการณ์ที่มีข้อขัดแย้งมักเป็นสถานการณ์เกี่ยวข้องกับร้านค้านำส้มโอจากถิ่นอื่นเข้ามาขายแล้วอ้างว่าเป็นส้มโอนครปฐม สถานการณ์ที่เกิดข้อร้องเรียนจากผู้ซื้อสินค้าที่กล่าวว่าสินค้าของตลาดริมน้ำดอนหวายไม่ได้มาตรฐาน สินค้าเน่าเสีย สถานการณ์นักท่องเที่ยวทะเลาะกับแม่ค้า สถานการณ์ผู้ประกอบการไม่ยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด สถานการณ์ที่มีผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันจำต้องมีการตกลงกันก่อน และการร้องทุกข์ของผู้ค้ากับประธานกรรมการตลาดฯ ซึ่งในแต่ละสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งเกิดขึ้นมานั้น ผู้วิจัยพบว่า เป็นปัญหาที่คณะกรรมการพบเห็นเอง และได้รับการร้องเรียน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอกระบวนการสื่อสารในสถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารระหว่างแกนนำชุมชนและผู้ประกอบการ โดยได้แบ่งการสื่อสารออกตามกรณีที่พบปัญหาเป็น 2 ลักษณะคือ กรณีข้อขัดแย้งที่คณะกรรมการพบเอง กรณีที่ได้รับการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว สื่อหนังสือพิมพ์ และผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน ดังนี้

2.1 <u>กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับผู้ประกอบการ</u>

- **กรณีคณะกรรมการพบเอง**

ผู้ส่งสาร ช่องทาง สาร ช่องทาง ผู้รับสาร



◆⟷ คือ การสั่งการด้วยคำพูด

⟷ คือ ไกล่เกลี่ย พูดกันโดยตรง

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า ในประเด็นปัญหาที่คณะกรรมการเข้าไปแก้ไขข้อขัดแย้ง เมื่อพบเห็นด้วยตนเอง โดยในกรณีแรกคือ ผู้ประกอบการร้านค้าวางสินค้าเกะกะ ล้ำเส้นที่คณะกรรมการตลาดฯ ขีดเส้นแบ่งให้ไว้ ซึ่งกรณีเช่นนี้มักจะเกิดขึ้นกับผู้ค้าขายในพื้นที่บริเวณวัด เนื่องจากกรรมการได้จัดสรรพื้นที่และเขตเส้นแบ่งแต่ละร้านเอาไว้แล้ว แต่บางครั้งก็มีผู้ค้าขายบางรายวางของล้ำเส้นที่ขีดเอาไว้ออกมา ซึ่งหากกรรมการเดินเข้ามาพบก็จะตักเตือนก่อนเป็นอันดับแรกและจะสั่งให้เก็บสินค้าเข้าไปอยู่ในเขตของตนเองทันที แต่ถ้าครั้งต่อไปกรรมการเดินมาพบว่าผู้ค้าขายรายเดิมยังวางของล้ำเส้นและไม่สนใจที่จะปฏิบัติตามที่บอกไว้แล้ว กรรมการก็จะใช้มาตรการขั้นต่อไป นั่นคือ สั่งให้ผู้ค้ารายนั้นเลิกขายและให้ออกไปจากตลาด ซึ่งทางที่ปรึกษากรรมการตลาดฯ ได้ให้ข้อมูลด้านนี้กับผู้วิจัยไว้ดังนี้

"คณะกรรมการจะเตือนก่อน เช่น ถ้ามาวางของขวางทางตามที่จัดช่องจราจรเอาไว้ ถ้าคุณปฏิบัติตามข้อตกลงไม่ได้ แย่งกันค้าขาย ก็มีให้ออกไป"

(ที่ปรึกษากรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

ส่วนในพื้นที่ภายในเขตโรงเรียนวัดดอนหวาย ก็เคยประสบปัญหาความขัดแย้งอันเนื่องมาจากผู้ค้าในพื้นที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ คือ นำปลามาตากแดดในช่วงวันธรรมดาที่มีเด็กนักเรียนมาเรียน ซึ่งทางผู้อำนวยการโรงเรียนผู้มีอำนาจในพื้นที่และมีตำแหน่งเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายจึงแก้ปัญหาด้วยการเรียกผู้ค้าที่ตากปลามาคุยและสั่งให้กลับไปปฏิบัติตามกฎระเบียบที่วางเอาไว้ใหม่ คือ ไปตากปลาที่ท้ายวัด และอนุญาตให้ตากปลาในโรงเรียนได้เฉพาะในวันเสาร์ อาทิตย์ที่ไม่มีเด็กนักเรียนมาเรียนเท่านั้น แต่กรณีนี้ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวายใช้การพูดจาที่นุ่มนวลมากกว่าที่กรรมการตลาดฯตักเตือนสมาชิก เนื่องจากโรงเรียนไม่ได้เก็บค่าเช่าแผงร้านค้าที่ตั้งอยู่ในเขตสนามโรงเรียน เพราะโรงเรียนยังต้องการการสนับสนุนจากกลุ่มแม่ค้า พ่อค้าให้ช่วยสนับสนุนโรงเรียน ยามเมื่อโรงเรียนมีกิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือด้านงบประมาณ และอุปกรณ์การศึกษาต่าง ๆ

"ถ้าผมเห็น ผมก็เรียกมาคุยเลย เชิญเจ้าของร้านที่ตากปลาทั้งหมดมาพบ ผอ.หน่อย เพราะอยู่ในเขตโรงเรียน ผมบอกให้ไปทำตามแผน ทำให้ถูกต้อง แล้วทางโรงเรียนก็ไม่ได้เก็บค่าเช่าแผงด้วย"

(ผอ.โรงเรียนวัดดอนหวาย – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

ในกรณีที่ผู้ค้าในตลาดริมน้ำดอนหวายมีปัญหาขัดแย้งกับนักท่องเที่ยว เช่น ลูกค้าต่อราคามากหรือตำหนิสินค้าต่อหน้าคนขาย และทำให้ผู้ขายอดใจไม่ไหวจนเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกัน ซึ่งเมื่อกรรมการพบ หรือกำนันได้ทราบเรื่องจากกรรมการ เนื่องจากกำนันก็มีธุรกิจแพกำนันใหญ่อยู่บริเวณสนามโรงเรียนวัดดอนหวายอยู่แล้ว ดังนั้น กำนันจะเข้าไปจัดการคลี่คลายปัญหาด้วยตนเอง และถ้าพบว่าผู้ค้าผิดจริง ก็จะทำการภาคทัณฑ์เป็นอันดับแรกด้วยการให้หยุดขายไปก่อน 1 อาทิตย์ นอกจากนี้จากข้อมูลการสัมภาษณ์กรรมการชุมชน พบว่า ในกรณีนี้มักเกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับแม่ค้าต่างถิ่นที่เข้ามาขายในพื้นที่ และไม่ค่อยสนใจในกฎระเบียบของคณะกรรมการตลาดฯ มากกว่าผู้ค้าในท้องถิ่นดั้งเดิม

"ถ้าแม่ค้าผิดจริงก็จะคาดโทษให้หยุดขาย 1 อาทิตย์ แต่ถ้ามีอีกก็ให้หยุดไปเลย แต่ส่วนใหญ่ที่ผิดจะไม่ใช่แม่ค้าท้องถิ่น คือแค่ลูกค้าติ ชม ก็เป็นเรื่องกัน เพราะบางคนรับไม่ได้"

(สมาชิกตลาด – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

แต่ในบางกรณี เมื่อกรรมการพิจารณาแล้วพบว่านักท่องเที่ยวผิด คือ ไปต่อว่าแม่ค้าก่อน แล้วแม่ค้าอดใจไม่ไหวตอบโต้มาทีหลัง ก็จะมีการตักเตือนแม่ค้า ให้ภาคทัณฑ์เช่นกัน แต่ถ้าแม่ค้าคนเดิมเกิดกรณีดังกล่าวอีกก็จะให้ออกไปทันที แต่ที่ผ่านมาในกรณีนี้ ยังไม่ถึงกับไล่ออกไป มีเพียงตักเตือนเท่านั้น

"ถ้าเกิดมีร้านไหนไปทะเลาะกับลูกคาปุ๊บ เราจะพิจารณาว่ามันรุนแรงไหม เป็นเพราะอะไร ใครผิด ใครถูก ต้องดูที่การตัดสิน ไม่ใช่แม่ค้าผิดอย่างเดียว ถ้านักท่องเที่ยวผิด แล้วแม่ค้าอดใจไม่ไหว ก็ต้องตักเตือน แล้วภาคทัณฑ์ก่อน ต่อไปก็ไล่ออก แต่ที่ผ่านมาไม่มีให้ออกไป มีแต่ตักเตือนเท่านั้นเอง"

(กรรมการวัด / กรรมการตลาด – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

สำหรับกลุ่มผู้ค้าซึ่งเป็นชาวสวนในพื้นที่ขายบริเวณวัด จากข้อมูลการสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มผู้ค้าเหล่านี้มีความคิดเห็นว่า การขัดแย้งกับนักท่องเที่ยวจะยิ่งทำให้ภาพลักษณ์ของตลาดริมน้ำดอนหวายเสีย และอาจส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากเดินทางเข้ามาเที่ยวในตลาดริมน้ำดอนหวายอีก ดังนั้น กลุ่มผู้ค้าผลไม้ท้องถิ่นบริเวณวัดจะพยายามหลีกเลี่ยงการปะทะกับนักท่องเที่ยว ด้วยการเงียบ ไม่โต้ตอบเมื่อเกิดการไม่พอใจการต่อรองสินค้าจากนักท่องเที่ยวแทน

"ไม่ได้หรอก อย่าไปขัดแย้งกับลูกค้า ถ้าเราไม่พอใจ เราก็เฉย ๆ ไปสัก อย่าไปมีอะไรกับเขาทั้งนั้น ถ้าเขาพูดไม่ดี เราก็ไม่ขาย แต่ไม่ไปต่อว่าอะไรเขานะ เดี๋ยวเขาไม่มาดอนหวาย"

(แม่ค้าส้มโอบริเวณวัด – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

ส่วนกรณีการทะเลาะเบาะแว้งระหว่างผู้ค้าด้วยกันนั้น เป็นกรณีที่รุนแรงและสร้างความเสื่อมเสียให้กับตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนั้นหากเกิดกรณีเช่นนี้ขึ้นมา กรรมการตลาดฯ จะใช้มาตรการลงโทษคือ ให้ออกไปทันที เนื่องจากคณะกรรมการต้องการให้เป็นกรณีตัวอย่างด้วยการลงโทษเพื่อให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ กลัวและไม่ทะเลาะกันเองอีก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลที่เป็นแม่ค้าส้มโอบริเวณได้ยืนยันกรณีดังกล่าวกับผู้วิจัย ดังนี้

"ก็ถ้าทะเลาะกัน ก็ให้ออกไปเลย ไม่มีการภาคทัณฑ์ หรือคาดโทษนะ ให้ออกไปเลย ให้หยุดขายไปเลย แล้วมีคนอยากมาขายที่นี่เยอะด้วย คนขายไม่กล้าหรอก"

(แม่ค้าส้มโอบริเวณวัด – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

ปัจจุบัน จำนวนพ่อค้า แม่ค้าในตลาดดอนหวายมีทั้งกลุ่มในพื้นที่ และคนนอกพื้นที่ในอัตราส่วนประมาณ 70% ต่อ 30% และยังมีพ่อค้า แม่ค้าอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมากที่สนใจอยากเข้ามาค้าขายภายในตลาด แต่เนื่องจากพื้นที่มีจำกัด จึงรองรับจำนวนผู้ค้าได้เพียง 500 กว่ารายเท่านั้น และนี่ยิ่งเป็นจุดสำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้ค้าในตลาด โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ต้องเช่าพื้นที่ขายภายในบริเวณวัด และสนามโรงเรียนวัดดอนหวายไม่กล้าที่จะมีปัญหาความขัดแย้งใด ๆ เนื่องจากมาตรการที่คณะกรรมการใช้คือ อันดับแรกคือตักเตือน ต่อมาสั่งให้เลิกขายและให้ออกไปหากผู้ค้ารายเดิมมีกรณีขัดแย้งมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป

สำหรับกรณีสุดท้ายที่คณะกรรมการพบและเข้าไปแก้ปัญหา คือ กรณีการประกอบธุรกิจการล่องเรือทับเส้นทางกัน โดยภายในบริเวณตลาดฯ จะมีผู้ประกอบการล่องเรืออยู่ 3 รายด้วยกัน คือ เรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุคการท่องเที่ยว เรือดอนหวายการท่องเที่ยว และเรือมิตรสายชลการท่องเที่ยว โดยเรือศรีสวัสดิ์การท่องเที่ยว คือเจ้าแรกที่บุกเบิกการล่องเรือในแม่น้ำท่าจีน และดำเนินการล่องเรือทั้งสองเส้นทางคือ เส้นทางแรกไปวัดไร่ขิง คือ วัดดอนหวาย – วัดท่าพูด – วัดไร่ขิง – วังปลา – บ้านเรือนไทยโบราณ ส่วนเส้นทางที่สองไปทางนครชัยศรี โดยมีเส้นทางเดินเรือคือ วัดดอนหวาย – วัดทรงคะนอง – วัดหอมเกร็ด – วังมัจฉาแห่งใหม่ และเมื่อมีอีกสองรายหลังขอเข้ามาร่วมแบ่งการเส้นทางล่องเรือ ก็ทำให้กำนัน ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดฯ เรียกทั้งสามเจ้ามาพูดจาตกลงกันต่อหน้า เนื่องจากผู้ประกอบการทั้ง 3 รายต่างเป็นคนในท้องถิ่น รู้จักกันมานาน และยังเป็นแกนนำการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดร่วมกันอีก ดังนั้น เมื่อกำนันเข้ามาเป็นตัวกลางไกล่เกลี่ยปัญหา ก็ทำให้ทั้งสองฝ่ายต่างเกรงใจกันและสามารถตกลงกันได้ด้วยดี

"ผมเรียกทั้งสองเจ้ามาคุยกันเลย ถามเขาว่า กิจการดีไหมเขาก็บอกว่าดี ผมก็ว่า เออ กิจการดีแล้วทะเลาะกันทำไม เขาก็พูดกันไม่ออก เขาก็เข้าใจกัน กลับไปทำมาหากินต่อได้"

(กำนันใหญ่/ประธานกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

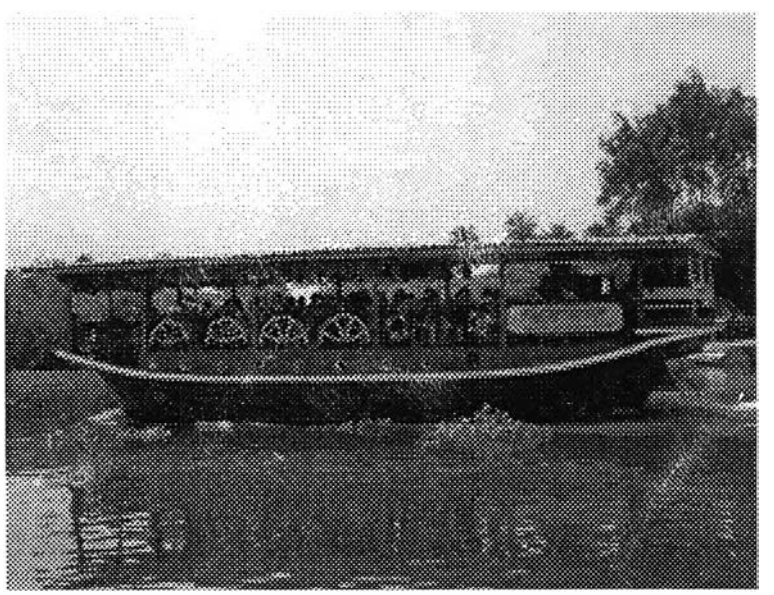
"เราจะคุยกัน แบ่งกัน เพราะเรารู้จักกันทั้งนั้นเลย เป็นคนในพื้นที่รู้จักมักคุ้นกันมานาน ตั้งแต่เขายังเด็ก แล้วทุกวันนี้ยังคุยกันได้ มองหน้ากันได้"

(เจ้าของเรือดอนหวายการท่องเที่ยว – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

การพูดจาตกลงกันต่อหน้า ทำให้ทุกคนตกลงกันได้ โดย เรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุคยอมสละเส้นทางล่องเรือที่สองซึ่งไปทางนครชัยศรี ให้กับเรือดอนหวายการท่องเที่ยวและมิตรสายชลการล่องเรือไปได้ทั้งสองเส้นทาง

"ก็คุยกันเลย แต่มีข้อแม้ว่าผมไปทางนี้ เพราะผมเป็นผู้บุกเบิก คุณไปทางโน้น เพราะคุณมาใหม่ เดี๋ยวมันจะหากินกันไม่ได้ ถ้าคุณเช่าเหมาลำจะไปทางเหนือ ไปใต้ก็ได้ เวลานี้ท่าเรือก็เลยไม่มีปัญหา"

(เจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุค – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

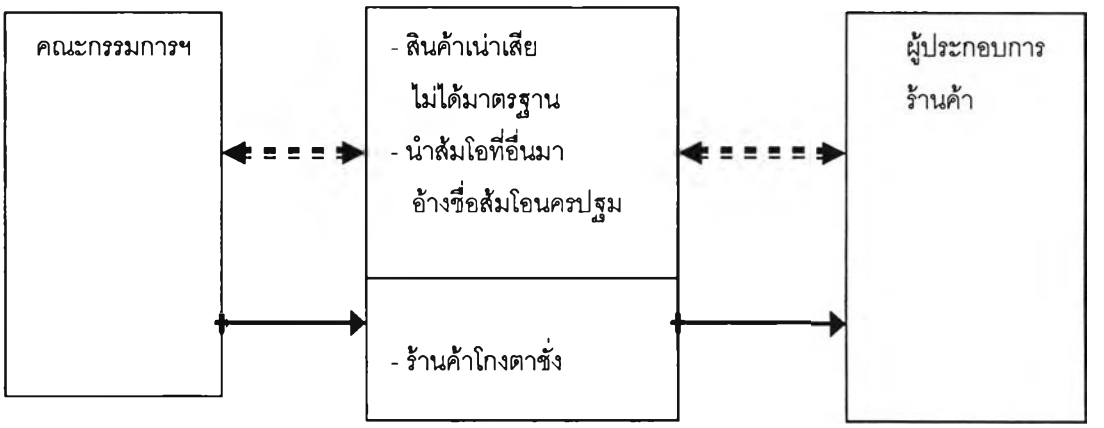


ภาพ : การเดินเรือท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในตลาดริมน้ำดอนหวาย

ปัญหาความขัดแย้งในการเดินเรือทับเส้นทางในครั้งนี้ได้รับการแก้ไขบนโต๊ะเจรจาที่พูดจาตกลงกันระหว่าง 3 ฝ่าย คือ กำนัน ซึ่งเป็นคนกลาง และคู่กรณี ก็ทำให้การแบ่งเส้นทางการล่องเรือเป็นไปอย่างสันติ ไม่เกิดการขัดแย้งที่รุนแรงแต่อย่างใด ซึ่งเป็นกรณีเดียวของชุมชนที่ใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการด้วยการมีคนกลางเข้ามาไกล่เกลี่ย ด้วยการหวังผลให้การสื่อสารในการจัดการกับปัญหาดังกล่าวช่วยสร้างความสัมพันธภาพอันดีระหว่างทั้งสองฝ่าย และเกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อให้การเดินเรือภายในชุมชนเป็นไปอย่างราบรื่นต่อไป

- **กรณีคณะกรรมการได้รับการร้องเรียน**

ผู้ส่งสาร ช่องทาง สาร ช่องทาง ผู้รับสาร



◄= = ► คือ การประชุมตักเตือน

◄——► คือ การสั่งการด้วยคำพูด

สำหรับปัญหาที่คณะกรรมการได้รับการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวในกรณีแรกนั้น เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในตลาดริมน้ำดอนหวายและซื้ออาหารกลับไป แต่แล้วอาหารที่ซื้อไปเกิดเน่าเสีย นักท่องเที่ยวก็จะมาร้องเรียนกับประชาสัมพันธ์ของวัดดอนหวายซึ่งนั่งประจำอยู่ที่เครื่องเปิดเสียงตามสายในศาลาการเปรียญของวัดและทางประชาสัมพันธ์วัดจะมาบอกกับกรรมการอีกทีหนึ่ง แต่ในบางกรณีนักท่องเที่ยวก็จะไปร้องเรียนและลงข่าวกับหนังสือพิมพ์ และเมื่อกรรมการคนใดคนหนึ่งเจอข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ก็จะมาบอกกับกำนัน ดังนั้น ทางกำนันพร้อมด้วยแกนนำกรรมการอย่างคุณสมาน สุขสมัย และคุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ ก็จะทำหนังสือเรียกผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกของชุมชนเข้ามาประชุม โดยในที่ประชุมก็จะกล่าวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเสียชื่อเสียง โดยแกนนำอย่าง กำนัน จะเป็นผู้ทำหน้าที่ชี้แจงให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งต้องการหาร้านค้าที่เป็นสาเหตุในเรื่องดังกล่าว แต่ก็ไม่มีร้านใดที่ออกมารับผิดในเรื่องนี้ ซึ่งสมาชิกคนหนึ่งของชุมชนได้ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยถึงกรณีดังกล่าว โดยระบุว่าเป็นการกล่าวหาร้านค้าที่หาคนทำผิดไม่ได้ ดังนี้

"บางทีคนมาซื้อของไปแล้วเจอของไม่สะอาด เพราะมีร้านจากที่อื่นมา เขาก็เรียกไปตักเตือน ไปประชุมกันนะ แต่ว่ามันไม่ใช่ร้านในท้องที่ก็ไม่รู้ว่าร้านไหน เขาก็เรียกไปพวกแม่ค้าไปอบรมนะ แล้วอีกอย่างมีลงในหนังสือพิมพ์ว่ามาซื้อของที่ดอนหวาย แล้วของที่นั่นเสีย แต่เขาไม่ระบุว่าของใคร มันมาลอย ๆ อย่างนี้"

(สมาชิกตลาดฯ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

จากปัญหาดังกล่าว ทำให้คณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายออกคำสั่งทางวาจา โดยบังคับให้ทุกร้านค้าภายในตลาดริมน้ำดอนหวายติดป้ายชื่อร้าน เพื่อให้มั่นใจได้ว่า หากมีปัญหาเช่นนี้เกิดขึ้นอีก ลูกค้าก็จะสามารถจดจำชื่อร้านและร้องเรียนมาที่ประชาสัมพันธ์ที่วัดดอนหวายโดยระบุชื่อได้เลย และต่อไปคณะกรรมการก็จะสามารถเอาผิดกับร้านค้าได้ทันที

"ทุกร้านต้องขึ้นป้ายชื่อ ต้องขึ้นป้ายราคา ถ้าเกิดปัญหามันมาแล้วระเบียบก็จะเกิดตาม เรามีป้ายชื่อ ขึ้นเบอร์โทรศัพท์ด้วย เราบังคับว่าต้องมี"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

จากการแก้ปัญหาดังกล่าว คณะกรรมการต่างเห็นพ้องกันว่า เหมือนกับการยิงปืนได้นกสองตัว เนื่องจากเป็นการป้องกันพ่อค้า แม่ค้าเอาเปรียบนักท่องเที่ยว และยังเป็นการป้องกันตลาดน้ำแห่งอื่นกลั่นแกล้ง ด้วยการกล่าวลอย ๆ กับสื่อมวลชนให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเสียหายอีกด้วย

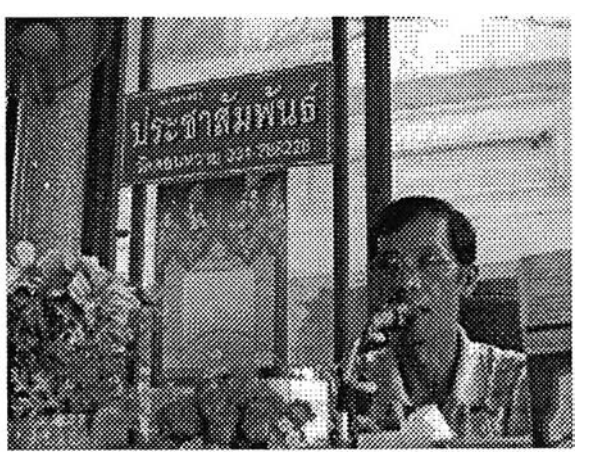
นอกจากนี้ ผู้ค้าขายส่วนใหญ่ที่อยู่ในตลาดริมน้ำดอนหวายจะเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิม และมีส่วนน้อยที่เป็นคนต่างถิ่นเข้ามาตั้งโต๊ะ หรือเช่าแผงหน้าบ้านเป็นสถานที่ค้าขาย ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์กันอย่างหนาแน่น ทำให้สินค้าขึ้นชื่อ อย่าง ส้มโอนครชัยศรี ขายดีจนขาดตลาดไปในบางครั้ง และทำให้แม่ค้าผลไม้บางส่วนซึ่งไม่ใช่ชาวสวนผลไม้ที่นำผลไม้มาขายโดยตรง ก็มักเดินทางออกไปรับซื้อส้มโอจากถิ่นอื่นและนำมาบอกกับนักท่องเที่ยวว่าเป็น ส้มโอนครชัยศรี แต่เมื่อนักท่องเที่ยวซึ่งเคยรับประทานและรู้จักรสชาติส้มโอนครชัยศรี อย่าง พันธุ์ทองดี และพันธุ์ขาวน้ำผึ้งดีอยู่แล้ว ซื้อไปแล้วรู้ว่าไม่ใช่ และเมื่อครั้งต่อไปได้กลับมาที่ตลาดริมน้ำดอนหวายอีกครั้ง ก็จะมาบอกกับประชาสัมพันธ์ของวัดดอนหวาย ซึ่งมักนั่งอยู่ที่ศาลาการเปรียญของวัดดอนหวาย และประชาสัมพันธ์ของวัดก็ไปบอกกับกรรมการตลาดฯ อีกที เมื่อประธานกรรมการตลาดฯ รู้เรื่องก็ทำจดหมายเรียกประชุมบรรดาพ่อค้า แม่ค้าผลไม้ซึ่งส่วนใหญ่อยู่บริเวณพื้นที่วัดและมีบางส่วนอยู่

บริเวณศาลเจ้าเซ่งเนี๊ยะ และเมื่อผู้ค้าผลไม้เข้ามาประชุมกันแล้ว กรรมการก็พูดตักเตือนในประชุม พร้อมกับกล่าวเตือนว่า ถ้าต่อไปรู้ว่าร้านไหนนำสินค้าโดยเฉพาะส้มโอจากข้างนอกเข้ามาแล้วมาอ้างว่าเป็นส้มโอของนครปฐมอีก จะถูกพักไม่ให้ขายทันที

"แม่ค้าไปเอาส้มโอที่อื่นมาขาย ลูกค้าซื้อไปกินไม่เหมือนกับส้มแถวนี้ พวกกรรมการประธานเขารู้ ก็มาเตือนว่า อย่าให้รู้นะ ถ้ารู้จะไม่ให้ขาย เขาก็เชื่อกันนะ ไม่เชื่อก็ไม่มีที่ขาย"

(สมาชิกตลาดฯ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

กรณีการนำส้มโอจากถิ่นอื่นมาขาย และบอกว่าเป็นส้มโอของนครปฐมข้างต้น เป็นกรณีการใช้ลูกค้าเป็นผู้ส่งสารกลับมาเมื่อถูกหลอกให้ซื้อผลไม้จากแม่ค้าในตลาด แต่การพูดจาบอกกล่าวไปที่ประชาสัมพันธ์ของวัดเมื่อกลับมาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายอีกครั้ง บางครั้งอาจเนิ่นนานเกินไป และการเรียกประชุมตักเตือนก็ไม่สามารถสร้างความชัดเจนได้มากนัก ซึ่งปัญหาดังกล่าวได้สะท้อนว่า ถึงแม้คณะกรรมการได้จัดแบ่งฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะส้มโอเอาไว้แล้ว แต่เนื่องจากกรรมการผู้ทำการตรวจสอบก็มักยุ่งกับการค้าขายของตนเองมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งปัญหาดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่าว่าการบริหารจัดการชุมชนโดยกลุ่มแกนนำที่ทำงานกันจริงจังเพียงไม่กี่คน ไม่สามารถดูแลจัดการร้านค้าจำนวนเกือบ 500 ร้านค้าได้หมด ดังนั้นการประชุมตักเตือนของคณะกรรมการชุมชน ประเด็นหนึ่งที่มักหยิบยกมาบอกกล่าวแก่บรรดาสมาชิกชุมชน คือ การให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ช่วยกันคอยดูแลความเรียบร้อยในการค้าขายภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย เพื่อมิให้เกิดปัญหาข้อขัดแย้งใด ๆ ตามมาอีก



ภาพ : ประชาสัมพันธ์ของวัดดอนหวาย

สำหรับกรณีที่กรรมการได้รับการร้องเรียนเป็นกรณีสุดท้าย คือ กรณีของการโกงตาชั่ง ซึ่งถือเป็นกรณีรุนแรง โดยกรณีนี้จะเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวพูดคุยกันเองแล้วแม่ค้าในพื้นที่ชุมชนได้ยินก็จะมากระซิบบอกกับกรรมการที่ดูแลในพื้นที่ ซึ่งเมื่อกรรมการทราบเรื่อง ก็จะเดินหิ้วเครื่องชั่งน้ำหนักมาตรฐานที่มีพร้อมสำหรับการตรวจเช็คเครื่องชั่งน้ำหนักของผู้ค้าภายในชุมชนประจำอยู่แล้ว เดินเข้าไปหาร้านที่โกงตาชั่งทันที แล้วนำตาชั่งที่ถูกต้องไปชั่งน้ำหนักเปรียบเทียบทันที หากพบว่าผิดจริงก็จะให้พักการค้าขายในวันนั้นไปเลย โดยในกรณีนี้ได้เกิดกับร้านค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณเขตวัด ที่มีการค้าขายผัก ผลไม้มาแล้วครั้งหนึ่ง และมีคุณสมาน สุขสมัย กรรมการตลาดฯเป็นผู้ดูแลหลักในบริเวณนี้และแก้ปัญหาด้วยเครื่องชั่งน้ำหนักมาตรฐาน และหลังจากคุณสมานได้จัดการปัญหาแล้ว ก็จะไปบอกกล่าวให้กับกำนันซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดฯ ทราบในภายหลังอีกครั้ง ซึ่งคุณสมาน กรรมการตลาดได้ให้คำสัมภาษณ์กับผู้วิจัยไว้ว่า

"ถ้ามันเป็นปัญหารุนแรงก็จะบอกกำนันให้รับรู้ด้วยว่า ผมได้ติดตามปัญหานี้และแก้ปัญหาอย่างนี้ อย่างจับผิดกิโล ผมก็จับเลย คือถ้ารู้ว่าชั่งแล้วไม่ตรงก็เลิก ถ้าไม่เลิกก็เปลี่ยนกิโล ถ้ายังไม่เปลี่ยนกิโลอีก เราก็ยึดวันนั้น เดี๋ยวนั้นเลย หรือถ้าไม่มีกิโลจริง ๆ ก็ให้วันนั้นหยุดขายไป"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการในกรณีการแก้ปัญหาข้อขัดแย้งภายในชุมชนระหว่างคณะกรรมการตลาดและสมาชิกชุมชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้า พบว่า การทำให้บรรดาผู้ประกอบการร้านค้าต่างปฏิบัติตามกฎระเบียบของชุมชนนั้น หากเป็นกรณีที่ไม่รุนแรงมากนักเมื่อคณะกรรมการพบเจอและตักเตือน ซึ่งลักษณะการตักเตือนส่วนใหญ่จะใช้วิธีการพูดจาดี ๆ เป็นกันเองมากกว่าการพูดจาว่ากล่าวแรง ๆ ซึ่งทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลเช่นนี้ เนื่องจากคณะกรรมการต่างเข้าใจจิตวิทยาของผู้คนในท้องถิ่นที่ต่างเป็นคนในพื้นที่ รู้จักกันเป็นอย่างดีแล้ว และลักษณะของคนไทยไม่นิยมการว่ากล่าวรุนแรง ซึ่งเป้าหมายจากการสื่อสารเพื่อการจัดการดังกล่าวจึงเป็นลักษณะการจัดการด้านสัมพันธภาพระหว่างคณะกรรมการและสมาชิกชุมชนมากกว่า พร้อมทั้งหวังผลสำเร็จต่อกระบวนการบริหารงานภายในชุมชนเป็นหลัก แต่ในกรณีรุนแรงคือ การโกงตาชั่ง และการทะเลาะกันเองของผู้ค้า คณะกรรมการจะเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการ ด้วยการใช้วิธีการสื่อสารด้วยการออกคำสั่งให้ทำตามทันที ซึ่งอยู่ในรูปแบบของคำสั่งทางวาจาเป็นหลัก ซึ่งในกรณีเช่นนี้ผลของการสื่อสารเพื่อการจัดการนั้น ต้องการให้สมาชิกชุมชนต่างปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด และทุกคนควรต้องยอมรับกฎระเบียบการอยู่ร่วมกันภายในชุมชนด้วย ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการในกรณีแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งภายในชุมชน จึงมีรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการเป็นแนวหลัก ส่วนกรณีการ

สื่อสารเพื่อจัดการในกรณีการเดินเรือทับเส้นทางได้ใช้การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ เนื่องจากเป็นกรณีพิเศษคือ ผู้ประกอบการเดินเรือทั้งสองฝ่ายต่างเป็นคณะกรรมการตลาดเหมือนกัน

การใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการของตลาดริมน้ำดอนหวาย ด้วยการสั่งการด้วยคำพูดเป็นหลัก วิเคราะห์ได้ว่ามีความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ เนื่องจากมีจำนวนร้านค้ามากมาย จึงเป็นการสื่อสารในการจัดการที่มีการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว เด็ดขาดในคำพูด ถึงแม้จะไม่ได้ใช้น้ำเสียงแสดงอำนาจที่เหนือกว่า แต่ด้วยตำแหน่งการเป็นคณะกรรมการก็ย่อมทำให้กลุ่มสมาชิกให้ความยอมรับและเชื่อถือระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า ความขัดแย้งต่าง ๆ ภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีน้อยมาก กรณีต่าง ๆ เป็นปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเพียงครั้งหรือสองครั้งเท่านั้น เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือต่อกฎระเบียบของชุมชนเป็นอย่างดี เนื่องจากต่างมองว่าตลาดแห่งนี้เป็นแหล่งรายได้สำคัญ ดังนั้นหากมีความขัดแย้งก็สามารถสร้างความเสียหายให้แก่แหล่งรายได้ตนเองไปด้วยได้เช่นกัน

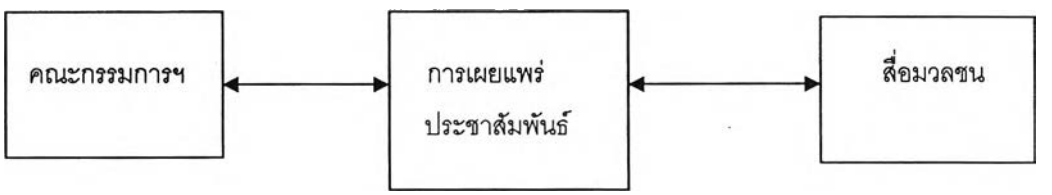
3. สถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นกลยุทธ์เชิงรุกด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการสื่อสารภายนอกชุมชนระหว่างคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายกับสื่อมวลชนและนักท่องเที่ยว

พร้อมกันนี้ จากการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ผู้วิจัยพบว่ามี กระบวนการสื่อสารใน 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดกับนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจะขอนำเสนอรูปแบบโครงสร้างกระบวนการสื่อสารทั้ง 2 รูปแบบดังนี้

3.1 กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับสื่อมวลชน

ผู้ส่งสาร ช่องทาง สาร ช่องทาง ผู้รับสาร



⟷ คือ การพูดคุยกันโดยตรง

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลภายในชุมชน ผู้วิจัยพบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2541 หลังจากมีการรวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการตลาดแล้วนั้น แกนนำหลักอย่างกำนันใหญ่มีญาติซึ่งทำงานเป็นผู้สื่อข่าวอยู่ที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังนั้นทางกำนันใหญ่จึงได้ขอความร่วมมือให้ช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ครั้งนี้ ก็ใช้กลยุทธ์สื่อมวลชน คือ พาดหัวข่าวสร้างความสนใจแก่ผู้อ่าน โดยพาดหัวข่าวคำว่า "เหลือบแทะดอนหวาย" โดยให้รายละเอียดว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายอยู่ที่ไหน อธิบายถึงการเป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีอาหารการกินทั้งคาวหวานให้เลือกมากมาย พร้อมทิ้งท้ายให้เข้ากับหัวข้อที่พาดอยู่คือ ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่าที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมีพ่อค้า แม่ค้ามากมายเข้ามากอบโกยผลประโยชน์แต่ว่าก็มีคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายคอยจับตาดูอยู่ เมื่อลงข่าวไปก็ทำให้คนอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐรู้จักและอยากมาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นคณะกรรมการคนหนึ่งในตลาดริมน้ำดอนหวายได้กล่าวไว้ว่า

"คุณดำรงศักดิ์ ชัยสุวรรณ เป็นญาติกำนันใหญ่เป็นผู้สื่อข่าว นสพ.ไทยรัฐ เขาบอกว่าจะทำให้ตลาดดอนหวายให้ดัง เขาใช้คำพูดลงหัวข่าวเพื่อทำให้คนสนใจ เขาใช้คำว่า "เหลือบแทะดอนหวาย" ลงหน้าหนึ่งไทยรัฐประมาณปี 2541"

(คณะกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

ส่วนร้านค้าขนาดใหญ่และมีกำลังการผลิตสูงอย่างขนมตาลป้าไข่ ก็อาศัยการรู้จักกับสื่อมวลชนเป็นการส่วนตัวให้ช่วยประชาสัมพันธ์ร้านของตนเองเช่นเดียวกัน เนื่องจากลูกสาวป้าไข่

เคยเป็นอดีตนักข่าวหนังสือพิมพ์วัฏจักรในช่วงเวลาขณะนั้น จึงใช้ความรู้จักส่วนตัวจนทำให้ขนมตาลป้าไข่ได้ตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์วัฏจักร คอลัมน์ "นานาอาชีพ" โดยในกรณีนี้ร้านขนมตาลป้าไข่ใช้ "ลูกตื้อ" ประกอบกับ "รสชาติ" ของขนมประกอบกับการรู้จักเป็นส่วนตัวจนได้ความร่วมมือประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชนมา ซึ่งลูกสาวป้าไข่ อดีตผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์วัฏจักรให้ข้อมูลกับผู้วิจัยไว้ดังนี้

"พี่ก็เริ่มช่วยตัวเองด้วย เพราะเรามีศักยภาพ ก็บอกว่า ขนมนี่อร่อย บก.ช่วยมาทำข่าวให้หน่อยนะ ก็ได้ลงข่าวในหนังสือพิมพ์วัฏจักร เรื่อง นานาอาชีพ เขามาถ่ายรูปคุณแม่ เราก็เอามาใส่กรอบติดหน้าร้าน"

(ร้านขนมตาลป้าไข่ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ส่วนพันธมิตรภายในชุมชนอย่าง ชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน ก็เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวายเช่นเดียวกัน โดยได้ไปขอความร่วมมือจากสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 รายการเกี่ยวกับวิถีชีวิตท้องถิ่นพื้นบ้านให้มาช่วยประชาสัมพันธ์ด้วยการอาศัยความสนิทส่วนตัวกับสื่อ คือ อาศัยความคุ้นเคยในการแนะนำสื่อเข้ามาในชุมชน และดึงจุดเด่นด้านอาหารของตลาดดอนหวายมาสร้างกระแส คือ เป็ดพะโล้นายหนับ และขนมป้าไข่ โดยเลขาชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนได้กล่าวกับผู้วิจัยว่า

"พอดีสนิทกับเพื่อนของลูกศิษย์ เขาก็มาทำรายการให้ เป็นรายการท้องถิ่นน่าอยู่ พูดถึงอาหารพื้นบ้าน ตลาดไทย ๆ ตอนนั้นที่ดังก็มีขนมตาลป้าไข่ กับเป็ดนายหนับ ทุกคนจะรู้จัก"

(เลขาชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีน – สัมภาษณ์ 4 สิงหาคม 2548)

เมื่อต่างคนต่างก็แยกย้ายกันประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อมวลชน ตามช่องทางที่ตนเองคุ้นเคย ก็ยิ่งทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น แต่ก็ต่างเป็นลักษณะการประชาสัมพันธ์ที่มีจุดมุ่งหวังเดียวกัน คือ ความมีชื่อเสียงของตลาดริมน้ำดอนหวาย นั่นเอง

นอกจากการขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้ช่วยประชาสัมพันธ์ในช่วงต้น ๆ ของการจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายแล้ว และเมื่อตลาดริมน้ำดอนหวายเริ่มเป็นที่รู้จัก มีผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวกันมากขึ้น และมีสื่อมวลชนหลากหลายสาขาทั้ง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารเดินทางเข้ามาที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมากขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทางแกนนำหลักอย่างกำนัน คุณสมาน สุขสมัย และคุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ จึงเห็นพ้องกันว่า ควรทำหน้าที่

เป็นตัวกลางคอยแนะนำร้านค้าต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชนที่เข้ามาอย่างเต็มที่ ทั้งจัดหาสถานที่ถ่ายทำให้ด้วยหากสื่อมวลชนร้องขอมา พร้อมทั้งจัดให้มีบริการล่องเรือตามแม่น้ำท่าจีนฟรี และบริการอาหารการกินเป็นอย่างดี ซึ่งกรรมการตลาดคนหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า

"เราก็คอยอำนวยความสะดวกให้เขาด้วย อย่างจะใช้สถานที่ หรืออยากถ่ายทำตรงไหน เราก็คอยช่วยจัดให้ คือเราดูแลความสะดวกให้ง่ายขึ้น"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดริมน้ำดอนหวายเพิ่มเติม พบว่า บรรดาสมาชิกชุมชนที่เป็นร้านค้าใหญ่ ๆ ต่างก็ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ตลาดเป็นอย่างดีเช่นกัน ด้วยการให้ความร่วมมือในการถ่ายทำ คือ เต็มใจให้สัมภาษณ์พูดคุยเป็นอย่างดี ไม่เคยปฏิเสธหรือติดภารกิจการค้าขายเมื่อสื่อมวลชนหรือกลุ่มนักเรียน นักศึกษาเข้ามาขอสัมภาษณ์

"ใครมาขอสัมภาษณ์อะไรก็ให้ความร่วมมือ ที่นี่ช่อง 3,5,7,9 , ITV มา เราให้ความร่วมมือขออะไรมาเราก็ให้เต็มที่อยู่แล้ว อยากให้ชุมชนมันโต"

(ร้านขนมตาลป้าไข่ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ส่วนร้านเป็ดพะโล้นายโอนั้น ก็ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า ได้ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวายด้วยเช่นกัน โดยเมื่อสื่อมวลชนเข้ามาสัมภาษณ์ก็จะบริการอาหารฟรี พร้อมยังแจกเป็ดให้สื่อมวลชนกลับบ้านไปอีก

"มีเคเบิลนิวส์เขามาถ่าย โทรทัศน์ก็มาถ่าย เดี๋ยวนี้โทรทัศน์เขามาถ่ายบ่อย แต่เขามีสปอนเซอร์ มากัน 7-8 คน เราก็ให้กินอิ่ม พอถ่ายเสร็จ ให้เป็ดคนละตัวให้เอากลับบ้านไป"

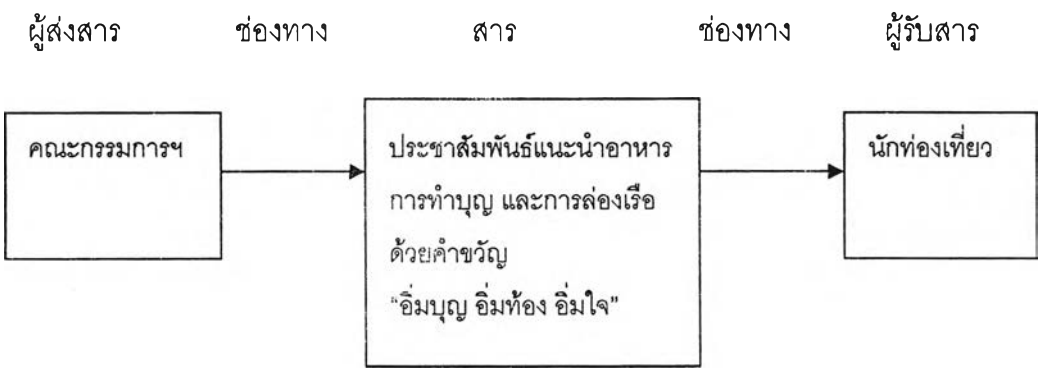
(ร้านเป็ดพะโล้นายโอ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

จากข้อมูลสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า คณะกรรมการให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวายที่ไม่ต้องเสียเงินในการซื้อสื่อเพื่อโฆษณาแต่อย่างใด ประกอบกับกลุ่มผู้ค้าขายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายต่างก็มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เมื่อสื่อมวลชนเข้ามามากขึ้น ก็จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้นไปด้วย และทำให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเติบโตขึ้นด้วย ดังนั้นการให้

ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และบริการอาหารฟรีจึงเป็นการให้ความร่วมมือประชาสัมพันธ์ตลาดและร้านค้าของตนเองไปพร้อม ๆ กัน

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย มักใช้การพูดจาอย่างเป็นกันเองซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ พร้อมอาศัยสัมพันธภาพส่วนตัวที่รู้จักกับสื่อมวลชนเพื่อให้ความช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวายให้สาธารณชนวงกว้างรับทราบ ซึ่งความสัมพันธภาพเช่นนี้ยังเป็นส่วนสำคัญในสังคมไทย ที่มักให้ความช่วยเหลือกับคนที่รู้จักกันดีก่อนคนแปลกหน้า

3.2 <u>กระบวนการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตลาดฯกับนักท่องเที่ยว</u>



⟶ คือ การใช้เสียงตามสาย

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ทำให้ผู้วิจัย พบว่า ในสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการวางแผนการจัดการเชิงรุกของกลุ่มคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำดอนหวายนั้น คณะกรรมการจะใช้การประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้เสียงตามสายของประชาสัมพันธ์ของเรือในแต่ละที่ โดยเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์มักจะพูดถึง จุดเด่นของตลาดฯ คือ ความหลากหลายของอาหารการกินเป็นหลัก และคำพูดคุ้นหูที่นักท่องเที่ยวมักจะได้ยินเสมอเมื่อยามเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายผ่านเสียงตามสายนั่นคือคำพูดที่ว่า *"อิ่มบุญ อิ่มท้อง อิ่มใจ"* ซึ่งหมายถึง อิ่มบุญกับการมาทำบุญที่วัดดอนหวายเป็นอันดับแรก หลังจากนั้นไปอิ่มท้องด้วยการเดินซื้อหาของกินอร่อยที่มีให้เลือกอย่างหลากหลายทั้งคาว หวาน และสุดท้ายก่อนเดินทางกลับก็ไปอิ่มใจ ด้วยการนั่งกินลมชมวิวสองฟากฝั่งแม่น้ำท่าจีนกับการบริการล่องเรือของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งมีเรือให้บริการจำนวน 3 รายด้วยกันคือ บริษัทศรีสวัสดิ์ย้อนยุค บริษัทดอนหวายการท่องเที่ยว และบริษัทมิตร

สายชลการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้โดยแต่ละที่จะหมุนเวียนสลับเวลากันออก เพื่อไม่ให้ตรงกัน พร้อมกันนี้ยังมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นประจำเรือคอยอธิบายให้ข้อมูลการท่องเที่ยวตลอดระยะทางอีกด้วย

"อิ่มบุญ อิ่มท้อง อิ่มกาย อิ่มใจแล้วคือ ได้ทำบุญ ได้กิน ได้ล่องเรือ คือใครมาท่องเที่ยวแม่น้ำท่าจีน ท่านจะต้องได้ 3 อิ่ม อิ่มบุญ อิ่มท้อง อิ่มใจ"

(กรรมการและเจ้าของเรือศรีสวัสดิ์ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ไปยังกลุ่มต่าง ๆ ทั้ง กลุ่มผู้นำและแกนนำก่อตั้งชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย สมาชิกภายในชุมชน และกลุ่มพันธมิตร พบว่า ผู้นำของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นผู้ที่มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นอย่างมาก

สำหรับ ผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ประกอบด้วย ผู้นำอย่างเป็นทางการ คือ กำนัน ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก และผู้นำที่ไม่เป็นทางการคือ ประธานและคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ผู้นำชุมชนในเขตตลาด ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย และเจ้าอาวาสวัดดอนหวาย โดยกลุ่มผู้นำเหล่านี้ต่างมีบทบาทร่วมกันในฐานะคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ในการสนับสนุนการรวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการ ในการระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน การแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งภายในชุมชน และการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยผู้วิจัยจะขอนำเสนอบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนี้

2.1 <u>บทบาทการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย</u>

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า ในช่วงปีพ.ศ.2540 กลุ่มผู้นำชุมชนกลุ่มแรกคือ กำนันใหญ่หรือนายบัญชา วุฒิสังคะ ขณะนั้นมีตำแหน่งเป็นประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกนั้น ได้รับทราบนโยบายจากภาครัฐในการทำชุมชนให้เข้มแข็ง กำนันจึงนำนโยบายดังกล่าวเข้ามาพูดคุยกับผู้นำชุมชนคนอื่น คือ คุณสวัสดิ์ นิ่มอนงค์ และคุณสมาน สุขสมัย

ซึ่งทั้งสองคนต่างเป็นคนเก่าคนแก่ของที่นี่ เป็นที่รู้จักและเคารพนับถือเป็นอย่างดีของคนในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยทั้งหมดมารวมกันพูดคุยถึงการสร้างตลาดริมน้ำดอนหวายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน เมื่อตกลงกันได้แล้วว่าจะทำให้ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีระบบ และกฎระเบียบอย่างจริงจัง หลังจากนั้นก็ได้ไปเชิญชวน กลุ่มผู้ค้าขายซึ่งเน้นบุคคลที่อยู่ในพื้นที่มาแต่ดั้งเดิม เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย และองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกมาร่วมด้วย ซึ่งการเลือกบุคคลเหล่านี้ก็เนื่องมาจากกลุ่มผู้นำรุ่นบุกเบิกเห็นว่ากลุ่มบุคคลเหล่านี้มีศักยภาพและมีบทบาทภายในพื้นที่ที่จะจัดตั้งกลุ่มให้เป็นจริงได้ จากนั้นก็ได้ทำการแบ่งกลุ่ม โดยให้คนภายในชุมชนเป็นคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายและให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย และผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวายเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งกรรมการคนหนึ่งที่มีบทบาทตั้งแต่เริ่มต้นในการรวมตัวเป็นคณะกรรมการให้ข้อมูลกับผู้วิจัยไว้ว่า

"มีกำนัน เจ้าอาวาส ผอ.โรงเรียนวัดดอนหวายคอยช่วยกันเป็นคณะกรรมการใหญ่ เพราะอาศัยเป็นคนเริ่มต้น แล้วมีแม่ค้าที่เขาตั้งเป็นคณะกรรมการ"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

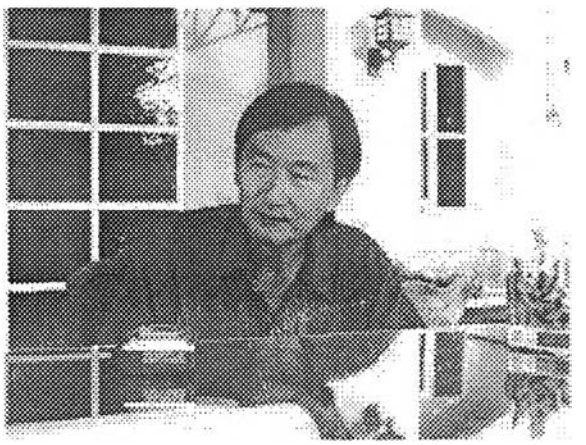
ซึ่งกรรมการอีกคนหนึ่งก็ให้รายละเอียดเพิ่มเติมในการรวมตัวเป็นคณะกรรมการและการแบ่งหน้าที่ของคณะกรรมการตลาดฯ ไว้ดังนี้

"พวกเราก็มาคุยกันเองว่าถ้าปล่อยไว้ตลาดล่มสลายแน่นอน เราว่าจะมาทำเป็นตลาดแหล่งท่องเที่ยว แล้วเราก็ปรึกษากับเจ้าอาวาสด้วย ร่วมกับ ผอ.รร.ดอนหวาย แล้วก็ตั้งเป็นรูปคณะกรรมการขึ้นมาว่า เราต้องฟื้นฟูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาให้ได้ โดยรูปคณะกรรมการว่าคนนี้เป็นประชาสัมพันธ์ , ฝ่ายจัดสถานที่ , ฝ่ายตรวจคุณภาพสินค้า และฝ่ายดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว"

(คณะกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

การเป็นผู้จุดแนวคิดการรวมตัวกลุ่มคนต่าง ๆ ภายในชุมชนเป็นคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายของ กำนัน ได้แสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณของการเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ที่มีความคิดการกระทำ รวมไปถึงความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพล และความสามารถทางการสื่อสารในการโน้มน้าวใจให้คนอื่นปฏิบัติตามด้วยการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายที่สามารถสร้างเศรษฐกิจที่ดีให้แก่บุคคลต่าง ๆ ภายในตลาดได้ กอปรกับกำนันเคยเป็นผู้ใหญ่บ้าน

ที่ทำงานจริงจังจนคนในชุมชนให้การยอมรับจนได้รับเลือกตั้งมาเป็น กำนัน นอกจากนี้ด้วยบทบาทการเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในระดับท้องถิ่นของไทยก็ทำให้การริเริ่มแนวคิดรวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายได้รับการสานต่อจากกลุ่มผู้นำชุมชนคนอื่น ๆ ซึ่งต่างเป็นบุคคลที่มีตำแหน่งและบทบาทสำคัญในชุมชนเช่นเดียวกัน



ภาพ : กำนันและประธานกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

2.2 <u>บทบาทการสื่อสารเพื่อระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน</u>

จากการศึกษาพบว่า ผู้นำชุมชนจะมีบทบาทสำคัญในการระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชนให้ร่วมกันบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยตั้งแต่ครั้งแรกที่มีการรวมกลุ่มกันขึ้นมาเป็นคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย กำนันใหญ่ ผู้นำอย่างเป็นทางการในพื้นที่บางกระทึกได้ระดมกลุ่มคนในพื้นที่ด้วยการสื่อสารพูดจาโดยตรงกับ ผู้นำชุมชน คนค้าขายดั้งเดิมในตลาด เจ้าอาวาสวัดดอนหวาย ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดดอนหวาย และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก เพื่อให้เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นและจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายขึ้น ซึ่งในการร่วมกลุ่มกันครั้งนี้ ถึงแม้แต่ละคนต่างก็มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกันไป แต่สิ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพันกันคือ "พื้นที่อาศัยอยู่" การอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดียวกันอยู่ในพื้นที่เดียวกันย่อมทำให้การจัดทำวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเป็น "ชุมชนเข้มแข็ง" โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจชุมชน ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มสมาชิกเป็นอย่างดี ดังคำสัมภาษณ์ของที่ปรึกษากรรมการตลาดฯ ที่กล่าวกับผู้วิจัยไว้ว่า

"เราก็ชี้แจงกับเขาว่า เราต้องการให้เศรษฐกิจมันฟื้นฟูขึ้น เพื่อให้พ่อค้า แม่ค้ามีรายได้ เขาก็เข้าใจ เขาก็ยอมเสียสละมาร่วมเป็นสมาชิก"

(ที่ปรึกษากรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

โดยบทบาททางการสื่อสารในการระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชนนั้น ทางผู้นำชุมชนอย่างกำนันใหญ่ มีรูปแบบการสื่อสารในหลากหลายทางประกอบกัน โดยใช้การพูดคุยโดยตรงอย่างเป็นกันเองเพื่อระดมความคิดเห็นภายในกลุ่มคณะกรรมการ และการพูดจาโดยตรงขณะเดินตรวจตลาดและพบปะพูดคุยกับสมาชิกภายในชุมชน นอกจากนี้ยังใช้การสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการ ด้วยการประชุมภายในชุมชน ซึ่งแต่ละแนวทางได้ต่างมาเสริมกันและทำให้การสื่อสารในการระดมความคิดของสมาชิกได้รับเนื้อหาสารส่งกลับมาสู่กลุ่มผู้นำชุมชนมากขึ้น และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ภายในชุมชนได้มากขึ้น ซึ่งกรรมการของตลาดคนหนึ่งได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยไว้ว่า

"กำนันเข้ามาดูแลทุกอย่างเลย กำนันก็ลงมาดูแทบทุกอาทิตย์ตลอด ช่วยเหลือ ถ้าอะไรไม่ดีก็มาแก้ไข อะไรดีแล้วก็ทำให้มันดีขึ้นไปอีก อะไรขาดเหลือก็มาคุยกับกรรมการ"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์กำนันและผู้นำชุมชนเพิ่มเติม ผู้วิจัยพบว่า แกนนำคนสำคัญอย่าง กำนัน ซึ่งเป็นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ให้ความสำคัญต่อการพูดคุยแบบเผชิญหน้าเป็นหลักไม่ว่าจะเป็น การพูดคุยระหว่างแกนนำด้วยกันเอง และการพูดคุยระหว่างผู้นำชุมชนกับสมาชิก เนื่องจากกำนันมีความเข้าใจธรรมชาติของคนในพื้นที่ที่ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นใด ๆ ต่อที่ประชุมที่มีคนหมู่มาก ดังนั้นการพบปะเจอะเจอกันข้างนอกห้องประชุมมีความสะดวกใจในการสื่อสารมากกว่า ประกอบกับกำนัน เป็นบุคคลที่มีบทบาทในพื้นที่มานาน โดยไต่เต้ามาตั้งแต่เป็นผู้ใหญ่บ้าน จนมาเป็นกำนัน และในช่วงเริ่มต้นรวมตัวเป็นคณะกรรมการตลาดฯ ก็ยังควบตำแหน่งประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึก ประกอบกับการทำงานที่จริงจังและการพูดจาแบบตรงไปตรงมา ทำให้สมาชิกให้การยอมรับและเชื่อใจในบทบาทการเป็นผู้นำพร้อมให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากทุกคนต่างเห็นตรงกันว่า การเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายก็สามารถทำให้ทุกคนที่เป็นสมาชิกชุมชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้นตามไปด้วย

2.3 บทบาทการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน

จากการศึกษาพบว่า เมื่อเกิดปัญหาข้อขัดแย้งเกิดขึ้นภายในชุมชน คือ ร้านค้านำสินค้าจากถิ่นอื่นมาขายแล้วอ้างว่าเป็นสินค้าภายในท้องถิ่น มีผู้ประกอบการล่องเรือหน้าใหม่เข้ามาขอแบ่งเส้นทางการล่องเรือจากผู้ประกอบการเจ้าเดิม ผู้ซื้อสินค้ากล่าวหาว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้าเน่าเสีย นักท่องเที่ยวทะเลาะกับผู้ค้า และผู้ประกอบการร้านค้าไม่ยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด ดังนั้น ทางกลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นแกนนำหลัก อย่าง กำนันใหญ่ ซึ่งดูแลร้านค้าบริเวณตลาดเก่า บริเวณศาลเจ้าเซ่งเนี๊ยะ และสนามหน้าโรงเรียนวัดดอนหวาย และคุณสมาน สุขสมัย กรรมการตลาดฯ ที่ดูแลร้านค้าบริเวณวัดดอนหวาย ได้เข้ามามีบทบาทในการแก้ไขข้อขัดแย้งเป็นหลัก โดยแต่ละกรณีได้มีวิธีการสื่อสารเพื่อการจัดการที่แตกต่างกันไป โดยผู้วิจัยได้แบ่งบทบาทการสื่อสารในการจัดการข้อขัดแย้งภายในชุมชนของผู้นำชุมชนไว้ ดังนี้

- <u>คนกลาง</u>

กรณีที่ผู้นำชุมชน คือ กำนัน เข้าไปเป็นตัวกลางในการไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้งภายในชุมชน คือกรณีของการเดินเรือทับเส้นทางระหว่าง เรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุคการท่องเที่ยว และเรือดอนหวายการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากเจ้าของเรือทั้งสองต่างก็เป็นคณะกรรมการของตลาดทั้งคู่ ดังนั้น กำนันจึงใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการในรูปแบบการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ด้วยการเรียกเจ้าของเรือทั้งสองเจ้าเข้ามาพูดคุย โดยเปิดโอกาสให้แต่ละฝ่ายได้พูดจาบอกเล่าถึงปัญหาความขัดแย้ง จากนั้นกำนันก็สื่อสารด้วยคำพูดเพื่อทำข้อตกลงให้ทั้งสองเจ้าแบ่งเส้นทางล่องเรือเพื่อไม่ให้ทับเส้นทางการเดินเรืออีก

"ผมเรียกทั้งสองเจ้ามาคุยกันเลย ถามเขาว่า กิจการดีไหมเขาก็บอกว่าดี ผมก็ว่า เออกิจการดีแล้วทะเลาะกันทำไม เขาก็พูดกันไม่ออก เขาก็เข้าใจกัน กลับไปทำมาหากินต่อไป"

(กำนัน /ประธานคณะกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

ขณะการสัมภาษณ์กำนันนั้น ผู้วิจัยสังเกตว่า ลักษณะท่าทางของกำนัน เป็นบุคคลที่มีลักษณะท่าทางแบบผู้มีอิทธิพลตามท้องถิ่น แต่มีความเป็นกันเอง ไม่ถือตัว และพูดจาตรงไปตรงมา ซึ่งลักษณะดังกล่าวได้ช่วยเสริมให้การพูดจาไกล่เกลี่ยกรณีการเดินเรือทับเส้นทางตกลงกันได้ด้วยดีมากขึ้น

- <u>ตักเตือน</u>

ในกรณีที่มีผู้ค้าบางรายทำผิดกฎระเบียบ คือ วางของล้ำเส้น เกะกะหน้าร้าน ผู้นำชุมชนทั้งประธาน และกรรมการก็จะตักเตือนทันทีที่พบเจอและให้ผู้ค้าปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด ซึ่งในกรณีดังกล่าว ผู้นำชุมชนอย่าง ประธานกรรมการตลาดฯ ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า การพูดจาตักเตือนและให้สมาชิกปฏิบัติตามทันทีนั้น เนื่องจากมีเหตุผลว่า การอยู่ร่วมกันของคนจำนวนมากควรต้องมีกฎระเบียบคอยกำกับเพื่อความเป็นระเบียบของชุมชนและการปกครองของผู้นำชุมชน

"*ผมดูแลเองหมดทุกอย่าง บางอย่าง บางทีต้องว่ากันแรง ๆ บางทีก็ว่าเป็นเผด็จการแต่การเป็นผู้นำเนี่ย บางอย่างมันต้องดู มันต้องมีกฎระเบียบ คนในสังคมหมู่มาก อยู่ด้วยกันต้องมีกฎระเบียบ*"

(ประธานกรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ค้าที่ทำผิดกฎระเบียบของชุมชนมักเป็นผู้ค้ารายใหม่ที่เข้ามาเช่าที่ขายของในช่วงหลัง ๆ และไม่ทราบถึงกฎระเบียบต่าง ๆ ดีนักจึงทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้ ดังนั้น การพูดจาว่ากล่าวตักเตือนของคณะกรรมการ ส่วนหนึ่งเพื่อให้ผู้ค้าหน้าใหม่ได้ทราบถึงกฎระเบียบ และเป็นการสื่อสารทางวาจาเพื่อปรามผู้ค้าเหล่านั้น พร้อมทั้งแสดงตัวของผู้มีอำนาจในพื้นที่ไปด้วยเช่นกัน

- <u>สั่งให้ทำตาม</u>

ในกรณีผู้ประกอบการในตลาดนำสินค้าจากที่อื่นเข้ามาขาย ผู้วิจัยได้พบว่ากรรมการจะแก้ปัญหาด้วยการสื่อสารโดยพูดออกคำสั่งกับแม่ค้า คือ การห้ามนำมาขายอีก ซึ่งที่ปรึกษากรรมการตลาดฯ ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

"*ส้มโอดังอย่างส้มโอนครชัยศรี ก็จะมีแม่ค้านำส้มโอถิ่นอื่นมาอ้างว่าเป็นพันธุ์ของเรา อย่างเช่น ทองดี ขาวน้ำผึ้ง หรือขนุนก็เหลืองบางเตยที่เป็นสินค้าหลักของเรา แต่แม่ค้าก็ไปเอาของที่อื่นมา แต่กรรมการของเราก็จับได้ เช่น ถ้าเอามาก็บอกไปเลยว่า ถ้าไปเอามาก็ไม่ให้ขายนะ*"

(ที่ปรึกษากรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 5 สิงหาคม 2548)

- <u>สั่งให้ออกไปจากตลาด</u>

ส่วนกรณีที่ต้องแก้ปัญหาด้วยมาตรการขั้นเด็ดขาด คือ การให้ออกไปจากตลาด คือ กรณีการทะเลาะกันเองของผู้ค้า ซึ่งกรณีนี้ ผู้นำชุมชนจะใช้วิจารณญาณของตนเองในการตัดสินใจเป็นหลัก ซึ่งจากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่า ผู้นำตัดสินใจเช่นนี้ เนื่องจากมีความเห็นว่า หากไม่ตัดสินใจขั้นเด็ดขาด ก็อาจเป็นแบบอย่างที่คนอื่นทำตามและอาจเกิดปัญหาต่อไปไม่จบสิ้น ดังนั้น ตลาดริมน้ำดอนหวายจึงแทบไม่มีปัญหาการทะเลาะกันเองของผู้ค้าเกิดขึ้นอีกเลยในปัจจุบัน ซึ่งผู้ค้าขายภายในตลาดคนหนึ่งได้กล่าวถึงการแก้ปัญหาของผู้นำชุมชนในกรณีนี้ว่า

"ไม่มีทะเลาะกันนะ ก็กลัวกันนะ ถ้าทะเลาะกัน เขาไม่ให้ขายเลยนะ ไล่ไปทั้งคู่ แค่ครั้งแรกทะเลาะกันก็ไล่ไปเลย แม่ค้าที่นี่ไม่กล้าทะเลาะกันหรอก"

(สมาชิกตลาดฯ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

สำหรับมาตรการขั้นเด็ดขาดที่ให้ผู้ค้าออกไปจากตลาดนั้น ผู้นำชุมชนให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า เนื่องจากการอยู่ร่วมกันของคนหมู่มาก ควรต้องมีกฎระเบียบในการปฏิบัติร่วมกัน และทุกคนต้องเคารพกฎของชุมชนด้วย หากใครทำผิดกฎระเบียบขั้นรุนแรง ดังนั้น การแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งของผู้นำชุมชนโดยการใช้บทบาททางการสื่อสารด้วยการสั่งการทางคำพูดและตัดสินใจให้ผู้ค้าคนนั้นออกไปจากตลาด และการสั่งการทางคำพูดมักกระทำในช่วงเวลาที่เกิดปัญหานั้นทันที ด้วยจุดประสงค์คือ ความโปร่งใสในการตัดสินใจ ไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง รวมทั้งมาตรการเด็ดขาดลักษณะนี้ก็เปรียบเสมือนการป้องกันผู้ค้าอื่นกระทำผิดตามมาอีก

2.4 <u>บทบาทการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน</u>

ข้อมูลจากการวิจัยพบว่า ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นชุมชนที่มีศักยภาพสูง มีเศรษฐกิจภายในชุมชนอยู่ในเกณฑ์ดีมาก กลุ่มสมาชิกของชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายเล็กต่างมีศักยภาพในการร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติตามคำร้องขอของคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทอย่างสูงในการเริ่มต้นจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยเฉพาะ กำนันใหญ่ ที่ได้แสดงบทบาทผู้นำชุมชนในการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้สมาชิกภายในชุมชนต่างเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตนเองในช่วงปัจจุบัน โดยผู้วิจัยจะขอนำเสนอบทบาทการจัดการการท่องเที่ยวของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังนี้

- <u>อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนและบุคคลสำคัญ</u>

ในช่วงเริ่มต้นเมื่อมีคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว และเมื่อมีสื่อมวลชนเข้ามาประชาสัมพันธ์ หรือ มีบุคคลสำคัญเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย บุคคลซึ่งเป็นแกนนำหลักของชุมชนที่มักออกหน้าดูแล อำนวยความสะดวกต่าง ๆ คือ กำนันใหญ่ และแกนนำคณะกรรมการอย่างคุณสมาน สุขสมัย ซึ่งทั้งสองต่างได้ใช้เงินส่วนตัวเพื่ออำนวยความสะดวกก่อน เนื่องจาก ณ ขณะนั้นยังไม่มีแนวความคิดในการตั้งเงินทุนกองกลางสำหรับกรณีนี้ ซึ่งคุณสมาน สุขสมัย กรรมการตลาดฯ ได้กล่าวกับผู้วิจัยไว้ว่า

"เราไม่มีทุนกองกลางที่จะทำ ซึ่งเงินส่วนใหญ่ที่ออกก็มาจากทั้งผมและกำนันเป็นเงินส่วนตัว แทบจะหมดตัวกันทั้งคู่ คือมันลำบาก ถ้าใจไม่กล้าจริง ไม่มีใครทำ คือทำหมด ก็หมดเลย"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

แกนนำสำคัญของชุมชนอย่างกำนัน และคุณสมาน สุขสมัยจะคอยอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนและบุคคลสำคัญที่เข้ามาในชุมชน ด้วยการเดินพาแนะนำร้านค้าต่าง ๆ พาไปล่องเรือ และบริการด้านอาหาร ซึ่งการพูดจาด้วยความจริงใจ และความมีอัธยาศัยไมตรีอันดีของคนในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ทั้ง กลุ่มแกนนำชุมชน และสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการในตลาดริมน้ำดอนหวาย ที่ผู้วิจัยได้พบขณะเข้าไปสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ชุมชน และสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ความมีน้ำใจ และอัธยาศัยอันดีของคนในชุมชน ได้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สื่อมวลชนและบุคคลสำคัญมีความประทับใจในตลาดริมน้ำดอนหวาย และนำภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดริมน้ำดอนหวายไปสื่อสารเผยแพร่ต่อไป

- <u>ประชุมเพื่อกระตุ้นชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดการ</u>

ในปัจจุบัน ทางกำนันใหญ่ มีความคิดเห็นว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายควรต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องไปตามสื่อมวลชนต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมกันนี้ ได้เล็งเห็นว่าร้านค้าต่าง ๆ ในชุมชนต่างสามารถตั้งตัวได้และมีศักยภาพทางการเงินเพียงพอที่จะเข้ามาจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยการลงเงินทุนร่วมกัน เพื่อจัดตั้งเงินกองกลางในการประชาสัมพันธ์ชุมชนปีต่อปีได้แล้ว ดังนั้น กำนันจึงทำหนังสือเรียกประชุมผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายให้เข้ามาร่วมประชุมและร่วมรับฟังปัญหาการขาดเงินกองกลาง

สำหรับการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำดอนหวาย และบอกกล่าวให้ทุกคนช่วยกันระดมเงินซื้อบัตรเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อหารายได้เป็นกองกลาง ดังคำสัมภาษณ์ของกำนันใหญ่ ดังนี้

"ขณะนี้ผมรับผิดชอบคนเดียวไม่ถูกต้อง เพราะทุกคนแข็งแรงแล้ว ผมจะเรียกประชุมแล้วจะจัดงานเลี้ยง ขายบัตรไปพองานเสร็จก็เอาเงินที่เหลือไปจัดโปรโมทปีต่อปี"

(ประธานตลาดฯ – สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2548)

- <u>สร้างสัมพันธภาพกับกลุ่มอำนาจด้านงบประมาณ</u>

ปัจจุบัน กำนันหรือประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นบุคคลที่มีความสนิทและรู้จักเป็นการส่วนตัวกับบุคคลที่มีอำนาจในการอนุมัติงบประมาณพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนครปฐม หรือสมาชิกสภาจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างดี ดังนั้น กำนันใช้วิธีการพูดจาเชิญชวนให้ผู้มีอำนาจข้างต้นมาร่วมประชุมของชุมชนด้วย จากนั้นก็พาไปเลี้ยงอาหารและพูดคุยเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะงบประมาณด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ซึ่งการพูดคุยและของบประมาณสนับสนุนการพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายในช่วงปีนี้มีความคืบหน้าไปมากทีเดียว โดยในปีหน้าตลาดริมน้ำดอนหวายจะได้งบประมาณสำหรับการขยายถนนเข้าตลาดริมน้ำดอนหวาย และลานจอดรถเทปูนด้านหลังวัดดอนหวาย โดยกรรมการคนหนึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสัมพันธภาพระหว่างกำนันกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกสภาจังหวัดนครปฐมไว้ว่า

"อย่างกำนันจะรู้จักพวก สจ. อบจ. หรือ สส. ก็เชิญชวนมาประชุม เชิญมากินหน่อย พอ สจ. อบจ. หรือ สส.จะกลับไป ก็บอกว่ามีงบอะไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ก็ดึง ๆ มาให้บ้าง ก็มีบ้างนะอย่างนี้"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

ณ เวลานี้ ตลาดริมน้ำดอนหวายเริ่มมีความเป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลุ่มแกนนำต่างมุ่งทำกิจกรรมเชิงรุกแล้ว

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า กลุ่มกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายและสมาชิกภายในชุมชนส่วนใหญ่ต่างแสดงความคิดเห็นว่า *ประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวาย* ซึ่งก็คือ กำนันบัญชา วุฒิสังคะ หรือ กำนันใหญ่ เป็นผู้ที่มีบทบาทสูงในการเป็นผู้นำ

ชุมชน เนื่องมาจากตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นคณะกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ในครั้งนั้นประธานกรรมการตลาดริมน้ำดอนหวายคนนี้ก็เพิ่งก้าวมาเป็น กำนันของตำบลบางกระทึก พร้อมกับควบตำแหน่งประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกในเวลาเดียวกัน และในเวลานี้แม้จะหมดวาระการเป็นประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกแล้ว แต่ก็มาดำรงตำแหน่งประธานประชาคมตำบลบางกระทึกแทน ทำให้ตำแหน่งต่าง ๆ ที่ดำรงอยู่ กอปรกับมีญาติพี่น้องเป็นเครือข่ายและมีตำแหน่งสำคัญในเขตพื้นที่ และการเป็นคนกว้างขวางรู้จักผู้มีอำนาจอย่างเป็นทางการในจังหวัด ทำให้การติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกกลุ่มต่าง ๆ เป็นไปง่ายขึ้น จึงทำให้กำนันใหญ่มีโอกาสที่จะหางบประมาณเข้ามาพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายได้รวดเร็วขึ้นด้วยเช่นกัน

สำหรับคุณสมบัติของผู้นำชุมชนคนนี้ ที่สมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายยอมรับมากที่สุด นั่นคือ การเป็นคนในท้องถิ่นที่มีความตั้งใจจริงในการทำงาน มีความเป็นกันเองแบบแนวลูกทุ่ง และมุ่งพัฒนาท้องถิ่นตนเอง พร้อมกันนี้ กำนันได้พิสูจน์ตัวเองมาแล้วตั้งแต่เริ่มมีอำนาจอย่างเป็นทางการในสมัยเป็นผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งทำงานจริงจัง จนประชาชนในพื้นที่วางใจและเลือกให้ขึ้นมาเป็นกำนัน จวบจนขณะนี้ด้วยความตั้งใจจริงในการพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวายของกำนันก็ทำให้สมาชิกชุมชนให้การยอมรับในฐานะประธานคณะกรรมการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยสมาชิกชุมชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้ให้สัมภาษณ์และกล่าวถึงกำนันใหญ่ ไว้ว่า

"กำนันเขาเป็นคนดี เป็นคนในท้องถิ่น เป็นเด็กบ้านเราแท้ ๆ มันรู้จัก รู้ใจกันเลยแท้ ๆ ไม่ใช่คนที่อื่นมาเป็น เราสามารถคุยได้ เขาเป็นกันเองทุกอย่าง ช่วยเหลือเรา เขาไม่มีอะไรนะ เมื่อก่อนเขาเป็นผู้ใหญ่ ต่อมาเขาก็มาเป็นกำนันอีก ก็เพราะความดีของเขา ทำให้เขาได้เข้ามาอีก"

(สมาชิกตลาดฯ – สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2548)

กอปรกับลักษณะท่าทางรูปแบบนักเลงแนวลูกทุ่ง พูดจาแบบตรงไปตรงมา ยุติธรรม ไม่เอาพรรคพวกเป็นหลัก และเป็นคนกว้างขวางก็ยิ่งทำให้บทบาทการเป็นผู้นำชุมชนของ กำนันเด่นชัดมากยิ่งขึ้น ซึ่งกรรมการตลาดฯ คนหนึ่งยืนยันข้อมูลดังกล่าวไว้ว่า

"กำนันเป็นคนพูดคำเดียว ตรงไปตรงมา ไม่อ้อมค้อม ผิดก็ว่าผิด ถูกก็ว่าถูก แล้วการทำงานของกำนันไม่เอาพรรคเอาพวก ทำงานตรงไปตรงมา และรู้จักคนเยอะทั้งคนในนี้และก็หน่วยงานราชการต่าง ๆ ในจังหวัดนครปฐม ทั้งอำเภอนี้เขากว้างขวางนะ"

(กรรมการตลาดฯ – สัมภาษณ์ 16 กรกฎาคม 2548)

จุดเด่นของ ผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้คือ การเป็นบุคคลในพื้นที่ดั้งเดิม รู้จักคนมากทั้งในชุมชนและนอกชุมชน กอปรกับการเป็นบุคคลมีฐานะความเป็นอยู่ระดับดี เป็นลักษณะของผู้นำท้องถิ่นที่มีศักยภาพ และกำนัน ได้ทำหน้าที่การเป็นผู้นำด้วยการเข้าไปดูแลช่วยเหลือสมาชิกของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการให้ความรู้ แจ้งข่าวสาร ริเริ่มการพัฒนาชุมชน สร้างการรวมกลุ่มภายในชุมชน รวมทั้งการทุ่มเทการทำงานเพื่อยกระดับตลาดริมน้ำดอนหวายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดนครปฐม ทั้งแรงกาย แรงใจ และกำลังเงิน ก็ยิ่งมีผลทำให้สมาชิกชุมชนให้ความเกรงใจ และยอมทำตามเมื่อ กำนัน ขอความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันผู้นำชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวายที่มีบทบาทโดดเด่นภายในชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีเพียงไม่กี่คนเท่านั้น คือ คุณบัญชา วุฒิสังคะ หรือ กำนันใหญ่ และคุณสมาน สุขสมัย ส่วนคนอื่น ๆ หลังจากการก่อตั้งเป็นคณะกรรมการตลาดฯ ประสบความสำเร็จแล้ว ก็เริ่มถอยออกไปประกอบกิจการอาชีพของตนเอง และไม่มีเวลาเข้ามาร่วมทำกิจกรรมหรือประชุมดังเช่นช่วงเริ่มต้นก่อตั้งอีก

ดังนั้น ไม่ว่าจะมีสถานการณ์ใดเกิดขึ้นในตลาดริมน้ำดอนหวายในขณะนี้ ผู้ที่ออกหน้าเดินเข้าไปแก้ปัญหา และทำกิจกรรมเชิงรุกก็คือ กำนันใหญ่ นั่นเอง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้นำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับการอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยในบทที่ 5 ต่อไป