

บทที่ 4

ผลการวิจัย



การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. ศึกษากระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันใน 3 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participant Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 20 คน ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 11 ท่าน และกลุ่มพันธมิตร จำนวน 9 ท่าน

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. สภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันและสภาพของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. ผลการวิจัย

สภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเขตตลิ่งชันและตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายและการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ ณ บริเวณริมคลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน อยู่ห่างจากสนามหลวงซึ่งเป็นใจกลางของกรุงเทพมหานครเพียง 5 กิโลเมตรเท่านั้น

เขตตลิ่งชัน¹ จัดเป็นเขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร แต่เดิมมีสภาพพื้นที่คล้ายเกาะ คือ ล้อมรอบด้วยคลองทั้ง 4 ด้าน ต่อมาเมื่อมีการแบ่งเขตการปกครอง โดยตัดพื้นที่ออกไป 2 แขวง คือ แขวงทวีวัฒนา และแขวงศาลาธรรมสพน์ ทำให้เขตตลิ่งชันไม่มีสภาพคล้ายเกาะดังเช่นอดีต แต่ก็ยังคงมีน้ำล้อมรอบถึง 3 ด้าน ได้แก่ ทิศเหนือ คลองมหาสวัสดิ์ ทิศใต้ คลองบางเชือกหนัง ทิศตะวันออก คลองชักพระและคลองบางกอกน้อย ทิศตะวันตก เขตทวีวัฒนา

นอกจากคลองใหญ่ทั้ง 3 ด้านที่เป็นคลองหลักแล้ว พื้นที่ภายในเขตตลิ่งชันยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อยอีกมากมาย ทั้งที่เป็นคูคลองโดยธรรมชาติและคูคลองที่ขุดขึ้นมาเพื่อการชลประทาน การเกษตรกรรม และเพื่อการคมนาคม ทำให้เขตตลิ่งชันมีเส้นทางคมนาคมทางน้ำหนาแน่น ซึ่งการคมนาคมส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นพาหนะ รวมทั้งบ้านเรือนของประชาชนและวัดต่าง ๆ ก็จะต้องอยู่ริมน้ำ เพราะสะดวกแก่การเดินทาง

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตตลิ่งชันส่วนใหญ่ประมาณ 80% ประกอบอาชีพการเกษตร ได้แก่ การทำนา การทำสวน ดังนั้นริมคลองต่าง ๆ ในเขตตลิ่งชันจึงเต็มไปด้วยสวนนานาชนิด ทั้งสวนไม้ยืนต้น สวนไม้ดอก และสวนพืชผัก อาชีพรองลงมา ได้แก่ ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

เขตตลิ่งชันมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยหลายประการดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้นเขตตลิ่งชันจึงมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาให้มีตลาดน้ำได้

ตลาดน้ำตลิ่งชันมีข้อได้เปรียบกว่าตลาดน้ำที่อื่น ๆ คือ การคมนาคมสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง เพราะตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ตลาดน้ำโดยทั่วไปมักจะมีตามต่างจังหวัดเท่านั้น

ตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ในพื้นที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน จึงทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันมีเฉพาะในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์เท่านั้น เพราะว่าในวันธรรมดา คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ พื้นที่บริเวณดังกล่าวจะใช้เป็นที่จอดรถสำหรับประชาชนผู้มาติดต่อราชการกับทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน ซึ่งสำนัก

¹ เขตตลิ่งชันมีเนื้อที่ประมาณ 32.85 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 2.09 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับ เขตภาษีเจริญ ทิศตะวันออก ติดต่อกับ เขตบางกอกน้อยและเขตบางพลัด ทิศตะวันตก ติดต่อกับ เขตทวีวัฒนา มีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 แขวง ได้แก่ แขวงคลองชักพระ แขวงตลิ่งชัน แขวงจิมพลี แขวงบางระมาด แขวงบางพระม และแขวงบางเชือกหนัง

งานเขตตลิ่งชันจะไม่อนุญาตให้ตั้งวางขายสินค้าใด ๆ ทั้งสิ้นเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน

บรรยากาศของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารนานาชาติ ผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายซื้อของกัน ซึ่งภายในตลาดน้ำตลิ่งชันจะมีการแบ่งออกเป็นโซนต่าง ๆ ตามประเภทของสินค้า คือ บริเวณทางเข้าจะเป็นซุ้มจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ทั้งไม้ดอก ไม้ประดับ ถัดเข้ามาจะเป็นแผงขายผลไม้นานาชาติตามฤดูกาล เช่น ส้มโอ กระท้อน มะม่วง มะพร้าวน้ำหอม เป็นต้น รวมทั้งอาหารและขนมชนิดต่าง ๆ ที่บรรจุกองเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อกลับบ้านด้วย

ด้านในของตลาดน้ำตลิ่งชัน มีร้านขายอาหารและขนมไทยประเภทต่าง ๆ รวมทั้งเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายในส่วนนี้จะเป็นอาหารประเภทพร้อมรับประทาน เช่น ก๋วยเตี๋ยว หมูสะเต๊ะ ปลาเผา ส้มตำ ยำประเภทต่าง ๆ ของทอด เป็นต้น

ในบริเวณนั้นนอกจากจะมีร้านขายอาหารประเภทต่าง ๆ แล้ว ยังเป็นที่ตั้งของเวทีประชาคมด้วย ซึ่งเวทีประชาคมจะใช้เป็นสถานที่แสดงดนตรีเพื่อสร้างความสนุกสนาน และผ่อนคลายความเครียดแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ขึ้นไปร้องเพลง และแสดงความสามารถได้ด้วย

“เราสนับสนุนให้ชาวบ้านที่รักดนตรีเอาเครื่องเสียงมาสนุกกันกับนักท่องเที่ยว ใครอยากจะขึ้นไปร้องในรูปแบบของคาราโอเกะก็ได้”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

นอกจากนี้ยังมีศาลาไทยหลังงามตั้งอยู่ริมคลองด้วย ซึ่งผู้ค้ามักจะเรียกกันติดปากว่า “ศาลาไทยริมน้ำ” โดยจะใช้เป็นจุดประชาสัมพันธ์หลักของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่ผู้ค้าและนักท่องเที่ยวได้รับทราบ และยังใช้เป็นสถานที่แสดงดนตรีไทยของนักเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครด้วย เพื่อขับกล่อมสร้างความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยด้วย

“ประชาคมเราสนับสนุนให้เยาวชนที่เป็นนักเรียนในสถาบันต่าง ๆ ในพื้นที่เขต ต่ลิ่งชั้นผลิตเปลี่ยนกันมาแสดงดนตรีไทย เป็นการอนุรักษ์ด้วย เป็นการส่งเสริมให้ เยาวชนไม่ไปยุ่งกับอบายมุขต่าง ๆ ให้เค้าหันมาแสดงออกความสามารถของเขา”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

สวนสุดท้ายที่อยู่ด้านในสุดของตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นโป๊ะแพ ซึ่งมีอยู่ทั้งสิ้น 11 โป๊ะแพ จอดอยู่ริมคลองซึกพระ ผังสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยที่ชาวบ้านจะพายเรือมาจอดเทียบเพื่อ จำหน่ายอาหารนานาชนิด ซึ่งอาหารที่มีขายในโป๊ะแพก็มีคล้าย ๆ กับอาหารที่ขายอยู่บนบก เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ปลาช่อนเผาเกลือ หมูสะเต๊ะ ผัดไท เป็นต้น

จุดเด่นของตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีความแตกต่างจากตลาดน้ำที่อื่น คือ ภายในตลาดน้ำตลิ่ง ชันมีการจัดพื้นที่ไว้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้สามารถนั่งรับประทานอาหารได้เลย ไม่ ใช่ว่าเพียงแค่จับจ่ายซื้อของเท่านั้น โดยบริเวณบนบกมีการจัดสถานที่เป็นสวนหย่อม มีบึงเล็ก ๆ และ น้ำพุ ปลูกต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ร่มเงา จัดวางโต๊ะเก้าอี้ และม้านั่งบริเวณริมคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยว นั่งพักผ่อนและรับประทานอาหาร ส่วนในโป๊ะแพก็จัดเป็นโต๊ะญี่ปุ่นให้นั่งกันได้เป็นกลุ่มสบาย ๆ ไม่ แออัด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่นั่งได้ตามใจชอบ

นอกจากนี้ยังมีการจัดสถานที่จอดรถไว้รองรับนักท่องเที่ยว โดยมีเจ้าหน้าที่เทศกิจของ สำนักงานเขตตลิ่งชันดูแลอำนวยความสะดวกคอยโบกรถให้ ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ใด ๆ ทั้งสิ้น

ผู้ที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น โดยทั่วไปแล้วจะเป็นประชาชนที่มาจากหลากหลายพื้นที่ และหลากหลายอาชีพ ทั้งผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตตลิ่งชันหรือบริเวณใกล้เคียง และผู้ที่อาศัยอยู่ไกล ออกไปหรืออาจจะอยู่ต่างจังหวัดก็ได้ โดยที่บุคคลเหล่านี้ได้รับทราบข่าวทั้งจากสื่อมวลชนแขนง ต่าง ๆ หรือจากคำบอกเล่าของคนรู้จักที่เคยมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จึงสนใจมาเที่ยวที่ตลาดน้ำ ตลิ่งชันบ้าง ซึ่งก็มีทั้งที่มาเป็นกลุ่มเล็ก ๆ กับเพื่อน หรืออาจจะมากันเป็นครอบครัวก็ได้ ซึ่งบางคนก็ กลายเป็นลูกค้าประจำของที่นี่ จนกระทั่งรู้จักคุ้นเคยกับผู้ค้าในตลาดน้ำตลิ่งชัน

“พวกที่เค้ามากัน มากันทุกจังหวัดนะ บางทีฉันถามว่ามาจากไหน ตั้งแต่กรุงเทพ มาแทบทุกที่...เค้าออกกระจายเสียง! ทางวิทยุ โทรทัศน์...”

...บางที่ฉันถามว่ามาจากไหน ก็บอกจากนางเลิ้ง แล้วคนนี่จากไหน ขอนแก่น คำ เป็นเพื่อนกันนัดมาเจอกัน บางที่ในกรุงเทพก็มีนัดมาเจอกัน คำบอกมาที่นี้เย็นดี อากาศดี คำมาพักผ่อน คำบอกอาหารไม่แพง แล้วก็มีคนตรีด้วย คำมาครั้ง เดียวก็ติดใจเลย คำจะมาทุกอาทิตย์เลย เสาร์อาทิตย์คำจะมาเป็นประจำเลย เพราะคำบอกว่าเย็นดี ไปดอนหวายก็ไม่มีที่นั่ง ร้อน เดินอย่างเดียว..."

(คุณวิเชียร มโนไมวงศ์ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

“คำมาครั้งหนึ่งก็จะติดใจ เพราะที่นี้ชายไม่แพง แล้วอย่างผอ.คนเก่าไปออกตามทีวี แล้วคำก็มากัน คำก็จะบอกต่อ ๆ กัน ชวนกันมา เพราะที่นี้จะมีเพลงด้วย นั่งกัน ได้นาน ของก็ราคาถูก”

(คุณลลิตา สุนทรพลิน – สัมภาษณ์ 23 มิ.ย. 45)

ผู้ค้าเกือบทั้งหมดที่นำสินค้ามาจำหน่ายในตลาดน้ำตลิ่งชัน มักจะเป็นประชาชนที่อาศัย อยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน และมีอาชีพประจำกันอยู่แล้ว ซึ่งมีทั้งที่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร และผู้ค้าอาชีพ โดยบุคคลเหล่านี้จะมาขายของที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อเป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

นอกเหนือจากกิจกรรมที่มีภายในตลาดน้ำตลิ่งชันแล้ว ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันยังได้จัดทำตลิ่งชันทัวร์ขึ้นด้วย โดยให้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นผู้ดำเนินการ ตลิ่งชันทัวร์เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลิ่งชันรูปแบบหนึ่ง เพื่อให้ประชาชนรู้จักพื้นที่ของเขตตลิ่งชันเพิ่มขึ้น โดยใช้เรือหางยาวนักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทย ๆ ท่ามกลางบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติของสองฝั่งคลอง ชมบ้านเรือนที่ยังมีสภาพดั้งเดิมหลงเหลืออยู่ และให้อาหารปลา และขึ้นชมสวนต่าง ๆ ตามฤดูกาล เช่น สวนไม้ไทย สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก หรือสวนผลไม้ตามฤดูกาล ซึ่งการท่องเที่ยวทัวร์คลองในแต่ละครั้งจะมีไกด์ท้องถิ่นนั่งไปในเรือด้วย เพื่อบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวตลอดเส้นทางที่เรือทัวร์ผ่าน ซึ่งตลิ่งชันทัวร์จัดว่าเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำตลิ่งชันเลยทีเดียว

สินค้าที่ได้ชื่อว่าเป็นของดีของตลาดน้ำตลิ่งชัน คือ กระท้อนซึ่งมีเนื้อปุยุหวานนุ่ม ผิวเหลืองสวยนวล เพราะมีการดูแลรักษาห่อไว้เป็นอย่างดี กระท้อนห่อของตลาดน้ำตลิ่งชันมีหลายพันธุ์ เช่น พันธุ์ทับทิม พันธุ์ปุยุฝ้าย นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากกระท้อน เช่น กระท้อน

ลอยแก้ว กระท้อนทรงเครื่อง ซึ่งมีราคาไม่แพง แถมยังสะอาด ถูกหลักอนามัย และปลอดภัยอีกด้วย

นอกจากนี้ยังมีชิงดองซึ่งเป็นสินค้าหนึ่งในโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล ที่ผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นชิงดองสูตรโบราณ ดองชิงในน้ำส้มมีสีชมพูสวย รสชาติเยี่ยม และอีกชนิดที่ได้รับความนิยมอย่างมาก คือ ชิงดองเต้าเจี้ยว ที่มีวิธีการผลิตที่ได้คุณภาพ ไม่ใส่สารกันบูด รสชาติแบบไทย ๆ ได้รับความประทับใจกับข้าวต้ม

สำหรับงานเทศกาลและงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันรวมทั้งเผยแพร่ของดีของเขตตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป ได้แก่ งานเทศกาลกระท้อนหน่อที่จัดขึ้นประมาณช่วงเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม ซึ่งเป็นฤดูกระท้อน งานเทศกาลวันสงกรานต์ งานเทศกาลลอยกระทง งานประเพณีชักพระ อันเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ซึ่งมีประชาชนสนใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมของตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นจำนวนมาก

“...เค้ามีไปโรมิตานแล้วเป็นปี ๆ เลย อย่างงานกระท้อน ประกวอดหรือไม่ประกวอด เค้าจะบอกหมดเลย หน้าประกวอดกระท้อนคนเยอะนะ คนมาเป็นพัน ๆ นะ โต๊ะแถวนี้ไม่มีจะนั่ง แล้วเค้าจะเอาเสื่อมาปูเป็นครอบครัวเลยตามโคนต้นไม้”

(คุณวิเชียร มโนไมวงศ์ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

จากลักษณะของตลาดน้ำตลิ่งชันดังที่กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปได้ว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีจุดเด่นที่ทำให้แตกต่างจากตลาดน้ำที่อื่น ดังนี้ คือ

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระยะทางห่างจากสนามหลวงซึ่งเป็นใจกลางของกรุงเทพมหานครเพียง 5 กิโลเมตร ทำให้ไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและประหยัดระยะเวลาในการเดินทาง
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นธรรมชาติไว้ได้ โดยมีลักษณะเช่นเดียวกับต่างจังหวัด
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีการเที่ยวในลักษณะครอบครัวเพราะมีค่าใช้จ่ายถูก
4. มีการท่องเที่ยวที่วัดคลองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการความสงบตามธรรมชาติ

5. มีกิจกรรมหลากหลาย มิใช่เฉพาะการซื้อขายสินค้าเพียงอย่างเดียว

6. ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชนในการพัฒนา ทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

ตลาดน้ำตลิ่งชันจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

หากย้อนกลับไปในอดีตเมื่อก่อนปี พ.ศ. 2530 บริเวณที่เป็นตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันนี้เป็นเพียงถนนและพื้นที่ว่างเปล่า ซึ่งใช้เป็นที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อราชการกับทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2530 นายประชุม เจริญลาก ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน ได้รับนโยบายจากผู้บริหารกรุงเทพมหานครในขณะนั้น คือ พลตรีจำลอง ศรีเมือง ที่ต้องการให้ทุกเขตจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งนายประชุม เจริญลาก เล็งเห็นว่าในอดีตตลิ่งชันเป็นถิ่นกำเนิดของตลาดน้ำแท้ ๆ คือ การค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้ากันทางน้ำ ซึ่งมีอยู่ ณ บริเวณปากคลองบางระมาด หรือหน้าวัดช่างเหล็กในปัจจุบัน จึงมีแนวคิดที่จะจัดทำตลาดน้ำขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูวัฒนธรรมพื้นบ้าน ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนของคนกรุงเทพมหานคร ตลอดจนสนับสนุนให้ชาวบ้านในพื้นที่มีรายได้เสริมอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งสนองตอบต่อนโยบายของทางกรุงเทพมหานคร

หลังจากนั้น นายประชุม เจริญลาก ได้วางแผนการดำเนินการจัดสร้างตลาดน้ำขึ้น ในขั้นแรกได้จัดทำโครงการพัฒนาตลาดนัดสินค้าการเกษตรขึ้นก่อน โดยมีการสร้างซุ้มจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและพันธุ์ไม้พันธุ์นก บริเวณด้านบนถนนหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ต่อมาได้ชักชวนข้าราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน มาร่วมกันจัดสร้างตลาดน้ำ โดยได้สร้างโป๊ะแพไม้ไผ่จำนวน 13 หลัง ในบริเวณริมคลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน และซุ้มจำหน่ายสินค้าบนบก ซึ่งเงินที่ใช้ในการก่อสร้างตลาดน้ำไม่ได้มาจากงบประมาณของทางราชการเลย แต่มาจากความร่วมมือแรงร่วมใจของคณะผู้จัดทำทั้งสิ้น

“ตลาดน้ำตอนที่ก่อตั้ง ผอ.ประชุม เป็นแกนนำชักชวนพ่อค้า ประชาชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้านต่าง ๆ มาแชร์ค่าใช้จ่ายกัน อย่างการสร้างโป๊ะแพ สร้างด้วยไม้ไผ่ ด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ได้ใช้งบประมาณของทางราชการ เป็นงบส่วนตัวที่เราเรียกรับบริจาคกันมา ทำโป๊ะแพเป็นไม้ไผ่ซึ่งมีความแข็งแรงความปลอดภัยในระดับหนึ่ง”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

ตลาดน้ำที่จัดสร้างขึ้นมานั้น มีลักษณะแตกต่างไปจากตลาดน้ำแบบดั้งเดิมที่เป็นการพายเรือมารวมกันเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งได้อำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่มาซื้อสินค้า โดยการสร้างโป๊ะแพขึ้นเพื่อให้ผู้ค้าพายเรือนำสินค้ามาจอดเทียบจำหน่ายที่โป๊ะแพ ซึ่งเป็นการประยุกต์ตลาดน้ำให้เข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบัน

“...คือสมัยก่อนเค้าเป็นการพายเรือมาซื้อพายเรือมาขายกัน เป็นตลาดน้ำแท้ ๆ แต่ปัจจุบันเมื่อถนนหนทางมันเข้ามา การพายเรือมาซื้อเป็นไปไม่ได้ พายเรือมาขาย ok เพราะฉะนั้นเราจึงทำโป๊ะแพขึ้นมาในลักษณะคุณพายเรือมาขายได้ แต่อำนวยความสะดวกในแง่ที่คุณเดินลงไปซื้อได้ ขับรถมาจอดเดินลงไปซื้อได้ ปรับเปลี่ยนให้มันมีรูปแบบใหม่คือ ไม่ใช่ตลาดน้ำรูปแบบเดิม แต่เป็นตลาดน้ำรูปแบบใหม่ อำนวยความสะดวกให้คนซื้อมากกว่า”

(คุณยอดฤดี ปัทมะสุนทร – สัมภาษณ์ 18 ก.พ. 45)

“...สภาพของตลาดน้ำปัจจุบันนี้เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภค นักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยว มีเรือของชาวบ้านที่มาขายอาหารจอดตรงโป๊ะแพ”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

หลังจากที่ชาวบ้านนำสินค้ามาขายที่ตลาดน้ำได้ไม่นาน ทางกรมเจ้าท่าได้แจ้งว่าไม่อนุญาตให้มีการสร้างสิ่งก่อสร้างรุกล้ำแม่น้ำ ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้ประกาศยกเลิกการขายสินค้าในโป๊ะแพดังกล่าว แต่กลุ่มผู้ค้าจำนวนหนึ่งได้รวมตัวกันร้องขอต่อกรุงเทพมหานคร ทางกรุงเทพมหานครจึงได้มีหนังสือขอทบทวนไปยังรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ซึ่งทางกระทรวงคมนาคมได้พิจารณาแล้วเห็นว่า คลองชักพระไม่ใช่คลองใหญ่ที่มีเรือสัญจรไปมามากมาย จึงไม่น่าจะเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า จึงอนุญาตให้มีการจำหน่ายสินค้าในโป๊ะแพได้ ตลาดน้ำตลิ่งชันจึงได้ถือกำเนิดขึ้นนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

ในช่วงแรกที่มีตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นยังมีผู้ค้าจำนวนไม่มาก ดังนั้นจึงยังไม่มีข้อกำหนดที่ประจำของผู้ค้าแต่ละราย การตั้งวางสินค้าจำหน่ายทำได้โดยอิสระ นอกจากนี้ผู้ค้าแต่ละรายยังไม่มีมารวมกลุ่มกันชัดเจนดังเช่นในปัจจุบัน โดยจะอยู่ในรูปแบบต่างคนต่างขาย แต่ก็พอจะรู้จักกันบ้าง โดยจะพูดคุยกันเฉพาะเรื่องการค้าขายเท่านั้น เนื่องจากผู้ค้าส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชันและชักชวนกันมาขายสินค้าที่ตลาดน้ำ นอกจากนี้ผู้ค้าบางรายก็มีบ้านเรือนอยู่ใกล้เคียงกันอีกด้วย

ในขณะนั้นสำนักงานเขตตลิ่งชันมีหน้าที่รับผิดชอบดูแลตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด โดยจะมีเจ้าหน้าที่เทศกิจทำหน้าที่เก็บเงินจากผู้ค้าแต่ละรายที่นำสินค้ามาจำหน่ายภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อจ่ายให้สำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นค่าธรรมเนียมและเงินภาษี นอกจากนี้ยังเป็นค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาดและค่าเก็บขยะของตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

ในกรณีที่มีปัญหาความขัดแย้งหรือความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเกิดขึ้นภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น มีการตั้งวางสินค้าในที่รูกลิ้ง หรือตั้งวางสินค้านอกออกไปในทางเท้า ก็จะมีเจ้าหน้าที่เทศกิจของสำนักงานเขตตลิ่งชันมาว่ากล่าวตักเตือนผู้ค้าเป็นราย ๆ ไป ซึ่งหากผู้ค้ารายใดไม่เชื่อฟังและปฏิบัติตามก็จะต้องเสียค่าปรับให้กับเจ้าหน้าที่เทศกิจ เนื่องจากเป็นระเบียบข้อบังคับของกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยเรื่องการตั้งวางสินค้าจำหน่ายในพื้นที่สาธารณะ

ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2533 สมัยที่นายประชุม เจริญลาก ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน ตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ผู้ค้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเกษตรกรในพื้นที่เขตตลิ่งชันนำสินค้านานาชนิด ทั้งอาหาร ผลผลิตทางการเกษตร และพันธุ์ไม้มาจำหน่ายที่ตลาดน้ำตลิ่งชันกันเป็นจำนวนมาก รวมทั้งผู้ค้าที่พายเรือนำสินค้ามาจอดเทียบชายที่โป๊ะแพด้วย ในเวลานั้นตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วไปอย่างแพร่หลาย ทำให้มีผู้สนใจเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันกันอย่างคึกคัก

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา หลังจากที่หมดสมัยของนายประชุม เจริญลาก ตลาดน้ำตลิ่งชันก็ไม่ได้ได้รับความสนใจจากผู้บริหารเขตตลิ่งชันเท่าที่ควร ผู้บริหารบางท่านเสนอให้ยุบตลาดน้ำตลิ่งชันอีกด้วย ตลาดน้ำตลิ่งชันถูกปล่อยปละละเลยจนเริ่มชำรุดทรุดโทรม โป๊ะแพไม้ไผ่ผู้ฟังจนเหลืออยู่เพียง 9 หลัง ประชาชนมาใช้บริการลดน้อยลงจนแทบจะไม่มี เนื่องจากเกรงว่าจะได้รับอันตราย ผู้ค้าบางรายเลิกกิจการไปเพราะค้าขายขาดทุน ยังคงเหลือแต่ผู้ค้าเก่า ๆ ที่เคยร่วมกันก่อสร้างตลาดน้ำตลิ่งชันและค้าขายกันมาตั้งแต่ต้น ซึ่งผู้ค้ากลุ่มนี้ได้รวมตัวกันบำรุงรักษาตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น ปรับปรุงซ่อมแซมโป๊ะแพให้แข็งแรง ช่วยกันรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นต้น แต่ก็ไม่ได้ทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันกลับมาคึกคักเหมือนตอนเริ่มก่อตั้งใหม่ ๆ มีแต่จะซบเซาลง

“..จนถึง พ.ศ. 2534 ผอ. ประชุม ได้ย้ายไปดำรงตำแหน่งที่อื่น ตลาดน้ำก็เริ่มซบเซา เพราะผู้บริหารคนอื่น ๆ ไม่ได้ให้ความสนใจและผู้บริหารบางชุดต้องการยุบตลาดน้ำไปเลย ... โป๊ะแพก็เริ่มเสื่อมสภาพ แต่ก็อยู่ได้ด้วยเวลาที่ผู้ค้าที่รวมตัว

กันช่วยกันซ่อมแซม ทำตลาดน้ำมาเรื่อย ๆ ตอนนี้นำมาตัวเอง เขตไม่ได้เป็น
ที่เลี้ยงอะไรเหมือนแต่ก่อน และไม่มายุ่งอะไร มีฝ่ายนั้นฝ่ายนี้เข้ามาก็มีแต่
ข้อตำหนิวาอย่างนู่นไม่ดีอย่างนี้ไม่ดี เราก็กู้ไขกันมาเรื่อย”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2541 เรืออากาศโทอิรวาสส์ บัทมะสุคนธ์ ย้ายมาดำรงตำแหน่งเป็น
ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน ได้มีแผนการที่จะปรับปรุงฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งอนุรักษ์ให้เป็นของดีของเขตตลิ่งชันด้วย ซึ่งสนอง
ตอบต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีอะเมซิ่งไทยแลนด์ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ
(ยุค IMF) ให้มีที่ทำมาหากิน และมีรายได้เลี้ยงครอบครัวหรือมีรายได้เสริมให้กับบางครอบครัวด้วย
ซึ่งวัตถุประสงค์ในการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำตลิ่งชัน มีดังนี้

1. เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ที่ต้องการให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ โดยเป็นการสร้างงาน
สร้างอาชีพ ซึ่งบ้างก็เป็นอาชีพหลัก บ้างก็เป็นอาชีพเสริม
3. เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ในการทำมาหากิน หาเลี้ยง
ครอบครัวแทนการเที่ยวเตร่ และใช้เวลาว่างไปในทางที่ผิด
4. เพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าและพืชผลทางการเกษตร เนื่องจากเขตตลิ่งชัน
เป็นแหล่งพันธุ์ไม้และพืชผลทางการเกษตร
5. เพื่ออนุรักษ์ของดีของเขตตลิ่งชัน คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จัก
และหวงแหนทรัพยากรที่มีค่า
6. เพื่อสร้างแหล่งเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อให้มีการหมุนเวียนในการซื้อและขาย และมีการ
หมุนเวียนไปยังส่วนต่าง ๆ เป็นวัฏจักร
7. เพื่อเป็นการสร้างเสริมแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามเส้นทางที่ทิวทัศน์
8. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนักและรักในถิ่นฐานของตนเอง
9. เพื่อให้เกิดเส้นทางเศรษฐกิจตามเส้นทางที่มีการท่องเที่ยวทั่วรัศมี ซึ่งจะมีผู้นำสินค้า
พายเรือมาจำหน่ายตามจุดต่าง ๆ ที่เรือทิวทัศน์ ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

ในการดำเนินการฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชัน เรืออากาศโทอิรวดี บัณฑิต บัณฑิต ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน ได้มอบนโยบายให้คณะผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชันและผู้ค้าในตลาดน้ำตลิ่งชันช่วยกันดำเนินการปรับปรุง โดยทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ของบประมาณสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครเพื่อจัดสร้างโป๊ะแพเหล็กแทนโป๊ะแพไม้ไผ่ที่มีอยู่เดิม ซึ่งเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนได้กำหนดนโยบายการจัดระเบียบผู้ค้า และการรักษาความสะอาดให้ผู้ค้าปฏิบัติ

เนื่องจากตลาดน้ำตลิ่งชันมีสภาพทรุดโทรมมาก ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้จัดทำ Master Plan ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งระบบ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ของสำนักงานเขตตลิ่งชันและผู้ค้าในตลาดน้ำตลิ่งชัน โดย Master Plan สำหรับพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันประกอบไปด้วย การพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อม สถานที่จอดรถ การวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาผู้ค้า การจัดระเบียบ และการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน

สำหรับการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น เป็นนโยบายที่ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้รับมาจากผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2540 – 2544 ที่ต้องการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ด้วยเหตุนี้ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้จัดตั้งประชาคมขึ้นเพื่อให้บริการกิจการของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ตลอดจนบริหารเงินกองทุนของประชาคมด้วย

ตลาดน้ำตลิ่งชันภายใต้การบริหารจัดการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน กลายเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปอย่างแพร่หลายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักผ่อนในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์สำหรับประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับครอบครัว ซึ่งมีผู้สนใจเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันกันอย่างเนืองแน่นทุกอาทิตย์ เนื่องจากบรรยากาศดีเป็นธรรมชาติ การเดินทางสะดวก ประหยัดเวลาและสินค้าราคาไม่แพง

สภาพของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ประกอบด้วยด้วยบุคคลที่มาจากหลายสาขาอาชีพ ทั้งข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และประชาชนทั่วไป โดยที่มีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. คณะกรรมการบริหารประชาคม ได้แก่ ประธาน รองประธาน เลขานุการ ที่ปรึกษา และกรรมการประชาคม รวมทั้งสิ้น 15 คน ซึ่งจะมาจากการเลือกตั้งของสมาชิกประชาคมทั้งหมด โดยสมาชิกประชาคมจะลงคะแนนเสียงเลือกเฉพาะประธานประชาคม แล้วประธานประชาคมจะไปเลือกคณะทำงานเอง สำหรับคณะกรรมการประชาคมจะมีวาระการทำงานครั้งละ 2 ปี ซึ่งจากการเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคมทั้ง 2 ครั้งที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ก็จะได้คณะกรรมการชุดเดิม

“คณะกรรมการประชาคมเค้าเลือกกันเอง วิธีการจะดำเนินการโดยสำนักงานเขต เราจะจัดวิธีการเลือกให้ แต่เค้าก็เลือกกันเอง ระยะเวลาเค้าคือ 2 ปี ถ้าทำงานดี เค้าก็เลือกคนเดิมอีก ถ้าไม่ดีเค้าก็เลือกใหม่ เพราะฉะนั้นกรรมการจะต้องทำงานให้มีประสิทธิภาพ คนเค้าจะได้เลือกอีก”

(คุณยอดฤดี ปัทมะสุนทร – สัมภาษณ์ 18 ก.พ. 45)

“...กรรมการเนี่ยส่วนใหญ่เราจะคงเดิมไว้ นอกจากใครมีภาระเราก็จะตัดออก...”

(คุณสมบุญ บุญประกอบ – สัมภาษณ์ 14 ก.ย. 45)

สำหรับประธานประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน คือ คุณนพดล มาเสริมสิน หรือที่ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันมักจะเรียกกันว่า “พี่นุ้ย” หรือ “คุณนุ้ย” นั้น เป็นผู้ที่ได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งนี้ติดต่อกัน 2 วาระแล้วนับตั้งแต่ก่อตั้งประชาคมขึ้นมา เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเหมาะสมหลายประการ ได้แก่ เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอยู่ในกลุ่มผู้ก่อตั้งและผู้ฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับนับถือจากผู้ค้าตลาดน้ำทุกคนเพราะเป็นคนในพื้นที่ นอกจากนั้นยังมีศักยภาพในการติดต่อขอความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพราะเป็นข้าราชการอีกด้วย

“...อย่างพื้หนุ่ยเนี่ย อย่างแรกเค้าเป็นข้าราชการ ค่อนข้างจะมี power ในการติดต่อด้านนอก ประชาสัมพันธ์ก็ดี ถือว่านั่นเป็นประโยชน์ส่วนหนึ่งของเค้า อย่างที่สองคือเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งเค้าก็ควบคุมง่าย เพราะส่วนใหญ่แม่ค้าเนี่ยเป็นคนในพื้นที่ ก็จะทำให้ความศรัทธาเลือก...”

(คุณจิตพร อัญญาวัชระ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

คณะกรรมการบริหารประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน มีหน้าที่ดังนี้

- 1.1 กำหนดกรอบวิธีการทำงานของประชาคม โดยยึดตามนโยบายที่สำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นผู้กำหนดให้
- 1.2 บริการ ดูแลสมาชิกประชาคมแต่ละรายให้ปฏิบัติอยู่ในกฎระเบียบของประชาคม
- 1.3 จัดการเรื่องการเงินและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของประชาคม เพื่อให้สามารถเลี้ยงดูตัวเองได้
- 1.4 เป็นตัวแทนของสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด ประสานงานติดต่อกับตัวแทนของสำนักงานเขตตลิ่งชัน หรือหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ

2. กรรมการโซน มีทั้งหมด 9 คน เป็นตำแหน่งที่แต่งตั้งเพิ่มขึ้นมาจากที่มีประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมาแล้ว 2 ปี เพื่อดูแลผู้ค้าในแต่ละโซน ซึ่งร้านค้าที่อยู่ภายในตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมดจะถูกแบ่งเป็นล็อก เป็นโซน โดยในแต่ละโซนจะมีผู้ค้าประมาณ 10 ราย

“...การทำตรงนี้เนื่องจากเราต้องการให้ปัญหาที่เกิดขึ้นแต่ละโซนรับผิดชอบกันก่อน ถ้าสามารถแก้ได้เราจะให้ในโซนเค้าแก้กันมาก่อน...บางที่เราไม่รู้ปัญหาที่แท้จริง แต่ถ้าโซนเนี่ยเค้าจะรู้ปัญหาที่แท้จริง เพราะเค้าอยู่คลุกคลีกันในกลุ่มผู้ค้าด้วยกันเอง...”

(คุณสมบุญ บุญประกอบ – สัมภาษณ์ 14 ก.ย. 45)

“...เราก็จะมีประชุมหรือว่าได้รับระเบียบใหม่มาจาก กทม.ก็ดี จากสำนักงานเขตก็ดี ก็จะมาแจ้งให้ผู้ค้าทราบ ผมก็จะมีหน้าที่มากกระจายข่าวในกลุ่มที่ผมดูแลกรรมโซนทุกคนจะทำอย่างนี้หมด”

(คุณจิตพร อัญญาวัชระ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

สำหรับการเลือกกรรมการไชนีส ผู้ค้าในแต่ละไชนีสที่มีอยู่ประมาณ 10 ราย จะเป็นผู้ที่เลือกกันเอง โดยเลือกพร้อมกันกับคณะกรรมการบริหารประชาคม ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสมว่าผู้ค้าคนใดในไชนีสที่สมควรจะได้รับเลือก ซึ่งกรรมการไชนีสมีวาระการทำงานครั้งละ 2 ปีเช่นกัน

“...ก็ 10 คนนี้แล้วแต่จะเลือกใครขึ้นมาทำงาน เลือกในที่ประชุมหมดเลย อย่างไชนีสนี่มีกี่คน อยากให้ใครขึ้นมาเป็นหัวหน้า เลือกในวันเดียวกันหมด”

(คุณวรรณศรี แย้มเกษม – สัมภาษณ์ 1 ก.ย. 45)

กรรมการไชนีส มีหน้าที่ดังนี้

- 2.1 เก็บเงินค่าสมาชิกประชาคมรายละ 140 บาทต่อสัปดาห์ จากผู้ค้าที่อยู่ในไชนีส เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายของประชาคม
 - 2.2 ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากที่ประชุมให้ผู้ค้าในไชนีสรับทราบ
 - 2.3 ดูแล ตักเตือนผู้ค้าในไชนีสให้วางสินค้าให้เป็นระเบียบ และรักษาความสะอาดหน้าร้าน
3. สมาชิกประชาคม ได้แก่ ผู้ค้าในตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด ซึ่งเป็นข้อตกลงว่าผู้ที่จะมาค้าขายในตลาดน้ำตลิ่งชันจะต้องเป็นสมาชิกของประชาคมด้วย

“...ผู้ค้าที่นี่ไม่เหมือนที่อื่น ที่อื่นเค้าต้องเสียค่าที่ แต่ที่นี่มาไม่เสียเลย คุณมาผ่านการคัดเลือกก็มาขายที่นี่ได้ คุณก็จะเป็นสมาชิกของประชาคมโดยปริยาย แล้วคุณจะต้องเสียค่าสมาชิกเป็นรายวันเพราะตลาดน้ำเรามีเฉพาะเสาร์อาทิตย์”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – 28 ก.ค. 45)

สมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน มีหน้าที่ดังนี้

- 3.1 ออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งประธานประชาคม
- 3.2 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคม เช่น ไม่ตั้งวางสินค้าล้ำเส้นทางเท้าที่กำหนด เสียค่าสมาชิกประชาคมอาทิตย์ละ 140 บาทสำหรับสมาชิกประชาคมที่ค้าขายอยู่บนบก และอาทิตย์ละ 200 บาทสำหรับสมาชิกประชาคมที่ค้าขายอยู่ในโป๊ะแพ เป็นต้น
- 3.3 ช่วยกันดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำ
- 3.4 เสนอแนะความคิดเห็นผ่านทางกรรมการประชาคมเพื่อนำเข้าที่ประชุม และปฏิบัติตามมติที่ได้รับจากที่ประชุม

4. กลุ่มพันธมิตร ได้แก่ สำนักงานเขตตลิ่งชัน โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครในเขตตลิ่งชัน เจ้าของสวนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน ศูนย์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การรถไฟ โดยพันธมิตรเหล่านี้จะทำหน้าที่ประสานงานกับประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ด้านนโยบายของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะประสานงานกับสำนักงานเขตตลิ่งชันในการบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกัน โดยที่สำนักงานเขตตลิ่งชันจะทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายหลักให้กับประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อให้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อบริหารกิจการตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้นำนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชันจำนวน 16 ข้อ มาแจกแจงเป็นระเบียบและกฎข้อบังคับจำนวน 23 ข้อ ให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทุกคนถือปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

“...เขตเป็นผู้เลี้ยง กำหนดพื้นที่ให้ และให้อยู่ในกติกา 16 ข้อ เป็นกฎเหล็กของสำนักเทศกิจ กทม. เรากียึดตรงนั้นเป็นหลักแล้วมาแจกแจงเป็น 23 ข้อ เป็นกฎระเบียบให้ผู้ค้าถือปฏิบัติ”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – 28 ก.ค. 45)

4.2 ด้านกิจกรรมภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะประสานงานกับสำนักงานเขตตลิ่งชันในการติดต่อขอความร่วมมือจากโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครที่อยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน ให้นำนักเรียนที่มีความสามารถทางด้านดนตรีไทยมาแสดงดนตรีไทยที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ในช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น. ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปทุกอาทิตย์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และได้แสดงความสามารถที่มีด้วย โดยที่ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นผู้ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ค่ายานพาหนะรับ – ส่ง และค่าอาหารกลางวัน

“ตั้งแต่เริ่มตั้งเป็นประชาคมมาก็มีที่เห็นชัดคือเรื่องดนตรี เขตเค้าเป็นสื่อกลางติดต่อให้ว่าทุกโรงเรียนไปจัดคิวกัน อาทิตย์นี้เป็นโรงเรียนนี้ ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกัน”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

4.3 ด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและสำนักงานเขตตลิ่งชันติดต่อขอความร่วมมือกับการรถไฟฯ ใช้พื้นที่บริเวณฝั่งตรงข้ามสำนักงานเขตตลิ่งชัน ซึ่งเป็นที่ดินของการรถไฟฯ โดยที่สำนักงานเขตตลิ่งชันใช้งบประมาณของทางราชการปรับปรุงพื้นที่บริเวณดังกล่าวเป็นที่จอดรถเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน นอกเหนือจากที่จอดรถภายในสำนักงานเขตตลิ่งชัน

“...ทางเขตจัดที่จอดรถไว้ในสำนักงานเขตด้วย อย่างด้านนอกที่เป็นลานจอดรถก็เป็นงบประมาณของสำนักงานเขต...”

(คุณยอดฤดี ปัทมะสุนทร – สัมภาษณ์ 18 ก.พ. 45)

เจ้าหน้าที่เทศกิจของสำนักงานเขตตลิ่งชันจะสนับสนุนการทำงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ในด้านการอำนวยความสะดวกเรื่องการจราจรภายในตลาดน้ำตลิ่งชันและที่จอดรถของนักท่องเที่ยว ซึ่งเจ้าหน้าที่เทศกิจจะทำหน้าที่ในการโบกรถและจัดหาที่จอดรถให้นักท่องเที่ยว โดยทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องค่าตอบแทนของเจ้าหน้าที่เทศกิจที่มาปฏิบัติหน้าที่เหล่านี้

“...ฝ่ายเทศกิจเค้าจะดูแลการจัดระเบียบต่าง ๆ การจัดการจราจร...”

(คุณยอดฤดี ปัทมะสุนทร – สัมภาษณ์ 18 ก.พ. 45)

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันประสานงานกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ในการจัดสร้างห้องน้ำเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยห้องน้ำนี้จะแยกออกมาจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน เนื่องจากที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวใช้ห้องน้ำของสำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นจำนวนมาก เป็นผลให้ห้องน้ำของสำนักงานเขตตลิ่งชันชำรุด และมีปัญหาเรื่องการรักษาความสะอาด ตลอดจนความปลอดภัยของทางราชการด้วย

4.4 ด้านความสะอาดของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมมือกับฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ในการจ้างคนงานมาเก็บขยะภายในตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งบนบกและในน้ำ เพื่อความสะอาดและสิ่งแวดล้อมที่ดีของตลาดน้ำตลิ่งชัน

นอกจากนี้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันยังได้ประสานงานกับฝ่ายอนามัยของสำนักงานเขตตลิ่งชัน เพื่อดูแลความสะอาดของภาชนะที่ใส่อาหารและอาหารที่จำหน่ายภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.5 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน

สำนักงานเขตตลิ่งชันประสานงานกับประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ หรือที่เรียกว่า “ตลิ่งชันทัวร์” ขึ้นภายในพื้นที่เขตตลิ่งชัน โดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นผู้ดำเนินการในการจำหน่ายตั๋วเรือ เส้นทางท่องเที่ยว การบริการและการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันยังได้รับความร่วมมือจากเจ้าของสวนต่าง ๆ ในการอนุญาตให้ไกด์นำเที่ยวพานักท่องเที่ยวขึ้นชมสวนไม้ไทย สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก และสวนผลไม้ ตามฤดูกาลที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวของตลิ่งชันทัวร์ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปตามโอกาส ตลอดจนเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับพันธุ์ไม้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อผลผลิตทางการเกษตรและพันธุ์ไม้ได้โดยตรงจากสวนด้วย

“...ไปขึ้นสวนกล้วยไม้ เรามีวิทยากรเจ้าของสวนเดินเป็นมัดคู่เทศก็ให้ความรู้กับท่านเกี่ยวกับกล้วยไม้ สวนผลไม้มีวิทยากรต่อเนืองกัน คือเที่ยวที่นี้แล้วได้ความรู้...”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

4.6 ด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนเชิญชวนให้ประชาชนเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย โดยได้ทำการประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายผ้า สารคดีทางโทรทัศน์และวิทยุ บทความในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร สกู๊ปข่าวพิเศษ การจัดงานเทศกาลต่าง ๆ และการจัดทำเว็บไซต์แนะนำตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

นอกจากนี้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันยังได้ประสานความร่วมมือกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน เพื่อทำแผนงานเสนอไปที่ศูนย์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อของบประมาณในการทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน และพัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรอบของตลาดน้ำตลิ่งชันให้อยู่ใน

สภาพที่ดี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน

“...หลังจากปีการท่องเที่ยวก็เริ่มเป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ก็จะมีงบประมาณสนับสนุนมา เพราะหลังจากนั้นก็จะมีให้เราขอ เสนอแผนงานการปรับปรุงตลาดน้ำ การประชาสัมพันธ์ การที่จะทำโครงการอะไร เราก็เสนอไปที่ศูนย์ท่องเที่ยวของ กทม. แล้วศูนย์ท่องเที่ยวก็จะเสนอไปที่ ททท. เพื่อขอเงินสนับสนุน งบประมาณเศรษฐกิจ เค้าก็ไปพิจารณาตามขั้นตอนของเค้า

เราก็จะบอกเค้าว่าต้องการอะไรมัย จะพัฒนาปรับปรุงอะไร เค้าก็เขียนแผนของเค้ามาให้เขต เราก็มาช่วยปรับปรุง เพราะคณะกรรมการตลาดน้ำก็เป็นแม่ค้าคนธรรมดา ไม่ค่อยเป็นเรื่องวิชาการ เราก็มาปรับปรุงให้ เวลาส่งก็ในนามของสำนักงานเขต ซึ่งแผนทุกอย่างก็จะนำมารวมให้ ผอ.ดูแล้วประชุมร่วมกัน จากนั้นก็เสนอแต่จะได้ก็โครงการก็เป็นเรื่องของทางข้างบน ก็คิดไปทำไป ประชาสัมพันธ์เราจะเป็นตัวประสานงานโดยรวม”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช – สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

พัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า การรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งเป็นประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ ได้แก่

1. **ระยะริเริ่มรวมตัว** เป็นระยะที่ชาวบ้านในพื้นที่เขตตลิ่งชันนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดน้ำตามประกาศเชิญชวนของสำนักงานเขตตลิ่งชัน จนกระทั่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงคณะผู้บริหารสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันซบเซาลงไป เพราะไม่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ผู้ค้าตลาดน้ำประสบกับปัญหาความทุรดาของตลาดน้ำตลิ่งชันจึงได้เริ่มรวมตัวกันเพื่อปรับปรุงตลาดน้ำตลิ่งชัน

2. **ระยะรวมกลุ่มเข้มแข็ง** คำว่า “รวมกลุ่มเข้มแข็ง” ในที่นี้หมายถึง การรวมตัวกันของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างเป็นระบบและมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจน เพื่อบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยได้รับการจตุประกายและ

สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เป็นระยะที่สังคมกำลังตื่นตัวกับรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน และแนวคิดประชาสังคมซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาสังคม

3. ระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ คำว่า “ความเป็นมืออาชีพ” ในที่นี้หมายถึง ความสามารถและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถจัดสรรทั้งรายรับและรายจ่ายเพื่อเลี้ยงดูตนเองได้ โดยที่สำนักงานเขตตลิ่งชันลดบทบาทในการช่วยเหลือลง

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแบบจำลองดังนี้



แบบจำลองที่ 1 พัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

1. ระยะริเริ่มรวมตัว

อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2540 เป็นช่วงที่สำนักงานเขตตลิ่งชันจัดสร้างตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นบริเวณหน้าสำนักงานเขต และประกาศเชิญชวนให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชันนำผลิตผลทางการเกษตรมาขาย ซึ่งมีชาวบ้านในพื้นที่นำสินค้ามาจำหน่ายกันเป็นจำนวนมาก หลังจากนั้นไม่นานตลาดน้ำตลิ่งชันก็กลายเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปเนื่องจากการส่งเสริมและสนับสนุนเป็นอย่างดีจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ต่อมาเมื่อมีการเปลี่ยนคณะผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ตลาดน้ำตลิ่งชันก็ถูกละเลยไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จนทำให้ตลาดน้ำมีสภาพทรุดโทรม ระเบิดพายุพัง ทำให้นักท่องเที่ยวลดลงไปมากเพราะเกรงว่าจะได้รับอันตราย รวมทั้งผู้ค้าหลายรายต่างก็พากันปิดกิจการเพราะค้าขายขาดทุน เหลือผู้ค้าเพียงไม่กี่รายที่ยังคงค้าขายอยู่ และในช่วงนี้เองผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันที่เหลืออยู่ได้เริ่มมีการรวมตัวกัน โดยมีคุณนพดล มาเสริมสิน

ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันดั้งเดิมเป็นแกนนำคนสำคัญในการช่วยกันปรับปรุงซ่อมแซมตลาดน้ำตลิ่งชันเท่าที่จะทำได้

- **การจัดสร้างตลาดน้ำตลิ่งชัน**

เริ่มในปี พ.ศ. 2530 สมัยที่นายประชุม เจริญลาภ ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน ได้รับนโยบายจากผู้บริหารกรุงเทพมหานครในขณะนั้น คือ พลตรีจำลอง ศรีเมือง ให้ทุกเขตจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย นายประชุม เจริญลาภ จึงมีแนวคิดที่จะจัดสร้างตลาดน้ำขึ้น ณ บริเวณหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อนโยบายของกรุงเทพมหานคร และฟื้นฟูเอกลักษณ์ของเขตตลิ่งชันซึ่งในอดีตเคยเป็นต้นกำเนิดของตลาดน้ำอย่างแท้จริง ตลอดจนเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้เสริมอีกทางหนึ่งด้วย

หลังจากที่นายประชุม เจริญลาภ ได้ประชุมปรึกษารื้อกับคณะผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชันแล้ว จึงได้วางแผนการดำเนินการจัดสร้างตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้น โดยในขั้นแรกทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้จัดทำโครงการพัฒนาตลาดนัดสินค้าการเกษตรขึ้นก่อน โดยได้สร้างซุ้มจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและพันธุ์ไม้ด้านบนถนนบริเวณหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน แล้วทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้ประกาศเชิญชวนให้ประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันนำสินค้ามาตั้งวางขายในตลาดนัด โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ให้กับสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยได้ติดประกาศไว้ที่หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน จากนั้นข่าวการเปิดตลาดนัดหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงแพร่กระจายออกไปจากการบอกเล่าชักชวนกันของประชาชนที่ทราบข่าว ทำให้มีผู้ค้าเริ่มมาตั้งแผงจำหน่ายสินค้ากันมากขึ้น ตลาดนัดจึงเริ่มเป็นที่รู้จักของประชาชนในท้องถิ่น

ต่อมานายประชุม เจริญลาภ จึงเริ่มขยายพื้นที่ตลาดนัดลงมาสู่บริเวณริมคลองชักพระ โดยได้ชักชวนข้าราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ค้า และประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน มาร่วมกันก่อสร้างตลาดน้ำ โดยมีได้ฟังงบประมาณของทางราชการเลย คณะผู้จัดทำเหล่านี้ได้ระดมทุนทรัพย์ส่วนตัวและช่วยกันสร้างโป๊ะแพไม้ไผ่ขนาด 4 x 8.5 เมตร จำนวน 13 หลัง ในบริเวณริมคลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน รวมทั้งซุ้มจำหน่ายสินค้าบนบกด้วย

- ตลาดน้ำตลิ่งชันในช่วงแรก

เมื่อกลายเป็นตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำให้มีผู้ค้าจำนวนเพิ่มขึ้น ทั้งผู้ค้าที่ตั้งวางสินค้าจำหน่ายบนบกและผู้ค้าที่พายเรือมาจอดเทียบชายที่โอบีแพในคลอง พร้อมกันนั้นตลาดน้ำตลิ่งชันก็เริ่มเป็นที่รู้จักของประชาชนในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียงมากขึ้น ต่อมากษัตริย์เจ้าฟ้าได้มีหนังสือแจ้งมาทางสำนักงานเขตตลิ่งชันว่าไม่อนุญาตให้มีการสร้างสิ่งก่อสร้างรุกล้ำแม่น้ำ สำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้ประกาศยกเลิกการค้าขายในน้ำและเตรียมที่จะรื้อถอนโอบีแพไม้ไผ่จำนวน 13 หลังออกไป แต่กลุ่มผู้ค้าจำนวนหนึ่งที่ต้องสูญเสียผลประโยชน์ได้รวมตัวกันร้องขอต่อกรุงเทพมหานครให้ช่วยผ่อนผัน กรุงเทพมหานครจึงได้มีหนังสือขอทบทวนไปยังรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ซึ่งกระทรวงคมนาคมได้พิจารณาแล้วเห็นว่าคลองชักพระไม่ใช่คลองใหญ่ที่มีเรือสัญจรไปมามากมาย ไม่น่าจะเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนจึงอนุญาตให้มีการค้าขายในน้ำได้

นับจากนั้นเป็นต้นมาจึงมีประชาชนในพื้นที่นำสินค้ามาตั้งวางจำหน่ายกันเป็นประจำทุกวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ และยังได้ชักชวนญาติพี่น้องหรือคนรู้จักมาจำหน่ายสินค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย ชาวกรมี่ตลาดน้ำหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชันเริ่มแพร่กระจายออกไป ตลาดน้ำตลิ่งชันจึงกลายเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ทำให้ทุกอาทิตย์มีผู้สนใจเดินทางมาจับจ่ายซื้อของที่ตลาดน้ำตลิ่งชันกันอย่างคับคั่ง

- ตลาดน้ำตลิ่งชันในช่วงซบเซาและทรุดโทรม

ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 หลังจากที่หมดสมัยของนายประทุม เจริญลาภ เป็นผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันแล้ว ก็ไม่มีผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชันคนใดให้ความสนใจกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้บริหารบางท่านเสนอให้ยุบตลาดน้ำตลิ่งชันอีกด้วย ทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันถูกปล่อยปละละเลยจนเริ่มชำรุดทรุดโทรม โอบีแพไม้ไผ่ผุพัง ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงขอให้ผู้ค้ายกตลาดน้ำตลิ่งชันให้ทางกรุงเทพมหานครเป็นผู้ดูแล แต่กระนั้นตลาดน้ำตลิ่งชันก็ยังไม่ได้รับการปรับปรุงเรื่อยมา เป็นผลให้โอบีแพที่เหลืออยู่เริ่มมีสภาพทรุดโทรมมากขึ้น ทำให้ประชาชนเดินทางมาใช้บริการลดน้อยลง เนื่องจากเกรงว่าจะได้รับอันตราย ผู้ค้าก็เริ่มลดลง บางรายเลิกกิจการไปเพราะไม่มีทุนในการปรับปรุงโอบีแพและการค้าขายขาดทุน ยังคงเหลือแต่ผู้ค้าเก่า ๆ ที่เคยร่วมกันก่อตั้งตลาดน้ำตลิ่งชันและค้าขายกันมาตั้งแต่ต้น

กลุ่มผู้ค้าตลาดน้ำที่ยังเหลืออยู่นี้ได้รวมตัวกันเพื่อบำรุงรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันเอาไว้ โดยมี คุณนพดล มาเสริมสิน เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น การปรับปรุงซ่อมแซมโป๊ะแพให้แข็งแรง การรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นต้น ซึ่งในช่วงนี้เป็นการรวมตัวกันเองของผู้ค้าโดยที่สำนักงานเขตตลิ่งชันไม่ได้เข้ามาเป็นพี่เลี้ยงดูแลเหมือนเมื่อก่อน

“...เพราะว่าเห็นความสำคัญตรงนี้ไง มันเป็นไปเองโดยอัตโนมัติ คือสังเกตเห็นว่าหลายคนมาจากหลายอาชีพ ทั้งเกษตรกร พ่อค้า คนทำงานแล้ว คนดกงาน บางคนก็ช่วยกันคิด แต่ไม่มีใครเป็นตัวแม่ทัพ เลยต้องปวารณาตัวเอง อันนี้ควรจะทำอย่างนี้ อันนี้ไม่ดี คืออยู่ในกฎกติกาของกทม. เรายึดหลักของข้อบัญญัติที่สำนักงานเทศกิจของกทม. คำบัญญัติอะไรไว้เราถือตามนั้น เพื่อให้คนมาเที่ยวซึ่งบางอาทิตย์ก็เยอะ บางอาทิตย์ก็ไม่เยอะ ก็ให้เค้ามาแล้วสบายใจกลับไป”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

ในปี พ.ศ. 2535 ตลาดน้ำตลิ่งชันก็ซบเซาลงไปมากจนแทบจะไม่มีประชาชนมาใช้บริการที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน โป๊ะแพไม้ไผ่พังลงไปจนเหลืออยู่เพียง 9 หลัง คุณนพดล มาเสริมสิน เป็นคนแรกที่ริเริ่มสร้างโป๊ะแพเหล็ก เนื่องจากได้เห็นตัวอย่างมาจากที่จังหวัดกาญจนบุรีเลยจำแบบมาสร้างที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยร่วมกับผู้ค้าอีก 2 รายใช้เงินทุนส่วนตัวช่วยกันสร้างโป๊ะแพเหล็กขนาด 7 x 14 เมตร จำนวน 1 หลัง ซึ่งเป็นโป๊ะแพที่มีความแข็งแรงและปลอดภัยกว่าโป๊ะแพไม้ไผ่ เพื่อให้ประชาชนที่มาเที่ยวรู้สึกว่าจะมาเที่ยวแล้วปลอดภัย นอกจากนี้เพื่อเป็นแบบอย่างให้ผู้ค้ารายอื่น ๆ ทำตาม แต่ก็ไม่มีผู้ค้ารายใดทำตาม เพราะยังไม่มั่นใจว่าตลาดน้ำตลิ่งชันจะถูกยุบเมื่อไหร่

“พอมาช่วงปี พ.ศ. 2535 ตลาดน้ำก็ซบเซาลงไปมาก โป๊ะแพก็พังลงไป ผมเป็นคนแรกที่เริ่มสร้างโป๊ะแพเหล็ก เพราะความที่คุ้นเคยเหมือนบ้านที่ 2 ที่จังหวัดกาญจนบุรี ก็ได้เห็นแพอะไรเหล่านี้ก็เลยจำแบบอย่างมาทำโป๊ะแพเหล็กให้ผู้ค้าอื่น ๆ เอาตัวอย่าง เป็นโป๊ะแพเหล็กที่แข็งแรง ปลอดภัย ให้เค้ารู้สึกว่าจะมาเที่ยวแล้วปลอดภัย แต่ผู้ค้ารายอื่นก็ยังไม่ค่อยทำตาม เพราะไม่มีความเชื่อมั่นว่าตลาดน้ำของเราจะโดนยุบเมื่อไหร่

...ก็ทำไปโดยที่ไม่ได้คิด ส่วนตัวคิดอยากทำอะไรแล้วก็ทำ เอาความพอใจของส่วนรวม มีความตั้งใจว่านี่ก็อยากจะทำอะไรต้องทำให้สำเร็จ และทุนทรัพย์ก็ไม่ใช้ของตัวเองคนเดียว มีผู้ค้าอีก 2 รายซึ่งปัจจุบันก็ยังอยู่ ที่เห็นความสำคัญตรงนี้ด้วย ว่าเราเอาจริงก็เลยมาช่วยฝ่าป่าด้วย ก็เลยเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา ก็เลยใหญ่ขึ้นยาว 14 เมตร กว้าง 7 เมตร รายอื่นที่ยังไม่แน่ใจว่าตลาดน้ำจะไปรอดรีเปล่าก็ยังไม่ทำตาม”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

2. ละครวมกลุ่มเข้มแข็ง

อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2541 – 2543 เป็นช่วงที่ตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับการปรับปรุงดูแลจากสำนักงานเขตตลิ่งชันอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากคณะผู้บริหารสำนักงานเขตตลิ่งชันชุดใหม่มีนโยบายที่จะปรับปรุงพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ตามนโยบายที่ได้รับจากผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ประกอบกับในขณะนั้นสังคมกำลังมีกระแสตื่นตัวเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน และแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2540 – 2544) สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันจึงได้ประชุมหารือกับคณะผู้บริหารเขตตลิ่งชันและกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน แล้วจึงจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างเป็นทางการ

• การปรับปรุงฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชัน

ในปี พ.ศ. 2540 เรืออากาศโทอิรว๊วส บัณฑิตกุล ได้ย้ายมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน ได้มีนโยบายที่จะปรับปรุงฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นมาใหม่เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งอนุรักษ์ให้เป็นของดีของเขตตลิ่งชันด้วย เนื่องจากตลาดน้ำจะมีแต่ที่ต่างจังหวัดเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อสนองตอบต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีอะเมซิงไทยแลนด์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ (ยุค IMF) ให้มีที่ทำมาหากิน และมีรายได้เลี้ยงครอบครัวหรือมีรายได้เสริมให้กับบางครอบครัว

สำหรับการดำเนินการเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น เรืออากาศโทอิรว๊วส บัณฑิตกุล ได้เรียกประชุมคณะผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชันและกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำ

ตลิ่งชัน ซึ่งประกอบไปด้วย คุณนพดล มาเสริมสิน จ.ส.อ.สุรเดช เขียมสอาด จ.อ.ปล้ำม แสงสว่าง คุณชนิดา มาเสริมสิน และคุณอร่าม แก้วเขียม เพื่อมอบนโยบายในการปรับปรุง ตลาดน้ำตลิ่งชันให้ช่วยกันนำไปปฏิบัติ ซึ่งในส่วนของกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน หลังจากได้รับนโยบายจากสำนักงานเขตตลิ่งชันในเรื่องเกี่ยวกับการจัดระเบียบผู้ค้าและการรักษาความสะอาดภายในตลาดน้ำตลิ่งชันแล้ว คุณนพดล มาเสริมสิน ก็ได้เรียกประชุมผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมดที่บริเวณลานว่างในตลาดน้ำ เพื่อแจ้งนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชันให้ผู้ค้าตลาดน้ำทุกคนได้รับทราบและปฏิบัติตาม

ส่วนสำนักงานเขตตลิ่งชันได้จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสนอให้กับกรุงเทพมหานคร เพื่อของบประมาณในการปรับปรุงซ่อมแซมโป๊ะแพและจัดสร้างโป๊ะแพแบบใช้ทุนแทนโป๊ะแพไม้ไผ่จำนวน 4 หลัง เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งหลังจากได้รับเงินงบประมาณในการปรับปรุงโป๊ะแพแล้ว ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันก็ได้นำโป๊ะแพที่จัดสร้างใหม่เข้าไปแทนที่โป๊ะแพเดิม แต่ก็ยังมีโป๊ะแพเดิมอยู่อีก 1 หลัง ที่ยังไม่ได้ซ่อมแซมและมีสภาพทรุดโทรมมาก สำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้จัดทำแผนงานหลัก (Master Plan) ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งเป็นการพัฒนาตลาดน้ำทั้งระบบ

สำหรับแผนงานหลัก (Master Plan) ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ประกอบไปด้วย การพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อม สถานที่จอดรถ การวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาผู้ค้า การจัดระเบียบ และการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน

เนื่องจากในขณะนั้นประชาชนในสังคมกำลังตื่นตัวกับกระแสการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ และประเทศไทยก็ได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญปกครองประเทศฉบับใหม่ คือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 หรือที่เรียกกันว่า "รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน" ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2540 รัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าวมีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนหลายมาตรา มีบทบัญญัติให้รัฐต้องสนับสนุนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานของรัฐ

กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองใหญ่และมีความพร้อมกว่าจังหวัดอื่น ๆ ได้จัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2540 – 2544) โดยมีสาระสำคัญส่วนหนึ่งในแผนงานพัฒนาการปกครองและการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยกำหนดให้ใช้มาตรการในการรวมตัวของ

ประชาชนในระดับต่าง ๆ คือ ระดับประชาคม ระดับประชาคมเขต ระดับประชาคมเมือง เพื่อให้องค์กรประชาชนกับภาครัฐประสานงานร่วมกันวางแผนพัฒนาและแก้ไขปัญหา เพื่อความเจริญของท้องถิ่นและการดำรงชีวิตของประชาชนอย่างมีคุณภาพ

- การจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและกองทุนประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

สำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้สนองตอบต่อนโยบายของผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2540 – 2544) โดยการกำหนดเรื่องการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ใน Master Plan ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

หลังจากนั้น เรืออากาศโทอิรวดี บัทมะสุคนธ์ ก็ได้เรียกกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำเข้าไปพูดคุยที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน เพื่อชี้แจงให้ทราบว่าจะมีการปรับปรุงฟื้นฟูตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายของกรุงเทพมหานคร และให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันด้วยโดยอยู่ในรูปของประชาคม

เมื่อกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับนโยบายจากผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันแล้ว ก็ได้ปรึกษาหารือกันว่าควรจะมีการปรับปรุงตลาดน้ำในด้านใดบ้าง ควรมีกฎระเบียบอะไรบ้าง จากนั้นจึงได้เรียกประชุมผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันที่บริเวณลานว่างในตลาดน้ำ โดยกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำได้เป็นตัวแทนของสำนักงานเขตตลิ่งชันในการชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ค้าตลาดน้ำเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และการรวมตัวของผู้ค้าตลาดน้ำในรูปแบบของประชาคมเพื่อประสานงานร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชันในการบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งก็มีทั้งคนที่เข้าใจและคนที่ยังไม่เข้าใจว่าประชาคมคืออะไร เพราะผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านธรรมดา ไม่ได้มีการศึกษาสูงนัก

“บางคนก็ยังไม่เข้าใจ ความเป็นประชาคมเนี่ยไม่เข้าใจ ก็เลยเอาง่าย ๆ เลยแล้วกัน ว่าประชาคม หมายถึง การรวมตัวของพวกเราซึ่งพวกเรารวมตัวกันอยู่แล้ว แต่การรวมตัวของพวกเราที่ผ่านมามันไม่มีแกนสาน เป็นแต่ที่เรามาเจอกันทีแล้วก็ต่างคนต่างขายของ แต่การรวมตัวของเรารั้งนี้ เป็นประชาคมคือการรวมตัวที่เป็นแกนสาน มีหลักเกณฑ์ มีหลักการ มีจุดมุ่งหมาย ทำให้เหมือนบ้าน ทำให้ดีขึ้น ให้มันสะอาดสะอาด อยู่ดีกินดี”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

เมื่อผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้เริ่มเข้าใจนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชันในระดับหนึ่งแล้ว คุณนพดล มาเสริมสิน จึงได้แจ้งให้ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันทราบ หลังจากนั้นผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันก็ได้เรียกประชุมผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด เพื่ออธิบายทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดตั้งประชาคม และบอกว่าการจัดตั้งประชาคมมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันในการบริหารตลาดน้ำ ตลอดจนให้ประชาชนมีความผูกพันและรู้สึกเป็นเจ้าของตลาดน้ำร่วมกัน โดยที่ประชาคมจะรับผิดชอบในการบริการนักท่องเที่ยว การดูแลผู้ค้า รวมทั้งการเงินของตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย เพื่อให้สามารถเลี้ยงดูตัวเองได้ และประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ได้แก่ ฝ่ายปกครอง ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ฝ่ายโยธา ฝ่ายรายได้ ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ และฝ่ายเทศกิจ

“...ท่านก็เรียกผู้ค้าตลิ่งชันเข้าไปหารือ แล้วให้นโยบายผู้ค้าที่รวมตัวกันธรรมดา ๆ ตั้งเป็นกลุ่ม ท่านเป็นคนมอบนโยบายท่านเลยให้นิยามสั้น ๆ ว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และมีการหารือกันว่าเมื่อเป็นประชาคมจะให้ทำอย่างไร ก็ให้นโยบายผู้ค้าเป็นผู้บริหารดูแลจัดการกันเอง โดยที่เขตเป็นพี่เลี้ยง การจัดระเบียบไม่ว่าจะเป็นบนบกหรือในน้ำ การรวมตัวของผู้ค้าจะมาในรูปอะไร ผู้ค้าทุกคนจะต้องเป็นสมาชิกของประชาคม ขยายตลาดน้ำพื้นที่ขายให้กว้างขวาง รับสมัครผู้ค้าที่เป็นคนตลิ่งชัน”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

หลังจากนั้นเรืออากาศโทอิราวัสส์ ปัทมะสุคนธ์ ก็ได้จัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคมขึ้นในวันนั้นเลย ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคม คือ ให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกันเสนอชื่อผู้ค้าตลาดน้ำที่คิดว่าจะมีความเหมาะสม โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบ ลักษณะการทำงานที่ผ่านมา ตลอดจนความสามารถที่จะเป็นตัวแทนของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมดได้ จากนั้นจึงให้ผู้ค้าตลาดน้ำทุกคนออกเสียงลงคะแนนเลือกประธานประชาคมโดยใช้วิธีการยกมือ ซึ่งผู้ที่ได้เป็นประธานประชาคม คือ คุณนพดล มาเสริมสิน หลังจากนั้นประธานประชาคมจึงได้เลือกคณะทำงานเพื่อมาร่วมกันบริหารประชาคม ซึ่งประชาคมที่จัดตั้งขึ้นมานี้มีชื่อว่า “ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” และให้ถือเอาวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2541 เป็นวันก่อตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน นอกจากนี้ในวันนั้นที่ประชุมก็ได้มีการกำหนดกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ของประชาคม เพื่อให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทุกคนถือปฏิบัติ ตลอดจนมีการจัดตั้งกองทุนขึ้นด้วย โดยใช้ชื่อว่า “กองทุนประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน”

สำหรับกองทุนประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมทุนทรัพย์เพื่อนำมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการบริหารงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และรวบรวมเป็นทุนออมทรัพย์เพื่อให้สมาชิกประชาคมกู้ยืมด้วย เนื่องจากว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะต้องหาเงินเพื่อมาบริหารกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันกันเอง โดยที่สำนักงานเขตตลิ่งชันไม่ได้มีส่วนช่วยเหลือด้านการเงินดังเช่นเมื่อก่อน

- การจัดระเบียบภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

หลังจากที่มีประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันแล้ว ก็มีการจัดระเบียบผู้ค้าทั้งบนบกและในน้ำ โดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันกำหนดให้ผู้ค้าทุกคนที่จะนำสินค้ามาจำหน่ายในตลาดน้ำตลิ่งชันจะต้องแจ้งชื่อขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน นอกจากนี้สมาชิกประชาคมจะต้องแจ้งต่อคณะกรรมการประชาคมด้วยว่าจะขายสินค้าประเภทใด เพื่อไม่ให้มีการจำหน่ายสินค้าซ้ำซ้อนกันมากจนเกินไป

ทางด้านสำนักงานเขตตลิ่งชันก็ได้ทำการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อเตรียมรองรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงถนนเข้าสู่ตลาดน้ำ การจัดสร้างสถานที่จอดรถ การทำป้ายบอกสัญลักษณ์ตลาดน้ำ ตลอดจนการจัดสร้างสวนหย่อมและติดตั้งต้นไม้ริมทางเพื่อความสวยงามด้วย นอกจากนี้สำนักงานเขตตลิ่งชันยังได้ขยายพื้นที่การขายสินค้าบนบก เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้มีสถานที่ทำมาหากินเพื่อขึ้น และได้เปิดรับสมัครผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเพิ่มเติมด้วย

เมื่อมีการเปิดรับสมัครผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน ปรากฏว่ามีประชาชนแห่มาสมัครกันมากมาย ซึ่งมีทั้งผู้ที่ทราบข่าวเอง และผู้ที่มีญาติพี่น้องเป็นผู้ค้าอยู่ในตลาดน้ำแล้วถูกชักชวนมา ทางคณะกรรมการประชาคมจึงต้องทำหน้าที่คัดเลือกผู้ค้าโดยพิจารณาจากสินค้าที่จะนำเข้ามาขาย ซึ่งต้องให้ความหลากหลายและไม่ซ้ำกับสินค้าที่มีอยู่เดิม หลังจากนั้นจึงได้มีการแบ่งพื้นที่ตลาดน้ำออกเป็นโซนตามประเภทสินค้า เช่น โซนต้นไม้ โซนผลไม้ โซนขนม โซนอาหารและเครื่องดื่ม และโซนสินค้าเบ็ดเตล็ด

“เค้ามาจองกับฝ่ายเทศกิจ เพราะฝ่ายเทศกิจจะเป็นผู้รับผิดชอบด้านการค้าขายในพื้นที่เขต พอรับเสร็จก็เรียกประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ตัวแทนประชาคม ฝ่ายสิ่งแวดล้อม อนามัย พวกด้านความสะอาด ฝ่ายเทศกิจ และฝ่ายปกครอง โดยผอ.

เขตเป็นประธาน มาคุยหรือกันว่า มีแนวทางยังไง ผู้ค้ามาสมัครกันเยอะก็เลยมี
ความเห็นตรงกันคัดเลือกแยกผู้ค้า อะไรที่มีขายในตลาดน้ำแล้วเราพยายามตัด
ออกอย่าให้สินค้าซ้ำซ้อน และเน้นผู้ค้าที่เป็นคนในเขตตลิ่งชันก่อน”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

หลังจากที่ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทุกคนได้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน
และแจ้งประเภทสินค้าที่จะขายแล้ว ทางประชาคมก็ได้จัดทำบัตรค้ำของคชซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของ
สมาชิกประชาคม และกำหนดให้สมาชิกประชาคมทุกคนต้องแขวนบัตรนี้ทุกครั้ง สำหรับบัตร
สมาชิกประชาคมนั้นจะระบุชื่อ – นามสกุลของผู้ค้า ประเภทสินค้าที่ขาย ลำดับเลขที่สมาชิก
ประชาคม และสโลแกนของตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย คือ “ห่วงใย ดุจญาติ” แต่บัตรค้ำของคชนี้จะมี
เฉพาะผู้ค้าที่ลงทะเบียนเป็นเจ้าของกิจการเท่านั้น ส่วนผู้อื่นที่เป็นผู้ช่วยหรือเด็กในร้านจะไม่มีบัตร
ค้ำของคชนี้

ตามระเบียบของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน สมาชิกประชาคมทุกคนจะต้องเสียค่าบำรุง
ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย โดยแบ่งเป็นผู้ค้าในโป๊ะแพ เสียค่าบำรุงรายละ 100 บาท/สัปดาห์ และผู้ค้า
บนบก เสียค่าบำรุงรายละ 50 บาท/สัปดาห์ แม้ว่าวันไหนไม่ได้มาขายของก็ต้องเสียค่าบำรุงตลาด
น้ำด้วย และหากสมาชิกประชาคมคนใดไม่ชำระเงินตามกำหนดเวลาก็ต้องถูกปรับ โดยผู้ค้าใน
โป๊ะแพจะถูกปรับครั้งละ 50 บาท ส่วนผู้ค้าบนบกจะถูกปรับครั้งละ 30 บาท

- **กิจกรรมภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน**

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้ประสานงานร่วมมือกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ในการจัดกิจ
กรรมเพื่อส่งเสริมการค้าขายของผู้ค้าบนบก และเพิ่มสีสันให้แก่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การแสดง
ดนตรีไทย และการจัดดนตรีในสวน

สำหรับการจัดแสดงดนตรีไทย มีคุณทวีศักดิ์ เรือนทอง ศึกษานิเทศก์เขตตลิ่งชันในขณะนั้น
เป็นตัวแทนในการติดต่อประสานงานกับโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครที่อยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน
ให้พานักเรียนที่มีความสามารถทางด้านดนตรีไทยมาแสดงดนตรีไทยที่บริเวณศาลาไทยริมน้ำ
ภายในตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นประจำทุกอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 11.00 – 14.00 น. โดยที่ประชาคมตลาด
น้ำตลิ่งชันจะเป็นผู้รับผิดชอบดูแลเรื่องการรับ – ส่งเด็กนักเรียนและเครื่องดนตรี ตลอดจนดูแลเรื่อง
ค่าอาหารกลางวันของเด็กนักเรียนด้วย

การจัดดนตรีในสวนที่บริเวณเวทีประชาคม เป็นดนตรีคาราโอเกะที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ขึ้นไปร้องเพลง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ซึ่งจัดเป็นประจำทุกอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 14.00 – 16.00 น. สำหรับเวทีประชาคมนั้นตั้งอยู่บริเวณกลางสวนป่าน้ำสำนักงานเขตตลิ่งชัน ซึ่งสำนักงานเขตตลิ่งชันจัดสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นเวทีกลางในการแสดงออก และเป็นเวทีสำหรับจัดงานต่าง ๆ ของตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

นอกจากนี้ คุณนพดล มาเสริมสิน ยังได้ปรึกษาหารือกับคุณยอดฤดี ปัทมะสุคนธ์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ และเป็นภรรยาของผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันด้วย ในการที่จะจัดทำตลิ่งชันทัวร์อีกครั้งหนึ่ง หลังจากที่สำนักงานเขตตลิ่งชันเคยจัดดำเนินการในสมัยนายประทุม เจริญลาภ เป็นผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน แล้วทางสำนักงานเขตหยุดทำไปโดยไม่ทราบสาเหตุ จากนั้นจึงได้นำเรื่องเสนอต่อเรืออากาศโทอิรว๊วส ปัทมะสุคนธ์ ซึ่งท่านก็เห็นชอบและอนุมัติให้ทำ โดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นผู้ดำเนินการ แต่ต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน คือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตตลิ่งชัน และให้นักท่องเที่ยวรู้จักเขตตลิ่งชันมากขึ้น

“...แล้วก็มาคิดทำตลิ่งชันทัวร์กัน ย้อนกลับไปสมัยผอ.ประทุม เขตเค้ายก็ทำตลิ่งชันทัวร์ โดยเขตตัวเอง ทำได้ประมาณปีกว่า ๆ ไม่เหมือนแบบนี้ คือนั่งเรือเที่ยววนในพื้นที่ต่าง ๆ ใช้เวลาประมาณไม่เกิน 2 ชั่วโมง ราคา 70 บาท พอเขตทำก็ประสบความสำเร็จกึ่งหนึ่ง แต่ก็เลิกไปด้วยเหตุผลอะไรไม่ทราบ แต่ได้หารือกับคุณยอดฤดี เห็นว่าควรจะเอาตลิ่งชันทัวร์กลับมา โดยให้ประชาคมทำ ก็ได้นำเรื่องเสนอผอ.อิรว๊วส ท่านก็เห็นชอบ ก็ให้ประชาคมทำ ประชาคมก็ทำมาด้วยหลักทุเลทัวร์ก่อนเลย ซึ่งเราไม่ได้เป็นมืออาชีพด้านนี้ เราเป็นชาวบ้านก็คิดว่าควรจะทำอย่างไรดี แต่อาศัยว่าเรามีเพื่อนเยอะ ชาวบ้าน ชาวเรือเป็นคนที่รู้จักคุ้นเคย เราจะทำอย่างนี้ก็เรียกเค้ามายูยก่อน”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

- การบริหารงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในช่วงแรก

ตลาดน้ำตลิ่งชันภายใต้การดูแลและบริหารงานโดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชันกลับมาเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปอีกครั้งหนึ่ง เพราะได้รับการปรับปรุงพัฒนาในทุก ๆ ด้าน รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องด้วย โดยมีคุณยอดฤดี ปัทมะสุคนธ์ เป็นสื่อกลางในการติดต่อเผยแพร่ข่าวกับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์

หนังสือพิมพ์ เช่น รายการร่วมด้วยช่วยกัน รายการจส.100 รายการสารคดีตามช่องต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันยังให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันตามสื่อต่าง ๆ ตลอดจนเชิญชวนให้ประชาชนเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

“คุณยอดฤดี บัทมะสุคนธ์ ซึ่งเป็นภรรยาของท่านผศ.อิรวาสส์ ท่านเป็นหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ ท่านก็ให้การสนับสนุน ลงมาเล่นด้วย คือ ช่วยประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อกลางกับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นร่วมด้วยช่วยกัน จส.100 สื่อมวลชนด้านหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ...”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

การบริหารกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในช่วงนี้เป็นการทำงานในลักษณะการลองผิดลองถูก เนื่องจากสมาชิกประชาคมแต่ละคนเป็นมือใหม่ ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานในรูปแบบประชาคมมาก่อน เมื่อประสบปัญหาหรือมีข้อขัดแย้งภายในประชาคม เช่น ผู้ค้าทะเลาะกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวร้องเรียนว่าผู้ค้าพูดจาไม่สุภาพ ขายของแพง หรือนำสินค้าไม่ดีมาจำหน่าย เป็นต้น คุณนพดล มาเสริมสิน ประธานประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันก็จะใช้วิธีการเรียกประชุม โดยมีทั้งการประชุมกลุ่มใหญ่ คือ การประชุมผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด ซึ่งจะทำในกรณีที่เป็นการชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ค้าเกี่ยวกับนโยบายที่ได้รับมาจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน และต้องการมติเห็นชอบจากสมาชิกประชาคม การประชุมอีกแบบหนึ่ง ได้แก่ การประชุมกลุ่มย่อย คือ การประชุมเฉพาะคณะกรรมการประชาคม ซึ่งจะทำในกรณีที่เป็นการพูดคุยเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำตลิ่งชัน และเรื่องที่เร่งด่วน เช่น มีผู้ค้าหรือญาติของผู้ค้าเสียชีวิต แล้วทางประชาคมต้องนำเงินไปช่วยเหลือ เป็นต้น นอกจากนี้หากเป็นผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะกันเอง ประธานประชาคมก็จะใช้วิธีการเรียกคู่กรณีทั้งสองฝ่ายมาพูดคุยไกล่เกลี่ยกันเป็นการส่วนตัว

3. ระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีบทบาทในการบริหารจัดการกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันเพิ่มมากขึ้น มีรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเองและบำรุงรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันได้โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากทางราชการทั้งหมดดังเช่นที่ผ่านมา ในขณะที่สำนักงานเขตตลิ่งชันก็ลดบทบาทจากการเป็นพี่เลี้ยงดูแล ให้ความสำคัญและการสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน

เป็นการสนับสนุนเฉพาะในบางเรื่องที่ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันไม่สามารถทำได้ เช่น การประชาสัมพันธ์ภายนอก

- *การบริหารงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน*

ในปี พ.ศ. 2543 มีการเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ครั้งที่ 2 เนื่องจากคณะกรรมการประชาคมชุดแรกหมดวาระการทำงาน แต่ปรากฏว่าคณะกรรมการชุดใหม่ที่ได้ส่วนใหญ่ก็ยังเป็นคณะกรรมการชุดเดิม เพราะสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเห็นว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และมีศักยภาพในการติดต่อกับหน่วยงานภายนอก

คณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการปรับปรุงกฎระเบียบของประชาคมเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ได้แก่ การเก็บเงินค่าบำรุงตลาดน้ำตลิ่งชันเพิ่มขึ้น โดยผู้ค้าที่ขายในโ๊ะแพ เก็บค่าบำรุงรายละ 150 – 250 บาท/อาทิตย์ ขึ้นอยู่กับจำนวนของประเภทสินค้าที่นำมาขาย และผู้ค้าที่อยู่บนบก เก็บค่าบำรุงรายละ 70 บาท/อาทิตย์ เนื่องจากประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด สำนักงานเขตตลิ่งชันไม่ได้มาช่วยเหลือดังเช่นที่ผ่านมา เพราะเห็นว่ามีรายได้เป็นของตัวเองแล้ว ซึ่งรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ภาษีที่ต้องจ่ายให้กับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ค่าทำความสะอาด ค่าเก็บขยะ ค่ารับรองสื่อมวลชน ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาตลาดน้ำ เป็นต้น

นอกจากนี้คณะกรรมการประชาคมยังจัดให้มีการแบ่งผู้ค้าออกเป็นกลุ่มย่อย หรือที่ผู้ค้าเรียกกันว่าโซน โดยที่แต่ละโซนจะมีผู้ค้า 10 เจ้า แล้วให้ผู้ค้าในแต่ละโซนเลือกตัวแทนมา 1 คน ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าโซน เพื่อดูแลความเป็นระเบียบในการค้าขาย และแก้ไขปัญหาหรือความขัดแย้งในเบื้องต้นของผู้ค้าในโซนของตัวเอง คอยรับปัญหา ข้อเสนอแนะจากผู้ค้าในโซนไปแจ้งให้คณะกรรมการประชาคม และถ่ายทอดมติของที่ประชุมให้ผู้ค้าในโซนทราบ นอกจากนี้หัวหน้าโซนยังต้องรับผิดชอบเก็บเงินค่าบำรุงตลาดน้ำตลิ่งชันของผู้ค้าในโซนให้กับคณะกรรมการประชาคมด้วย เนื่องจากที่ผ่านมาประชาคมประสบปัญหาผู้ค้าบางรายไม่ยอมจ่ายเงิน หรือบางที่ก็จ่ายเงินล่าช้า

“...เพ็ญริเริ่มว่าควรจะมีกรรมการมาช่วยเก็บเงินแล้ว เพราะบางคนไม่มาแล้วตามเก็บเงินยาก ทำให้เงินไปดองอยู่...”

(คุณวรุณศรี แยมเกษม – สัมภาษณ์ 1 ก.ย. 45)

ปลายปี พ.ศ. 2544 เรืออากาศโทอิรว๊าส์ บัษมะสุนทร ได้ย้ายไปดำรงตำแหน่งอื่น สำนักงานเขตตลิ่งชันมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ซึ่งคณะผู้บริหารชุดใหม่ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ก็ยังคงให้การสนับสนุนตลาดน้ำตลิ่งชัน และการทำงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน แต่ก็ได้ลดบทบาทลงมาจากเมื่อก่อน โดยจะประสานงานกับประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังประสานงานพาตัวแทนผู้ค้าตลาดน้ำไปตั้งบูธออกร้านตามงานต่าง ๆ ด้วย เช่น เทศกาลอาหารที่เมืองทองธานี งานสุดยอดเรือสยาม เป็นต้น

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในช่วงนี้ เป็นองค์กรประชาชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถเลี้ยงดูตัวเองได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาการช่วยเหลือจากภาครัฐเต็มรูปแบบดังเช่นที่ผ่านมา เนื่องจากสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีการเรียนรู้ร่วมกัน โดยการร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ปัญหา ร่วมกันกำหนดทิศทางในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน จนในที่สุดประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีความพร้อมที่จะพัฒนาสู่การเป็นมืออาชีพทางการบริหารธุรกิจในอนาคต

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามปัญหาในการวิจัย 2 ข้อ คือ

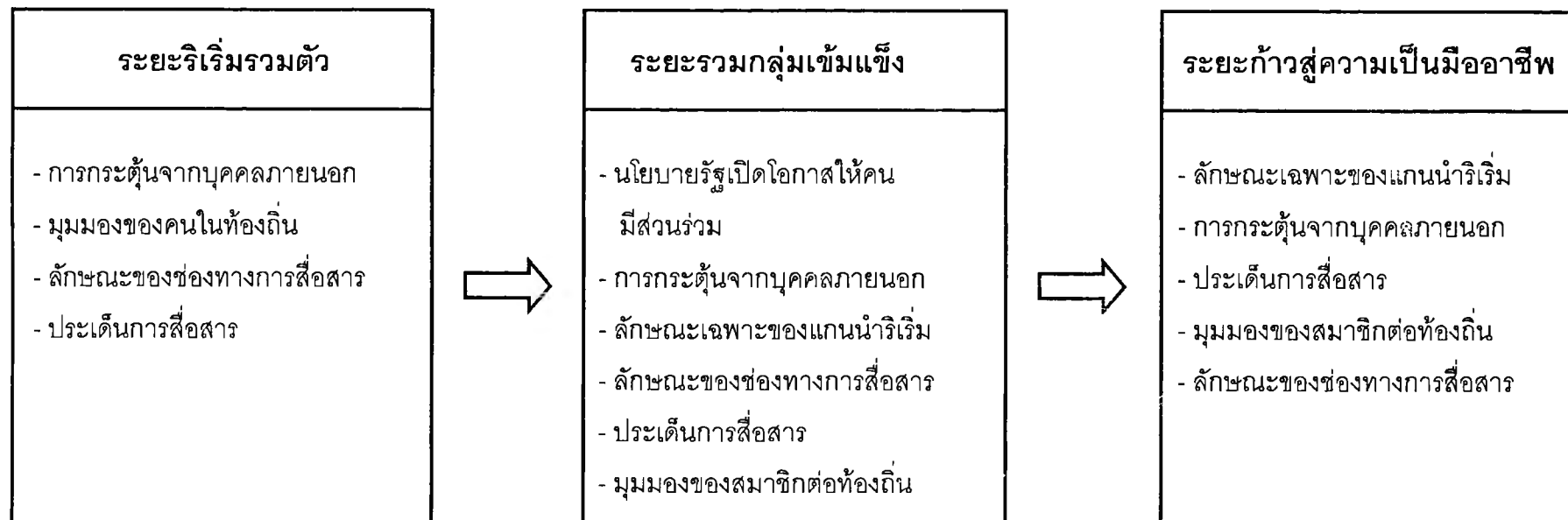
1. ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในสถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

ปัญหำการวิจัยข้อที่ 1 : ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลจากการศึกษาการรวมตัวกันของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าเป็นการรวมตัวกันของคนในท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันในแง่ของวัย อาชีพการงาน และระดับการศึกษา ซึ่งการรวมตัวของกลุ่มคนเหล่านี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อตนเองและท้องถิ่น จากการวิจัยพบว่ามีหลายปัจจัยด้วยกันที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้ง 3 ระยะ ดังที่ได้กล่าวถึงรายละเอียดของพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันแต่ละระยะไปแล้ว โดยสามารถแบ่งปัจจัยในแต่ละระยะได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อระยะวิเริ่มรวมตัว ได้แก่ การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก มุมมองของคนในท้องถิ่น ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร และประเด็นการสื่อสาร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อระยะรวมกลุ่มเข้มแข็ง ได้แก่ นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วม การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร และมุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น
3. ปัจจัยที่มีผลต่อระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ ได้แก่ ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม ประเด็นการสื่อสาร ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น และการกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแผนภูมิ
ดังนี้



แผนภูมิที่ 2 ปัจจัยที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

● ระยะริเริ่มรวมตัว

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยสำคัญ 4 ประการที่ก่อให้เกิดการรวมตัวกันของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก มุมมองของคนในท้องถิ่น ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร และประเด็นการสื่อสาร

1. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

การกระตุ้นจากบุคคลภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เกิดการริเริ่มรวมตัวของประชาคม บุคคลภายนอกในที่นี้ ได้แก่ ข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชัน และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการก่อตัวของประชาคม โดยมีบทบาทในการสนับสนุนให้ชาวบ้านมารวมกลุ่มกันค้าขายสินค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนมีบทบาทในการเผยแพร่ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปและบำรุงรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันให้อยู่ในสภาพที่ดีด้วย ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งแก่สำนักงานเขตตลิ่งชันและชาวบ้านในท้องถิ่น ในส่วนของสำนักงานเขตตลิ่งชันทำให้เขตตลิ่งชันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เขต สำหรับชาวบ้านก็ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนด้านรายได้เนื่องจากนำสินค้ามาจำหน่าย ซึ่งจากการสนับสนุนของสำนักงานเขตตลิ่งชันให้ชาวบ้านนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดน้ำนี้เองที่ส่งผลให้ชาวบ้านเริ่มรู้จักคุ้นเคยและสนิทสนมกันมากขึ้น เนื่องจากได้พบปะพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ รวมทั้งยังทำให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมอีกทางหนึ่งด้วย

2. มุมมองของคนในท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่ามุมมองของคนในท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เกิดการริเริ่มรวมตัวของประชาคม เนื่องจากชาวบ้านแต่ละคนมีมุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวที่สอดคล้องกันจึงทำให้ยินดีที่จะเข้ามาร่วมกันทำกิจกรรม นั่นคือการมีรายได้เป็นผลประโยชน์ตอบแทนร่วมกัน ซึ่งจัดได้ว่าเป็นปัจจัยผลักดันประการสำคัญที่ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในท้องถิ่น ต่อมาเมื่อตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มมีสภาพขบเซาและทรุดโทรมเพราะไม่ได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน จึงทำให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันประสบกับปัญหารายได้ตกต่ำเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ด้วยสภาพปัญหานี้เองที่ทำให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจำนวนหนึ่งเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยมีคุณนพดล มาเสริมสิน เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงคนสำคัญในการปรับปรุง

ซ่อมแซมโป๊ะแพและสร้างโป๊ะแพเหล็กขึ้นมาอีกหนึ่งหลัง เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของ ตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นแหล่งสร้างรายได้ของชาวบ้านในท้องถิ่น

3. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่าลักษณะของช่องทางการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการรวมตัวของประชาคม เนื่องจากผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจำหน่ายสินค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นประจำทุกวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ จึงทำให้ผู้ค้าได้มีการพบปะพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งส่งผลให้ผู้ค้าหลายรายเริ่มรู้จักคุ้นเคยและสนิทสนมกัน ต่อมาเมื่อตลาดน้ำตลิ่งชันประสบปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลงเนื่องจากตลาดน้ำหุดโทรม โป๊ะแพชำรุด ได้มีผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจำนวนหนึ่งที่ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จึงมีการร่วมกันพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันและคิดหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหา ตลอดจนได้ร่วมกันดำเนินการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นด้วย โดยใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการเป็นช่องทางการสื่อสารสำคัญ เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเคยเป็นอย่างดี

4. ประเด็นการสื่อสาร

ประเด็นการสื่อสารก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการก่อตัวของประชาคม จากการศึกษพบว่าในระยะริเริ่มรวมตัวนั้น ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจำนวนหนึ่งได้เห็นความสำคัญของตลาดน้ำตลิ่งชันและตระหนักถึงปัญหาจึงทำให้มีการร่วมกันพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันและแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเกี่ยวกับประเด็นการสื่อสารเหล่านี้ก็มีทั้งผู้ค้าที่เห็นด้วยที่พร้อมให้การสนับสนุน และผู้ค้าที่ไม่เห็นด้วยเนื่องจากยังไม่มั่นใจว่าตลาดน้ำจะถูกสั่งยุบเมื่อไหร่ ก็ได้ส่งผลให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจำนวนหนึ่งได้มีการร่วมกันดำเนินการตามแนวทางที่ได้ร่วมกันคิดไว้ ถึงแม้ว่าจะเป็นการช่วยกันลงมือปฏิบัติของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเพียงกลุ่มเล็ก ๆ ก็ตาม แต่ก็นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในระยะต่อมา

● ระยะเวลากลุ่มเข้มแข็ง

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อระยะเวลากลุ่มเข้มแข็งของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วม การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร และมุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

1. นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วม

นโยบายรัฐที่เปิดโอกาสให้คนมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญปกครองประเทศฉบับใหม่ หรือที่เรียกกันว่า "รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน" ซึ่งตอบสนองต่อกระแสการเรียกร้องสิทธิของประชาชนในขณะนั้น ผู้คนในสังคมส่วนใหญ่กำลังตื่นตัวกับกระแสการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ประกอบกับทางกรุงเทพมหานครก็ได้จัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2540 - 2544) โดยมีสาระสำคัญประการหนึ่ง คือ ส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและร่วมมือกันในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งทางสำนักงานเขตตลิ่งชันก็ได้ตอบสนองต่อนโยบายของกรุงเทพมหานครโดยการจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นมา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้ร่วมกันคิดและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนค้นหาแนวทางการดำเนินการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน

2. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

จากการศึกษาพบว่า การกระตุ้นจากบุคคลภายนอกเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการรวมกลุ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน บุคคลภายนอกในที่นี้ ได้แก่ ข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชัน และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยสามารถจำแนกได้เป็น 2 บทบาท คือ บทบาทในการจุดประกายความคิด และบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงาน

2.1 บทบาทในการจุดประกายความคิด

ข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชันจะมีบทบาทในการประสานความเข้าใจกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้รับรู้ถึงความสำคัญและวัตถุประสงค์ของการมีประชาคม รวมทั้งชี้ให้เห็นผลประโยชน์

ที่จะได้รับร่วมกันของคนในชุมชน โดยใช้วิธีการเรียกประชุมเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจ ซึ่งในขั้นแรก จะเป็นการประชุมระหว่างข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชันกับกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน หลังจากนั้นเมื่อกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำได้ไปพูดคุยอธิบายกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมดแล้ว ข้าราชการสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงได้จัดการประชุมผู้ค้าตลาดน้ำทั้งหมด

2.2 บทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุน

การรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และสำนักงานเขตตลิ่งชัน

โดยกรุงเทพมหานครมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน แต่บทบาทในการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนยังไม่ชัดเจนนัก เพราะบทบาทของการดำเนินกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นของแกนนำประชาคมและสำนักงานเขตตลิ่งชัน ในขณะที่กรุงเทพมหานครจะมีบทบาทสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ในส่วนของสำนักงานเขตตลิ่งชันจะมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป การอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดของตลาดน้ำ ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

3. ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม

จากการศึกษาพบว่าแกนนำริเริ่มของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันพัฒนาขึ้นมาจากผู้ค้าตลาดน้ำที่เคยมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงซ่อมแซมตลาดน้ำตลิ่งชันในช่วงที่มีสภาพทรุดโทรม ต่อมาเมื่อสำนักงานเขตตลิ่งชันมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวบ้านรวมกลุ่มกันในรูปแบบของประชาคม ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงเลือกที่จะทำการสื่อสารกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันกลุ่มนี้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าแกนนำริเริ่มมีลักษณะเฉพาะที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ 3 ประการ คือ มีการติดต่อกับสังคมภายนอกสูง เป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก และมีภาพลักษณ์ที่ดี

โดยลักษณะแรกที่เป็นบุคคลที่มีการติดต่อกับสังคมภายนอกสูง เริ่มจากการพูดคุยติดต่อกับผู้อำนวยการสำนักงานเขตตลิ่งชันเพื่อรับทราบถึงนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชันที่จะปรับปรุงพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน และได้รับการจุดประกายให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อบริหารกิจการตลาดน้ำร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยสามารถเป็นตัวแทนของสำนักงานเขตตลิ่งชันในการพูดคุยทำความเข้าใจกับผู้ค้าตลาดน้ำเกี่ยวกับนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ตลอดจนจนสามารถเป็นตัวแทนของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันในการติดต่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและขอความร่วมมือจากสำนักงานเขตตลิ่งชันด้วย

แกนนำริเริ่มเป็นบุคคลที่กว้างขวางรู้จักคนมาก เนื่องจากได้ค้าขายอยู่ในตลาดน้ำตลิ่งชันมานานนับตั้งแต่แรกเริ่มที่ก่อตั้งตลาดน้ำ ทำให้รู้จักและคุ้นเคยกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน จึงได้ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวนี้ในการเรียกผู้ค้าตลาดน้ำทุกคนให้มาประชุมร่วมกันเพื่ออธิบายทำความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชัน และความสำคัญของการมีประชาคมในการบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนยังได้พูดจาโน้มน้าวใจผู้ค้าตลาดน้ำให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกันทั้งประโยชน์ส่วนตัวและประโยชน์ส่วนรวม หากผู้ค้าตลาดน้ำมีการรวมกลุ่มกันเป็นประชาคม

นอกจากนี้แกนนำริเริ่มยังเป็นบุคคลที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากเป็นข้าราชการกรุงเทพมหานครจึงมีศักยภาพในการจัดหาทั้งกำลังคนและเงินทุนมาใช้ในการปรับปรุงซ่อมแซมโป๊ะแพได้ นอกจากนี้ยังมีความอาวุโส มีความน่าเชื่อถือ และสามารถเป็นตัวแทนผู้ค้าตลาดน้ำติดต่อกับประสานงานกับหน่วยงานภายนอกได้ ประกอบกับเป็นผู้ที่มีความตั้งใจในการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างจริงจังมาโดยตลอด จึงทำให้แกนนำริเริ่มได้รับการไว้วางใจและยอมรับนับถือจากผู้ค้าตลาดน้ำ

“...เลือกคุณหนู่ยเพราะว่าคุณหนู่ยเป็นข้าราชการจะได้ไปติดต่อกับทางเขตเขาได้
ถ้าเป็นราษฎรธรรมดาไปติดต่อเขาคงไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือเท่าไร

...ถ้าคุณหนู่ยออกพวกเราก็อาจจะต้องลำบาก จะแต่งตั้งตัวรองตัวที่ 2, 3, 4, 5 ก็
ไม่ได้ เพราะพวกเขาไม่ได้เป็นข้าราชการ ไม่มีสี อย่างจะแต่งตั้งลุงก็ไม่ได้ ใครจะ
มาเชื่อถือเราเพราะเราเป็นคนธรรมดา”

(คุณอ้อต แทนวิสุทธิ – สัมภาษณ์ 1 ก.ย. 45)

4. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแกนนำริเริ่มสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เชื่อมต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมจะทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย

ช่องทางการสื่อสารที่เชื่อมต่อพัฒนาการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มต้นจากการใช้วิธีการตีประกาศเชิญชวนไว้ที่บริเวณหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน และการพูดคุยแบบปากต่อปากระหว่างเจ้าหน้าที่เขตกับชาวบ้านที่มาติดต่อราชการ ซึ่งเป็นสื่อกลางของสำนักงานเขตตลิ่งชันในการติดต่อกับชาวบ้านในพื้นที่ให้นำสินค้าทางการเกษตรมาจำหน่ายในตลาดน้ำที่ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้จัดสร้างขึ้น

“...พอเป็นประชาคมเราก็ขยายพื้นที่ค้าขาย เปิดประกาศผ่านทางกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มีคนมาสมัครเยอะแยะ พวกนี้คุณไม่ต้องไปประกาศมาก ไม่รู้ว่ารู้ได้ยังไง ยิ่งกว่าแมลงวันอีก เค้าก็มาจองกันเต็ม”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

ช่องทางการสื่อสารสำคัญช่องทางหนึ่งที่เข้าถึงชาวบ้านได้อย่างรวดเร็วและสามารถสร้างแรงจูงใจให้ชาวบ้านในพื้นที่เขตตลิ่งชันจำนวนมากมารวมตัวกันเพื่อจำหน่ายสินค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชันได้นั้น ก็คือการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปาก เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ต่างก็รู้จักคุ้นเคยและสนิทสนมกัน ดังนั้นเมื่อมีชาวบ้านบางคนทราบข่าวการประกาศเชิญชวนของสำนักงานเขตตลิ่งชัน จึงมีการบอกต่อเพื่อชักชวนญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน และคนรู้จักให้มาจำหน่ายสินค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน

“...ก็ใครรู้จักกันข้างในก็ไปบอกให้ลองมาขาย ใครขายได้อยู่ได้ก็อยู่ ก็ต้องดูว่าผลิตภัณฑ์ที่เอามาวางจะเข้ากับข้างในริเปลา่ อย่างต้นไม้ก็ยืนพื้นอยู่แล้ว ผลไม้ก็โอเค...บางคนส่วนใหญ่จะเป็นญาติ ๆ กันอย่างเนี่ย ญาติขายต้นไม้อยู่อาจจะจะมีญาติขายผลไม้อยู่ข้างใน ก็ชวนญาติ ๆ กันมา...”

(คุณลลิตา สุนทรพลิน – สัมภาษณ์ 23 มิ.ย. 45)

ต่อมาเมื่อกลุ่มแกนนำริเริ่มได้รับการมอบหมายจากผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันให้มาทำความเข้าใจกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเกี่ยวกับเรื่องการรวมกลุ่มกันเป็นประชาคม กลุ่มแกนนำริเริ่มจึงได้ใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากเป็นช่องทางการสื่อสารในการแจ้งให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันมารวมตัวกัน หลังจากนั้นกลุ่มแกนนำริเริ่มก็ใช้ช่องทางการประชุมอย่างสม่ำเสมอทั้งที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ การประชุมภายในกลุ่มแกนนำริเริ่มเพื่อวางแผนเตรียมการจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และการประชุมระหว่างกลุ่มแกนนำริเริ่มกับกลุ่มผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อพูดคุยและแจ้งข่าวเกี่ยวกับนโยบายของสำนักงานเขตตลิ่งชัน รวมทั้งชักชวนให้ผู้ค้าตลาดน้ำมารวมกลุ่มกันเป็นประชาคมเพื่อบริหารกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกัน ส่วนการประชุมที่เป็นทางการ คือ การประชุมระหว่างกลุ่มผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันกับเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน เพื่อให้ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเกี่ยวกับเรื่องการจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนจัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคม

5. ประเด็นการสื่อสารภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการศึกษาพบว่าสำนักงานเขตตลิ่งชันสามารถเลือกประเด็นที่จะนำมาสื่อสารกับกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นอีกปัจจัยการสื่อสารหนึ่งที่เอื้อต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยเริ่มจากเรืออากาศโทอิรวาสส์ ปัทมะสุคนธ์ ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันในขณะนั้นได้เรียกกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเข้ามาประชุมเพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับการจัดตั้งประชาคมขึ้นมาบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันได้หยิบยกประเด็นเรื่อง “การเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกัน” มาเป็นประเด็นหลักในการชักจูงใจผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันให้เข้ามารวมตัวกันเป็นประชาคม หลังจากนั้นกลุ่มแกนนำผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันจึงได้นำเอาประเด็นเรื่องการเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกันมาใช้เป็นประเด็นหลักในการสื่อสารเพื่อนำมาแจ้งผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน และกระตุ้นให้ผู้ค้าตลาดน้ำเกิดจิตสำนึกในการช่วยกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันในฐานะที่เป็นช่องทางในการทำมาค้าขาย จากนั้นก็มีการพูดคุยกันแบบปากต่อปากระหว่างผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันเกี่ยวกับประเด็นเรื่องการเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกันนี้ จนในที่สุดผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันก็มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าจะต้องมีการจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อร่วมกันบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชัน

“...จัดประชาคมเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดูแล เพราะถ้าเค้าไม่มีส่วนร่วม เค้าก็จะไม่รักสิ่งของ ไม่รักท้องถิ่น เพราะฉะนั้นจึงต้องสร้างความรักให้เค้า ให้เค้าร่วมมือมาทำงานกับเราให้เค้ารู้ปัญหา อุปสรรค

ประชาคมเราจัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้เค้าช่วยบริหารจัดการร่วมกับเรา เพราะว่าถ้าเราจะทำงานอะไรก็ตามถ้าทำโดยภาครัฐเพียงอย่างเดียวมันจะทำให้ไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะภาครัฐจะเหมือนกับเราลงจากข้างบนไป top - down อย่างเดียวมันไม่ได้ มันต้อง up - down ขึ้นมาด้วย พบกันครึ่งทาง เพื่อให้เกิดความรักในพื้นที่ของตัวเอง เลยนำประเด็นการเป็นเจ้าของร่วมกันมาใช้ชักชวนชาวบ้าน”

(คุณยอดฤดี ปีทมะสุนทร - สัมภาษณ์ 18 ก.พ. 45)

6. มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่ามุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการรวมตัวของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เพราะถ้าสมาชิกแต่ละคนมีแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่สอดคล้องกันก็จะทำให้สมาชิกยินดีเข้ามามีส่วนร่วม และทำให้กิจกรรมนั้นสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ซึ่งมุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ มุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว และมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะ

6.1 มุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว

จากการศึกษาพบว่ามุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญในการรวมตัวกันเป็นประชาคม โดยความต้องการส่วนตัวนี้จะมีทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ และความต้องการพบปะเพื่อนฝูง

เนื่องจากบุคคลที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันประกอบด้วย บุคคลที่มาจากหลากหลายสาขาอาชีพ ทั้งข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ผู้ประกอบอาชีพส่วนตัว และผู้รับจ้าง ซึ่งทุกคนล้วนเป็นผู้ค้าที่ค้าขายอยู่ในตลาดน้ำตลิ่งชันด้วยกันทั้งสิ้น โดยที่แต่ละคนต่างก็ต้องการให้มีสถานที่สำหรับขายสินค้าอย่างถาวร เพื่อเป็นช่องทางเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเองอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ตลาดน้ำตลิ่งชันยังเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ของผู้ค้าในตอนเย็นหลังจากเก็บร้านแล้วด้วย ซึ่งทำให้ผู้ค้าได้พบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้ผ่อนคลายความเครียด ได้เจอเพื่อน และทำให้เกิดความสนิทสนมระหว่างคนในท้องถิ่นเดียวกันด้วย เมื่อแต่ละคนทราบว่าจะมีการรวมกลุ่มผู้ค้าตลาดน้ำเพื่อบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกันจึงตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม เพราะเล็งเห็นว่าตลาดน้ำที่บริหารจัดการโดยสำนักงานเขตตลิ่งชันเพียงฝ่ายเดียวไม่มีความมั่นคง

เนื่องจากที่ผ่านมาเมื่อสำนักงานเขตตลิ่งชันไม่ให้การสนับสนุนและใส่ใจดูแลก็ทำให้ตลาดน้ำทรุดโทรม ไม่มีใครมาซื้อสินค้า และตลาดน้ำตลิ่งชันก็เกือบถูกยุบไปแล้วด้วย ดังนั้นเมื่อมีโอกาสได้มีส่วนร่วมดูแลจัดการตลาดน้ำตลิ่งชันเองผู้ค้าตลาดน้ำจึงตัดสินใจเข้าร่วม

“วันธรรมดาที่อยู่ดูแลลูกเต้า อย่างวันนี้ก็มาคลายเครียด แล้วก็มาสนุกสนาน ได้เจอเพื่อนฝูง แล้วก็เข้ากับสมาคมกับพวกที่ค้ามาด้วยกัน...”

(คุณวิเชียร มโนไมวงศ์ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

“เป็นสมาชิกประชาคมทำให้ได้ขายของ มีรายได้ เป็นอาชีพเสริม ได้ส่งพรรคบางร้านพอดกเย็นก็รวมกลุ่มกัน”

(คุณลลิตา สุนทรพลิน – สัมภาษณ์ 23 มิ.ย. 45)

6.2 มุมมองเกี่ยวกับสาธารณะ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งทีผลักดันให้ผู้ค้าตลาดน้ำรวมตัวกันเป็นประชาคม คือ การเล็งเห็นถึงประโยชน์ต่อส่วนรวม นั่นคือ การมีตลาดน้ำตลิ่งชันจะทำให้ชาวบ้านมีอาชีพเสริม มีรายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัว ก่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในท้องถิ่น และยังเป็นการใช้เวลาว่างในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ให้เป็นประโยชน์อีกด้วย ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการลักขโมยและปัญหายาเสพติดในชุมชน นอกจากนี้ยังทำให้มีการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญและเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะนี้มักจะเป็นบุคคลที่ได้มีการติดต่อพูดคุยอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอกับกลุ่มแกนนำประชาคม

● ระยะเวลาสู่ความเป็นมืออาชีพ

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยสำคัญ 5 ประการที่มีผลต่อระยะเวลาสู่ความเป็นมืออาชีพของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร และประเด็นการสื่อสาร

1. ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่ม

ลักษณะเฉพาะของแกนนำริเริ่มเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพของประชาคม จากการศึกษาพบว่าแกนนำริเริ่มมีลักษณะเฉพาะที่เอื้อต่อพัฒนาการของประชาคม คือมีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรม

จากการศึกษาพบว่าแกนนำริเริ่มเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรม เนื่องจากแกนนำประชาคมไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานในรูปแบบของประชาคมมาก่อน แต่ก็มี ความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้และหาแนวทางเพื่อพัฒนาการทำงานของประชาคมอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นเมื่อได้รับเลือกให้เป็นคณะกรรมการบริหารประชาคมอีกระยะหนึ่งหลังจากที่หมดวาระแรกแล้ว จึงได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารงานประชาคม โดยได้จัดให้มีการเลือกกรรมการใหม่เพิ่มขึ้นมา เพื่อให้การบริหารงานของประชาคมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพราะจะได้ใกล้ชิดกับผู้ค้าและรับทราบ ปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เนื่องจากที่ผ่านมาประสบกับปัญหาการสื่อสารล่าช้าและเข้าใจไม่ตรงกันเพราะต้องสื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ นอกจากนี้ยังประสบปัญหาการเก็บเงินค่าสมาชิกไม่ครบและไม่ทันกำหนดด้วย

2. การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

การกระตุ้นจากบุคคลภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อพัฒนาการของประชาคม จากการศึกษาพบว่าในระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพนั้น บุคคลภายนอกคือสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ลดบทบาทในการจุดประกายความคิดและบทบาทในการช่วยเหลือสนับสนุนการทำงาน of ประชาคมในทุก ๆ ด้านลง เหลือเพียงการสนับสนุนการทำงาน of ประชาคมในด้านการประชาสัมพันธ์เท่านั้น เพราะเป็นกิจกรรมการสื่อสารที่ประชาคมไม่สามารถดำเนินการเองได้เพียงลำพัง ดังนั้นจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาคมได้ร่วมกันบริหารจัดการกิจการตลาดน้ำตลิ่งชันกันเอง แต่ก็ยังต้องอยู่ในกรอบของกฎระเบียบและข้อบัญญัติของสำนักงานเขตตลิ่งชันและกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้ประชาคมได้มีการร่วมกันรับรู้ปัญหาและร่วมกันแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงตามประเด็นปัญหา

3. มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่ามุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีเชื้อต่อพัฒนาการของประชาคม ซึ่งมุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ มุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว และมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะ จากการศึกษาพบว่ามุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวซึ่งเป็นเรื่องของผลประโยชน์ตอบแทนในแง่ของเศรษฐกิจและสังคมนั้นเป็นมุมมองพื้นฐานของสมาชิกประชาคมทุกคน จึงเป็นปัจจัยผลักดันประการสำคัญที่ทำให้มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมและพร้อมที่จะสนับสนุนการทำงานของประชาคมหากมั่นใจว่าตนเองยังได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเหล่านั้นอยู่ ส่วนมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะนั้นจากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าสมาชิกประชาคมส่วนใหญ่มีมุมมองเกี่ยวกับสาธารณะในระดับผิวเผิน รับผิดชอบต่อประโยชน์ต่อสาธารณะแต่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญเท่ากับในกลุ่มแกนนำ ดังนั้นในระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพอาชีพของประชาคม มุมมองของสมาชิกต่อท้องถิ่นก็ยังคงเป็นมุมมองเกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวของสมาชิกเป็นหลัก

4. ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่าลักษณะของช่องทางการสื่อสารเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพอาชีพของประชาคม เนื่องจากแกนนำริเริ่มมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ โดยช่องทางการสื่อสารหลักยังคงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการ และใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเป็นทางการเข้ามาเป็นช่องทางเสริม โดยที่การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเป็นทางการนั้น กลุ่มแกนนำประชาคมจะใช้ในสถานการณ์ที่ต้องการสื่อสารกับคนหมู่มากเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจ รับฟังความคิดเห็นของกลุ่ม ตลอดจนลงมติร่วมกันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติของประชาคม เนื่องจากต้องการให้เกิดความชัดเจนและความเข้าใจตรงกันในหมู่สมาชิกประชาคม ส่วนการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เป็นทางการก็ยังคงใช้ในสถานการณ์ที่เป็นการพบปะพูดคุยกันในกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อพูดคุยรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของสมาชิกในขณะที่ยังไม่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการ

5. ประเด็นการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่าประเด็นการสื่อสารเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อระยะก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพอาชีพของประชาคม เพราะกลุ่มแกนนำสามารถเลือกประเด็นที่จะนำมาสื่อสารกับสมาชิก

ประชาคมได้อย่างเหมาะสม โดยกลุ่มแกนนำได้หยิบยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการช่วยกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันและปฏิบัติตามกฎกติกาของประชาคมตลอดจนข้อบัญญัติของสำนักเทศกิจมาเป็นประเด็นหลักในการพูดคุยสื่อสารกับสมาชิกประชาคม เนื่องจากในขณะนี้ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ลดบทบาทในการดูแลและสนับสนุนประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันลงไปมาก เหลือเพียงการสนับสนุนในด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันเท่านั้น ส่วนประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการเป็นเจ้าของตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกันก็ยังคงเป็นประเด็นที่มีการสื่อสารกันอยู่บ้าง เพื่อให้สมาชิกประชาคมมีจิตสำนึกในการช่วยกันดูแลรักษาตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครต่อไปเหมือนดังที่ผ่านมา

ปัญหำนำการวิจัยข้อที่ 2 : กระบวนการสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

การศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย พบว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันใช้การสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ และแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอเฉพาะสถานการณ์การสื่อสารในช่วงเวลาระหว่างเดือนมิถุนายน - เดือนธันวาคม 2545 เท่านั้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล สำหรับสถานการณ์การสื่อสารของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ทั่วไป สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง และสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

1. สถานการณ์ทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไปของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การแจ้งประกาศของประชาคม การเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคม การชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกประชาคม และการประชุมระดมสมอง ซึ่งการสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไปนี้จัดได้ว่าเป็นการสื่อสารภายในประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายในสถานการณ์การสื่อสารเช่นนี้ของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันล้วนแล้วแต่เป็นสมาชิกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งสิ้น

1.1 การแจ้งประกาศของประชาคม

การแจ้งประกาศต่าง ๆ ของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น เพิ่มวันขายของในช่วงเทศกาลหรืองานประเพณี บุคคลสำคัญในท้องถิ่น ผู้ค้าตลาดน้ำ ตลอดจนญาติพี่น้องของผู้ค้าตลาดน้ำเสียชีวิต เป็นต้น ทางแกนนำประชาคมจะใช้วิธีการเรียกหัวหน้าโฉนมาพูดคุยจากนั้นจึงให้หัว

หน้าโซนไปแจ้งให้ผู้ค้าภายในโซนของตนเองทราบ รวมทั้งใช้วิธีการประกาศผ่านเสียงตามสายภายในตลาดนัดถึงชั้นเพื่อแจ้งให้ผู้ค้าทั้งหมดทราบอีกครั้งหนึ่ง

1.2 การเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคม

การเลือกตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดนัดถึงชั้น จะใช้วิธีการประชุมอย่างเป็นทางการกับผู้ค้าตลาดนัดถึงชั้นทั้งหมด โดยที่ประชาคมตลาดนัดถึงชั้นจะติดต่อขอความร่วมมือกับสำนักงานเขตถึงชั้นเพื่อขอให้ห้องประชุมของสำนักงานเขตถึงชั้นในการประชุมผู้ค้าตลาดนัด เพราะว่าผู้ค้าตลาดนัดมีจำนวนมากและพื้นที่ภายในตลาดนัดถึงชั้นไม่เพียงพอ ซึ่งบางครั้งหากกรรมการประชาคมมีเวลาว่างเพียงพออาจจะจัดทำวาระการประชุมแจ้งให้ผู้ค้าตลาดนัดทุกคน นอกจากนี้ในการประชุมทุกครั้งจะมีเลขของประชาคมทำหน้าที่จัดวาระการประชุมด้วย

“...การเลือกตั้งประธานถือว่าการประชุมใหญ่แน่นอน...ถ้าประชุมใหญ่ต้องขอความร่วมมือในการประชุม แต่ส่วนใหญ่บอกไว้ก่อนเลยว่าหลายคนทำงานราชการ หลายคนทำงานบริษัท ในวันที่ร่วมประชุมเราจะแจ้งให้ทราบก่อน ซึ่งส่วนใหญ่อีกจะมาไม่ค่อยครบ”

(นายจตุพร จัฏฐวัชระ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

1.3 การชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกประชาคม

การชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกประชาคมเกี่ยวกับเรื่องที่เป็นระเบียบข้อบังคับของประชาคมตลาดนัดถึงชั้น เช่น การตั้งวางสินค้าให้อยู่ภายในพื้นที่ที่กำหนดไม่ให้ล่วงล้ำที่สาธารณะและร้านค้าข้างเคียง การรักษาความสะอาดหน้าร้านและอาหารที่ขาย การสวมหมวกคลุมผมและใส่ผ้ากันเปื้อนขายอาหารทุกชนิด การห้ามล้างภาชนะในคลอง เป็นต้น ซึ่งจะมีกรรมการของประชาคม คือ คุณทวีศักดิ์ เรือนทอง ทำหน้าที่ประกาศผ่านเสียงตามสายภายในตลาดนัดเป็นประจำในช่วงเช้า ประมาณ 8.00 น. ก่อนที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมา เพื่อแจ้งเตือนให้ผู้ค้าตลาดนัดปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาดนัดถึงชั้น นอกจากนี้หากกรรมการประชาคมคนใดพบเห็นผู้ค้าทำผิดกฎระเบียบก็สามารถกล่าวตักเตือนได้

“ประกาศตอนเช้า ๗ 9 โมง ช่วงนั้นลูกค้ายังไม่เยอะเท่าไร เจียบ ๆ อย่างนั้นเราจะได้ยิน”

(คุณวรุณศรี แยมเกษม – สัมภาษณ์ 1 ก.ย. 45)

1.4 การประชุมระดมสมอง

การประชุมระดมสมองเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหาและวางแผนพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ส่วนใหญ่มักจะเป็นคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันที่พูดคุยในประเด็นนี้ ซึ่งอาจจะมาจากการที่กรรมการประชาคมแต่ละท่านได้พบปัญหาภายในตลาดน้ำ และอาจจะมาจากความคิดเห็นของผู้ค้าตลาดน้ำแต่ละคนที่ได้พบปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดน้ำแล้วแจ้งให้กับกรรมการประชาคมทราบ หรือมีความคิดเห็นว่าควรจะมีการปรับปรุงตลาดน้ำในด้านใดบ้าง แล้วกรรมการประชาคมจึงได้นำมาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน โดยจะใช้เวลาในช่วงเย็นหลังจากเก็บร้านเรียบร้อยแล้วนัดคุยกันที่ตลาดน้ำ บางทีก็จะเป็นที่ศาลาไทยริมน้ำหรือบริเวณโ๊ะแพเรือนไทยหลังสุดท้าย ซึ่งจะมีไม่กี่คน เช่น ประธาน รองประธาน ที่ปรึกษา กรรมการบางท่าน เป็นต้น ทั้งนี้ก็จะคุยกันในประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมที่ควรจะมีเพิ่มเติมในตลาดน้ำตลิ่งชัน โครงการต่อเนื่องจากที่ทำอยู่ในปัจจุบัน หรือวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดน้ำ นอกจากนี้ในวันอื่น ๆ นอกเหนือจากวันเสาร์ – วันอาทิตย์ หากมีใครนึกอะไรออกก็จะใช้วิธีโทรศัพท์คุยกัน หลังจากนั้นจึงนัดคุยกันที่ตลาดน้ำอีกครั้งหนึ่ง

“เราจะสื่อสารกันตลอดนอกเหนือจากวันเสาร์อาทิตย์ มีอะไรผุดขึ้นมาในสมองเราก็จะโทรถึงกันตลอด แล้วก็นัดกันมาคุย ส่วนใหญ่ก็คุยกันที่ศาลาไทย วันธรรมดาตอนเย็นหลังเลิกงานเราก็มานั่งคุยกัน บางคำคืนเราก็โทรศัพท์คุยกันว่าเป็นยังไง ว่าจะเอายังไง คุยกันคร่าว ๆ พอเสาร์อาทิตย์เรามาเจอกันก็ว่ากันอีกที”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

หลังจากที่กรรมการประชาคมได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันแล้ว เมื่อได้ข้อสรุปก็จะประกาศให้ผู้ค้าทุกคนทราบ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้วิธีการประกาศผ่านเสียงตามสายภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน เพราะตลาดน้ำตลิ่งชันมีบริเวณกว้างทำให้ได้ยินกันทั่วถึง นอกจากนี้ก็จะใช้วิธีการเรียกหัวหน้าโซนมาแจ้งให้ทราบเพื่อให้หัวหน้าโซนนำไปบอกต่อกับผู้ค้าที่อยู่ในโซนของตนเองด้วย รวมทั้งหากกรรมการประชาคมคนใดมีเวลาว่างก็จะใช้วิธีเดินไปบอกแบบตัวต่อตัวกับผู้ค้าแต่ละราย

“ก็จะเรียกมานั่งคุยบ้างถ้าเค้าว่าง บางทีช่วงที่เวลาแม่ค้าขายของ หรือคนไม่เยอะมากเราก็จะบอกเลย อย่างเช่นบางช่วงเดินไป คุณมันมีอย่างนี้ ๆ นะ ให้รู้จักในเรื่องราวที่เราพูด ทุกคนก็จะรับทราบ”

(คุณจตุพร อัญญาวัชระ – สัมภาษณ์ 11 ส.ค. 45)

2. สถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง

สถานการณ์ที่มีความขัดแย้งของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ที่ผ่านมานี้ไม่เคยปรากฏปัญหา หรือเหตุการณ์ขัดแย้งกันอย่างรุนแรง ส่วนใหญ่สาเหตุของการขัดแย้งกันจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งสถานการณ์ที่จัดว่าเป็นความขัดแย้งของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะวิวาทกันเอง ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะกับนักท่องเที่ยว คำร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว และผู้ค้าไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคม

2.1 ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะวิวาทกัน

ในกรณีที่ผู้ค้าตลาดน้ำมีเรื่องทะเลาะวิวาทกันเอง โดยที่ผ่านมามีสาเหตุมาจากการแย่งกันขายของ การตั้งวางสินค้ารุกล้ำพื้นที่ของร้านค้าข้างเคียง เป็นต้น เมื่อกรรมการประชาคมทราบเรื่องก็จะมีการเรียกผู้ค้าทั้งคู่มาเจรจากันที่บริเวณศาลาไทยริมน้ำ โดยคุณนพดล มาเสริมสิน ประธานประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จะเป็นผู้ไกล่เกลี่ยให้ทั้งคู่เข้าใจกันและตักเตือนไม่ให้มีการทะเลาะวิวาทกันอีก ซึ่งที่ผ่านมาก็ไม่เคยมีเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทกันอย่างรุนแรง ส่วนมากก็จะเป็นการกระทบกระทั่งกันเล็กน้อยเท่านั้น

“ถ้ามีการกระทบกระทั่ง ทะเลาะเบาะแว้งในหมู่ผู้ค้าเนี่ยเรามีบทกำหนดโทษอยู่แล้ว ในเบื้องต้นเราจะเรียกทั้งสองฝ่ายมาเจรจา มาออมชอม มาไกล่เกลี่ย ซึ่งวิธีนี้หลายรายเราก็ทำได้ผล ก็ไม่ถึงขั้นลงโทษกันรุนแรง ก็ทำความเข้าใจกันได้ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้พิพากษาเอง เป็นคนตัดสิน เป็นคนไกล่เกลี่ย”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

2.2 ผู้ค้าตลาดน้ำทะเลาะกับนักท่องเที่ยว

ในกรณีที่ผู้ค้าตลาดน้ำมีปัญหาความขัดแย้งกับนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวจู้จู้จุกจิก แล้วผู้ค้าแสดงกิริยาที่ไม่สุภาพใส่ หรือการทะเลาะโต้เถียงกัน เป็นต้น ถ้าหากกรรมการประชาคมคนใดอยู่ในบริเวณนั้น ไม่ว่าจะป็นคณะกรรมการบริหารหรือหัวหน้าโซน ก็จะเข้าไปช่วยยุติปัญหา โดยเป็นคนกลางพูดจาไกล่เกลี่ยให้ทั้งสองฝ่ายเลิกทะเลาะกัน และจะขอโทษนักท่องเที่ยวแทนผู้ค้าด้วยเพราะยึดคติที่ว่าลูกค้าต้องถูกเสมอ

2.3 คำร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

ในกรณีนี้ที่คณะกรรมการประชาคมได้รับการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวในเรื่องต่าง ๆ เช่น สินค้าราคาแพง ผู้ค้าพูดจาไม่สุภาพ สุนัขเห่า เด็กเสิร์ฟแสดงกิริยามารยาทไม่ดี ผู้ค้านำอาหารไม่สดมาขายเมื่อซื้อไปแล้วเน่าบูด อาหารไม่สะอาด เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนโดยตรงได้ที่ชุมนุมประชาสัมพันธ์บริเวณศาลาไทยริมน้ำ อาจโทรศัพท์ไปร้องเรียนกับเจ้าหน้าที่เขต หรือในเว็บไซต์ที่สำนักงานเขตตั้งขึ้นจัดทำเพื่อเผยแพร่ตลาดน้ำตลิ่งชัน จากนั้นเจ้าหน้าที่เขตก็จะแจ้งให้คณะกรรมการประชาคมทราบ เพื่อให้ไปตักเตือนผู้ค้าตามลำดับ หลังจากนั้นเมื่อทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันทราบเรื่อง คุณนพดล มาเสริมสิน ประธานประชาคมก็จะเดินทางไปหาผู้ค้าที่ถูกร้องเรียนที่ร้านหรืออาจจะเรียกผู้ค้านั้นมาพบเป็นการส่วนตัวเพื่อสอบถามว่าได้กระทำจริงหรือไม่ และหากกระทำจริงก็จะว่ากล่าวตักเตือนไม่ให้กระทำอีก และบอกว่าผู้ค้าทุกคนต้องแสดงกิริยามารยาทที่ดีต่อนักท่องเที่ยวเพราะเค้าเป็นลูกค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อให้เค้าประทับใจและกลับมาเที่ยวอีก

“เราเปิดรับอยู่ตลอดเวลา ตรงนี้แค่รับที่ศาลาไทย เราจะปวารณาที่ เพราะว่าเราไม่สามารถจะสร้างที่ที่ถาวรได้ เพราะว่าเรามีเฉพาะเสาร์อาทิตย์ และอีกอย่างหนึ่งเราคำนึงถึงทัศนียภาพของสถานที่ ซึ่งเป็นสถานที่ราชการ เป็นสวนหย่อม เป็นอะไรต่าง ๆ เราจะคำนึงตรงนี้ เราจะทำอะไรเป็นการชั่วคราว แต่ไม่น่าเกลียด และก็สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ไม่ขลุ่ยขลุ่ยยุ่งยากนัก”

(คุณนพดล มาเสริมสิน – สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

“...ส่วนมากเค้าก็จะโทรศัพท์มา เรายังมีเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เช่น เขาของไม่สะอาดมาขาย ของบูด เรายังไม่รู้ว่ามีข้อเท็จจริงมั๊ย เรายังมีหน่วยรับเรื่องร้องทุกข์ของเขตอยู่แล้ว ส่วนหนึ่งเราจะเปิดทางอินเตอร์เน็ตเป็นกระดานเสวนาของ sabuy.com เรายังเช็คข่าวกระดานเสวนาที่เกี่ยวกับตลาดน้ำเราก็เก็บข่าวแล้วไปบอกทางประธานว่ามีคนเค้าว่ามาอย่างนี้ละ...เวลามีข้อร้องเรียนอะไรเราก็จัดประชุมบอกคณะกรรมการเค้า เค้าก็จะไปบอกผู้ค้า”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช – สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

นอกจากนั้น เมื่อมีการประชุมผู้ค้าตลาดน้ำ ก็จะมีการนำเรื่องเกี่ยวกับคำร้องเรียนของนักท่องเที่ยวมาพูดคุยกันในที่ประชุม พร้อมทั้งมีการอบรมมารยาทผู้ค้าตลาดน้ำด้วย ส่วนทางสำนัก

งานเขตก็มีการจัดอบรมผู้ค้าเกี่ยวกับเรื่องเทคนิคการขายสินค้า ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าของผู้ค้าและเป็นการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย

“...เวลาเค้าประชุมคณะกรรมการก็มีการอบรมแม่ค้า เราก็จะมีการอบรมผู้ค้า เรื่องเทคนิคการขาย เรื่องการพูดจา เรื่องการตลาด ทางเขตจะจัดโครงการอบรมผู้ค้า เรื่องความสะอาด การจัดการด้านการตลาด...”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช - สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

2.4 ผู้ค้าไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคม

สำหรับในกรณีที่ผู้ค้าไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคม เช่น ไม่สวมหมวกคลุมผม และใส่ผ้ากันเปื้อนขายอาหาร ล้างภาชนะและทิ้งเศษอาหารลงในคลอง ตั้งวางสินค้ารูก้าในที่สาธารณะ เป็นต้น ผู้ค้ารายนั้นก็ถูกว่ากล่าวตักเตือนจากกรรมการประชาคม แต่หากผู้ค้ารายใดไม่เชื่อฟังและยังไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของประชาคมอีกหลายครั้ง ก็จะมีลงโทษ เช่น เสียค่าปรับ ประกาศผ่านไมโครโฟน ตลอดจนติดบอร์ดประจานด้วย นอกจากนี้ก็จะถูกสั่งห้ามขายของชั่วคราว จนกระทั่งให้ออกจากการเป็นสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและห้ามมาขายของในตลาดน้ำตลิ่งชัน แต่ที่ผ่านมาไม่เคยมีผู้ค้ารายใดถูกลงโทษถึงขั้นห้ามขายของในตลาดน้ำ

3. สถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก

เนื่องจากประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันไม่สามารถที่จะทำการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันได้เอง จึงต้องประสานงานร่วมกับสำนักเขตตลิ่งชันในการจัดกิจกรรมการสื่อสารในสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมเชิงรุก โดยทางสำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นผู้ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นผู้เสนอความคิดเห็นและให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนออกค่าใช้จ่ายเป็นบางส่วน สำหรับกิจกรรมเชิงรุกของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน การจัดทำตลิ่งชันทัวร์ การจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชัน

3.1 การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกได้เป็น 6 รูปแบบ ได้แก่ การขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้ช่วยลงข่าวประชาสัมพันธ์ การติดต่อขอความร่วมมือจากรายการวิทยุให้ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การเชิญสื่อมวลชนมาถ่ายทำสารคดีและบทความ

การจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ และการทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน

◆ การขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้ช่วยลงข่าวประชาสัมพันธ์

โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตตลิ่งชันจะเป็นสื่อกลางในการทำข่าวและลงข่าวประชาสัมพันธ์ สกู๊ปข่าว รวมทั้งบทความเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันไปให้ตามหนังสือพิมพ์และนิตยสารส่งเสริมการท่องเที่ยวฉบับต่าง ๆ โดยขอความร่วมมือให้ช่วยเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์และนิตยสารฉบับต่าง ๆ ก็ช่วยลงข่าวให้

◆ การติดต่อขอความร่วมมือจากรายการวิทยุให้ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

โดยทางฝ่ายประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตตลิ่งชันได้ติดต่อขอความร่วมมือไปยังรายการจส. 100 และรายการร่วมด้วยช่วยกัน โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดเด่นของตลาดน้ำตลิ่งชัน สถานที่ตั้ง และวิธีการเดินทาง โดยได้ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันและชักชวนให้ประชาชนทั่วไปเดินทางมาเที่ยว

“...เราก็ทำได้ตามความสามารถ ส่วนมากก็ใช้ขอความร่วมมือขอความอนุเคราะห์ส่งข่าวไปตามสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้เค้าช่วยลงให้ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ให้ช่วยออกข่าวให้ จะไม่ได้ใช้การโฆษณา การจ้าง เพราะเราไม่ใช่เอกชนที่จะไปจ้างโฆษณา”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช - สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

◆ การเชิญสื่อมวลชนมาถ่ายทำสารคดีและบทความ

โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นสื่อกลางในการติดต่อเชิญสื่อมวลชนมาถ่ายทำสารคดีและบทความเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรับรองสื่อมวลชน นอกจากนี้เมื่อตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มเป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปแล้ว ทำให้มีสื่อมวลชนจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศติดต่อขอมาถ่ายทำสารคดีและบทความที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีทั้งที่ติดต่อผ่านทางสำนักงานเขตตลิ่งชันและติดต่อกับประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันโดยตรง

“ช่วงแรก ๆ ก็มีเราเชิญเค้ามา สื่อมวลชนสัญจรก็ดี แอลงข่าวก็ดี พอลูกค้าหรือแขกต่างประเทศมาเที่ยวก็ติดใจ ก็มาถ่ายทำบ้าง เป็นจากบ้าง สกู๊ปพิเศษการท่องเที่ยวบ้าง ททท. พอเห็นตรงนี้เป็นรูปธรรมก็ส่งทีมงานมาถ่ายทำ ก็มีเชื้ออำนาจ

หลาย ๆ อย่าง ทั้งเขตขอความร่วมมือด้วย และเค้ามาเองเห็นว่าเป็นจุดขายที่จะ ประชาสัมพันธ์ออกไปต่างประเทศได้ ก็มีสื่อมวลชนต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำเอง เยอะแยะมากมาย แล้วเค้าเอาไปออกที่ญี่ปุ่น รายการทั่วโลกก็มี ช่องต่าง ๆ ก็จะมีสื่อบุชาชาวเยอะแยะ ก็จะมีหนังสือขอความร่วมมือมาขอถ่ายทำตลาดน้ำ”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช - สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

◆ การจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์

จัดได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในตลาดน้ำตลิ่งชันรูปแบบหนึ่ง โดยที่คณะกรรมการ ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ขึ้นภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยตั้งอยู่ บริเวณตรงข้ามประตูของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ซึ่งบอร์ดประชาสัมพันธ์นี้จะใช้ติดประกาศต่าง ๆ ของทางประชาคม เช่น กฎระเบียบข้อปฏิบัติของผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน ค่าใช้จ่ายประจำปีของ ประชาคม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบทความเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันที่ได้ลงตีพิมพ์ในนิตยสารส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย โดยกรรมการประชาคมจะนำไปถ่ายเอกสารขยายแล้วนำมาติดไว้ที่บอร์ด ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชันและนักท่องเที่ยวได้ยืมอ่าน

◆ การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์

แผ่นพับประชาสัมพันธ์จัดได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกของตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งในการจัดทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์นั้นจะมีการประสานงานร่วมกันระหว่างกรรมการประชาคม กับฝ่ายประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตตลิ่งชันจะทำหน้าที่ออกแบบเค้าโครงแผ่นพับและเนื้อหาบางส่วน จากนั้นก็จะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับ กรรมการประชาคมว่าต้องการจะให้มีการเพิ่มเนื้อหาประเด็นใดบ้าง หรือต้องการจะปรับเปลี่ยน ตรงไหน เพื่อที่จะหาข้อสรุปร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ของแผ่นพับประชาสัมพันธ์ซึ่งก็คือประชาชนทั่วไป แผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันนี้จะมี วางแจกอยู่ที่เคาน์เตอร์ภายในสำนักงานเขตตลิ่งชันและที่ศาลาไทยริมน้ำภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน สำหรับงบประมาณที่ใช้ในการจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ก็ได้มาจากทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

“เราก็เชิญเค้ามา อย่างทำแผ่นพับตลาดน้ำ เราจะทำ layout ออกมา มีก็สี ก็หน้า เนื้อหาเป็นยังไง แล้วพี่ก็จะไปหาเค้า ไปคุยกันว่าผมทำ layout อย่างนี้ พี่คิดว่า เป็นไง คิดว่าดีมั๊ย มีอะไรเพิ่มเนื้อหามั๊ย ปรับปรุงตรงไหนดี เพราะผมไม่ได้ลงลึก ไปตรงนั้น ก็จะมีการช่วยกัน เค้าก็บอกว่าจะให้ออกมาให้มีการเพิ่มเนื้อหาตรงนี้ ๆ

เราก็โอเค อาจจะเน้นตรงนั้น ตรงนี้ เราก็คุยกันปรับความคิดเห็นกัน ซึ่งอะไรก็แล้วแต่เค้าก็ต้องมีส่วนร่วมด้วย ทั้งการคิดการทำ”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช – สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

◆ การทำเว็บไซต์

สำหรับการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งจัดว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกที่ทันสมัย เพราะสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกไปได้ครอบคลุมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายไม่ได้จำกัดเฉพาะเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อย่างไรก็ตามตลาดน้ำตลิ่งชันยังไม่มีเว็บไซต์เป็นของตัวเองเนื่องจากไม่มีงบประมาณที่เพียงพอในการจัดทำ จึงต้องรวมอยู่ในเว็บไซต์ของสำนักงานเขตตลิ่งชันในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเขตตลิ่งชัน โดยมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำเว็บไซต์ เพราะมีเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญทางด้านคอมพิวเตอร์ ส่วนกรรมการของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันจะมีหน้าที่ในการเสนอแนะความคิดเห็น และให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนออกค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นบางส่วน

“...การเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตก็ถือว่าเราเป็นระดับอินเตอร์ เผยแพร่ข่าวไปทั่วโลก ทางเว็บไซต์เราก็มีการทำมานานแล้ว แต่ตอนนั้นเครื่องมือยังไม่มี เราก็ขอสปอนเซอร์จากตลาดน้ำมาปรับปรุงบางส่วน เช่น ซีเอสแกนเนอร์ ทำในส่วนที่เราทำได้...”

“...ทางประชาคมก็จะมีเอามาลงในรูปของข่าว สกู๊ปพิเศษ บทความ เค้าจะบอกว่าช่วงนี้เป็นเทศกาลกระท้อนก็สัปดาห์ เราก็จะลงสื่อมวลชน แล้วก็เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตไปด้วย ลงรูปกระท้อน ทับทิม จะมีคนกลุ่มหนึ่งที่เข้ามาดู ทางโทรศัพท์ก็มีโทรเข้ามาถามมากมายเหมือนกัน ซึ่งส่วนใหญ่หลัง ๆ เราก็บอกให้เค้าเปิดเข้าไปดู”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช – สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)

3.2 การจัดทำตลิ่งชันทัวร์

เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่เกิดจากความร่วมมือกันระหว่างประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ชักชวนให้ประชาชนมาท่องเที่ยว

ตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักพื้นที่ของเขตตลิ่งชันเพิ่มขึ้น ซึ่งจัดว่าเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่ง เพราะเป็นการพานักท่องเที่ยวนั่งเรือชมสภาพธรรมชาติที่หลงเหลืออยู่และสวนเกษตรต่าง ๆ ของเขตตลิ่งชัน รวมทั้งแวะขึ้นฝั่งเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าทางการเกษตรติดไม้ติดมือกลับไปด้วย ซึ่งทำให้ชาวบ้านที่อยู่สองฝั่งคลองมีรายได้เพิ่มขึ้น สำหรับตลิ่งชันทัวร์จัดได้ว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สร้างชื่อเสียงให้กับตลาดน้ำตลิ่งชัน ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป คนที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันก็ต้องการนั่งเรือเที่ยวด้วยกันทั้งนั้น

สำหรับการนั่งเรือชมสวนแต่ละรอบของตลิ่งชันทัวร์ จะมีไกด์ท้องถิ่นนั่งในเรือไปด้วยเพื่อบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับลำคลองสายต่าง ๆ ลักษณะของบ้านเรือนโบราณ และวัดต่าง ๆ ที่อยู่สองฝั่งคลองให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างความสนุกสนานและเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ไกด์ของตลิ่งชันทัวร์จะมีประมาณ 10 คน ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันทำหน้าที่ ซึ่งไกด์ท้องถิ่นแต่ละคนได้รับการอบรมจากสำนักงานเขตตลิ่งชันและได้รับใบอนุญาตซึ่งออกโดยสำนักงานเขตตลิ่งชันด้วย

“ไกด์เป็นคนในพื้นที่ มาจากหลากหลาย นักศึกษา ช่างราชการในเขต ลูกหลานชาวตลิ่งชัน เราจับมาฝึก โดยมีวิทยากรจาก ททท. อบรมหลักสูตรระยะสั้น เราเรียกว่าไกด์ชาวบ้าน”

“พวกไกด์จะมาอบรมที่เขต ซึ่งออกค่าใช้จ่ายให้ พวกนี้ก็ได้ความรู้ไปด้วย เที่ยวหนึ่งได้ 200 บาท ทำงาน 2 ชั่วโมง ไปกลับ คุณทำหน้าที่คุณ ให้ความรู้พอเป็นสังเขป ทำให้เค้าสนุก หัวเราะ ยิ้ม...คือเที่ยวที่นี่แล้วได้ความรู้...”

(คุณนพดล มาเสริมสิน - สัมภาษณ์ 28 ก.ค. 45)

3.3 การจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชัน

โดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันประสานงานกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน และหน่วยงานอื่นภายในพื้นที่เขตตลิ่งชัน เช่น นักการเมืองท้องถิ่น โรงเรียน เป็นต้น เพื่อจัดงานต่าง ๆ ขึ้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น งานประเพณีสงกรานต์ งานเทศกาลกระท้อนห่อ งานประเพณีลอยกระทง งานประเพณีชักพระ เป็นต้น โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตตลิ่งชันจะทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกติดต่อกับสื่อมวลชน ซึ่งทางสำนักงานเขตตลิ่งชันจะมีการจัดแถลงข่าวโดยผู้อำนวยการเขตตลิ่งชัน และส่งข่าวไปลงตามหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์ภายในตลาดน้ำตลิ่งชันจะมี คุณทวีศักดิ์ เวือนทอง ซึ่งเป็นประธานที่ปรึกษาประชา

คมตลาดน้ำตลิ่งชัน ก็เจ้าหน้าที่ประกาศผ่านเสียงตามสายเพื่อแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบว่าจะมีการจัดงานเทศกาลและประเพณีประจำปีของเขตตลิ่งชันขึ้นในวันไต่บัว และตลาดน้ำตลิ่งชันจะเปิดเพิ่มในวันไต่บัว

“...อย่างเทศกาลกระท้อน เรื่องเทศกาลเขตจะเป็นตัวหลักในการจัดงาน ซึ่งจะเชิญตัวแทนประชาคมเข้าร่วมประชุมด้วยว่าจะให้แม่ค้าขายมัย วันไหนบ้าง ก็คุยปรึกษากัน”

(คุณรุ่งโรจน์ เกสพานิช – สัมภาษณ์ 8 พ.ย. 45)