

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5650037

ชื่อโครงการ : การพัฒนากลไกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน

ชื่อนักวิจัย 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณ ศิลปอาชา
 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์
 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail Address: wsilparcha@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 1 สิงหาคม 2556 ถึง 31 กรกฎาคม 2557

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบริบทของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยในฐานะที่เป็นกลไกในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2) ศึกษาบทบาทของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบ (3) ประเมินมาตรฐานการจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทย (4) ค้นหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเปรียบเทียบกับประเทศต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ และ (5) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพในประเทศไทย คือ ประธานและกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพในประเทศญี่ปุ่น คือ เจ้าของฟาร์มสตอร์วเบอร์รี่จังหวัดโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรของประเทศญี่ปุ่นและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานโอซาก้า จำนวนรวม 78 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณในประเทศไทย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวหรือศึกษาดูงานในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 4 แห่ง ระหว่างกันยายน พ.ศ. 2556 – มีนาคม พ.ศ. 2557 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณในประเทศญี่ปุ่น คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวนรวม 417 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสนทนากลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และแบบประเมินมาตรฐานการจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์

ผลการศึกษาบริบทวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยในฐานะที่เป็นกลไกในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ในพ.ศ. 2557 วิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศได้รับการอนุมัติจดทะเบียนแล้วจำนวน 72,830 แห่ง โดยมีวิสาหกิจชุมชนประเภทการท่องเที่ยวอยู่จำนวน 452 แห่ง ในจำนวนนี้เป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งสิ้น 39 แห่ง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมการทำวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีหลายหน่วยงาน ได้แก่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมพัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สังกัดกระทรวงมหาดไทย สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานเอกชนต่างๆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่งมีทรัพยากรทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ มีการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งชุมชนมีความสามัคคีและช่วยเหลือเกื้อกูล อย่างไรก็ตาม พบว่าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมีปัญหาในด้านการคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก ชุมชนขาดความเข้าใจในการทำวิสาหกิจชุมชน องค์กรที่เข้ามาส่งเสริมขาดการประสานความร่วมมือกัน ขาดงบประมาณในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยมีความสำเร็จในการบริหารงาน เนื่องจากมีการจัดการในรูปของคณะกรรมการที่เข้มแข็ง โดยคณะกรรมการประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก และกรรมการ มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นกลุ่มแบบทางการ สมาชิกมีความเกี่ยวข้องกันในกิจการของกลุ่ม ตระหนักในความสำคัญของกันและกัน แสดงออกซึ่งการยอมรับการให้เกียรติกัน มีปฏิสัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายมากกว่าการติดต่อกันเป็นส่วนตัว

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จในการจัดการจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีศักยภาพมาขับเคลื่อนการดำเนินงานร่วมกัน โดยยึดหลักคุณธรรม ส่วนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไม่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า บุคลากรขาดความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ขาดการประสานความร่วมมือในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงการจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยรวมในระดับมาก ซึ่งวิสาหกิจชุมชนของไทยมีการจัดการด้านกายภาพได้ดีที่สุด รองลงมาคือ มีการจัดการด้านการบริการ การจัดการด้านความปลอดภัย การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการสื่อความหมาย และการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

บทบาทของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบ พบว่าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบในประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวแทนใน 4 ภาคมีบทบาทสำคัญ ดังนี้ 1) บทบาทการเป็นผู้นำในการสร้างรายได้แก่ชุมชน ผู้นำในการสร้างงานในชุมชน ผู้นำในการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน และผู้นำในการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน 2) บทบาทการเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และ

ในการปฏิบัติงาน มีการพัฒนาธุรกิจเริ่มจากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มและชุมชน จัดทำแผนธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร ทบทวนแผนธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ มีการวางแผนด้านลูกค้า คิดค้นนวัตกรรมในการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจและคุณสมบัติการเป็นผู้ประกอบการที่ดี และเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและกระจายผลประโยชน์แก่สมาชิก

องค์ประกอบที่มีคะแนนต่ำ คือองค์ประกอบการจัดการด้านการตลาด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่มีควมน่าสนใจ ไม่มีอัตลักษณ์และยังไม่สามารถสะท้อนภูมิปัญญาด้านการเกษตรได้เท่าที่ควร มีช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายน้อย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรไม่หลากหลาย อัตราค่าใช้จ่ายยังไม่สอดคล้องกับกิจกรรมการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ค่าอาหาร ค่าพาหนะหรือค่าที่พัก

แนวทางในการเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ พบว่า การเกษตรในประเทศญี่ปุ่นมักรวมกลุ่มกันทำการเกษตรในรูปแบบสหกรณ์ โดยมีสหกรณ์การเกษตรญี่ปุ่น หรือ JA เป็นหน่วยงานหลักทำหน้าที่สนับสนุนการทำการเกษตรของสมาชิก JA จะให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านการตลาด และระบบการประกันราคา นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งหน่วยงาน องค์การด้านการวิจัยและพัฒนา และสถาบันการเงิน เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกร ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ในขณะที่ประเทศไทยมีการจดทะเบียนกันเป็นวิสาหกิจชุมชนซึ่งมักเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสวนเกษตร ศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งชิมผลผลิตทางการเกษตร เนื่องจากระบบของสหกรณ์ของญี่ปุ่นเอื้อต่อสมาชิกในแง่ของการตลาด การกระจายสินค้า เพราะฉะนั้นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยน่าจะนำจุดเด่นของการดำเนินการในรูปแบบสหกรณ์ที่ประเทศญี่ปุ่นนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทย ก็จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพและก่อให้เกิดประโยชน์กับสมาชิกได้อย่างยั่งยืน นอกจากศักยภาพการจัดการด้านการตลาดแล้ว ประเทศต้นแบบที่มีความเป็นเลิศยังมีศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรการเกษตรให้สอดคล้องกับการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับอาเซียน การส่งเสริม 5 Smart การส่งเสริมมาตรฐานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ และการส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่อาเซียน

คำสำคัญ : วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลไกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มาตรฐานการจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ABSTRACT

Project Code : RDG5650037
Project Title : Development of Community Enterprise Mechanism of Agrotourism for ASEAN Tourists
Researchers : Assistant Professor Dr. Wanna Silparcha,
Assistant Professor Chatchapol Songsoonthornwong
Sukhothai Thammathirat Open University
E-mail Address : wsilparcha@gmail.com
Project Duration : 1 August 2013 – 31 July 2014

This research was aimed (1) to study the context of Thai agrotourism community enterprises as mechanism for agrotourism management; (2) to study the role of the agrotourism model community enterprises; (3) to evaluate the management standard of agrotourism community enterprises in Thailand; (4) to develop guidelines for the enhancement of agrotourism community enterprises potential by comparison with model country with best practices; and (5) to make suggestions for the enhancement of Thai agrotourism community enterprises potential to support tourists from ASEAN countries.

Population and sample used in the qualitative analysis were 78 persons included leaders and committees of agrotourism community enterprises, stakeholders of the agrotourism community enterprises in Thailand. Those in Japan included the owner of a strawberry farm in Osaka, which was a model community enterprise with best practices, personnel from agricultural organizations in Japan and Tourism Authority of Thailand in Osaka. Samples used for quantitative analysis were 417 tourists included Thai and foreign tourists who visited four agrotourism community enterprises during September 2013 to March 2014 and those in Japan who visited agrotourism sites.

The content analysis for qualitative study was conducted by in-depth interviews and group discussion. The quantitative study was conducted with survey and standard evaluation form and analyzed using descriptive statistics: frequency, percentage, mean and standard deviation, and inferential statistics: correlation analysis.

The study of the context of Thai agrotourism community enterprises as mechanism for agrotourism management showed that, in 2014, there are 72,830 registered community enterprises across the country. Among 452 tourism community enterprises, 39 are agrotourism community enterprises. These agrotourism community enterprises are supported by various related departments i.e. Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives; Department of Tourism, Tourism Authority of Thailand, Ministry of Tourism and Sports; Community Development Department, Local Administrative Organizations, Ministry of Interior; local educational institutions and other concerned private sectors. The four studied agrotourism community enterprises hold rich agricultural resources and touristic activities. They are keen on conserving cultures and traditions, local wisdoms as well as environment. They are harmonious and supportive communities. However, it is found that the agrotourism community enterprises struggle transportation, enterprises knowledge understanding and also collaboration problems among related organizations. They also lack financial support to execute the work of the enterprises.

The agrotourism community enterprise management in Thailand is done successfully thanks to the strong committee mode. The committee includes a leader, assistants, secretary, treasurers and other members. The committee is a formal group in which each member holds the distinct responsibility. Members are usually involved in the group's activities. They recognize their colleagues' importance, accept and respect each other, while interact as networks rather than personally.

A successful agrotourism community enterprise needs driven by potential personnel who holds to the good governance, while non-successful ones are found to be lack of capable personnel and collaboration on agrotourism activities.

The tourists' satisfaction on the agrotourism community enterprises showed that the tourists are very satisfied by the overall management. The physical management was rated best done, followed by service management, security management, marketing management, interpretation management and facilities management.

The study of the roles of the model agrotourism community enterprises in Thailand proved that these model enterprises, which are the representatives of the 4 regions in Thailand, play important roles as follows:

- 1) Leader: lead the community's income generating, jobs creating, economic structure transformation driving and community strengthening;
- 2) Educator: transmit local knowledge and wisdom;
- 3) Conservationist: conserve community environment and restore local cultures;
- 4) Problem Solver: decrease social problems as well as decrease gaps between rural and urban communities;
- 5) Intermediary: integrate different cultures

The evaluation on the management standard of agrotourism community enterprises in Thailand indicated that the standard of agrotourism community enterprises was developed from the following standards and potential evaluation form of different organizations: Standard for Community Enterprise Management of the Thailand Productivity Organization (2005) proposed to the Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry; Community Enterprise Potential Evaluation Form (revised 2012) by the Division of Community Enterprise Promotion, Department of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives; and Quality Standard of Agrotourism of the Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports (2013)

The evaluation on the management standard of the four agrotourism community enterprises resulted as follows:

Mae Mut Agriculture Housewife Community Enterprise, Chiang Mai is evaluated overall very good. The accounting and financial managing element was scored highest, while the marketing was scored lowest.

Baan Busai Home Stay Community Enterprise, Nakhon Ratchasima is evaluated overall very good. The accounting and financial and the agrotourism community enterprise sustainable development managing elements were scored highest, while the marketing was scored lowest.

Rak Khao Bai Si Agrotourism Community Enterprise, Chanthaburi is evaluated overall very good. The accounting and financial and the agrotourism community enterprise sustainable development managing elements were scored highest, while the marketing was scored lowest.

Ban Bang Rong Agro-Eco Tourism Community Enterprise, Phuket is evaluated overall excellent. The accounting and financial and the agrotourism community enterprise

sustainable development managing elements were scored highest, while the group managing element was scored lowest.

All four enterprises were evaluated overall very good and above. The accounting and financial managing element of every enterprise scored highest. This is resulted from the income-expense account management, the rules and regulations on fair allocations of benefits and dividend for members, the establishment of the member welfare fund, the considerate investments in potential funds and the effective working capital management.

The agrotourism community enterprise sustainable development managing element was also scored high resulting from the network created among the members. The network helps members to coordinate, share information, express ideas, study problems and find solutions together. The members also plan, carry out activities, maintain the tourist sites, evaluate and monitor their plans together. The members, thus, place their trust in one another. Moreover, good governance is undertaken within the community enterprises. The Rule of Law, Morality, Transparency, Participatory, Accountability as well as Effectiveness and Efficiency are adapted. The business development was carried out after the potential analysis of the group and community. Written business plans are done with continuous reviews. The members also plan about their clients, create innovations for productivity improvement and cost reduction, share knowledge on business execution and qualities of good entrepreneur. The network also functions as the distribution center of agricultural products and benefits of the member.

The lowly-scored element was the marketing managing element. It is considered that the products from these enterprises do not attract customers for they do not show an identity or display an agricultural wisdom sufficiently. There are also limitations in terms of distribution channels, sales promotion, agrotourism activities and agricultural products. The cost for activities, food, vehicles and accommodation is not reasonable compared with the services provided.

In comparison to the model country with best practices, agriculture in Japan are often grouped together in the form of agricultural cooperatives. The Japanese agricultural cooperative (JA) is the primary agency responsible for promoting the cultivation of the members. JA will encourage them to take part in marketing and price assurance system. Moreover, Research and Development and Financial Institutes are established for supporting

the farmers at local, provincial and national levels. While registered agrotourism community enterprises in Thailand provide the activities for tourists such as farm visit, learning and tasting agricultural products. According to the Co-operative system in Japan which support for marketing and distribution, Thai agrotourism community enterprises should take this advantage to apply to their own operations. Consequently, the efficiency and sustainable benefits of the enterprises will be enhanced. Apart from that, the best practices also have potential of agricultural resources management in accordance with the carrying capacity of tourist destinations and tourist numbers.

Suggestions for the enhancement of Thai agrotourism community enterprises potential to support tourists from ASEAN countries include the following policies: agrotourism community enterprise strengthening; 5 Smarts promoting; promotion for higher standard of agrotourism community enterprise; modern technology uses; and potential enhancement of agrotourism community enterprise to ASEAN level.

Keywords: agrotourism community enterprise; agrotourism community enterprise mechanism; agrotourism community enterprise management standard