

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG5910056

ชื่อโครงการ: การใช้พื้นที่สาธารณะในการพัฒนาชุมชนของประเทศญี่ปุ่น กรณีศึกษาบทบาทของสถานีริมทาง หรือ Roadside Station เป็นต้นแบบของการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นด้านการพัฒนา อุตสาหกรรมชุมชน

นักวิจัย: ผศ.เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลานิอง

Email address: benjang_jaisai@yahoo.com

ระยะเวลา: 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 16 เดือนกันยายน พ.ศ. 2559 ถึง วันที่ 15 กันยายน พ.ศ.2560)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสถานีริมทางของประเทศญี่ปุ่น ในบทบาทด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนของประเทศไทย และมีการนำมาเปรียบเทียบกับร้านค้าประชารัฐสุขใจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นโครงการพัฒนาสถานีริมทางของประเทศไทย ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ดำเนินการตามแบบของสถานีริมทางของประเทศญี่ปุ่น สถานีริมทางหรือ Roadside Station ของประเทศญี่ปุ่น เริ่มมีตั้งแต่ค.ศ.1993 รับผิดชอบโดยกระทรวงที่ดิน โครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และการท่องเที่ยว มีจุดมุ่งหมาย คือ เป็นที่พักตามถนนสำหรับผู้เดินทางไกลโดยเฉพาะสตรีและผู้สูงอายุ มีหน้าที่คือ 1) เป็นที่พักผ่อน มีจุดรถที่ผู้เดินทางสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมงและมีห้องน้ำสะอาดให้บริการ 2) เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร คือ มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่นนั้น 3) เป็นประตูที่จะเชื่อมระหว่างท้องถิ่น ปัจจุบันมีสถานีริมทาง 1,134 แห่ง ใน 47 จังหวัด (ตัวเลขโดยกระทรวงที่ดิน เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน ค.ศ.2017) มีการพัฒนาหน้าที่ของสถานีริมทางให้มีบทบาทโดดเด่นทางด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน การท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในเขตชนบทห่างไกลเป็นอย่างมาก

จุดเริ่มต้นของสถานีริมทางมีพื้นฐานมาจาก “จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตร” (農産物直売所) ซึ่งเริ่มมาจากกลุ่มสตรีจากครอบครัวเกษตรกร เพื่อจำหน่ายผลิตผลการเกษตรที่ไม่ได้มาตรฐานที่จะขายให้แก่สหกรณ์การเกษตร ในราวทศวรรษที่1980 จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรขยายตัวอย่างรวดเร็วในทศวรรษที่ 1990 จนกระทั่งมีจุดจำหน่ายสินค้าที่พัฒนาจนกลายเป็นร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ ดำเนินการโดยสหกรณ์การเกษตร ปัจจุบันมีประมาณ 23,560 แห่งทั่วประเทศญี่ปุ่น จากจุดเริ่มต้นของจุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรนี้ ทำให้เกิดการตื่นตัวด้านการแปรรูปผลิตผลการเกษตรที่จำหน่ายไม่หมดเพื่อเป็นสินค้า รวมถึงการตั้งร้านอาหารในหมู่บ้านเกษตรกร จนเกิดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจ 3 ชนิดที่ดำเนินการโดยสตรีในหมู่บ้านเกษตรกร และเป็นรูปแบบพื้นฐานของสถานีริมทาง โดยเฉพาะสถานีริมทางที่สร้างขึ้นตั้งแต่ราวค.ศ.2000 และการออกกฎหมายที่ส่งเสริมการทำอุตสาหกรรมชุมชน โดยใช้ทรัพยากรในชุมชน คือ กฎหมายส่งเสริมอุตสาหกรรมขั้นที่ 6 และนโยบายส่งเสริมการผลิตในท้องถิ่นบริโภค ในท้องถิ่น สถานีริมทางมีบทบาทเป็นพื้นที่สาธารณะในการขยายตัวของอุตสาหกรรมชุมชนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมขั้นที่ 6 ซึ่งส่งผลให้สถานีริมทางมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีการเชื่อมกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและมีการ

แข่งขันกันด้านการตลาดในหลายรูปแบบ การบริหารจัดการของสถานีนีริมทางนั้น ส่วนใหญ่เป็นการจัดการในรูปแบบของบริษัทที่ได้รับการว่าจ้างจากภาครัฐที่เรียกว่า Third Sector จึงเป็นการบริหารจัดการแบบธุรกิจ ดำเนินการตามความเหมาะสมและตามความต้องการของหลายภาคส่วนในท้องถิ่นในแบบ Bottom Up ภายใต้ความดูแลให้คำปรึกษาโดยภาครัฐ ในท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจ สถานีนีริมทางหลายแห่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับ เนื่องจากมีกิจกรรมท่องเที่ยว มีการบริการที่พัก ลานกางเต็นท์ การบริการบ่อน้ำแร่ มีการสอนกิจกรรมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น มีสินค้าเฉพาะของท้องถิ่นและอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น บางแห่งเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้ทั้งวัน และสถานีนีริมทางเปลี่ยนจากการเป็นที่พักระหว่างการเดินทาง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงมีบทบาทที่ขยายตัวมากขึ้น เช่น เป็นพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัย นอกจากนี้ สถานีนีริมทางยังส่งผลให้อุตสาหกรรมชุมชนมีการขยายตัว และเป็นการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชนบทห่างไกลที่ประสบปัญหาประชากรเบาบาง โดยเฉพาะเกษตรกรสูงอายุ ส่งผลต่อการสร้างอาชีพ และการกลับมาอาศัยในชนบทของคนรุ่นใหม่ และเป็นการฟื้นฟูท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ

ในส่วนของประเทศไทยนั้น รัฐบาลไทยได้นำต้นแบบของสถานีนีริมทางในช่วงแรกมาสร้างที่พักริมทางดังเช่นที่จังหวัดลำปางเพื่อเป็นที่พักให้กับผู้เดินทางเป็นการบริหารงานโดยภาครัฐ(ปัจจุบันให้เอกชนเข้าดำเนินการ) ต่อมารัฐบาลได้นำต้นแบบของสถานีนีริมทางมาเป็นนโยบายร้านค้าประชารัฐสุขใจ เพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชนที่สถานีนีริมทางนั้น ปตท.ทั่วประเทศไทยจำนวน 143 แห่ง จากการสำรวจร้านค้าประชารัฐ 15 แห่ง ผู้วิจัยพบว่า ร้านค้าประชารัฐสุขใจของประเทศไทย ทำหน้าที่เหมือนร้านค้าภายในสถานีนีริมทางของประเทศญี่ปุ่นแต่มีขนาดเล็กกว่ามาก การตั้งอยู่ในพื้นที่สถานีนีริมทางจึงมีองค์ประกอบพื้นฐานเหมาะสมเป็นที่พักระหว่างการเดินทาง แต่ไม่เห็นบทบาทในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนชัดเจนมากนัก ร้านค้าประชารัฐสุขใจยังเป็นเพียงการเริ่มต้นของการประกอบรายได้เพียง 2 ปีเป็นเสมือนร้านค้าขนาดเล็กที่ยังดำเนินการอยู่ภายใต้การดูแลของภาครัฐ ส่วนใหญ่มีผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนของจังหวัดนั้นๆเป็นผู้เลือกสินค้า ส่วนผู้จัดการร้านมีหน้าที่เพียงจำหน่ายสินค้าและทำบัญชี การดำเนินงานของร้านค้าประชารัฐสุขใจเป็นการควบคุมแบบ Top Down จากภาครัฐ และร้านค้าประชารัฐสุขใจส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดทุน และปัญหาอื่นๆ เช่น การเพิ่มยอดขาย การจัดหาสินค้า การแข่งขันกับร้านค้าสินค้าท้องถิ่นของเอกชน รวมทั้งการบริหารจัดการของผู้จัดการร้านที่ทำหน้าที่เพียงพนักงานขาย และพบว่าร้านค้าประชารัฐสุขใจส่วนใหญ่ไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ต้องอาศัยการสนับสนุนของภาครัฐ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อการบริหารจัดการร้านค้าประชารัฐสุขใจ คือ หากมีการพิจารณาการจัดการของร้านค้าประชารัฐสุขใจหลังจากหมดช่วงสัญญาระหว่างหน่วยงานภาครัฐแล้ว จะต้องมีการพิจารณาที่ตั้งร้านที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจ พัฒนาสินค้าชุมชนให้มีความหลากหลายเพื่อให้สินค้ามีความน่าสนใจ และการจัดการร้านค้าที่มีประสิทธิภาพเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าประชารัฐสุขใจต่อไป

คำสำคัญ

สถานีนีริมทาง , พื้นที่สาธารณะ, จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตร , การท่องเที่ยว , ประชากรเบาบาง

Abstract

Project Code: RDG5910056

Project Title: The Study of Public Space for Community Development in Japan: Focusing on the Role of Roadside Station as the Model for Establishing the Strength of Local Industrial Development

Researcher: Assistant Professor Benjang Jaisai Der Arslanian

Email address: benjang_jaisai@yahoo.com

Duration: 1 year (Since 16th September 2016 – 15th September 2017)

This research has an aim to study about Japanese Roadside Stations in the aspect of local industry development to be the model of local industry development in Thailand, and compare with Rankapracharat of Thailand, as the government of Thailand assigned to be the model of the developing project of roadside station in Thailand. Japanese Roadside Stations has started from 1993, under the supervision of the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism with an aim to be a rest area for travelers especially women and elderly people with the functions as 1) rest area that can provide basic service such as parking and clean toilet for 24 hours, 2) provide information especially concerning with local, 3) be as the gate support connection between local areas. Nowadays, there are 1,134 roadside stations in Japan in 47 provinces (data of Ministry of Land by 17 November 2017), and have important roles in local industry development, tourism that can bring more incomes for people in rural area.

Roadside Stations has basically started from the small business so called “Shop for agricultural products”, started by women in agricultural villages to sell agricultural products under criteria to sell to JA in 1980’s. This kind of shop spread rapidly in 1990’, and there are about 23,560 shops in Japan, and some even developed to be as big supermarkets nowadays. This kind of shop also helped developed the local industry for processed food, and also started other kinds of business as restaurants in village run by group of women so called “Three business”, which is the model for Roadside Station in Japan nowadays especially the stations which are built from 2000. Moreover, Japanese government has launched various tools to support local industry such as “Sixth industry” and “Local products for local consumption” helped supporting the business of Roadside Station, which has important role to be public space for developing local products, and are now connected with tourist spots and compete by strong marketing. For the

management, most of Roadside Stations have managed in business model as general enterprises by the Third Sector, undersupervision of government sector, according to the need of other local sectors in the “bottom up” way of working. From the competition in business, many of Roadside Stations turned to be popular tourist spots which providing activities for tourists such as hotel, tent area, hot spring, cultural class, local products and local foods which some station are as tourism spots that travelers can have activities all day, and Roadside Station has changed the role from rest area to be tourist spots and even shelter for villagers during natural disaster. Moreover, Roadside Stations is an effective local revitalization especially for villages with under population by helped spreading local industry which can bring more incomes especially for elderly people, and also create careers and bring young generation back to villages.

As for Thailand, the government has launched various projects concerning with Japanese Roadside Stations such as Rest Area project in Lampang province, which is now run by local entrepreneur, and also Rankapracharat, 143 shops for local products in gas stations all over Thailand, which has model from Japanese Roadside Stations. From the survey of 15 Rankapracharat in Thailand, the result showed that for the size, Rankapracharat is very small scale comparing with Roadside Stations, and has a role as one shop in Roadside Stations and even very much smaller. And by located in gas station, it has functions as appropriate as Roadside Station for being rest area, but the role of local products development is not outstanding. Rankapracharat which are just started for 2 years, have the role equal to the small shops in Roadside Station in Japan, which are supervised by government sector in the “Top Down” way, especially by local staff who are responsible for choosing products while the managers have the role to sale and make balance of the shop. Moreover, many of Rankapracharat shops cannot have enough income to be self sufficient, and have other problems such as saling, products, competition with other local business sectors, and also the effectiveness of managers, and still need support from other sectors such as government. For suggestion for sustainability of Rankapracharat, after the contract between joined-sectors, it should be reconsidered on following topics which are; the appropriate site for shops, development for more various and interesting local product and effective management of shop.

Keyword: Roadside Station, public space, Shop for Agricultural Products, tourism, under population