

แนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยการใช้ทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนธุรกิจ

The Guidelines for Promoting the Operation of Community Tourism Enterprises by Using Social Capital to Drive Business

สุภณิดา พวงผกา และ ธัชกร ธิติลักษณ์
มหาวิทยาลัยรังสิต

Supanida Puangphaka and Dhachakorn Thitiluck
Rungsit University

ประวัติย่อ

1. นางสาวสุภณิดา พวงผกา (Corresponding author) พนักงานมหาวิทยาลัย คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน และนักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต e-mail: supanida.p@ku.th ความเชี่ยวชาญ ด้านการพัฒนาสังคม และการพัฒนาชุมชน

2. ดร.ธัชกร ธิติลักษณ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยผู้นำและนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต e-mail dhachakorn.thitiluck@gmail.com ความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนา ธรรมชาติบำบัด ด้านเศรษฐกิจนอกระบบด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน

Revised: October 24, 2024; Revised: December 16, 2024; Accepted: December 20, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีขึ้นเพื่อศึกษาหาแนวทางการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยใช้ทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนธุรกิจ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิจัยเอกสาร เพื่อรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย บทความทางวิชาการ รวมถึงสื่อสารสนเทศ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการเชื่อมโยงเครือข่ายจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตัวอย่าง 3 แห่ง ซึ่งเป็นผู้ให้บริการนำเที่ยวและที่พักในชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกให้ได้รับรางวัลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคมอย่างน้อย 2 รางวัล จากหน่วยงานที่แตกต่างกันภายในระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2566) ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง 2) วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านนาต้นจั่น และ 3) วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว 3 แนวทาง ได้แก่ 1) การส่งเสริมทุนทางสังคมในบริบทของทุนของชุมชน 2) การส่งเสริมพัฒนาการจัดการทุนทางกายภาพ ความสัมพันธ์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน และ 3) การส่งเสริมและสนับสนุนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

คำสำคัญ: ทุนทางสังคม, วิสาหกิจชุมชน, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This research aims to find ways to enhance the operations of tourism community enterprises by using social capital to drive business. The researcher employed qualitative research methods including documentary research to explore information from documents, textbooks, research, academic articles, various media, as well as non-participant observation and interviews used for collecting opinions regarding operations and network connections from three sample community tourism enterprises which are tour and accommodation provider in the community and has been selected to receive at least 2 awards from different government agencies, private sectors, or civil society within 5 years (2019 - 2023): 1) Ban Chiang Cultural Conservation Homestay Community Enterprise, 2) Ban Na Ton Chan Weaving Community Enterprise, and 3) Ban Laem Subdistrict Community Ways of Life Tourism Community Enterprise. The researcher present ways to enhance the operation of community tourism enterprises, which consists of knowledge to promote the operation of community tourism enterprises and three guidelines for promoting the operation of community tourism enterprises: 1) promoting social capital in the context of community capital, 2) promoting the development of physical capital management, relationships, and cultural identity of the community, and 3) promotion and support that align with the needs of the community.

Keywords: Social Capital, Community Enterprises, Community-Based Tourism

บทนำ

“ทุนทางสังคม (Social Capital)” เป็นแนวคิดสำคัญที่เกิดขึ้นจากความสนใจของนักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา รัฐศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เป็นแนวคิดที่มุ่งให้ความสนใจและถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคมว่าเป็นทรัพย์สินอันมีค่า (Valuable Asset) ที่สามารถนำไปใช้เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทั้งบุคคลและชุมชน (Claridge, 2018, pp.5-7) ซึ่ง Hanifan (1916, p.131) เป็นผู้ริเริ่มกล่าวถึงทุนทางสังคมและได้อธิบายว่า ทุนทางสังคม คือ สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เช่น สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสามัคคี (Solidarity) ความปรารถนาดี (Good Will) มิตรภาพ (Fellowship) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) และการติดต่อสัมพันธ์กันทางสังคมระหว่างบุคคลหรือครอบครัวที่ทำให้เกิดหน่วยทางสังคมขึ้นมา

องค์การระหว่างประเทศอย่างธนาคารโลก (World Bank) ได้กล่าวถึงทุนทางสังคมว่า เป็นสถาบัน (Institutional) ความสัมพันธ์ (Relationships) และระบบบรรทัดฐานหรือจารีต (Norms) ซึ่งมีคุณลักษณะที่เป็นทั้งคุณภาพและปริมาณของการปฏิสัมพันธ์กันของบุคคลภายในสังคม ทุนทางสังคมไม่ได้เกิดขึ้นได้ในสถาบันทั้งหมดของสังคมแต่เป็นเพียงตัวเชื่อมสถาบันเหล่านั้นเข้าด้วยกันพร้อมกับบรรทัดฐานหรือจารีตและความสัมพันธ์ในสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ฝังรากอยู่ในโครงสร้างทางสังคม ซึ่งทำให้ผู้คนเกิดความร่วมมือเพื่อเป้าหมายที่ปรารถนาสูงสุด นอกจากนั้นทุนทางสังคมอาจถูกมองในลักษณะที่เป็นเจตคติและคุณค่าที่เกิดจากการดำเนินงานระหว่างบุคคลภายในชุมชนและความช่วยเหลือด้านเศรษฐกิจ รวมถึงการพัฒนาภายนอกชุมชน ซึ่งการมองถึงการพัฒนากายนอกชุมชนทำให้ธนาคารโลกเห็นว่าทุนทางสังคมอาจจะมาจากภายนอกองค์กรหรือสถาบันเหล่านั้นได้ และทำหน้าที่เชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์หรือความช่วยเหลือแก่กัน (World Bank, 2004, p.3)

นอกจากนี้ ทุนทางสังคมยังทำให้เกิดความผูกพันทางสังคม ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มทั้งภายในและภายนอกชุมชน ซึ่ง Putnam (2000, pp.22-23) ได้จำแนกไว้ 3 ประเภท คือ 1) ทุนผูกพันทางสังคม (Bonding Social Capital) หมายถึง ความผูกพันระหว่างคนที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์เดียวกันหรือมีปัญหาาร่วมกัน เช่น คนในครอบครัวเดียวกันหรือเพื่อนสนิท กล่าวได้ว่าเป็นความผูกพันจากภายใน (Inward Looking) ซึ่งความผูกพันเช่นนี้จะเป็ประโยชน์ต่อการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกัน กล่าวคือ เมื่อคนหนึ่งได้รับผลประโยชน์ก็เท่ากับอีกคนหนึ่งได้รับผลประโยชน์เช่นกัน และในทางตรงกันข้าม หากคนหนึ่งเสียผลประโยชน์ก็เท่ากับคนในกลุ่มเสียผลประโยชน์เช่นกัน หรือกล่าวอีกนัย คือ การได้และการเสียผลประโยชน์เท่ากัน 2) ทุนสะพานเชื่อมต่อทางสังคม (Bridging Social Capital) หมายถึง การรวมตัว การเชื่อมกันของคนที่มีความใกล้ชิดกันแต่ไม่มากเท่ากับทุนผูกพันทางสังคม ทั้งนี้เป็นความผูกพันที่พิจารณาจากภายนอก (Outward Looking) เช่น มิตรภาพระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน เป็นการเชื่อมต่อเพื่อการใช้ประโยชน์ของทรัพย์สิน การกระจายข้อมูลข่าวสารในวงที่กว้างขึ้น และ 3) ทุนเชื่อมโยงทางสังคม (Linking Social Capital) หมายถึง การเชื่อมโยงที่แผ่กระจายไปในกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ซึ่งเป็นความผูกพันที่พิจารณาจากภายนอกเช่นเดียวกันกับทุนสะพานเชื่อมต่อทางสังคม แต่มิวงที่กว้างมากกว่า โดยเป็นการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม หรือ ชุมชน โดยเฉพาะในสังคมปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับปัญหาที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ทุนทางสังคม เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงทรัพยากรของชุมชนทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ รวมถึงศักยภาพของชุมชนที่อาจเกิดจากพื้นฐานความสัมพันธ์ทางสังคม แม้ว่าจะไม่สามารถประเมินมูลค่าเป็นเงิน แต่ทุนทางสังคมกลับสามารถส่งผลการดำเนินงานขององค์กรในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งได้ โดยเฉพาะการนำทุนทางสังคมไปใช้ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานรากและนำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของบุคคล ชุมชน ท้องถิ่น และสังคมในภาพรวม

การสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก ได้ถูกสะท้อนผ่านกรอบการพัฒนาประเทศไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนา คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) เป้าหมายในการพัฒนาดังกล่าวนี้นี้ ได้ถูกถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติภายใต้แผนในระดับต่าง ๆ ทั้งแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ หรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ เกิดการเพิ่มและกระจายรายได้ไปสู่ประชากรกลุ่มรายได้น้อย โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ และส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบต่าง ๆ การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาช่องทางการตลาด ผลักดันให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนอกจากจะเป็นการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจแล้ว การส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนา สร้างความเข้มแข็ง และเพิ่มอำนาจต่อรองให้กับชุมชนและสังคมในภาพรวม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

การรวมกลุ่มและการจัดตั้งองค์กรชุมชน (Community - Based Organizations: CBOs) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ สถาบันการเงินชุมชน สหกรณ์การเกษตร รวมถึงวิสาหกิจชุมชน มีขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองและบทบาทให้แก่ชุมชน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันของคนในชุมชน ในการคิดหาวิธีการหรือกระบวนการในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน นอกจากนี้ ยังทำให้ชุมชนมีโอกาสในการที่จะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกหรือหน่วยงานภาครัฐได้มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากกรณีที่หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นองค์กรชุมชน และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรชุมชนต่าง ๆ ผ่านการจัดสรรงบประมาณผ่านการดำเนินนโยบาย แผนงาน และการจัดกิจกรรม/โครงการจำนวนมาก (สุนทร คุณชัยมิ่ง และคณะ, 2566)

“วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise)” จัดเป็นองค์กรชุมชนรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นที่ยอมรับและมีชุมชนจำนวนมากจัดตั้งขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการแก้ปัญหาของชุมชนด้วยรูปแบบที่แตกต่างกันไป โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเป็นหลัก ทั้งทรัพยากรทางกายภาพ คน องค์ความรู้ รวมถึงความผูกพันของผู้คนในชุมชนที่นำไปสู่การรวมกลุ่ม รวมตัวในระดับต่าง ๆ ซึ่งทรัพยากรภายในชุมชนดังที่กล่าวมานี้ สอดคล้องตามแนวคิดทุนทางสังคม จึงอาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นองค์กรชุมชนที่มีการนำทุนทางสังคมมาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินกิจการเพื่อแก้ปัญหาของชุมชน จากการศึกษาข้อมูลวิสาหกิจชุมชนที่ได้มีการจดทะเบียนไว้กับ กรมส่งเสริมการเกษตร กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 พบว่า จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ได้มีการจดทะเบียนรวมทั้งประเทศไทย จำนวน 79,928 แห่ง สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) กลุ่มการผลิตสินค้า และ 2) กลุ่มการให้บริการ ในจำนวนนี้มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจำนวน 2,360 แห่ง (กรมส่งเสริมการเกษตร กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2567)

สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า นอกจากจะเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน ผ่านการร่วมมือกันในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว โดยอาศัยทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ สามารถช่วยให้ท้องถิ่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้ามาในพื้นที่ได้มากขึ้นแล้ว ยังสามารถทำให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว รวมถึงชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และทำให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวยังเป็นการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของ

ภาครัฐ โดยการใช้ทุนทางสังคมที่แต่ละชุมชนมีอยู่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ และเป็นการนำทุนทางสังคมมาต่อยอดทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งการดำเนินงานยังจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันของสมาชิกในชุมชนในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ส่งเสริมการรวมกลุ่มและเน้นการพึ่งพาตนเอง

ดังนั้น ทุนทางสังคมจึงมีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ที่ผ่านมาทุนทางสังคมได้ถูกพูดถึงอย่างกว้างขวาง ทั้งยังมีความพยายามในการศึกษาถึงองค์ประกอบทุนทางสังคม ผลกระทบ และประโยชน์ของทุนทางสังคม โดยเฉพาะการใช้ทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรมประเพณีเป็นจุดขายในการดำเนินธุรกิจ แต่การทำงาน (Process) หรือบทบาทที่แท้จริงของทุนทางสังคม ซึ่งทำให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมนั้นกลับไม่มีการศึกษาทำความเข้าใจมากนัก จึงทำให้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการของทุนทางสังคม หรือการทำงานของทุนทางสังคมมีน้อยและยังขาดรายละเอียด ดังนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจการทำงานของทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งมีการใช้ประโยชน์ทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างเด่นชัด จึงทำให้ได้รับองค์ความรู้เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยการใช้ทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนธุรกิจ

คำถามวิจัย

แนวทางในการใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมที่ดำรงอยู่ในชุมชนเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้องค์ความรู้เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยการใช้ทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนธุรกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital)

ทุนทางสังคม (Social Capital) เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทั้งบุคคลและชุมชน แนวคิดทุนทางสังคมได้ถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในบทความเรื่อง “Rural School Community Center” ของ Hanifan ซึ่งได้อธิบายว่า ทุนทางสังคม คือ สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เช่น สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Good Will) การสร้างมิตรภาพ (Fellowship) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) และการติดต่อสัมพันธ์กันทางสังคมระหว่างบุคคลหรือครอบครัวที่ทำให้เกิดหน่วยทางสังคมขึ้นมา (Hanifan, 1916 : p.131)

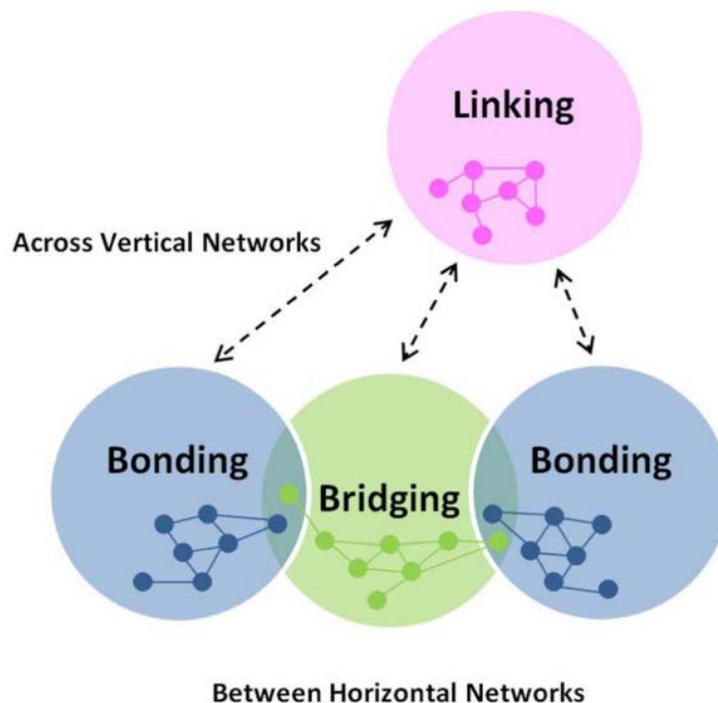
Tristan Claridge ได้ศึกษา การนิยามความหมายทุนทางสังคมสามารถจำแนกได้เป็น 3 แนวทาง ได้แก่ มุมมองประชาธิปไตยและพลเมือง (Democratic and Civic Perspective) โดยการนิยามความหมายทุนทางสังคมของ Robert D. Putnam ภายใต้แนวทางนี้มีการนำไปใช้อ้างอิงมากที่สุด รองลงมา คือ การนิยามความหมายทุนทางสังคมของ Pierre Bourdieu ภายใต้มุมมองทฤษฎีทุน (Theory of Capital) และ

การนิยามความหมายของ James Coleman ภายใต้แนวทางการเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational-Choice Approach) (Claridge, 2018; 2020)

แนวทางที่ 1 : มุมมองประชาธิปไตยและพลเมือง (Democratic and Civic Perspective)

Robert D. Putnam ได้นิยามความหมายของทุนทางสังคมไว้ว่า *“features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit”* (Putnam, 1995 p.67) Putnam ได้ให้ความสำคัญกับทุนทางสังคมในฐานะประโยชน์ที่ดี (Public Good) โดยมองว่า ทุนทางสังคม คือ คุณลักษณะขององค์การทางสังคม (Social Organization) เครือข่ายทางสังคม (Social Network) บรรทัดฐาน (Norm) และความไว้วางใจ (Trust) ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจการ และความร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน (Putnam, 1995, p.25; Claridge, 2018, p.9)

Laycock and Mitchell (2019) ได้สรุปลักษณะการจัดการเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของทุนทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Putnam โดยพยายามแสดงให้เห็นถึงการที่ทุนทางสังคมจัดการความสัมพันธ์โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายของกลุ่มต่าง ๆ ทางสังคมทั้งที่อยู่ในระนาบเดียวกัน หรือที่อยู่ต่างระดับให้ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่าน 3 แนวทาง ได้แก่ การยึดโยง (Bonding) เชื่อมต่อ (Bridging) และการเชื่อมโยง (Linking) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ลักษณะการจัดการเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของทุนทางสังคม
ที่มา : Laycock and Mitchell, 2019, p.8

แนวทางที่ 2 : ทฤษฎีทุน (Theory of Capital)

Pierre Bourdieu ได้นิยามความหมายของทุนทางสังคมว่า *“the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition”* (Bourdieu, 1986)

p.248) โดย Bourdieu ได้อธิบายทุนทางสังคมบนพื้นฐานการรับรู้ที่ว่า ทุน (Capital) ไม่ได้หมายถึงแค่เงินเท่านั้น และการแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่ได้จำกัดเฉพาะแค่ทุนที่อยู่ในความสนใจของตนเองเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องรวมทุนและผลกำไรในทุกรูปแบบ นอกจากนี้ ยังเน้นย้ำถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและการเข้าถึงทรัพยากรของสถาบันที่ไม่เท่าเทียมกันโดยขึ้นอยู่กับชนชั้น เพศ และเชื้อชาติของแต่ละบุคคล ในมุมมอง Bourdieu นั้น ทุนทางสังคม หมายถึง ทรัพย์สินของแต่ละบุคคล (Individual) มากกว่าทรัพย์สินของส่วนรวม (Collective) ซึ่งทุนทางสังคมทำให้บุคคลมีความสามารถที่จะเคลื่อนย้ายทรัพยากรของกลุ่มหรือของแต่ละบุคคลได้ ดังนั้นทุนทางสังคมจึงไม่ได้มีไว้สำหรับสมาชิกของกลุ่มหรือส่วนรวม แต่มีไว้สำหรับใครก็ตามที่ใช้ความพยายามในการสร้างความปรารถนาดี (Goodwill) ต่อผู้อื่นเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานะและตำแหน่งที่มีอำนาจ ดังนั้นในมุมมองของ Bourdieu ทุนทางสังคม จึงหมายถึง ทรัพยากรซึ่งมีศักยภาพทั้งหมดที่มีอยู่ ซึ่งเชื่อมต่อกับความเป็นเจ้าของเครือข่ายที่เหนียวแน่น เกิดขึ้นจากความผูกพันทางสังคม และมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์เชิงระบบสถาบันที่มีความร่วมมือหรือค้ำค้ำกันหรือไม่มากก็น้อย (Bourdieu and Wacquant, 1992, p.5; Claridge, 2018, p.7)

แนวทางที่ 3 : การเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational-Choice Approach)

James Coleman ได้นิยามความหมายของทุนทางสังคมไว้ว่า *“Social capital is defined by its function. It is not a single entity, but a variety of different entities having two characteristics in common: They all consist of some aspect of social structure, and they facilitate certain actions of individuals who are within the structure”* (Coleman, 1990 p.302) ซึ่ง Coleman ได้ให้ความสนใจทุนในลักษณะต่าง ๆ และการปฏิสัมพันธ์ของทุนเหล่านั้น ทั้งทุนมนุษย์ ทุนทางกายภาพ และทุนทางสังคมโดยไม่จำกัดเฉพาะทุนทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ในความหมายของ Coleman ทุนทางสังคมจะดำรงอยู่ในโครงสร้างทางสังคมของความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน (Relationship Among People) และเป็นความสัมพันธ์ที่มีผลหรืออยู่บนพื้นฐานมาจากความคาดหวังร่วมกัน (Common Set of Expectation) การมีค่านิยมร่วมกัน (Set of Values) และความรู้สึกไว้วางใจระหว่างกัน (Sense of Trust among People) ในทางตรงกันข้ามในพื้นที่ที่มีทุนทางสังคมอ่อนแอจะมีปรากฏการณ์ของความขัดแย้งกันในค่านิยมและการขาดซึ่งความไว้วางใจระหว่างกัน (Conflicting Values and Lack of Trust) (Coleman, 1998; Cohen and Prusak, 2001, p.4; Claridge, 2018, p.8)

ในประเทศไทยนั้นคำว่าทุนทางสังคมได้ถูกนำมากล่าวถึงอย่างแพร่หลายในช่วงปี 2540 โดยมีการจัดตั้งสำนักงานกองทุนเพื่อสังคม (SIF) ซึ่งโครงการดังกล่าวพยายามที่จะทำให้สังคมไทยหันกลับไปมองคุณค่าที่เคยมีอยู่ของสังคมที่เป็นทุนเดิมแต่ถูกมองข้ามไป รวมทั้งสิ่งที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล เช่น ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร การช่วยเหลือเกื้อกูล นอกจากนี้กองทุนเพื่อสังคมยังได้มีการพิจารณาสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี ความเชื่อและวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในชุมชน รวมถึงสิ่งที่เป็นศักยภาพในการพัฒนาของชุมชน เช่น ผู้นำ กลุ่ม องค์กรประชาชน เครือข่ายต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการฟื้นฟูทุนทางสังคมที่มีอยู่และเริ่มสูญหายไปให้มีการนำกลับมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระดับชุมชนอีกครั้ง หลังจากนั้นคำว่าทุนทางสังคมในประเทศไทยจึงถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง (วรวิฑูรี โรมรัตน์พันธ์, 2548 : น.16-17)

จากพื้นฐานแนวคิดในการนิยามความหมายทั้ง 3 แนวทาง ทำให้ผู้วิจัยนิยามความหมายของ ทุนทางสังคม ว่าหมายถึง ทรัพยากรหรือศักยภาพของชุมชนทั้งที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ และเป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายของสมาชิกในสังคม สามารถจำแนกทุนทางสังคมได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

ทุนทางกายภาพ (Physical Capital) หมายถึง บริบทของชุมชนโดยรวม ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งปลูกสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน และการเงินของชุมชน

ความสัมพันธ์ (Relationships) คือ การปฏิสัมพันธ์กันของบุคคลภายในสังคม ได้แก่ ความไว้วางใจ ความเข้าใจกัน ความร่วมมือ ความคุ้นเคย การช่วยเหลือกัน ความเอื้ออาทร และความผูกพันกัน ความรัก ความสัมพันธ์ฉันท์เครือญาติ การแบ่งปัน และการประนีประนอมต่อกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่เอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทำให้การรวมกลุ่ม หรือ การสร้างเครือข่ายทางสังคม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง ค่านิยม วิถีชีวิต ทักษะคติ ความเชื่อ ความศรัทธา ระบบความคิด ภูมิปัญญา ระเบียบวินัย บรรทัดฐาน จารีต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ชุมชนยึดถือปฏิบัติ ร่วมกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ฝังรากอยู่ในโครงสร้างทางสังคม เอื้อต่อการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสามารถช่วยให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะต่าง ๆ นั้นจะต้องอยู่บนพื้นฐานของประโยชน์ส่วนรวมและความดีงามร่วมกัน

มนุษย์ (Human) ซึ่งหมายถึง ผู้คน ไม่ว่าจะอยู่ในสถานะใดก็ตาม เช่น เป็นผู้นำที่เป็นทางการ ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ หรือสมาชิกในชุมชนตาม แต่เป็นผู้ที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการขับเคลื่อนกิจกรรมในชุมชนนั้น ๆ

ทุนเครือข่ายทางสังคม (Social Network) หรือ สถาบัน (Institutional) ในประเด็นนี้ ทุนทางสังคม หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม หรือ เครือข่ายในสังคมอย่างเป็นทางการ หรือ ไม่เป็นทางการ เช่น กลุ่ม สถาบัน กองทุน ภาศเครือข่าย ซึ่งการเป็นเครือข่ายทางสังคมทำให้เกิดความสัมพันธ์เชิงสถาบัน หรือ เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม และเกิดมูลค่าของการทำงานเป็นเครือข่ายจากการสนับสนุนของบุคคล หรือ องค์กรภายนอก ที่มีต่อชุมชน นอกจากนี้ การรวมกลุ่ม การเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย หรือสถาบันทางสังคมนี้ ยังทำให้เกิดการสร้างแบบแผนหรือบรรทัดฐานการปฏิบัติร่วมกันอีกด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise)

การส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นความพยายามของภาครัฐเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน หรือ วิสาหกิจชุมชน ซึ่งถือว่าไม่ใช่เรื่องใหม่ของประเทศไทย ซึ่งก่อนหน้านี้อาจมีการกล่าวถึง โดยใช้คำเรียกที่แตกต่างกันไป เช่น “อุตสาหกรรมชุมชน” “ธุรกิจชุมชน” และ “ระบบสหกรณ์” สำหรับ “วิสาหกิจชุมชน” เป็นการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจในระดับรากหญ้าอยู่มาหลาย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังมีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) หรือ สหกรณ์ แต่เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นด้วยการทำกิจการพื้นฐานขนาดเล็กที่ใช้เทคโนโลยีอย่างง่าย ไม่ซับซ้อนเพื่อบริโภคในท้องถิ่นและตลาดชุมชนก่อน เมื่อได้สั่งสมความรู้และฝึกฝนจนเกิดทักษะและความชำนาญ พร้อมกับได้เรียนรู้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอกและความต้องการของตลาดที่กว้างขึ้น จึงค่อยพัฒนาไปสู่กิจการระดับก้าวหน้าที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพได้มาตรฐาน และพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้า (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร, 2557; สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2567; ทศพร แก้วขวัญไกร, 2560)

การดำรงอยู่ของวิสาหกิจชุมชน สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง แต่การดำเนินงานธุรกิจในระดับนี้ยังมีปัญหาที่ประสบอยู่ คือ 1) ไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ 2) การสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง เนื่องจากข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการไม่ชัดเจน รัฐบาลจึงกำหนดให้มีการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นกฎหมายฉบับแรกเพื่อรองรับการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน โดยได้กำหนดนิยามของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า “วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการ

อื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน” (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548, 2567)

วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการโดยคนในชุมชนร่วมมือกัน ใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเอง ลงมือทำเอง บริหารจัดการด้วยตนเอง ฝ่ายราชการเป็นเพียงผู้ประสาน และให้การสนับสนุน ส่งเสริม แนะนำ ตลอดจนให้การฝึกอบรมให้ความรู้แก่ชุมชน กำหนดทิศทางของชุมชน กำหนดแผนงาน โครงการ หรือธุรกิจ อุตสาหกรรมที่จะดำเนินการ ตลอดจนรูปแบบและวิธีการดำเนินการ เพื่อการผลิต การแปรรูป การจัดการ ทรัพยากร การจัดการตลาด และการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน โดยทุนของชุมชนไม่ได้หมายถึงเพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม หรือกฎเกณฑ์ทางสังคม ที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่เป็นน้องที่ไว้ใจกัน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการช่วยเหลือแบ่งปันกัน มากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ ไม่แตกแยกแบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตน และพวกพ้อง (เสรี พงศ์พิศ และ สุภาส จันทร์หงส์, 2548; เสรี พงศ์พิศ, 2552)

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นการรวมตัวกันเพื่อประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนทั้งในรูปนิติบุคคลในรูปแบบต่าง ๆ หรือไม่เป็นนิติบุคคล โดยเป็นการใช้ประโยชน์จากทุนภายในชุมชนในการดำเนินงาน ซึ่งเริ่มจากวิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐานที่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ ลดรายจ่ายเพื่อการพึ่งพาตนเอง ก่อนที่จะพัฒนากิจการให้เติบโตขึ้น สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น มีส่วนเหลือที่สามารถนำไปแบ่งปันทำให้เกิดการกินดีอยู่ดี สามารถค่อย ๆ ขยายการลงทุน ขยายกิจการ มีผลกำไรเพิ่มขึ้นจนสามารถแบ่งปันผลกำไรเพื่อการช่วยเหลือเกื้อกูลในกิจการสาธารณประโยชน์ให้แก่ชุมชน นอกจากครัวเรือนจะสามารถพึ่งพาตนเองได้แล้ว ภายในชุมชนก็ยังได้รับประโยชน์จากการช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วย

วิธีการดำเนินการ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเอกสารเพื่อค้นคว้าข้อมูลวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย บทความทางวิชาการ รวมถึงสื่อสารสนเทศต่าง ๆ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ตัวแทนซึ่งเป็นผู้นำวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เพื่อรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการเชื่อมโยงเครือข่ายจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ซึ่งในการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องเป็นผู้ให้บริการนำเที่ยวและที่พักในชุมชน (การท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ Community-Based Tourism) ที่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง และอยู่ในฐานข้อมูลของกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มาแล้วอย่างน้อย 5 ปี และจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและ/หรือที่พัก รวมถึงได้รับการคัดเลือกให้ได้รับรางวัลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคมอย่างน้อย 2 รางวัล จากหน่วยงานที่แตกต่างกัน ในระหว่างปี พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2566 เพื่อแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกมีผลการดำเนินงานเป็นที่ประจักษ์ ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่

1. **วิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง** จดทะเบียนเมื่อ 20 มกราคม พ.ศ. 2559 รหัสทะเบียน 4-41-06-09/1-0041 ปัจจุบันตั้งอยู่ ณ เลขที่ 33 หมู่ที่ 13 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ซึ่งชุมชนบ้านเชียงมีชื่อเสียงและเป็นที่ยู้งักจากการได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกจาก United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization หรือ UNESCO เมื่อ

ปี พ.ศ. 2535 ให้เป็นแหล่งศึกษาทางโบราณคดีของคนในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ หรือที่รู้จักในชื่อ “อารยธรรมบ้านเชียง”

1.1 การรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว (ระดับชาติหรือระดับสากล)

- มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว ประเภทที่พักและโฮมสเตย์ ไทย Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข

- มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ CBT Thailand ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

1.2 ผลงาน/รางวัลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคม

- หมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนบทยอดเยี่ยม สาขาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Best Creative Experience) ปี พ.ศ. 2563 โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

- สุดยอดชุมชนต้นแบบ “เที่ยวชุมชนยลวิถี” ประจำปี 2565 โดย กระทรวงวัฒนธรรม

- รางวัลวิสาหกิจชุมชนต้นแบบสัมมาชีพ ประจำปี 2564 โดย มูลนิธิสัมมาชีพ

2. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านนาต้นจั่น จดทะเบียนเมื่อ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2549 รหัสทะเบียน 6-64-05-05/1-0002 ปัจจุบันตั้งอยู่ ณ เลขที่ 111 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านตึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ซึ่งชุมชนบ้านนาต้นจั่นเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่เริ่มเป็นที่รู้จักจากการที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้รวมตัวกันนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าพื้นเมืองจากเส้นใยฝ้ายหมักโคลน และย้อมสีธรรมชาติมาสร้างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จนมีชื่อเสียง และการมีสภาพแวดล้อมในชุมชนที่เป็นธรรมชาติ สะท้อนวิถีเกษตรกรรมของผู้คนในชุมชน

2.1 การรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว (ระดับชาติหรือระดับสากล)

- มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว ประเภทที่พักและโฮมสเตย์ ไทย Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข

- มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ CBT Thailand ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

2.2 ผลงาน/รางวัลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคม

- Thailand Tourism Gold Awards ปี 2562 และ 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Creative Industry Village-CIV) โดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

3. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม จดทะเบียนเมื่อ ปี พ.ศ. 2561 รหัสทะเบียน 2-72-04-10/1-0017 ปัจจุบันตั้งอยู่ ณ เลขที่ 147/1 หมู่ที่ 5 ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งชุมชนยังคงวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ (แม่น้ำท่าจีน หรือ แม่น้ำสุพรรณบุรี) ทั้งการตั้งบ้านเรือน การสัญจร และการประกอบอาชีพไว้จนถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญที่สามารถดึงดูดให้คนเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

3.1 การรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว (ระดับชาติหรือระดับสากล)

- มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว ประเภทที่พักและโฮมสเตย์ ไทย Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข

- มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ CBT Thailand ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

- มาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียนโดย กรมการท่องเที่ยว

3.2 ผลงาน/รางวัลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคม

- Thailand Tourism Awards ปี 2562 และ 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Creative Industry Village-CIV) โดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

- รางวัลวิสาหกิจชุมชนต้นแบบสัมมาชีพ ประเภท “การบริการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน” โดย มูลนิธิสัมมาชีพ

สรุปผลการวิจัย

1. บทบาทของทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

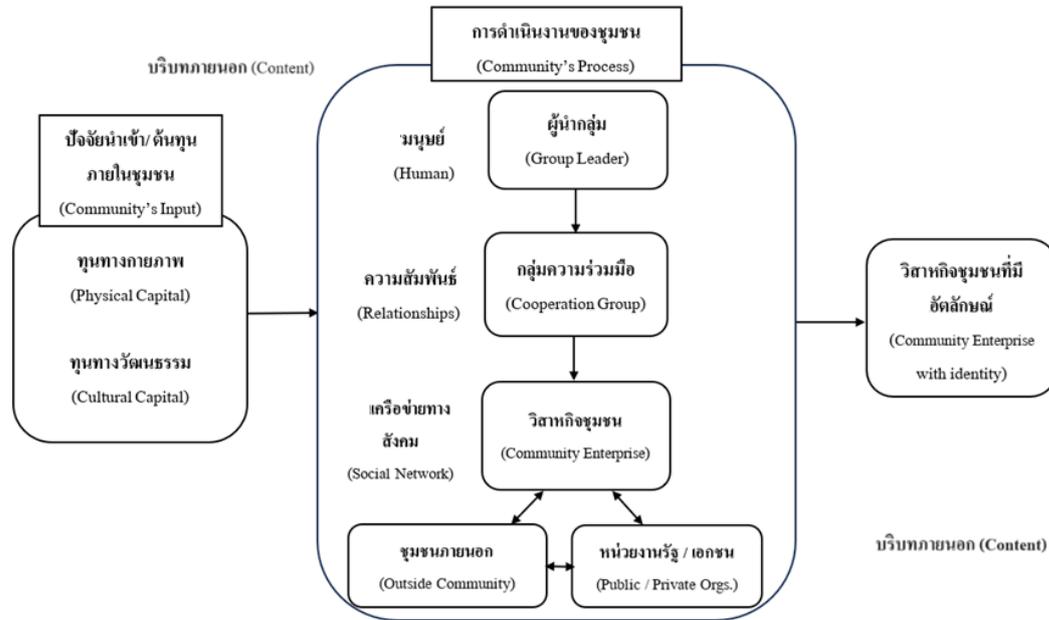
จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตัวอย่าง ทั้ง 3 แห่ง ผู้วิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 แห่ง ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน แต่การมีบริบททางสังคมหรือทุนทางสังคมที่แตกต่างกันทั้งทรัพยากรในชุมชน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี อุปนิสัยใจคอ ความสัมพันธ์ของผู้คน จึงทำให้อัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละชุมชน กล่าวคือ ทุนทางสังคมได้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวใน 3 ลักษณะ ดังนี้

1.1 การเป็นปัจจัยนำเข้าหรือทุนในการดำเนินงาน ในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันกันสูง ประกอบกับประเทศไทยมีแหล่งเที่ยวจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ดังนั้น ในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตัวอย่างทั้ง 3 แห่ง นอกจากจะต้องสร้างอัตลักษณ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวแล้ว ยังจำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้วมีความต้องการกลับมาซ้ำ และสามารถทำให้เกิดการส่งผ่านหรือการบอกต่อข้อมูลความประทับใจไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ได้อีกด้วย จากประสบการณ์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตัวอย่างทั้ง 3 แห่ง พบว่า บทบาทของทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ปรากฏอยู่ในลักษณะการเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทุนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งมาจากพื้นฐานทุนทางกายภาพและทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนที่จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบของธุรกิจท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์แตกต่างกันไป ดังนั้น ในการใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมจึงควรเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจและการพิจารณาศักยภาพที่แท้จริงของชุมชนร่วมกัน โดยเฉพาะทุนทางกายภาพและทุนทางวัฒนธรรมซึ่งที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดหรือที่แฝงอยู่ในชุมชน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นทุนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวได้

1.2 การสร้างเครือข่ายเพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชน จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งนั้น พบว่า ทุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจากการผลักดันความคิดหรือความต้องการของระดับปัจเจกบุคคลไปสู่การปฏิบัติจากกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ ไปสู่การรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการโดยการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และขยายผลไปสู่การสร้างเครือข่ายทางสังคม ซึ่งทุนทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญ 3 ประเภท ได้แก่ 1) มนุษย์ หรือ ผู้นำที่ทำให้เกิดการรวมกัน 2) ความสัมพันธ์ โดยเฉพาะความสัมพันธ์แบบเครือญาติทำให้เกิดการยอมรับและการรวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกัน และความผูกพันกันของคนในชุมชน ที่ทำให้เกิดความสนิทสนมคุ้นเคยก็สามารถทำให้เกิดการยอมรับ ความไว้วางใจ และการให้ความร่วมมือ และ 3) เครือข่ายทางสังคมที่ปรากฏใน 3 ลักษณะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Laycock

and Mitchell (2019); Putnam (2000, pp.22-23) ได้แก่ การยึดโยง (Bonding) สมาชิกในชุมชนด้วยความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ความสัมพันธ์แบบเครือข่ายของชุมชนบ้านนาต้นจั่น หรือชุมชนตำบลบ้านแหลม การมีเชื้อสายไทพวนเหมือนกันของชุมชนบ้านเชียง การเป็นสมาชิกในชุมชนเดียวกัน ซึ่งเป็นความผูกพันจากภายใน (Inward Looking) ซึ่งความผูกพันเช่นนี้ ทำให้เกิดแรงจูงใจในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไปพร้อม ๆ กัน เนื่องจากผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย ลักษณะที่สองคือ การเชื่อมต่อ (Bridging) กลุ่มต่าง ๆ ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเชื่อมต่อกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของชุมชนบ้านเชียง หรือ การเชื่อมต่อกลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มทอผ้า และกลุ่มท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาต้นจั่น เป็นความผูกพันที่พิจารณาจากภายนอก (Outward Looking) ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อเพื่อการใช้ประโยชน์ของทรัพย์สิน การกระจายข้อมูลข่าวสารในวงที่กว้างขึ้น เช่น มิตรภาพระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน และลักษณะที่สาม คือ การเชื่อมโยง (Linking) เป็นการเชื่อมโยงทางสังคมระหว่างชุมชนกับกลุ่ม ชุมชนหน่วยงานต่าง ๆ เช่น การเชื่อมต่อระหว่างชุมชนตำบลบ้านแหลมกับชุมชนตลาดเก้าห้อง 100 ปี หรือการเชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งกับหน่วยงานราชการ และวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ผ่านการเข้าร่วมโครงการประกวดและคัดเลือกชุมชนต้นแบบ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นเป็นความผูกพันที่พิจารณาจากภายนอก (Outward Looking) เช่นเดียวกันกับการเชื่อมต่อ (Bridging) แต่มีวงที่กว้างมากกว่า โดยเป็นการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม ชุมชน หรือ องค์กรภายนอกชุมชน การเชื่อมโยงในลักษณะนี้ทำให้วิสาหกิจชุมชนต้องเผชิญกับปัญหา หรือข้อเรียกร้องต่อการดำเนินงานที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเกิดจากระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ แนวปฏิบัติ ของหน่วยงานหรือองค์กรที่วิสาหกิจชุมชนมีการติดต่อเชื่อมโยงด้วย

1.3 การสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจท่องเที่ยว จากพื้นฐานของทุนทางสังคมโดยเฉพาะทุนทางกายภาพ และทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบกิจกรรมและการดำเนินงานที่สอดคล้องกับพื้นฐานทุนทางสังคมในแต่ละชุมชน ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนที่แตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง นอกจากนี้ การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีศักยภาพและความสามารถในการนำประสบการณ์ที่ตนเองมีมาใช้ในการชักชวน ชุมชน สามารถดึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมาใช้ประโยชน์ ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มจนพัฒนาไปสู่การจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนได้ในที่สุด ซึ่งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง เป็นตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุดในการแสดงให้เห็นบทบาทของทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และพัฒนาไปสู่การสร้างวิสาหกิจชุมชนที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป



ภาพที่ 2 บทบาทของทุนทางสังคม

2. องค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

จากบทบาทในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวของทุนทางสังคมทั้ง 3 ประการข้างต้น เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น ๆ ที่ต้องการเริ่มต้น หรือขับเคลื่อนการดำเนินงานของชุมชนไปสู่การจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน หรือองค์กรชุมชนในรูปแบบอื่น ๆ ที่ต้องการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเองได้ โดยการทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับบทบาทของทุนทางสังคมในชุมชน ดังนี้

2.1 ชุมชนจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน เพื่อแสวงหาศักยภาพจากสิ่งที่มีหรือทำได้ดี และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ให้ชุมชนมีความโดดเด่นจากชุมชนอื่น ซึ่งอาจพิจารณาจากทุนทางกายภาพ และทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน เพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าหรือต้นทุนในการริเริ่มดำเนินธุรกิจ และสามารถนำมาพัฒนาต่อยอด กำหนดทิศทางการดำเนินงานของชุมชนต่อไป อย่างไรก็ตาม ชุมชนควรพิจารณาถึงบริบทภายนอก ได้แก่ ทิศทางการพัฒนาประเทศผ่านนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมและการสนับสนุนของหน่วยงานทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด หรือระดับภูมิภาค รวมถึงความต้องการของคนในชุมชน ประกอบด้วย ซึ่งปัจจุบันการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนมีการดำเนินการกันอย่างกว้างขวางทั้งที่มีชุมชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ริเริ่ม เนื่องจากเป็นพื้นฐานในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่แล้วเช่นกัน เพื่อเป็นการวางแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการใช้งบประมาณในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง ดังนั้น ชุมชนจึงอาจใช้ประโยชน์จากข้อมูลในส่วนนี้ได้

2.2 เมื่อชุมชนสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานของชุมชนได้แล้ว ชุมชนจำเป็นต้องหาแนวร่วมในการลงมือปฏิบัติ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยคนที่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะกลุ่มเครือญาติและคนใกล้ชิด ซึ่งเป็นกลุ่มความร่วมมือเริ่มต้นที่สำคัญ รวมถึงผู้นำอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เพื่อร่วมกันผลักดันความคิดไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ในขั้นของการหาแนวร่วมในชุมชนนี้จะทำให้เกิดการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการขึ้น ซึ่งเริ่มจากการรวมตัวกันของญาติพี่น้อง และคนใกล้ชิด ผ่านความสัมพันธ์แบบเครือญาติ และจะค่อย ๆ ขยายไปสู่การสร้างแนวร่วมจำนวนมากขึ้นผ่านความผูกพันกันของสมาชิกในชุมชนบางส่วน จากนั้น เมื่อผลการดำเนินงานเริ่มปรากฏเป็นรูปธรรม และสามารถแสดงให้เห็นถึง

ผลประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมดำเนินการได้รับ จำนวนสมาชิกของกลุ่มจะค่อย ๆ เพิ่มจำนวนไปตามลำดับจากการเข้าร่วมของสมาชิกในชุมชนที่มีมากขึ้น

2.3 เมื่อจำนวนสมาชิกในชุมชนที่เข้าร่วมกลุ่มเพิ่มขึ้น และการดำเนินงานของกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ มีความมั่นคงขึ้น กิจกรรมของกลุ่มมีการขยายขอบเขตการดำเนินงานมากขึ้น ซึ่งทำให้กลุ่มมีการติดต่อเชื่อมโยงกับชุมชนและหน่วยงานภายนอกชุมชนมากขึ้นตามไปด้วย นำไปสู่โอกาสในการเติบโตของกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งจะค่อย ๆ พัฒนาไปสู่การจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการ โดยมีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งอาจเป็นการรวมกลุ่มในรูปของวิสาหกิจชุมชน หรือองค์กรชุมชนในรูปแบบอื่น ซึ่งการจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการขึ้นนี้อาจเกิดขึ้นจากความตั้งใจของสมาชิกที่มีการวางแผนไว้มาตั้งแต่ต้น หรือเป็นเหตุผลและความจำเป็นจากเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภายนอกชุมชน โดยเฉพาะในการขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณ และการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ขอบเขตการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกว้างขึ้น และอาจเกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนอื่นโดยตรง หรือสร้างความร่วมมือกับวิสาหกิจชุมชนอื่นผ่านหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งชุมชนได้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการ ส่งผลให้ชุมชนได้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาตนเองเพื่อยกระดับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้

ข้อค้นพบสำคัญประการหนึ่งซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้การรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ตัวอย่างทั้ง 3 แห่งประสบความสำเร็จ และมีความแตกต่างอย่างเด่นชัดจากแนวคิดของ Putnam คือ การยึดโยง เชื่อมโยง เชื่อมต่อ ในระดับต่าง ๆ ภายใต้บริบทของสังคมไทยไม่สามารถแยกขาดออกจากกัน และในขั้นตอนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ทูทางสังคมทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ มนุษย์ ความสัมพันธ์ และเครือข่ายทางสังคมมีการเชื่อมโยงเข้าหากัน โดยมีบุคคลเป็นแกนกลาง และอาศัยความสัมพันธ์ของบุคคลเป็นตัวประสานความร่วมมือผ่านกลุ่มเครือข่าย คนใกล้ชิด แล้วจึงพัฒนาไปสู่การรวมกลุ่มคนในชุมชน ก่อนที่จะขยายไปสู่สร้างเครือข่ายทางสังคมภายนอกชุมชนต่อไป

3. แนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

จากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของทูทางสังคมที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาและส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน สอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเอง ผู้วิจัยจึงเห็นควรให้มีแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันและที่อาจจัดตั้งขึ้นใหม่ในอนาคต ดังนี้

3.1 การส่งเสริมทูทางสังคมในบริบทของทุนของชุมชน โดยแต่ละชุมชนควรจัดให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงทุนของชุมชน หรือศักยภาพและความพร้อมของชุมชนในด้านต่าง ๆ ทั้งทางกายภาพ วัฒนธรรมประเพณี ความสัมพันธ์ภายในชุมชน คน รวมถึง การรวมกลุ่ม หรือเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน ตลอดจนอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาพัฒนารูปแบบการดำเนินงานและขยายผลเพื่อไปสู่การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนต่อไป

3.2 การส่งเสริมพัฒนาด้านการจัดการทุนทางกายภาพ ความสัมพันธ์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน การดำเนินงานบางอย่างอาจจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้เฉพาะด้านที่เกินกว่าศักยภาพที่ชุมชนมีอยู่ เช่น การออกแบบอาคารและสิ่งปลูกสร้างตามหลักภูมิสถาปัตย์ องค์ความรู้ด้านการจัดการเครือข่าย หรือแนวความคิดในการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของตนเองได้

3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เนื่องจากบริบทของแต่ละชุมชนทำให้ ศักยภาพ ความสามารถ หรือพื้นฐานทุนทางสังคมที่แต่ละชุมชนมีอยู่แตกต่างกันออกไป ส่งผลให้แต่ละชุมชนมีระดับการพัฒนาและความต้องการที่แตกต่างกันไปด้วย ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชน หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องพิจารณาให้เกิดความเหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชน โดยเฉพาะการสร้างกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เพื่อการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก หากการดำเนินงานนั้นไม่สอดคล้องกับบริบท ของชุมชน อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของชุมชนได้ เช่น ชุมชนให้ความสำคัญกับวิถีความเป็นชนบท ความสงบ ความเป็นธรรมชาติ เป็นนวัตลักษณ์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจและเดินทางเข้ามาในพื้นที่ แต่หน่วยงานเข้ามาส่งเสริมโดยการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตามกระแสนิยม ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งมาราธอน การจัดงานเทศกาลดนตรี เป็นต้น บางชุมชนอาจมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยไม่กระทบวิถีของคนในชุมชน แต่บางชุมชนไม่มีศักยภาพและอาจทำให้บรรยากาศของความสงบ เป็นธรรมชาติของชุมชนหายไป กระทบต่ออัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ จึงควรมีแนวทางดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ให้สอดคล้องตามบริบทของแต่ละชุมชน

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานในช่วงเริ่มต้นของวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งเกิดจากการมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์ และมีศักยภาพในตนเองสูงเป็นกุญแจสำคัญ แต่ปัจจัยเหล่านี้อาจแตกต่างกันไปในตัวของผู้นำชุมชนอื่น ๆ ดังนั้น ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ในการอำนวยความสะดวกการดำเนินการด้านต่าง ๆ ในชุมชน สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด ในส่วนของการดำเนินงานเกี่ยวกับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน หรือภาคเอกชนในพื้นที่ ในการสนับสนุนองค์ความรู้เฉพาะด้านตามศักยภาพของแต่ละแห่ง หรืออาจให้การสนับสนุนทรัพยากรในด้านอื่น ๆ อาจจัดให้มีทีมที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยงเพื่อคอยให้คำแนะนำหรือเป็นที่ปรึกษาในการดำเนินงานให้แก่วิสาหกิจชุมชนอย่างเหมาะสม การจัดเตรียมช่องทางการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ หรือการให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การให้คำแนะนำ การฝึกอบรมเฉพาะด้าน งบประมาณ หรือ แหล่งทุนสนับสนุนการดำเนินงาน ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและเหมาะสมกับบริบทของชุมชนแต่ละแห่ง เพื่อให้การเริ่มต้นของวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (17 กันยายน 2567). *ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน*. <http://www.sceb.doae.go.th/Documents/STC/300667.pdf>
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (20 มกราคม 2567). *การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC* (เอกสารวิชาการที่ 4/2557). กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. <https://esc.doae.go.th/wp-content/uploads/2019/05/AEC.pdf>
- ทศพร แก้วขวัญไกร. (2560). ทางรอดวิกฤติเศรษฐกิจด้วยแนวทางวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 9(2), น. 33-50. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/bruj/article/view/121407>

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548. (6 มกราคม 2567). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 122 ตอนที่ 6 ก หน้า 1-18.

วรวิทย์ โรมรัตน์พันธ์. (2548). *ทุนทางสังคม*. กรุงเทพฯ : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

เสรี พงศ์พิศ. (2552). *คู่มือการทำวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.

เสรี พงศ์พิศ และ สุภาส จันทร์หงส์. (2548). *ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (20 มีนาคม 2567). *ความหมายวิสาหกิจชุมชน*. <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (20 มี.ค. 2567). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 (ฉบับย่อ)*. https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf

สุนทร คุณชัยมั่ง, อัคร ธิติลักษณ์, นัชชา เทียมพิทักษ์, ฉัตรวิญญ์ องคสิงห์และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนานวัตกรรมสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต. (19 ธันวาคม 2566). การศึกษาเรื่องปัจจัย และกลไกการสร้างสรรค่นวัตกรรมสังคมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของไทย. <https://anyflip.com/ezisv/kspl/basic>.

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.

Bourdieu, P., and Wacquant, L. P. D. (1992). *An Invitation to Reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.

Claridge, T. (2018). *Introduction to Social Theory*. New Zealand: Social Capital Research.

Claridge, T. (2020). Current definitions of social capital Academic definitions in 2019. Institute for Social Capital. <https://www.socialcapitalresearch.com/current-definitions-of-social-capital/>.

Cohen, D. and Prusak, L. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organization Work*. Boston: Harvard Business School.

Coleman, S. J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press.

Coleman, S. J. (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120. <https://www.jstor.org/stable/2780243>

Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, 130–138. <https://doi.org/10.1177/000271621606700118>

Laycock, K. E., & Mitchell, C. L. (2019). Social capital and incremental transformative change: responding to climate change experts in Metro Manila. *Climatic Change*, 152(1), 47-66. <https://doi.org/10.1007/s10584-018-2360-6>

Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78. Retrieved from <https://mktgsensei.com/AMAE/Consumer%20Behavior/bowlingalone.pdf>

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Touchstone Rockefeller Center.

World Bank. (2004). *Measuring Social Capital: An Integrated Questionnaire*. Working Paper 18. Washington, D.C.: Clearance Center.