

“มิจิโนะเอคิ”: สถานีริมถนน ความสำเร็จจากญี่ปุ่นสู่ความเข้มแข็งของชุมชนไทย

นริศฯ ดำรงชัย*

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการสังเคราะห์งานเขียนและงานศึกษาวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ “มิจิโนะเอคิ” หรือสถานีริมถนน (Roadside Station) ซึ่งถือเป็นความสำเร็จของการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนผ่านรูปแบบการดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนในประเทศญี่ปุ่น จนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและมีการนำไปประยุกต์ใช้ในหลายประเทศผ่านโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยบทความนี้ได้ประมวลข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา แนวทางการดำเนินการ ประโยชน์ที่มีต่อสังคม รวมถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ “มิจิโนะเอคิ” ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้รวมถึงเสนอประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาในการนำรูปแบบการดำเนินการแบบ “มิจิโนะเอคิ” มาปรับใช้ในประเทศไทย โดยพบว่าสิ่งสำคัญที่สุดในการผลักดันให้ “มิจิโนะเอคิ” ประสบความสำเร็จได้ ก็คือ การได้รับความร่วมมืออย่างเหนียวแน่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายผ่านรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตลอดจนการบูรณาการองค์ความรู้ในหลาย ๆ สาขาวิชามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: มิจิโนะเอคิ การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การสร้างอำนาจให้ผู้ด้อยโอกาสทางสังคมการพัฒนาที่ชุมชนเป็นแกนหลัก การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม

* อาจารย์ประจำคณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

Michinoeki (Roadside Station): A Success Story from Japan to Thailand's Community Development

Nareenoot Damrongchai*

Abstract

This paper is a literature review about “Michinoeki” or roadside station, a well-known participatory approach community development model developed originally in Japan in 1993. The model of Michinoeki and its role as a development tool for sustainable development in Japan was thoroughly evaluated by international organizations and the attempt to introduce Michinoeki model to developing countries has been implemented through several development projects. This article has reviewed the derivation of Michinoeki, its concepts, policies and economical/social impacts on the community in which it is located, as well as important conditions necessary for the success of Michinoeki. This article also provides several suggestions in order to introduce this model to Thai society. It concluded that the critical factors to bring Michinoeki to success are the participation of stakeholders, from both public and private sectors through participatory communication, and the interdisciplinary approach from each related area of expertise.

Keywords: *Michinoeki, Sustainable Community Development, Empowerment of Vulnerable Groups, Community-Driven Development, Participatory Communication*

* Lecturer, Graduate School of Language and Communication, National Institute of Development Administration 118 Serithai Road, Klongchan, Bangkok 10240, THAILAND.

ความนำ

ในปัจจุบันโลกต้องเผชิญกับปัญหาหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเศรษฐกิจ การเมือง สังคม รวมไปถึงสิ่งแวดล้อม จนทำให้เกิดความพยายามจากหลายฝ่ายทั้งในระดับชาติ และในระดับนานาชาติ เพื่อหาหนทางในการแก้ไข ทั้งในการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ การพัฒนา ทฤษฎี หรือหลักการใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่สังคมที่น่าอยู่ยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่หลายฝ่ายเห็น ตรงกันในปัจจุบัน ก็คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน จำเป็นต้องริเริ่มจากภายในชุมชนเอง (Community-Driven Development) และได้รับส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

แม้ในปัจจุบันญี่ปุ่นจะต้องเผชิญกับทั้งปัญหาเศรษฐกิจที่ดูเหมือนว่าจะยังไม่มีแนวโน้ม ที่จะดีขึ้น ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีลักษณะเฉพาะหลายด้าน แต่ญี่ปุ่นก็ยังคงเป็นประเทศ ที่ให้เงินสนับสนุนด้านการพัฒนาระหว่างประเทศสูงเป็นอันดับสองของโลก โดยในระยะเวลา 30 ปี ที่ผ่านมา ญี่ปุ่นใช้งบประมาณมากกว่า 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในการพัฒนาอันเป็นหนึ่งในนโยบาย ระหว่างประเทศที่สำคัญของญี่ปุ่น ประเทศไทยถือเป็นประเทศผู้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนา อย่างเป็นทางการ (Japan's Official Development Aid: ODA) จากญี่ปุ่น สูงเป็นอันดับที่ 4 รองลงมาจาก จีน อินเดีย และฟิลิปปินส์ (World Bank, 2011) นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังถือเป็น ประเทศที่ประสบความสำเร็จในด้านการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในท้องถิ่น ประเทศหนึ่ง โดยแนวทางและบทเรียนในการดำเนินการด้านพัฒนาสังคมและชุมชนของญี่ปุ่น ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ และได้ถูกนำไปเป็นต้นแบบการพัฒนาชุมชนในหลายชาติ ซึ่งหนึ่งใน นั้น ก็คือ “มิจิโนะเอคิ” หรือ สถานีริมถนน (Roadside Station) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ ในการเชื่อมโยงเครือข่ายถนนหลวงเข้ากับชุมชนในท้องถิ่นอันนำไปสู่การพัฒนาชุมชนในชนบท ในภาพรวมได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน “มิจิโนะเอคิ” กลายเป็นสถานที่อำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นเสมือนปัจจัยสำคัญที่ชุมชนขาดไม่ได้ (Yamada, 2009) ความสำเร็จนี้ทำให้ ธนาคารโลก (World Bank) ยอมรับและจัดพิมพ์ “คู่มือสำหรับสถานีริมถนน: มิจิโนะเอคิ (Guidelines for Roadside Stations: Michinoeki)” ขึ้นมาโดยเชื่อว่า “มิจิโนะเอคิ” จะเป็นเครื่องมือที่มี ประสิทธิภาพในการลดปัญหาความยากจนได้ (Yokota, 2004) และยังเป็นเสมือนจุดเริ่มต้น หรือจุดศูนย์กลางของการพัฒนาชุมชนให้ขยายกว้างออกไปอีกด้วย (Kunihara, 2010; Sakemoto, 2011)

วัตถุประสงค์

การสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์ คือ

1) เพื่อศึกษาภาพรวมเกี่ยวกับความเป็นมา แนวทาง รูปแบบการดำเนินการในแต่ละ ขั้นตอน ตลอดจนบทบาทของ “มิจิโนะเอคิ” กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ “มิจิโนะเอคิ” ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น

3) ศึกษาและวิเคราะห์ผลของความพยายามในการนำแนวทางนี้มาปรับใช้กับประเทศไทยในอดีต และเสนอประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาหากจะนำมาปรับใช้ในอนาคต

ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่สนใจและมีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้นำหลักการนี้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำไปปรับใช้กับการพัฒนาชุมชนภายใต้บริบทของสังคมไทยให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

ความหมาย และประวัติความเป็นมา

“บอกไม่ถูกเหมือนกันว่าอะไรที่ดึงดูดให้ผู้คนที่ย้ายไปมาต้องแวะเวียนเข้ามาในมิจิโนะเอคิทุกครั้งที่ผ่านมา หลายคนพยายามให้เหตุผลว่าเพราะพวกเขาคาดหวังว่าจะต้องได้เห็นอะไรที่น่าสนใจในนั้นเป็นแน่ โดยส่วนตัวแล้วผมคิดว่าสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้คนที่ผ่านไปมาก็คือการนำเอาจุดเด่นของท้องถิ่นนั้น ๆ ขึ้นมาเป็นจุดขายนั่นเอง” (Umemura, 2011: 22)

“มิจิโนะเอคิ” หรือ สถานีริมถนน เป็นสถานีให้บริการริมถนนที่มีลักษณะเฉพาะแต่เพียงในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น (Hashimoto, 2011; Yokota, 2004) โดยให้บริการห้องน้ำสะอาดที่จอดรถ และโทรศัพท์ ตลอด 24 ชั่วโมง มีร้านขายของ ร้านอาหาร ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารไว้สำหรับให้บริการผู้สัญจรไปมาริมถนนใหญ่ทั่วประเทศญี่ปุ่น และเมื่อไม่นานนี้ได้มีสถานีหลายแห่งเพิ่มส่วนของ “ร้านขายผักติดแอร์” (Seikatsu Shinbun, 2002) หรือที่เรียกอย่างเป็นทางการว่า “การขายตรงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร¹” มาเป็นอีกหนึ่งบริการที่ได้รับความนิยมสูงในขณะนี้ (Parker, 2010; Kikuchi, 2007; Kumano, 2011; Nishimura, 2011) ด้วยสาเหตุที่รูปแบบนี้เป็นเสมือนศูนย์เชื่อมโยง “มิจิโนะเอคิ” เข้ากับผู้ผลิตในชุมชน และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนในท้องถิ่น (Kikuchi, 2007) แต่ละ “มิจิโนะเอคิ” อาจมีรายละเอียดการนำเสนอต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และความต้องการของแต่ละชุมชนโดยผ่านการตัดสินใจร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

¹ “ร้านขายตรงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร” หรือ โนซังบุทชิ โชคุโบโนะ ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้มาเยือนสูงเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายมีความสดและสะอาดปลอดภัยได้กลายเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำรายได้สูงให้กับมิจิโนะเอคิในช่วงหลังมานี้ “ร้านขายตรงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร” นี้ เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของเกษตรกรที่อาศัยในบริเวณใกล้เคียง (เช่นในรูปแบบของสหกรณ์การเกษตร) และนำเอาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มาขายรวมกันในสถานที่ที่กำหนด รูปแบบการรวมตัวแบบนี้ได้มีมาก่อนที่จะมีมิจิโนะเอคิแล้ว แต่มาเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายหลังจากมีการสร้างมิจิโนะเอคิขึ้นในปี พ.ศ. 2536

“มิจิโนะเอคิ” เกิดขึ้นจากการที่มีผู้เสนอในงานประชุมเกี่ยวกับการสร้างชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งจัดขึ้นที่จังหวัดอิโรชิม่าในปี พ.ศ. 2533 ว่าไม่เพียงแต่รถไฟ เรือ หรือเครื่องบินเท่านั้น รถยนต์ก็น่าจะมี “สถานี” ไว้สำหรับหยุดพักด้วยเช่นกัน (Hamada, 2010) จากนั้นในปีช่วงปี พ.ศ. 2534-พ.ศ. 2535 มีการทดลองสร้าง “มิจิโนะเอคิ” ขึ้นใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดยามะงูจิ จังหวัดกิฟุ และจังหวัดโทะจิจิ โดยเริ่มจากการให้บริการห้องน้ำ (ใช้ห้องน้ำเคลื่อนที่) โทรศัพท์ (ได้รับความร่วมมือจากองค์การโทรศัพท์ในการนำโทรศัพท์สาธารณะมาติดตั้ง) และเครื่องดื่ม (ได้รับความร่วมมือจากบริษัทน้ำดื่มกิรินในการนำตู้ขายน้ำอัตโนมัติมาติดตั้ง) (Hashimoto, 2011) จากนั้นมีการตั้งคณะกรรมการ “มิจิโนะเอคิ” ขึ้นในปี พ.ศ. 2535 และกำหนดรูปแบบการดำเนินการในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งเป็นปีที่มีการจัดตั้ง “มิจิโนะเอคิ” อย่างเป็นทางการภายใต้การดูแลของกระทรวงคมนาคม โดยมีสถานีที่ขึ้นทะเบียนเป็น “มิจิโนะเอคิ” ครั้งแรก 103 แห่ง จากนั้นได้มีการขึ้นทะเบียนต่อเนื่องกันมาทุกปี จนปัจจุบัน ณ วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2554 มีมิจิโนะเอคิที่ขึ้นทะเบียนทั่วประเทศญี่ปุ่นทั้งหมดถึง 971 แห่งแล้ว (Ministry of Land Infrastructure and Transport, 2011)

“มิจิโนะเอคิ” เน้นความสะดวกสบายของผู้ใช้รถใช้ถนน และในขณะเดียวกันก็สร้างความตื่นตัวให้เกิดขึ้นในพื้นที่ ดังจะเห็นว่ามี การนำผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมของชุมชนมาจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีการรวมสาธารณูปโภคอื่น ๆ เป็นต้นว่าบ่อน้ำร้อน หรืออุปกรณ์สันทนาการหลายรูปแบบไว้ในที่เดียวกันอีกด้วย ทำให้มีผู้สนใจเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งผู้ใช้รถใช้ถนน และชาวบ้านในชุมชนเอง

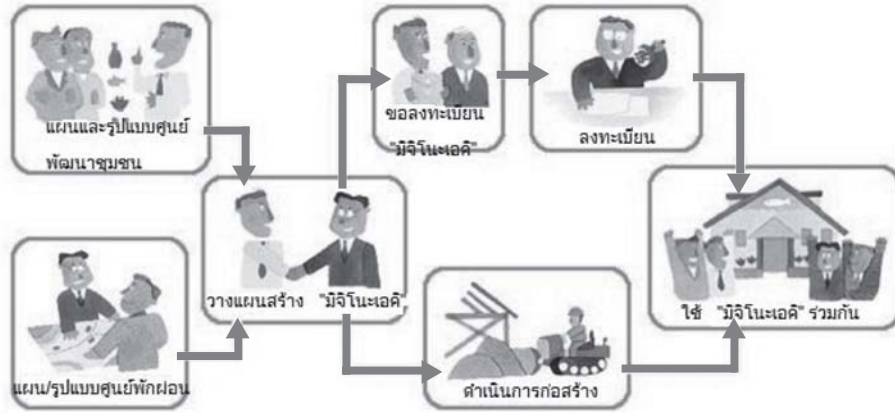
บทบาทหลักซึ่งทำให้ “มิจิโนะเอคิ” มีความแตกต่างไปจากจุดพักผ่อนริมถนนที่มีอยู่ทั่วไปในประเทศอื่น ๆ รวมถึงประเทศไทย มี 3 ประการ ได้แก่

1) เป็นจุดพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีโทรศัพท์ ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถกว้างขวางที่สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ สถานีบางแห่งยังมีร้านอาหาร สวนสาธารณะ บ่อน้ำร้อน และห้องพักริมน้ำให้บริการอีกด้วย จุดประสงค์หลักก็เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการขับขี่ ทั้งนี้เพราะมีผู้ขับขีรถทางไกล ซึ่งรวมถึงสตรี และคนชราเพิ่มมากขึ้น

2) เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ข้อมูลในพื้นที่ โดยข้อมูลมีความหลากหลายทั้งในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว ของฝาก เป็นต้น มีการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ศูนย์บริการข้อมูล วิดีโอ และมุมขายของพื้นเมืองต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตลาดนัด งานแสดงสินค้า การแสดงพื้นเมือง เพื่อเป็นการเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ใช้บริการกับชาวบ้าน

3) สร้างเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับชุมชน เป็นศูนย์กลางให้บริการทางสังคม โดยจัดกิจกรรมสร้างเสริมความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่น ได้แก่ การสาธารณสุข การป้องกันโรคเอดส์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างเสริมประสบการณ์ รวมถึงกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ

จึงเป็นเสมือน “ประตูเข้าสู่ชุมชน” (Seki, 2011) นอกจากนี้ ยังลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการขายของริมทางอย่างไม่มีระเบียบอีกด้วย



ภาพที่ 1: ขั้นตอนการดำเนินการสร้าง “มิจิโนะเอคิ” (Kinki Michinoeki, 2005)

แนวทางในการดำเนินการของ “มิจิโนะเอคิ” เน้นความร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคประชาคมในท้องถิ่น โดยภาครัฐ อันได้แก่ กรมพัฒนาท้องถิ่นหรือเทศบาลเป็นผู้สร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ที่จอดรถ หรือห้องน้ำ ในขณะที่ภาคประชาคมเป็นตัวแทนของท้องถิ่นในการสร้างส่วนที่เหลืออื่น ๆ รูปแบบนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะเฉพาะอีกอย่างหนึ่งของ “มิจิโนะเอคิ” เช่นกัน

ตารางที่ 1: แสดงการแบ่งความรับผิดชอบในการสร้าง “มิจิโนะเอคิ” (Yamamoto, 2008)

ส่วนที่ภาครัฐรับผิดชอบ (บริการข้อมูลการใช้ถนน/จุดพักผอนริมทาง)	ส่วนที่องค์กรในท้องถิ่นรับผิดชอบ (บริการด้านการพัฒนาท้องถิ่น)
ที่จอดรถ ห้องน้ำ จุดบริการข้อมูลการใช้รถใช้ถนน สถานที่พักผอน พื้นที่สีเขียว	สถานที่ขายสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหาร จุดให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่น สถานที่จัดงาน/สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์/หอศิลปะ บริการโรงแรม/ที่พัก ที่จอดรถเสริม เป็นต้น

“มิจิโนะเอคิ” จัดตั้งขึ้นภายใต้ความคาดหวังว่าจะทำหน้าที่ 2 อย่าง ได้แก่

- 1) สถานที่ให้บริการทางเศรษฐกิจ คือ การเป็นศูนย์กลางการค้าขายในชุมชน
- 2) สถานที่ให้บริการทางสังคม คือ การให้บริการแก่ผู้ใช้รถใช้ถนน เช่น เป็นจุดพักผอน

อีกทั้งยังให้บริการแก่ชุมชน เช่น การให้ความรู้ การเสริมสร้างรายได้ และการเป็นแหล่งสันติภาพ

ดังนั้น การพิจารณาใด ๆ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึง 3 ปัจจัยหลักสำคัญ อันได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลกระทบ ประกอบกับหน้าที่หลัก 2 ประการ ที่กล่าวมาข้างต้น (ตัวอย่างตามตารางที่ 2) เพื่อให้บรรลุตามหลักการและจุดมุ่งหมายของ “มิจิโนะเอคิ”

ตารางที่ 2: ปัจจัยสำคัญในการพิจารณารูปแบบและการให้บริการใน “มิจิโนะเอคิ”

	บริการทางเศรษฐกิจ	บริการทางสังคม
สิ่งอำนวยความสะดวก	ควรมีตลาด ส่วนจัดแสดงสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว การให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ	มีสถานที่พักผ่อน สถานที่ให้บริการทาง การแพทย์ สถานที่ให้บริการอาหารและ เครื่องดื่ม ห้องจัดประชุม หรือจัดการอบรม ฯลฯ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้ใช้รถใช้ถนน นักท่องเที่ยว ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน	NGOs หน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านสังคม
ผลกระทบ	ปริมาณรายได้ในชุมชนที่เพิ่มมากขึ้น ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นต้น	ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของกิจกรรมที่จัด เป็นต้นว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดหรือ พฤติกรรมของคนในชุมชน

รูปแบบการให้บริการของ “มิจิโนะเอคิ” สามารถแบ่งเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) การให้บริการพื้นฐาน เช่น บริการที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า การให้ข้อมูลด้านข่าวสาร และ 2) การให้บริการเสริม เช่น การจัดการประชุม ที่พัก โอกาสทางธุรกิจ สร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งหากสถานนี้มีกิจกรรมเสริมมากเพียงใด ก็จะสามารถนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมานำเสนอ และเป็นการสร้างความแตกต่างจากสถานี่อื่น ๆ ได้มากยิ่งขึ้นเท่านั้น (Kikuchi, 2005)

สัญลักษณ์ของ “มิจิโนะเอคิ” เป็นรูปบ้าน มีต้นไม้สองต้น และที่จอดรถอยู่ทางซ้าย เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ที่ร่มรื่นและผ่อนคลาย ทางขวามือเป็นรูปคนอยู่ในอาคาร และสามารถเห็นเป็นตัวอักษร “i” ซึ่งหมายถึง “ข้อมูล (information)” ด้วยเช่นกัน สัญลักษณ์นี้มีความหมายว่า นอกจากจะมีที่จอดรถแล้ว “มิจิโนะเอคิ” ยังให้บริการอื่น ๆ เช่น การบริการข้อมูลข่าวสารอีกด้วย (Yokota, 2004)



ภาพที่ 2: สัญลักษณ์ของ “มิจินะเอคิ” (*ได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว)

กว่าจะมาเป็น “มิจินะเอคิ”

การจัดตั้ง “มิจินะเอคิ” ต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกกลุ่มในสังคมรวมถึงเด็ก สตรี คนชรา และคนพิการได้มีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงโดยปราศจากข้อจำกัดใด ๆ (Miyamoto, 2005) ผ่านความร่วมมือจากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ความร่วมมือดังกล่าวนี้นี้หมายถึงรวมถึงการแสดงความคิดเห็น ความเห็นพ้องต้องกันกับแผนการสร้าง การพัฒนาแผนงบประมาณการดำเนินการ การแก้ไขข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมแต่ละฝ่าย รวมถึงการบริหารจัดการ

ขั้นตอนหลัก ๆ ในการดำเนินการจัดสร้าง “มิจินะเอคิ” มี 4 ขั้นตอน ได้แก่

1) ขั้นตอนการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการคัดเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดสร้างมิจินะเอคิ² ขั้น³ รวมถึงการจัดทำแผนการดำเนินการอย่างละเอียด มีข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของมิจินะเอคิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (โดยให้ความเท่าเทียมแก่ผู้ที่ด้อยโอกาสทางสังคม) สาธารณูปโภคต่าง ๆ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยคนในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการ มิใช่เป็นลักษณะการปฏิบัติหรือสั่งงานจากบนลงล่าง ทั้งนี้จะต้องมี “ผู้ขับเคลื่อนหลัก” ที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนหัวหอกในการกระตุ้นให้ทุกขั้นตอนเกิดจาก “ความร่วมมือ” ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อผลักดันให้ “มิจินะเอคิ” เป็นรูปธรรมขึ้นมา

² ภายใต้ข้อกำหนดว่าต้องมีระยะห่างระหว่างสถานีไม่ต่ำกว่า 10 กิโลเมตร แต่อาจยกเว้นได้หากมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป (Parker, 2010)

³ “ความร่วมมือ” ในที่นี้หมายถึงรวมถึงการแสดงความคิดเห็นและการสร้างความเข้าใจร่วมกันในการวางแผน การดำเนินการ การพัฒนาแผนงบประมาณ การแก้ปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการบริหารจัดการในแต่ละขั้นตอนการดำเนินการ

2) **ขั้นตอนในการเตรียมตัว** เมื่อกำหนดพื้นที่เป้าหมายแล้ว ผู้ขับเคลื่อนหลักจะปรึกษากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อวางแผนและออกแบบ “มิจิโนะเอคิ” ขึ้นมา โดยยึดถือความสนใจและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเป็นหลัก กล่าวคือ คนในท้องถิ่นต้องมีสิทธิมีเสียงในการแสดงความคิดเห็นอย่างยุติธรรม มีการสร้างและการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจซึ่งกันและกัน ผ่านการจัดการความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งนำโดยผู้ขับเคลื่อนหลัก และนำความเห็นเหล่านั้นมาเป็นพื้นฐานในการวางแผน และกำหนดหน่วยงานที่จะรับผิดชอบในการดำเนินการต่อไป

3) **ขั้นตอนในการประเมินผลกระทบ** การประเมินผลกระทบของ “มิจิโนะเอคิ” แยกได้เป็น 3 ด้านคือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบด้านสังคม และผลกระทบด้านการคมนาคม ซึ่งผลการประเมินไม่จำเป็นจะต้องเป็นผลในแง่บวกเพียงอย่างเดียว แต่อาจเป็นในแง่ลบได้เช่นกัน (เช่นก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในชุมชน หรือระหว่างผู้เกี่ยวข้อง) ดังนั้น การรวบรวมข้อมูลโดยรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่ายเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในขั้นตอนนี้

4) **ขั้นตอนในการดำเนินการ** หน้าที่ของ “มิจิโนะเอคิ” ไม่เพียงแต่จะตอบโจทย์ด้านการบริการสาธารณสุขไปอย่างเดียว แต่ยังเป็นศูนย์รวมกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอีกด้วย ดังนั้น แม้จะไม่มีรูปแบบการดำเนินการเป็นแบบแผนชัดเจนก็ตาม แต่การบริหารจัดการ “มิจิโนะเอคิ” จะเน้นการดำเนินการแบบภาคส่วนที่ 3 (Third-Sector Operation) หรือภาคประชาคม⁴ สิ่งที่สำคัญที่สุด ก็คือ การรักษาระดับแรงจูงใจของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการบริการที่น่าประทับใจ รวมถึงการรักษาสัมพันธ์ภาพการเป็นหุ้นส่วนอันดีระหว่างภาครัฐและกับภาคประชาคมนั่นเอง แม้ว่าการร่วมมือกันในรูปแบบของ “มิจิโนะเอคิ” จะไม่ใช่ความร่วมมือในระดับมหภาคเหมือนการดำเนินการโครงการอื่น ๆ แต่ถือได้ว่าเป็นแม่แบบของความร่วมมืออันจะส่งผลสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

ในปัจจุบันสามารถแบ่งรูปแบบการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในสถานีได้ 3 รูปแบบ (Kikuchi, 2006) ได้แก่

1) **ผู้ผลิตนำสินค้าเข้ามาขายเอง** สถานีมีหน้าที่จัดสถานที่แต่เพียงอย่างเดียว แต่การบริหารจัดการอื่น ๆ เป็นหน้าที่ของผู้ผลิตที่จะดูแลกันเอง

⁴ เดิมระบบสังคมประกอบด้วย 2 ภาค คือ ภาครัฐบาล (Government Sector) และภาคธุรกิจเอกชน (Private or Business Sector) ต่อมาได้มีการรวมตัวของกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจและมีบทบาทในการพัฒนาสังคมซึ่งไม่ได้เป็นทั้งรัฐ และธุรกิจเอกชน จึงถือเป็นภาคที่ 3 เรียกว่า Third Sector หรือที่คุ้นเคยในชื่อ “ภาคประชาสังคม (Civil Society Sector)” ประกอบด้วยองค์กรชุมชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) และกลุ่ม/องค์กรทางสังคม

2) **เมืองคิระเป็นผู้ดูแลจัดการการนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย** ในกรณีที่มีผู้ผลิตจำนวนมาก มักใช้องค์กรใดองค์กรหนึ่งเข้ามาเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตกับสถานี ในการดูแลภาพรวมตั้งแต่การจัดซื้อจัดส่งและการขายสินค้า ในกรณีนี้เมืองคิระจะเป็นผู้จ่ายค่าเช่าที่ให้กับสถานี และนำผลกำไรที่ได้มาเป็นกำไรขององค์กร โดยวิธีนี้ผู้ผลิตก็สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่นและทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจสามารถทำได้ในวงกว้าง แต่อาจทำให้เกิดปัญหาตามมา คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานีกับผู้ผลิตอาจมีน้อยลงไป

3) **สถานีเป็นผู้ดูแลจัดการการนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย** สถานีไม่เพียงแต่ให้บริการด้านสถานที่ แต่ยังอำนวยความสะดวกด้านการขายกับผู้ผลิต เป็นต้นว่า จัดทำซุ้มเล็ก ๆ เพื่อให้ง่ายกับการขายและการดูแลจัดการ อีกทั้งยังสามารถค้าขายได้ตลอดปีโดยไม่ต้องกังวลเรื่องดินฟ้าอากาศ วิธีนี้จำเป็นต้องมีการสื่อสารและประสานงานกันอย่างดีระหว่างสถานีกับผู้ขาย

แม้ว่าภาพของ “มิจึโนะเอคิ” จะเป็นภาพของความสำเร็จนกลายเป็นต้นแบบของการพัฒนาชุมชนที่หลายประเทศพยายามนำไปใช้ แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อรักษาความนิยมและความยั่งยืนของ “มิจึโนะเอคิ” นั้น ผู้ดำเนินการต้องเผชิญกับปัญหาที่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ตามปัจจัยและรูปแบบการบริหารจัดการของพื้นที่นั้น ๆ เป็นต้นว่า ปัญหาการรักษายอดขายให้อยู่ในสภาพที่คงที่ ปัญหาการขาดสินค้านอกฤดู ปัญหาการเพิ่มของประชากรสูงอายุ (Akitakeizai, 2010) ปัญหาการขาดความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Nishimura, 2011) ซึ่งแต่ละสถานีได้พยายามก้าวข้ามปัญหาเหล่านั้นจนนำมาสู่ความสำเร็จได้ในที่สุด

ประโยชน์ของ “มิจึโนะเอคิ” ที่มีต่อการพัฒนาชุมชน

อาจสรุปได้ว่านอกจาก “มิจึโนะเอคิ” จะเป็นจุดพักผ่อนเพื่อความปลอดภัยในการเดินทางของผู้ใช้รถใช้ถนน และเป็นเสมือนจุดที่เชื่อมโยงระหว่างภายในชุมชนกับนอกชุมชนให้เกิดปฏิสัมพันธ์ร่วมกันแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

1) กระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปลงใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำไปสู่ความร่วมมือกันทั้งในการขาย การผลิต และการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น ทำให้เกิดองค์กรหรือกลุ่มชาวบ้านในท้องถิ่น อันจะทำให้เกิดความมีชีวิตชีวา และนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจของชุมชน รวมถึงศักยภาพในการบริหารธุรกิจของชาวบ้าน ส่งผลให้ชาวบ้านเล็งเห็นถึงข้อดีและเสน่ห์ของท้องถิ่นของตน และเกิดความต้องการที่จะพัฒนาชุมชนให้ดียิ่งขึ้นไป (Kunihara, 2010)

2) สร้างกำลังใจและความตื่นตัวให้กับชาวบ้าน (Seki, 2011) และสร้างอำนาจ (Empowerment) ให้กับผู้ด้อยโอกาสทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มสตรี (Azechi, 2011; Kunihara, 2010; Matsunaga, 2011; Sakemoto, 2011) และกลุ่มผู้สูงอายุ (Seki, 2011; Tachikawa, 2011;

Watanabe, 2010; Umemura, 2011) โดยประสบความสำเร็จในการสนับสนุนกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนและมีรายได้เลี้ยงตนเอง ตัวอย่างเช่น ในเมืองอาสะโกชิ จังหวัดเฮียวโกะซึ่ง “มิจิโนะเอคิ” กลายเป็นศูนย์กลางการค้าขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรซึ่งผลิตโดยผู้สูงอายุในชุมชน ทำให้ผู้สูงอายุมีรายได้เพิ่มมากขึ้น (Watanabe, 2010)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ “มิจิโนะเอคิ”

กล่าวในภาพรวมแล้ว จะเห็นได้ว่าสิ่งสำคัญที่สุดที่ทำให้ “มิจิโนะเอคิ” ประสบความสำเร็จก็คือ “การมีส่วนร่วม” อย่างจริงจังของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายในทุกขั้นตอน ซึ่งการจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยเทคนิค “การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Communication)” เป็นเครื่องมือ นอกจากนี้ การจะเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนได้นั้น ชาวบ้านต้องรวมตัวและร่วมมือกันนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนต้องมีการสร้างเครือข่ายช่วยเหลือกันและกันซึ่งเป็นหัวใจในการดำเนินการอีกด้วย

เมื่อประมวลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ แล้ว อาจสรุปแนวทางสู่ความสำเร็จของ “มิจิโนะเอคิ” ได้ดังนี้

✓ **ที่ตั้งเหมาะสม** อยู่ใกล้ชุมชน และใกล้กับถนนใหญ่ที่การคมนาคมสะดวกและมีการสัญจรไปมาสูง (Konagaya et al., 2010) ตำแหน่งที่ตั้งและโครงสร้างพื้นฐานจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นตึกที่มีขนาดใหญ่ (Yamamoto, 2008; Yokota, 2004) แต่เน้นความเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Kunihara, 2010; Umemura, 2011)

✓ **การสร้างแบรนด์ “มิจิโนะเอคิ”** สร้างจุดเด่นของตนขึ้นมาโดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น และแสดงถึงลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ (Azechi, 2011; Kikuchi, 2006; Sakemoto, 2011 เป็นต้น) ให้ความสำคัญกับความสด สะอาด และปลอดภัย ภายใต้หลักการ “ผลิตเองใช้เอง หรือ จิซังจิโซ” (Harasawa, 2010; Konagaya et al., 2010; Kunihara, 2010; Ochiai, 2010; Watanabe, 2010) มีการนำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ

⁵ ย่อมาจาก “ผลิตในท้องถิ่นบริโภคในท้องถิ่น” โดยยึดหลักการที่เน้นการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือทรัพยากรต่าง ๆ (โดยมากมักจะเน้นที่ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและประมง) ที่ผลิตในท้องถิ่นนั้น ๆ เอง แนวคิดเช่นนี้เป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับการบริโภค Slow Food และเล็งเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น สำหรับในประเทศญี่ปุ่นนั้น “ร้านขายตรงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร” ที่ตั้งอยู่ใน “มิจิโนะเอคิ” จึงเป็นเสมือนแหล่งเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

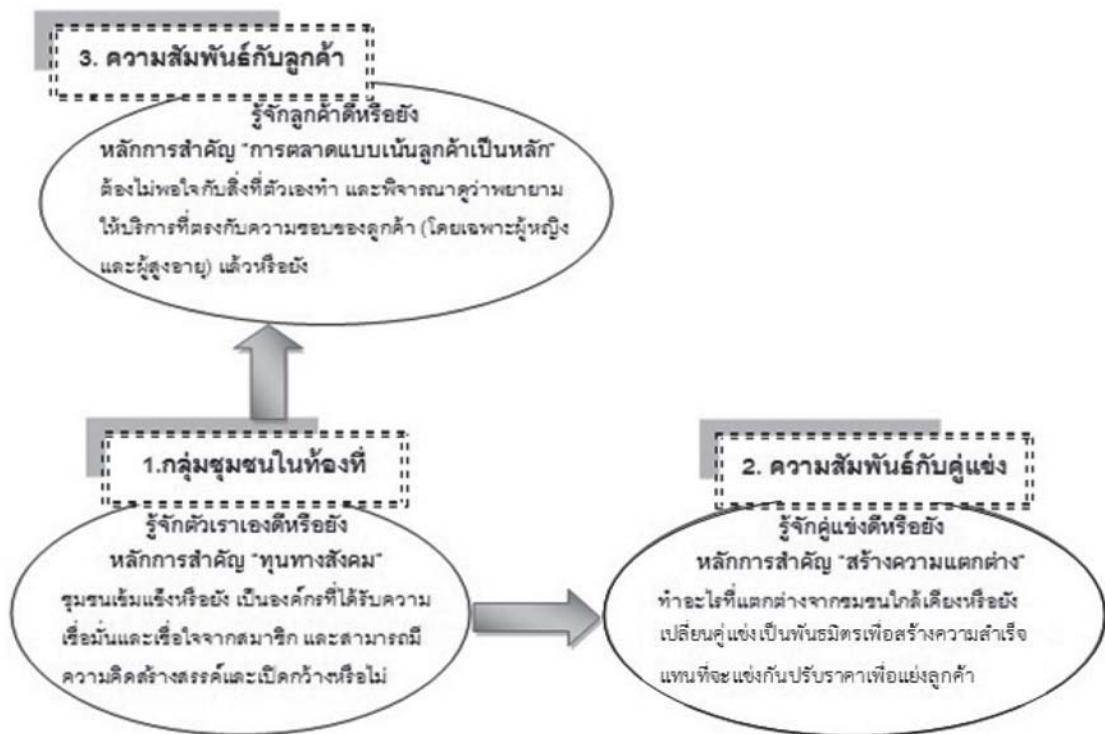
สินค้าให้ตรงกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา โดยผู้ผลิต หรือผู้นำสินค้าเข้ามาจำหน่ายควรเป็นผู้ริเริ่มในการพัฒนาสินค้าด้วยตนเอง (Yamamoto, 2008) สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คือ การควบคุมคุณภาพของสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และควรมีการจัดมูขยสินค้าแบรนด์ที่สถานีสร้างขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Onishi, 2011) ทั้งนี้ “มิจโนะเอคิ” ที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักเน้นความเรียบง่าย และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยดึงเอาจุดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มาเป็นความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น (Hamada, 2010; Konagaya et al., 2010; Ochiai, 2010; Tachikawa, 2011) เมื่อชาวบ้านได้ผลประโยชน์จากการค้าขาย ก็จะทำให้เกิดแรงจูงใจที่สูงขึ้น และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นด้วย

✓ **ดำเนินการภายใต้รูปแบบของการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม** มีการเก็บข้อมูลความสนใจ ความต้องการ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างชัดเจน และละเอียดรอบคอบ (Kunihara, 2010) มีการเห็นชอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกฝ่าย มีรูปแบบของความสัมพันธ์แบบร่วมมือกัน (Cooperative Relationships) มีการแบ่งความรับผิดชอบ และมีการจัดตั้งองค์กรบริหารตนเอง (Nishimura, 2011; Umemura, 2011) เพื่อรับผิดชอบในการจัดการสถานีในระยะยาว

✓ **ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในรูปแบบของภาคส่วนที่ 3 (Third-Sector Operation)** (Hamada, 2010; Hashimoto, 2011; Onishi, 2011; Umemura, 2011; Watanabe, 2010; Yamamoto, 2008) ทั้งนี้เพื่อเกื้อหนุนประโยชน์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ภาคเอกชนเป็นผู้ริเริ่ม ดำเนินการขับเคลื่อน และดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ในภาพรวม โดยได้รับการสนับสนุนจากชุมชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ (Kimura and Nishiyama, 2008) ในขณะที่ภาครัฐ (อาจมีมากกว่าหนึ่งองค์กร) ให้การสนับสนุนด้านการเงินและนโยบาย โดยพิจารณาถึงจุดเด่นที่แตกต่างจากส่วนอื่น ๆ ในพื้นที่ และผลกระทบกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (Parker, 2010) อย่างไรก็ตาม ควรเน้นภาคเอกชนเป็นหลักผ่านหลักการ “การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)” (Yamamoto, 2008) โดยเฉพาะในด้านการบริหารจัดการ รูปแบบความสัมพันธ์ต้องเป็นแบบแนวนอนมากกว่าแนวตั้ง นอกจากนี้ ยังต้องมีความโปร่งใสและยุติธรรมในการดำเนินการ

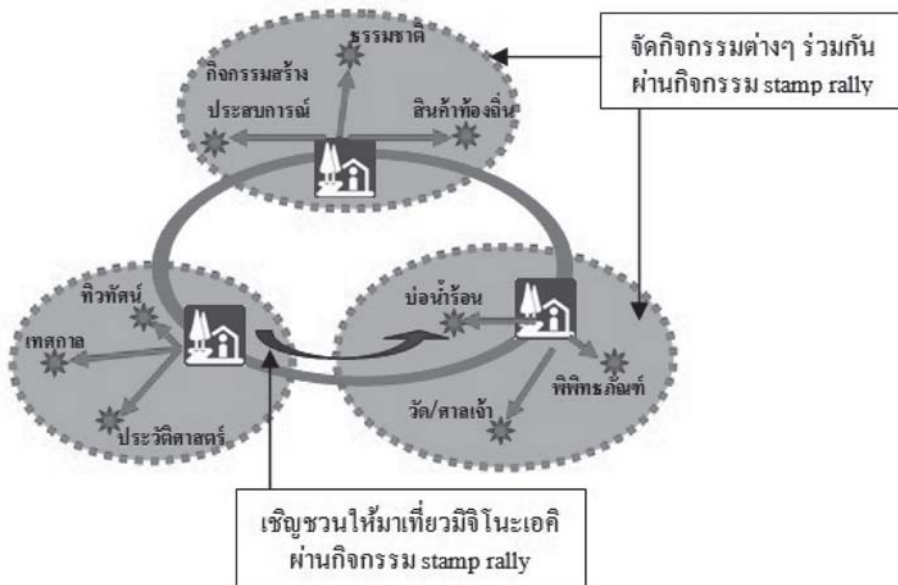
✓ **มีการวางแผนเป็นอย่างดี** ต้องพิจารณาและสร้างความชัดเจนระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่าความต้องการที่จำเป็นนั้นคืออะไร ชุมชนมีทรัพยากรพอที่จะดำเนินการหรือไม่ สามารถหางบประมาณสนับสนุนได้จากที่ใด และใครจะเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการ ทั้งนี้ต้องคำนวนขนาดของ “มิจโนะเอคิ” และออกแบบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกแต่ละประเภท ให้สอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้ที่คาดไว้ และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น บนพื้นฐานของข้อมูลจริงที่ได้จากการสำรวจมาเป็นอย่างดี ต้องมีการวางแผน การเตรียมตัว และสร้างความพร้อมทางธุรกิจไว้เป็นอย่างดี (Azechi, 2011) ผ่านแนวทางการจัดการแบบมีส่วนร่วม ต้องพิจารณาว่าจะมีการใช้ “มิจโนะเอคิ”

ตรงตามความต้องการที่คาดไว้หรือไม่ ชุมชนสามารถให้บริการต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในแผนการดำเนินการอย่างต่อเนื่องได้หรือไม่ (Kikuchi, 2006) จะมีผู้ใช้รถใช้ถนนเข้ามาใช้บริการอย่าง ที่คาดหมายหรือไม่ ทำอย่างไรจะรักษาจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการได้ การทำให้ “มิจิโนะเอคิ” กลายเป็นจุดหมายของการมาเยือนมากกว่าจะเป็นเพียงแค่ทางผ่าน เช่น การสร้างมุม “ขายตรง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร” (Kikuchi, 2007) จะมีรูปแบบในการรักษาผลกำไรอย่างไร เป็นต้นว่า แบ่งส่วนหนึ่งเปิดให้เช่าเพื่อเป็นรายได้ประจำของสถานี (Yamamoto, 2008) ที่สำคัญ คือ มีแนวทาง ในการกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา (Umemura, 2011) โดยต้องให้ความรู้เกี่ยวกับ โอกาสทางธุรกิจที่พวกเขาจะได้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการกระจายรายได้และเงินสนับสนุนเมื่อมีการ ดำเนินการแล้ว ความสำคัญของการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน Konagaya (2008) ได้เสนอแนวทางสู่ความสำเร็จของการพัฒนาชุมชน โดยอ้างคำคมของขุนวูที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” ไว้ดังนี้



ภาพที่ 3: แนวทางสู่ความสำเร็จของการพัฒนาชุมชน (Konagaya, 2008)

✓ **มีกิจกรรมที่ดึงดูดและน่าสนใจ** มีความหลากหลาย (Kumano, 1996) ด้านสันทนาการ เช่น การเดินเล่น รุ่งออกกำลังกาย ชี่จักรยาน ตกปลา (Seikatsu Shinbun, 2002) ด้านการสร้างเสริมประสบการณ์ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ เช่น การลองทำอาหารพื้นเมือง หรือการลองประดิษฐ์สินค้าที่มีขายอยู่ในท้องถิ่นนั้นด้วยตนเอง (Azechi, 2011; Sakemoto, 2011; Tachikawa, 2011; Tomono, 2010) นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมล่าตัวปั๊ม (Stamp Rally) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกันระหว่างสถานีเพื่อเป็นกระชับความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายและยังเป็นการประชาสัมพันธ์สถานีอีกด้วย (Hashimoto, 2011; Nishimura, 2011) มีตัวการ์ตูน (mascot) เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ และดึงดูดความสนใจของเด็ก ๆ (Umemura, 2011) จัดดินเนอร์ โชวี ซึ่งนำเอาอาหารและการแสดงพื้นเมืองมาเป็นจุดขาย (Matsunaga, 2011) จัดแข่งขันทำอาหาร (Akitakeizai, 2010) และเปิดตลาดนัด (Kumano, 1998) กิจกรรมเหล่านี้นอกจากจะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับสถานี (Kumano, 1998) แล้ว ยังสร้างความประทับใจให้ผู้มาเยือน และทำให้อยากกลับมาอีก

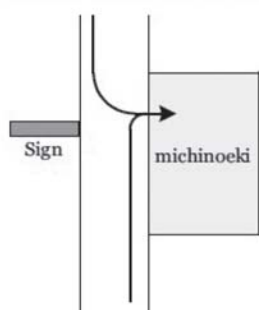


ภาพที่ 4: ภาพจำลองกิจกรรมความร่วมมือระหว่างมิชิโนเอคิเพื่อเพิ่มปริมาณผู้เข้าใช้บริการ (Ministry of Land Infrastructure and Transport, 2011)

✓ **คิดแบบมองภาพรวม** ต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการมาเยือน (เช่น มีทางเข้าออกหลายทาง มีการกำหนดตำแหน่งติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีระบบจราจรที่คล่องตัว) และความสะดวกในการใช้บริการและเยี่ยมชม การออกแบบและวางแผนการจัดรูปแบบของสถานี เพื่อชักชวนให้ผู้มาเยือนใช้สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน (Kikuchi, 2007; Sakemoto,

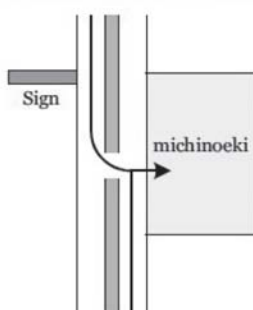
2011) เนื่องจากปัจจุบัน การให้บริการในสถานียังไม่ทั่วถึง แต่จะหนาแน่นที่ใดที่หนึ่งเท่านั้น (Kikuchi, 2007) การดูแลรักษาความสะอาดและรักษาสภาพโดยรวม (Yokota, 2004) และ ยังต้องพิจารณาหาแนวทางเพิ่มยอดการขายด้วยวิธีที่แปลกใหม่ เช่น การนำสินค้าไปขายตาม สถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง (Matsunaga, 2011; Yamamoto, 2008) นอกจากนี้ ยังต้องแสดง เจตจำนงในการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำเนินการโดยองค์กรพัฒนาส่วนท้องถิ่น ด้วย เพราะจะส่งผลให้มีผู้มาใช้บริการของสถานีเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน (Yamamoto, 2008)

Type 1 No central barrier



(Right-hand traffic is assumed.)

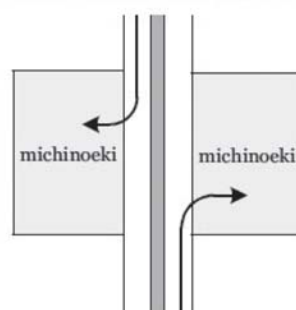
Type 2 Modified barrier



(Right-hand traffic is assumed.)

- Vehicles turning left enter the michinoeki after making a U - turn ahead.

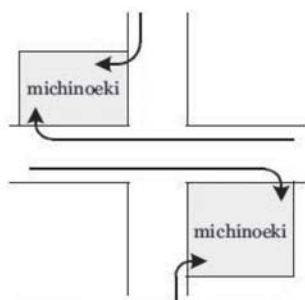
Type 3 One on each side



(Right-hand traffic is assumed.)

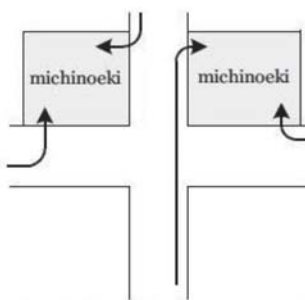
- Vehicles traveling in each direction use the michinoeki on their own side of the highway.

ภาพที่ 5: การเข้าสู่สถานีในกรณีที่เป็นถนนเส้นเดียว (Yokota, 2004: pp. 70)



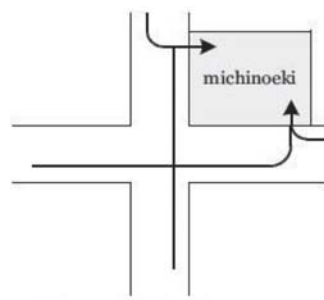
(Right-hand driving is assumed.)

- In the case of diagonal arrangement, traffic is guided to avoid cutting through oncoming traffic.



(Right-hand driving is assumed.)

- Traffic coming from one direction is guided to cut through oncoming traffic, but flow paths are kept as simple as possible.



(Right-hand driving is assumed.)

- To avoid placing an additional burden on the intersection, traffic is guided to prevent drivers from turning the corner before entering.

ภาพที่ 6: การเข้าสู่สถานีในกรณีที่อยู่ตรงสี่แยก (Yokota, 2004: pp. 73)

✓ **มีผู้นำและองค์กรที่เข้มแข็ง/มีตัวแทนของชุมชนที่มีชื่อเสียง** เป็นผู้ขับเคลื่อนหลักในการดำเนินการ มีความเป็นผู้นำและดึงดูดความสนใจของคนภายนอกได้ หน่วยงานในชุมชนต้องแสดงจุดยืนในการรับผิดชอบอย่างต่อเนื่อง (Ochiai, 2010; Onishi, 2011; Yamamoto, 2008) ในแง่การบริหารจัดการการตลาด หากไม่มีผู้มีความสามารถเพียงพอ อาจว่าจ้างบุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานได้ (Kikuchi, 2006; Yamamoto, 2008) เพราะการมีผู้มีความสามารถและตั้งใจจริง อาจจะสามารถทดแทนจุดด้อยของ “มิจึโนะเอคิ” (เช่นสถานที่ตั้ง) ได้บ้าง (Kunihara, 2010)

✓ **มีการเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย “มิจึโนะเอคิ”** มีการแบ่งข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (Kitakura, 2004; Nishimura, 2011) เพื่อให้เกิดการพึ่งพากันและไม่เกิดความซ้ำซ้อน (Azechi, 2011; Hashimoto, 2011) และเพื่อไม่ให้เกิดการขัดผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานีสถานีสามารถทำได้โดย 1) ใช้สัญลักษณ์เดียวกันเพื่อช่วยทำให้เข้าสู่สายตาคนหมู่มาก และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง 2) ให้ข้อมูลของสถานีอื่น ๆ เพื่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน 3) ให้บริการที่ประทับใจทำให้ผู้คนชื่นชอบและอยากกลับมาใช้บริการอีก (Yokota, 2004) ทั้งนี้ภาครัฐจะต้องสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ เป็นผู้ดูแลระบบการขึ้นทะเบียนทั่วประเทศ (เพื่อควบคุมคุณภาพให้ผู้ให้บริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน) และให้บริการข้อมูลในภาพรวมทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ของกระทรวงคมนาคม

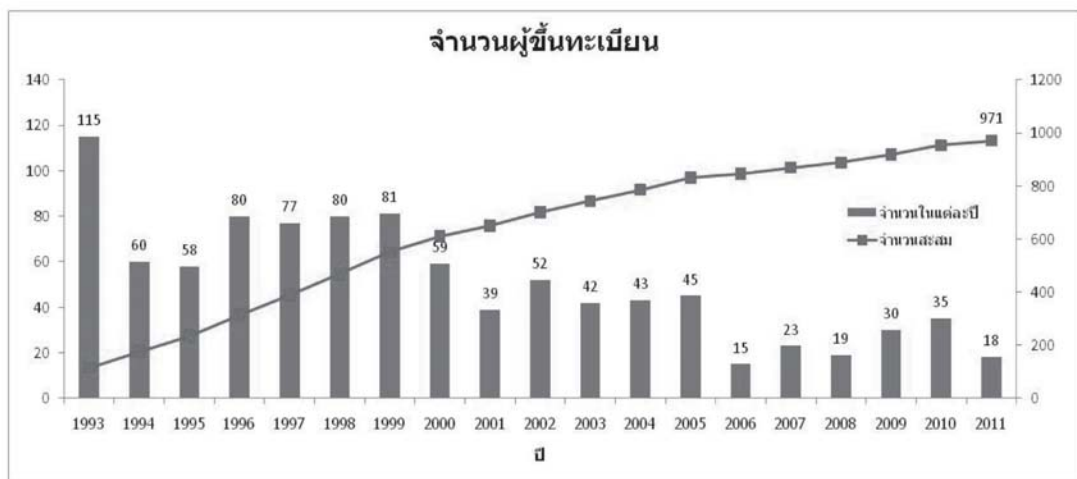
✓ **มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ** และมีความหลากหลาย ได้แก่ การบอกปากต่อปาก การลงตีพิมพ์ การจัดงาน การแจกใบปลิว การลงในอินเทอร์เน็ต หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีอื่น ๆ หรือผ่านแผนที่ทางหลวงของประเทศ (Hashimoto, 2011; Ochiai, 2010) การแนะนำของบริษัททัวร์หรือบริษัทรถโดยสารประจำทาง (Yamamoto, 2008) มีป้ายแสดงที่ตั้งอย่างชัดเจน มีคำขวัญที่นำเสนอภาพของ “มิจึโนะเอคิ” ที่ดึงดูดและประทับใจ (Tomono, 2010) มีการบูรณาการเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต การขายสินค้าออนไลน์หรือซอฟต์แวร์ ใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อประโยชน์สูงสุดของสถานี (Kikuchi, 2006; Matsunaga, 2011) แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ (Kunihara, 2010; Ochiai, 2010) มีการทำบัตรสะสมคะแนน หรือสมัครสมาชิกเพื่อดึงลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก หรือมีการตั้งสาขาย่อยเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่อื่น ๆ รู้จักมากยิ่งขึ้น (Yamamoto, 2008) เป็นต้น



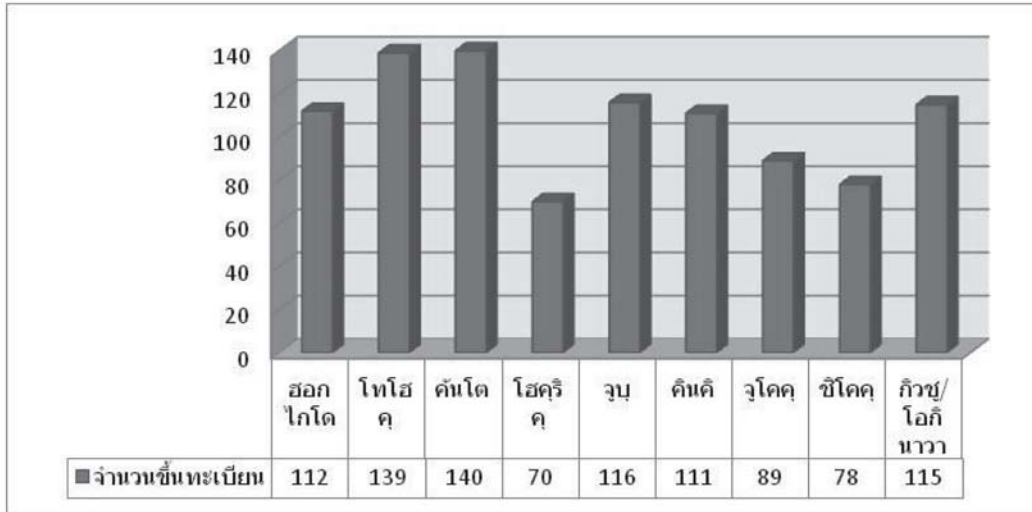
ภาพที่ 7: ป้ายแสดงที่ตั้งของมิจิโนะเอคิ ซึ่งเข้าใจง่าย และมีรูปแบบเดียวกันทุกที่

“มิจิโนะเอคิ” อดีต ปัจจุบัน และอนาคต

จะเห็นได้ว่า “มิจิโนะเอคิ” เริ่มต้นจากการเป็นเพียงสถานที่แวะพักผ่อน ให้บริการห้องน้ำ โทรศัพท์ และน้ำดื่ม แต่ในปัจจุบันได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งของนักท่องเที่ยว (Matsunaga, 2011; Seki, 2011; Umemura, 2011) และยังทำหน้าที่เสมือนสถานที่ที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนสู่โลกภายนอกอีกด้วย (Shiraki, 2006) แม้ว่าในปัจจุบันเมื่อเทียบกับช่วงปี 90 ปริมาณการขึ้นทะเบียนเริ่มลดน้อยลง (ภาพที่ 8) ก็ตาม แต่จำนวนของ “มิจิโนะเอคิ” ยังคงเพิ่มขึ้นทุกปี และกระจายอยู่ทั่วไปในทุกภูมิภาคของญี่ปุ่น (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 8: แสดงจำนวนของ “มิจิโนะเอคิ” ที่ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงคมนาคม (เก็บข้อมูล ณ วันที่ 3 มีนาคม 2554) (Ministry of Land Infrastructure and Transport, 2011)



ภาพที่ 9: แสดงจำนวนของ “มิจึโนะเอคิ” แยกตามภูมิภาค (เก็บข้อมูล ณ วันที่ 3 มีนาคม 2554)
(Ministry of Land Infrastructure and Transport, 2011)

ข้อเท็จจริงนี้แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังที่มีต่อ “มิจึโนะเอคิ” ยังคงไม่หยุดนิ่ง (Kikuchi, 2006) อีกทั้งในปัจจุบัน นอกจากจุดประสงค์หลัก 3 ประการซึ่งเป็นจุดประสงค์ดั้งเดิมในการสร้าง “มิจึโนะเอคิ” แล้ว ยังมีความพยายามที่จะเพิ่มจุดประสงค์อื่น คือ การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เข้ามาอีกด้วย (Ministry of Land Infrastructure and Transport, 2011)

ความสำเร็จของ “มิจึโนะเอคิ” ทำให้มีแนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งเป็นความพยายามที่จะต่อยอดและนำประโยชน์ของรูปแบบการดำเนินการแบบ “มิจึโนะเอคิ” มาใช้ในการพัฒนาชุมชน เช่น มีการริเริ่มให้สร้าง “มาจึโนะเอคิ” หรือ “สถานีของชุมชน” ขึ้นมา (Koike, 2005; Seikatsu Shinbun, 2002) โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชาชนที่เดินทางโดยการเดินเท้า ขี่จักรยาน หรือใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ดังนั้น “มาจึโนะเอคิ” โดยทั่วไปจึงมักอยู่บริเวณหน้าสถานีรถไฟ (Parker, 2010) ซึ่งเป็นระบบขนส่งสาธารณะที่คนญี่ปุ่นใช้มากและบ่อยที่สุด บทบาทและรูปแบบของ “มิจึโนะเอคิ” ที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงผลกระทบที่จะเกิดตามมาในสังคม จึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจและศึกษาอย่างใกล้ชิดต่อไป

“มิจึโนะเอคิ” กับการนำเข้ามาใช้ในประเทศไทย

มีความพยายามนำเอาความสำเร็จของ “มิจึโนะเอคิ” ไปปรับใช้ในหลายประเทศทั่วโลก เพื่อเป็นแบบอย่างและแนวทางในการพัฒนาประเทศของตน ธนาคารโลกได้นำแนวทางนี้ไปใช้ในประเทศเคนยา และประเทศจีน (Yokota, 2004) นอกจากนี้ องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น หรือ ไจก้า (Japan International Cooperation Agency: JICA) ได้นำหลักการ

เดียวกันไปทดลองใช้ในประเทศเวียดนาม (Japan International Cooperation Agency, 2009) อีกทั้งยังมีนักวิชาการชาวอังกฤษที่แสดงความสนใจ และพยายามเสนอแนะให้นำตัวอย่างของ “มิจิโนะเอคิ” ไปปรับใช้ในประเทศอังกฤษด้วยเช่นกัน (Parker, 2010)

ในประเทศไทย มีการนำประสบการณ์ และแนวทางในการพัฒนาชุมชนของญี่ปุ่นมาปรับใช้ในหลากหลายรูปแบบ ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง คือ ความพยายามนำแนวทางหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ “อิสซงอปปิน” มาปรับใช้ในปี พ.ศ. 2544 ในรัฐบาลของพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร โดยปรับเปลี่ยนชื่อโครงการเป็นโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เพื่อสร้างความเจริญแก่ชุมชน และยกระดับฐานะความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น โดยการผลิต หรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ถือได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากความสนใจในผลิตภัณฑ์พื้นเมืองมากยิ่งขึ้น และมีการจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผู้สนใจเข้าร่วมชมอย่างหนาแน่นทุกปี

ส่วนรูปแบบของ “มิจิโนะเอคิ” นั้น มีความพยายามนำแนวทางนี้มาใช้ภายใต้โครงการพัฒนาส่วนภูมิภาค (Regional Development Project) ซึ่งเป็นโครงการเงินกู้ผ่านธนาคารเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan Bank of International Cooperation: JBIC) ที่เริ่มในปี พ.ศ. 2536 โดยโครงการที่เกี่ยวข้องกับ “มิจิโนะเอคิ” มีอยู่ 2 โครงการ คือ โครงการสร้างจุดพักผ่อนริมถนนหลวงในจังหวัดชุมพร และโครงการพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมใน 19 จังหวัดทั่วประเทศโดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากการตระหนักถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรมอันอาจเกิดขึ้นตามมา รูปแบบของโครงการจึงเป็นไปในลักษณะที่พยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่านการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น โครงการพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรม (Industrial Village Development Project) ได้นำแนวทางของ “มิจิโนะเอคิ” ในประเทศญี่ปุ่นมาเป็นต้นแบบ ภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม โดยดำเนินการสร้างศูนย์ชุมชน (Community Center) เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของชุมชน เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าที่ผลิตในชุมชน และเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน โดยคาดหวังว่าประชาชนผู้อาศัยในชุมชนจะมีส่วนร่วมในการพัฒนา (Participatory Development Project) และมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ “มิจิโนะเอคิ” ในประเทศญี่ปุ่นผ่านการอบรมดูงานหลายครั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ถึงปี พ.ศ. 2549 (Japan International Cooperation Agency, 2007)

ผลของการดำเนินโครงการในส่วนของการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ผลิตถือว่าเป็นที่น่าพอใจ แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาหลัก ๆ ที่ทำให้โครงการไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้เท่าที่ควร ปัญหาแรก คือ ทำเลที่ตั้งของศูนย์ชุมชน เนื่องจากปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ “มิจิโนะเอคิ”

ประสบความสำเร็จได้ในประเทศญี่ปุ่น คือ ทำเลที่ตั้งที่ต้องอยู่ใกล้กับถนนใหญ่เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมได้สะดวก เมื่อสถานที่ตั้งไม่ได้อยู่ในที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมน้อย อีกปัญหาหนึ่ง คือ ภาพความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน อีกทั้งบทบาทขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินการในรูปแบบของ “มิจึโนะเอคิ” ยังไม่ชัดเจน ในขณะที่ชาวบ้านยังต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในหลาย ๆ ด้าน เพื่อจะดำเนินโครงการให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี (JICA, 2008) ในส่วนของโครงการสร้างจุดพักรถจักรยานยนต์ในจังหวัดชุมพรนั้น พบว่า จำนวนผู้ใช้มีปริมาณลดน้อยลงทุกปีเนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ และการบำรุงรักษาที่ดี (Japan International Cooperation Agency, 2007)

อย่างไรก็ตาม แม้ผลการประเมินในภาพรวมจะออกมาว่าโครงการสามารถบรรลุผลในแง่ของการพัฒนาบุคลากรได้ แต่ศูนย์ชุมชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์นำร่องเหล่านี้ยังไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้อย่างชัดเจน ทั้งยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และยังไม่ประสบความสำเร็จในการขยายโมเดลนี้ขยายวงกว้างออกไปเหมือนในประเทศญี่ปุ่น

หากมองในแง่ของสาธารณูปโภคแล้ว ในประเทศไทยมีจุดพักรถจักรยานยนต์ และสถานีบริการน้ำมัน ที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนจุดพักรถของผู้ใช้รถใช้ถนน ซึ่งตรงกับจุดประสงค์ข้อที่ 1 ของ “มิจึโนะเอคิ” แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องการพัฒนาชุมชนได้ เพราะผลประโยชน์ตกอยู่ที่กลุ่มนายทุน ไม่เกิดการกระจายรายได้ หรือสร้างความเข้มแข็งให้กับชาวบ้าน ในขณะเดียวกันภาพเพิงขายของฝาก หรือของกินที่ตั้งเรียงรายเป็นแนวยาวอยู่ริมสองข้างทางหลวง ก็ไม่ได้ช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง มากไปกว่าการหารายได้เพื่อประทังชีวิตไปวัน ๆ หนึ่งเท่านั้น

เมื่อพิจารณาจากมุมมองต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อเป็นการรองรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในแต่ละท้องถิ่นภายใต้โครงการ OTOP ประกอบกับศักยภาพของชุมชนในปัจจุบันต่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การนำแบบอย่างของ “มิจึโนะเอคิ” มาใช้ในสังคมไทยจึงเป็นเรื่องที่ไม่ไกลเกินจริง อย่างไรก็ตาม การนำแนวทางการดำเนินการแบบ “มิจึโนะเอคิ” มาใช้ในประเทศไทยนั้น นอกจากประเด็นที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังจำเป็นต้องพิจารณาประเด็นสำคัญต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) **ความร่วมมือจากภาครัฐ** จำเป็นต้องให้การช่วยเหลือสนับสนุนทั้งทางด้านนโยบายและด้านงบประมาณอย่างจริงจังและทั่วถึง โดยมีระบุอยู่ในแผนการปฏิบัติงานระดับชาติ

2) **บทบาทภาคประชาชน** ชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจต่อการพัฒนาชุมชนมากเพียงใด มีความใส่ใจมากเพียงใด รวมทั้งมีความพร้อมหรือไม่ เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาในการดำเนินการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม ดังเช่นในรูปแบบของ “มิจึโนะเอคิ” นี้

3) สร้างค่านิยมความซื่อสัตย์ ไม่เพียงแต่ในวงราชการหรือนักการเมืองเท่านั้น แต่จำเป็นต้องสร้างค่านิยมความซื่อสัตย์ในทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการจัดการแบบ “มิจิโนะเอคิ” เน้นการให้ความมั่นใจกับผู้ให้บริการทั้งในตัวสินค้า (มีคุณภาพสะอาดถูกสุขลักษณะ) และในการให้บริการ (ปลอดภัยได้มาตรฐาน) ต้องมีการรับรองคุณภาพที่เชื่อถือได้ และเน้นการบริหารจัดการงบประมาณที่โปร่งใส ทั้งนี้เมื่อเทียบกับญี่ปุ่นแล้ว คนไทยยังขาดคุณสมบัติข้อนี้ ซึ่งอาจส่งผลให้การดำเนินการแบบ “มิจิโนะเอคิ” ในประเทศไทยล้มเหลว

4) คำนี้ถึงความแตกต่างของคนไทยและคนญี่ปุ่น ทั้งทางด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้นว่า สังคมไทยยังมีวินัยน้อยกว่าสังคมญี่ปุ่น หรือมีจิตสำนึกสาธารณะไม่เท่ากับสังคมญี่ปุ่น และยังต้องพิจารณาความพร้อมของชาวบ้านอีกด้วย ทั้งนี้เพราะการรับรูปแบบการพัฒนาแบบ Top-Down ซึ่งถูกใช้มาเป็นเวลากว่า 20 ปี ทำให้ชาวบ้านคุ้นเคยกับแนวคิดที่ว่า “ชุมชนมีปัญหาคณะชนนอกอาสาแก้ไข” (กาญจนา, 2552) และขาดความตื่นตัวในการลุกขึ้นมาพัฒนาตนเอง ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลให้การดำเนินการแบบ “มิจิโนะเอคิ” ไม่สามารถเป็นไปได้อย่างราบรื่น อันจะเห็นได้จากความล้มเหลวในการพยายามนำแนวทางนี้มาใช้ในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2549

5) ความสะดวกในการซื้อสินค้า ในปัจจุบันที่การแข่งขันทางการตลาดมีสูง สินค้าส่วนใหญ่สามารถหาซื้อได้ในกรุงเทพฯ หรือมีการจัดส่งถึงบ้าน ซึ่งข้อเท็จจริงนี้จะส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ที่มีความต้องการเดินทางไปซื้อสินค้าถึงต่างจังหวัดหรือไม่อย่างไร เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณา และหาแนวทางในการแก้ไขอย่างถี่ถ้วน

บทสรุป

แม้ว่า “มิจิโนะเอคิ” จะเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในฐานะที่เป็นเสมือนสาธิตหมู่บ้าน หรืออาคารหลังหนึ่งซึ่งให้บริการ ตลอดจนความสะดวกสบายแก่ผู้คนที่สัญจรไปมา แต่เบื้องหลังแล้ว “มิจิโนะเอคิ” ถือเป็นตัวอย่างที่ดีตัวอย่างหนึ่งของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การจะนำรูปแบบของ “มิจิโนะเอคิ” มาปรับใช้ให้เกิดผลสำเร็จในประเทศไทยนั้น นอกจากการสร้าง ความเข้าใจในหลักการของ “มิจิโนะเอคิ” การเลือกที่ตั้ง และการออกแบบที่เหมาะสมแล้ว การพัฒนา ที่เริ่มจากภายในชุมชนเอง (Community-Driven Development: CDD) โดยให้ชุมชนเป็น ศูนย์กลาง เน้นการมีส่วนร่วม และการมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นที่เท่าเทียมกันของสมาชิก ทุกฝ่ายในชุมชน บนพื้นฐานของรูปแบบวัฒนธรรม และการค่านิยมที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม ถือเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งดังจะเห็นได้อย่างชัดเจนในบทความนี้

แต่ในความเป็นจริง โอกาสในการมีส่วนร่วมของผู้ที่ด้อยโอกาสทางสังคมในประเทศไทย ยังมีอยู่น้อยมาก ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางให้การนำรูปแบบของ “มิจิโนะเอคิ” มาใช้ในประเทศไทย

หรือประเทศที่กำลังพัฒนาประเทศอื่น ๆ การศึกษาแนวทางในการเสริมสร้างโอกาสและความสามารถในการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านเทคนิคการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องทำการศึกษา ค้นคว้าอย่างลึกซึ้งต่อไป ทั้งนี้เพราะการศึกษาเกี่ยวกับ “มิจิโนะเอคิ” ผ่านมุมมองของการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมอันเป็นเสมือนกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของ “มิจิโนะเอคิ” หรือการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมาและแนวปฏิบัติเพื่อได้รับความร่วมมือของชุมชนในมุขลิกยังมีอยู่น้อยมาก เมื่อเทียบกับการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการให้และการให้บริการ และรูปแบบการบริหารจัดการโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อเล็ก ๆ ที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (Akitakeizai) 秋田経済 (2010). 県内の道の駅の現状と課題」 [Current situation and problem of Michinoeki within the province]、秋田銀行、http://www.akita-bank.co.jp/houjin/keiei/keizai/tyousa_topic/221102.html より。
- (Azechi) 畦地和也 (2011, March).「四万十町スタイルを目指して」 [Aiming for Shimanto Village Style]、地域開発、日本地域開発センター、558, 37-41.
- (Hamada) 濱田英一 (2010, July).「登録全国第一号：道の駅大栄」 [First Michinoeki registered: Michinoeki Daiei]、地理、古今書院、7(55), 50-52.
- (Harasawa) 原澤直久(2010, July).「好きな道の駅ナンバーワン、道の駅かわば」 [Michinoeki “Kawaba” No. 1 beloved Michinoeki]、地理、古今書院、7(55), 38-41.
- (Hashimoto) 橋本正法 (2011, March).「道の駅の目指したものと、その後」 [Michinoeki, it's destination and afterward]、地域開発、日本地域開発センター、558, 2-7.
- Japan International Cooperation Agency. (2008). *Annual Evaluation Reports*. Retrieved from <http://www.jica.go.jp/english/operations/evaluation/reports/2008/index.html>
- Japan International Cooperation Agency. (2007). *Ex-Post Evaluation, Evaluation Highlights on ODA Loan Projects*, Retrieved from http://www.jica.go.jp/english/operations/evaluation/oda_loan/post/2008/index.html
- Japan International Cooperation Agency. (2009). 「ベトナムで道の駅を全国展開へ」 [Expansion of Michinoeki in Vietnam]. Retrieved from <http://www.jica.go.jp/vietnam/ofce/information/event/091103.html>

- Kikuchi, G., Taniguchi, N. (2007). Study on the Facilities environment of MICHINOEKI in Hokkaido, *Memoirs of the Hokkaido Institute of Technology*, 35, 429-434.
- (Kikuchi) 菊池剛 (2005, September). 「道の駅を活用した地域活性化の考察: その1 北海道の道の駅を対象とした施設状況とその活用について」 [Consideration of Local Revitalization by “MICHEI NO EKI” : No. 1 Facilities Situation and the Use Intended for “MICHI NO EKI” in Hokkaido]、日本建築学会学術講義概集 (近畿).
- (Kikuchi) 菊池剛 (2005, July). 「地域活性化に関する道の駅の活用と施設の現状と展開—北海道の道の駅を対象として」 [Consideration of Local Revitalization by “MICHI NO EKI” : No1 Facilities Situation and the Use Intended for “MICHI NO EKI” in Hokkaido]、日本建築学会北海道支部研究報告集, 78.
- (Kikuchi) 菊池剛 (2006, July). 「北海道における地域活性化としての道の駅活用に関する研究—道の駅の利用状況と地域産品販売の展開」 (Study on Local Revitalization by “MICHI NO EKI” in Hokkaido: Analysis of the Use Situation and the Sale of Local Specialty Products by “MICHI NO EKI”)、日本建築学会北海道支部研究報告集, 79.
- (Kikuchi) 菊池剛 (2006, September). 「道の駅を活用した地域活性化の考察: その2 北海道の道の駅における地域特性と立地特性による利用状況の分析」 [Consideration of Local Revitalization by “MICHI NO EKI” : No. 2 Analysis of the use situation of “MICHI NO EKI” in Hokkaido]、日本建築学会学術講義概集 (近畿).
- (Kikuchi) 菊池剛 (2006, September). 「道の駅を活用した地域活性化の考察: その3 北海道の道の駅の運営形態と地域産品販売の展開」 [Consideration of Local Revitalization by “MICHI NO EKI” : No.3 Analysis of the Sale of Local Specialty Products by “MICHI NO EKI” in Hokkaido]、日本建築学会学術講義概集 (近畿).
- (Kikuchi) 菊池剛 (2007, July). 「北海道における地域活性化としての道の駅活用に関する研究—空間構成と空間利用からみた地域活性化施設計画に関する分析」 [Study on Local Revitalization by “MICHI NO EKI” in HOKKAIDO: The Consideration of Farmers Market “MICHI NO EKI” Management]、日本建築学会北海道支部研究報告集, 80.
- Kimura, A.H., Nishiyama, M., (2008). The chisan-chisho movement: Japanese local food movement and its challenges, *Agriculture and Human Values*, Volume

25, Number 1.

(Kinki Michinoeki) 近畿「道の駅」(2005). 道の駅関連コンテンツ「道の駅とは」[related to michinoeki “what is michinoeki”], http://www.kkr.mlit.go.jp/road/michi_no_eki/contents/mitiekiinfo/index.html より。

(Kitakura) 北倉公彦(2004).「北海道における道の駅を結ぶ特産農水産物販売ネットワークの構築に関する研究」[Formation of “Road-Station” net-work for selling agricultural & aquatic products]、開発論集第, 73,1-21.

Koike, H., Morimoto, A., Yoshida, K., Teshima, T. (2005, September). Machinoeki—A Challenge for Revitalizing Communities in Japan, Paper presented at *Walk 21-VI, The 6th International Conference on Walking in the 21st Century*, Zurich, Switzerland.

(Konagaya) 小長谷一之・塩沢由典(2008).「マーケティングと創造都市」[Marketing and the created city]、小長谷一之編、まちづくりと創造都市—基礎と応用—、光洋書房.

(Konagaya et al.) 小長谷一之、渡邊公章、岩井正(2010, July).「道の駅とは何か」—交通条件を活かした地域活性化拠点 [“What is Michinoeki: Local Development Center that matched with trafic condition]、地理、古今書院、7(55), 14-22.

(Kumano) 熊野稔(1996, September). 道の駅におけるイベントと地域振興への課題」[Events and Promotions for Communigy Dvelopment of 233 “michi-no-Eki” : Study on Planning and Development of “michi-no-eki”]、日本建築学会大会学術講演概集(近畿).

(Kumano) 熊野稔(1998, September). 「道の駅の運営管理の動向とあり方(山口県9駅の事例調査)—道の駅の計画・整備に関する研究」[Tendency and Directions for Management of 9 “Michi-no-Eki” in Yamaguchi Prefecture: Study on Planning and Development of “Michi-no-Eki”]、日本建築学会大会学術講演概集(九州).

(Kumano) 熊野稔(2011, March).「道の駅のサービス水準の向上と地域振興への方向性」[Improvement of service standard at Michinoeki and it’s role as center of local revitalization]、地域開発、日本地域開発センター, 558, 48-53.

(Kunihara) 国原幸一郎(2010, July).「会員制度で地域を活性化:道の駅四万十とおわ」[local revitalization by member registered system: Michinoeki Shimantotowa]、地理、古今書院、7(55), 53-55.

- (Matsunaga) 松永桂子(2011, March). 「街の地域振興・農業振興の拠点：広島県北広島町道の駅舞ロードIC千代田」 [Hiroshima Michinoeki My-Road: Center of local revitalization]、地域開発、日本地域開発センター、558, 31-36.
- (Ministry of Land Infrastructure and Transport) 国土交通省道路局 (2011). 「道の駅」 [Michinoeki] www.mlit.go.jp/road/station/road-station.html より.
- Miyamoto, T., Grainger, R., Iwasaki, K. (2005). The Role of Strategic Marketing Management in a Japanese Community-Driven Development Program, Michi-no-Eki (Road Station), *ANZMA Conference: Social, Not-for-Profit and Political Marketing*, Fremantle, Australia.
- (Nishimura) 西村裕子(2011, March). 「高速道路の新規開通と道の駅」 [New system of high way and Michinoeki]、地域開発、日本地域開発センター、558, 27-30.
- (Ochiai) 落合克吉(2010, July). 「おかえりが合い言葉：道の駅おばあちゃん市・山岡」 [A Place where you can hear a welcome phrase “Okaeri”: Grandmom’s Michinoeki Yamaoka]、地理、古今書院、7(55), 41-43.
- (Onishi) 大西達也(2011, March). 「地域の食材にこだわる地域産業の拠点：道の液むなかつ」 [Michinoeki Munakata: Center for local food industry]、地域開発、日本地域開発センター、558, 42-47.
- Parker, G. (2010, July/August). Michi-no-eki: an opportunity for the rural economy?, *Town&Country Planning*. Retrieved from <http://www.jlgc.org.uk/en/pdfs/michi-no-eki%20-%20gavin%20parker%20-%20july%202010.pdf>
- (Sakemoto) 酒本宏(2011, March). 「深川を楽しむならまずはここから：道の駅ライスランドふかがわ」 [First place you have to visit at Fukagawa: Michinoeki Rice Land Fukagawa]、地域開発、日本地域開発センター、558, 8-12.
- (Seikatsu Shinbun) 生活新聞(2002, June 28). 「道の駅はまちの駅へ」 [From Michinoeki to Machinoeki]、博報堂生活総合研究所.
- (Seki) 関満博(2011, March). 「年間百万人を集める民話の里の道の駅」 [Michinoeki of the folk tale where million people visited per year]、地域開発、日本地域開発センター、558, 13-16.
- (Shiraki) 白木希(2006, August). 「道の駅のデジタル・アーカイブ化を用いた地域文化情報資源活用研究」 [Research on the use of digital archive related to cultural information resources in local area]、日本教育情報学会第22回年会.
- (Tachikawa) 立川寛之(2011, March). 「村のタウンサイトとして機能する道の駅川場田園プラザ」 [Michinoeki Kawabataen Plaza: Center of the village]、地域開発、日

本地域開発センター, 558, 17-21.

(Tomono) 友野澄雄 (2010, July). 「吉備高原の2つの道の駅: かもがわ円城、かよう」

[Two Michinoeki at Yoshibitakahara]、地理、古今書院、7(55), 47-49.

(Umemura) 梅村仁 (2011, March). 「道の駅いながわ: 田園集落とニュータウンを繋ぐま

ちづくりの拠点」 [Michinoeki Inagawa: Center where the Old and New met]、

地域開発、日本地域開発センター, 558, 22-26.

(Watanabe) 渡邊公章 (2010, July). 「道の駅銀座の名物長」 [Famous Michinoeki Ginza]、

地理、古今書院、7(55), 44-46.

World Bank. (2011). *Development Assistance from Japan*. Retrieved from [http://web.](http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/JAPANEXTN/0,,contentMDK:20647244~menuPK:1685924~pagePK:1497618~piPK:217854~theSitePK:273812,00.html)

[worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/JAPANEXTN/0,,contentMDK:20647244~menuPK:1685924~pagePK:1497618~piPK:217854~theSitePK:273812,00.html](http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/JAPANEXTN/0,,contentMDK:20647244~menuPK:1685924~pagePK:1497618~piPK:217854~theSitePK:273812,00.html)

(Yamada) 山田淳一郎 (2009, June). 「道の駅の地域住民施設としての可能性」 [Possibility

of Michinoeki as center for local citizen]、日本建築学会東北支部研究報告会.

Yamamoto, H. (2008). Present and Future and Marketing Strategies for ‘Roadside

Stations’ in the Kyushu District, Journal of industry and management of Industrial Management Institute, Kyushu Sangyo University, 40(3), 121-141.

Yokota, T. (2004). Guidelines for Roadside Stations “Michinoeki”, Transport and

Urban Development Department, World Bank.