

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การแสดงออกเพื่อสื่อนัยของเกษตรกรที่เข้าร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในพื้นที่ชนบทของสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง, ประเทศเวียดนาม

ผู้เขียน นางสาว ลี ทิ เทา อัน

ปริณญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศาสตร์)

คณะกรรมการที่ปรึกษา ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.อนันท์ กาญจนพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูศักดิ์ วิทยาภักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้เน้นศึกษาการปฏิบัติการของเกษตรกรในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อทำความเข้าใจทัศนะ มุมมองและแรงจูงใจของ 3 หมู่บ้าน ได้แก่ Mỹ Hòa Hưng, Vàm Nao และ Ô Lâm ใน An Giang โดยจะทำการศึกษาในสามประเด็น คือ หนึ่ง คุณกิจกรรมของเกษตรกรในการทำการเกษตร ซึ่งสะท้อนภาพชีวิตประจำวันในชนบท รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ทั้งภายในพื้นที่และนอกพื้นที่ชุมชน เพื่อเผยให้เห็นอัตลักษณ์ในตลาดซื้อขายสินค้า สอง ผู้วิจัยต้องการสำรวจเหตุผลเบื้องหลังการเข้าร่วมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อชี้ให้เห็นแรงจูงใจทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และนอกเหนือจากด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเผยให้เห็นการผลิตรายได้ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบใหม่ ๆ สาม ผู้วิจัยวิเคราะห์กิจกรรมของเกษตรกรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้เข้าใจว่าพวกเขากำหนดอัตลักษณ์ใหม่ในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและก้าวข้ามบทบาทของเกษตรกรอย่างไร การวิเคราะห์นี้ยังสามารถช่วยให้เข้าใจบทบาทของ 1) สมาคมเกษตรกรคัดซ์ ในฐานะเป็นแรงผลักดันแรกในการชักชวนเกษตรกรเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ผู้จัดการฝ่ายการตลาดที่เป็นผู้นำเกษตรกร และ 3) เกษตรกรผู้เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้วิจัยวิเคราะห์การติดต่อสื่อสารปะทะประสานระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ข้างต้น เพื่อจะอธิบายว่าเกษตรกรต่อรองโดยใช้ยุทธศาสตร์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ อย่างไร ท้ายสุดผู้วิจัยประเมินบทบาทของเกษตรกรในการดำรงไว้ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ข้อค้นพบหลัก คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เปลี่ยนบทบาทของเกษตรกร ไปเป็นผู้ประกอบการที่สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองได้ในฐานะผู้กระทำการในตลาดการท่องเที่ยว และตลาดสินค้านักท่องเที่ยว ซึ่งAgriterraสมาคมเกษตรกรสากลได้นำภาพลักษณ์ใหม่ของเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการด้านการเกษตรซึ่งเข้าร่วมในฐานะผู้กระทำการที่มีศักยภาพ ในการเข้าสู่ตลาดเพื่อได้รับมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลายเป็นพื้นที่ในการต่อรองของเกษตรกรในหลายระดับ ทั้งในระดับนานาชาติ ระดับชาติและท้องถิ่นเอง เพื่อแสดงอัตลักษณ์ที่หลากหลายของเกษตรกร ในประเทศเวียดนามเกษตรกรประสบความสำเร็จอย่างมากในการเข้าถึงตลาด ทู่น และการลงทุน รัฐบาลไม่สามารถช่วยเกษตรกรในการเติมเต็มช่องว่างความต้องการของตลาดในสภาพการณ์ของเศรษฐกิจตลาดเสรีได้ จึงเป็นแรงผลักดันให้เกษตรกรขึ้นมาบทบาทในตลาด เกษตรกรเข้าใจว่าการเกษตรมีความลำบากและมีความเสี่ยงกับรายได้ที่ไม่แน่นอน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้สร้างพื้นที่ใหม่ให้กับตลาดทางเลือก ที่ได้ผสานตลาดการท่องเที่ยวและตลาดสินค้านักท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถพิสูจน์ตัวเองในฐานะผู้ประกอบการที่สามารถเปลี่ยนเรื่องราวของวัฒนธรรมอาหาร และเรื่องเล่าของเกษตรกรในชีวิตประจำวันให้เป็นสินค้าที่มีคุณค่าได้

ผู้วิจัยพบว่าพื้นที่ชนบทเป็นพื้นที่ของเรื่องเล่า ซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนเกษตรกรแบ่งปันความรู้ในเชิงการปฏิบัติด้านเกษตรกรรมและการดำรงชีพ เกษตรกรใช้เรื่องเล่าของตัวเองในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความหมายกับนักท่องเที่ยวในหลายระดับขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของความสัมพันธ์และการรับรู้ประสบการณ์ด้านการเกษตรของทั้งสามหมู่บ้าน นักท่องเที่ยวสามารถทำความเข้าใจเรื่องราววิถีการเกษตร ได้มากขึ้นขณะที่พักโฮมสเตย์และผ่านการทำกิจกรรมการเกษตรทางอ้อม เช่น บทสนทนาของกิจกรรมในไร่สวน เกษตรกรพบว่าตัวเองยังสามารถช่วยเผยแพร่ความรู้ด้านการเกษตรและวิถีชีวิตชนบท ส่งเสริมบทบาทแก่เกษตรกรให้เป็นทั้งผู้ประกอบการ นอกจากนี้พื้นที่ของการบริโภคดื่มกินทำหน้าที่เอื้อให้คนในพื้นที่ได้เชื่อมโยงกัน และดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านสินค้าการเกษตร ดังนั้น เกษตรกรนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองในหลายระดับ ในฐานะผู้ประกอบการที่ขึ้นอยู่ความสามารถในการแสดงตนเป็นผู้กระทำและเชื่อมโยงในตลาดการท่องเที่ยวและตลาดสินค้านักท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจที่มากขึ้น ในการศึกษาเกษตรกรที่เป็นผู้กระทำการในพื้นที่ตลาดพบว่า เกษตรกรมีบทบาทหลากหลายเป็นทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยให้ธำรงรักษาพื้นที่ความเป็นชนบท ผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการยกระดับสวัสดิภาพสังคมชนบท การศึกษา การท่องเที่ยว และคงไว้ซึ่งวิถีการปฏิบัติและอัตลักษณ์เชิงเกษตรในฐานะผู้ผลิตเชิงเกษตรกรรม

My main finding was that agritourism made farmers' roles as entrepreneurs viable by engaging them as active subject in the tourism market and tourist market. Agriterra as an international agri-agency introduced their new image of farmers as an agri-agency, who played as capable actor to bypass the market to achieve higher economic value. Agritourism became a negotiated space for farmers from different levels (international, national, and local) to represent their identities. In Vietnam, farmers had difficulties in accessing the market, capital, and investment. The government could not support farmers in filling the gap of market demand in liberalized market economy, which motivated farmers' roles in the market. A number of farmers understood farming to be difficult and risky with unstable incomes. Agritourism created a new space for an alternative market, which emerged tourists market and tourism market. Farmers proved their worth as entrepreneurs by commoditizing their live stories and the food culture.

I also discovered rural space as an space for stories telling, which encouraged the farmer community to share their information of agricultural practices and their livelihoods. Farmers utilized their stories to make agritourism activities even more engaging for tourists. The level of contact and intensity of activity varied across the three communes. Tourists could better understand the farming life during these homestays and have indirect contact with agriculture through farmers' conversations of their activities in the field. Farmers also found themselves helping to spread knowledge about agriculture and the rural lifestyle, adding even more to their roles as farmers and entrepreneurs. Additionally, the space of drinking and eating facilitated them to connect with outsiders and attract tourists to their agritourism products. Thus, farmers presented their identity at different scales as entrepreneurs according to how they actively engaged they were in connecting the tourism market and tourist market to achieve higher economic value. By studying farmers as a capable actor in the market, the study found that farmers' multiple roles of producers, entrepreneurs, and educators contributed to sustain rural areas through agritourism by improving rural social-welfare, educating tourists, and preserving their practices and identity as agricultural producers.