บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “การฟื้นฟูท้องถิ่น” ของญี่ปุ่นนั้นมีมากพอสมควร แต่เท่าที่พบยังไม่มีเอกสารใดที่รวบรวม และกล่าวถึงว่าภาครัฐ และภาคสังคม ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญเนื่องจากเป็นตัวบุคคลที่เป็นผู้ปฏิบัติ (actors) และเกี่ยวข้องในกระบวนการการฟื้นฟูท้องถิ่น มีปัจจัยต่อการฟื้นฟู หรือพัฒนาท้องถิ่นอย่างไร อย่างละเอียด และเป็นองค์รวม โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการพูดถึงแนวทาง OVOP ของจังหวัดโออิตะ เพราะโออิตะเป็นตัวอย่างที่สำคัญ และโดดเด่นในด้านการฟื้นฟูท้องถิ่นญี่ปุ่น โดยจะพูดแต่ในแง่แนวความคิด ทฤษฎี แนวปฏิบัติ และกรณีศึกษาของ OVOP เป็นการเล่าเรื่อง และวิเคราะห์ในสิ่งที่ได้พบเห็นมาเท่านั้น ไม่มีในส่วนของบทวิเคราะห์ ว่าภาคส่วนต่าง ๆ ว่ามีบทบาทอย่างไร และมากน้อยเพียงใดในแนวทาง OVOP ซึ่งโดยส่วนใหญ่เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับ OVOP และการฟื้นฟูท้องถิ่นของญี่ปุ่นที่พบสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

2.1.1 ภาพรวม แนวคิดและพัฒนาการของ OVOP

ฮิรามัตสึ โมริฮิโกะ (平松守彦, 2006) ในหนังสือ “One Village, One Product” Spreading throughout the World ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มแนวทางนี้ได้เขียนถึงแนวคิดริเริ่ม และประวัติของนโยบายแนวทางการฟื้นฟูท้องถิ่น OVOP ของเขาเอง โดยมีการพูดถึงแนวคิด และแนวดำเนินแนวทางนี้ และมีการยกตัวอย่างของความสำเร็จในส่วนของท้องถิ่นต่าง ๆ ในโออิตะ เนื่องด้วยเขียนในปี 2006 หลังจากที่เริ่ม OVOP มาแล้วถึง 27 ปี จึงมีตัวอย่างของพื้นที่เด่น ๆ ในจังหวัดโออิตะมายกประกอบด้วย เช่น หมู่บ้านโอยามะ ที่เป็นต้นกำเนิดแนวคิดในการฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะที่เป็นท้องถิ่นแรก ๆ ที่สามารถเพิ่มรายได้ต่อหัว ต่อปีของประชากรในท้องถิ่นได้จนติดอันดับ 1 ในโออิตะก่อนท้องที่อื่น ๆ โดยเน้นจุดขายของสินค้าเอกลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งก็คือ บ๊วย และเกาลัด นำมาแปรรูปจนสินค้ามีเอกลักษณ์และได้รับความนิยม นอกจากนี้ในหนังสือเล่มนี้ยังได้ยกตัวอย่างประเทศที่นำเอาแนวคิดของฮิรามัตสึไปใช้กับภาคท้องถิ่นในประเทศตนเอง เช่น จีน

ไทย เกาหลี ฟิลิปินส์ เป็นต้น โดยให้ข้อมูลว่าประเทศใดนำเอาแนวคิดไปใช้เมื่อใด โดยใคร อย่างไร และยังมีการบอกถึงกุญแจหลักสู่ความสำเร็จของ OVOP ของโออิตะด้วย คือ

1. คนในท้องถิ่นต้องตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง และวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตน
2. ตระหนักถึงทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเอง
3. ความต่อเนื่องในการดำเนินนโยบายคือพลัง
4. สินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น
5. หนทางการขายที่ปลอดภัย
6. การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

องค์การส่งเสริมหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ 21 แห่งจังหวัดโออิตะ (大分県一村一品21推進協議会, 2001) ในหนังสือ บันทึกครบรอบหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ 20 ปี (一村一品運動 20 年の記録) ได้สรุปถึงแนวทางในการดำเนินแนวทาง OVOP ของจังหวัดโออิตะว่าในการดำเนินการ นั้นจะมีพัฒนาการในการดำเนินนโยบายอยู่ 4 ระยะ ในช่วงที่นายฮิระมัตสึ โมริฮิโกะ ผู้ริเริ่ม OVOP ดำรงตำแหน่งเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดในปี 1979 - 2003 คือ

1. ระยะเริ่มต้นแนวทาง OVOP (一村一品運動の始まり) (1979 – 1982) ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐบาลโออิตะจะประชาสัมพันธ์นโยบายนี้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นให้รู้จัก และให้ความร่วมมือกับทางรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะ

2. ระยะสร้างคน และโรงเรียนเพื่อฝึกคนให้สร้างประเทศที่อุดมสมบูรณ์ (豊の国づくり塾・人づくり)(1983 – 1988) เป็นช่วงที่เน้นการสร้างคน หรือทรัพยากรบุคคลโดยมีการประชุม และสร้างโรงเรียนผู้ใหญ่เพื่อสร้างผู้นำชุมชนที่มีความคิด กว้างไกลเพื่อที่จะได้กลับไปเป็นผู้นำในท้องที่ของตนเอง

3. ระยะสร้างเอกลักษณ์ และประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นด้วยวัฒนธรรม (一村一文化・スポーツ運動の展開)(1989 - 1993) เป็นระยะที่ผู้นำที่ได้ผ่านการพัฒนาจากโรงเรียนพัฒนาผู้นำได้กลับไปเพื่อดำเนินการกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นของตน สร้างเอกลักษณ์ในท้องถิ่นของตนเองเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ และในระยะนี้ยังเป็นระยะที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ต่าง ๆ กับสถานที่ต่าง ๆ นอกจังหวัดโออิตะ ทั้งในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ และยังเป็นระยะที่มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ ภายในจังหวัดทั้งกีฬา และอื่น ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ สร้างเอกลักษณ์ และประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นไปในตัวอีกด้วย อีกทั้งในช่วงนี้ยังเป็นช่วงที่ OVOP ได้รับความสนใจจากต่างชาติ และมีข่าวของ OVOP อยู่ตามน.หนังสือพิมพ์ในระดับนานาชาติ ซึ่งในช่วงนี้ผู้ว่าราชการ

จังหวัดโออิตะ นายฮิระมัตสึ โมริฮิโกะ ยังถือโอกาสที่จะประชาสัมพันธ์จังหวัดโออิตะ และสินค้าโออิตะในระดับนานาชาติอีกด้วย

4. ระยะที่เป็นยุคของการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยน (観光・交流の時代) (1994 - 2001) เป็นระยะที่ OVOP ได้แพร่หลายไปยังนานาชาติอย่างแท้จริง และ ทำให้ชื่อเสียงของโออิตะเป็นที่รู้จักของนานาชาติ โดยในปี 1995 นายฮิระมัตสึ โมริฮิโกะ ผู้ริเริ่มแนวทาง OVOP และผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะได้รับรางวัล รามอน แมกไซไซ จากแนวทาง OVOP เนื่องด้วยได้รับการยอมรับว่าเป็นการฟื้นฟูท้องถิ่น และยังทำให้ท้องถิ่นอยู่ได้อย่างยั่งยืน และยังเป็นระยะที่มีการจัดสัมมนาวิชาการขนาดใหญ่ หรือแลกเปลี่ยนความรู้ต่าง ๆ ในระดับเอเชีย และนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นช่วงที่โออิตะส่งเสริมการท่องเที่ยวของตนเอง มีการจัดตั้งทีมฟุตบอลของตนเอง เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของท้องถิ่น มีการเผยแพร่การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในจังหวัดโออิตะ เช่น การแข่งขันมาราธอนรถเข็น และเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์จังหวัดออกไปอย่างต่อเนื่อง

นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์ (2550) ในหนังสือ มหัศจรรย์แห่งหมู่บ้านหลังเขา ได้มีการกล่าวถึงการฟื้นฟูท้องถิ่นในที่ต่าง ๆ ในโลกทั้งแอฟริกา เกาหลี ไทย และญี่ปุ่น โดยมีการกล่าวถึง OVOPของโออิตะด้วย โดยเป็นการเล่าถึงประสบการณ์ในการที่ตนเองได้ไปเยี่ยมเยียนท้องที่ต่าง ๆ ในโออิตะ เช่น ตำบลอาจิมุ ตำบลอินไน เมืองเบบปุ ตำบลยูฟูอิน ตำบลโอยามะ เมืองบุงโกะทาคาดะ ตลาดปลาโออิตะ และมีการเล่าถึงประวัติของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมทั้งวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้ท้องถิ่นนั้น ๆ ประสบความสำเร็จด้วย เช่น ตำบลอาจิมุ ในจังหวัดโออิตะ ประชากรมีอาชีพหลักคือเกษตรกรรม มีประชากรเพียง 8,500 คน แต่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาถึงปีละกว่า 1.7 ล้านคน โดยเป็นท้องถิ่นที่ประสบปัญหาการอพยบเข้าภาคเมืองของประชากรรุ่นใหม่ในท้องถิ่นจนเกิดปัญหาความซบเซา แต่แก้ปัญหาโดยสร้างจุดขายคือการทำ farm stay หรือกินอยู่ นอนค้างกับชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรในท้องที่ของตน ซึ่งท้องที่นี้เป็นท้องที่ที่ริเริ่ม และจุดประกายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นครั้งแรก และได้รับความนิยมทั่วทั้งญี่ปุ่นในเวลาต่อมา

นัทธมน ธีระกุล และคณะ (2548) ในงานวิจัยเรื่อง กระบวนการพึ่งตนเองของชุมชนเกษตรสู่ OVOP และบทเรียนสำหรับ OTOP ไทย เป็นงานวิจัยที่รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกันระหว่าง OVOP ญี่ปุ่นและ OTOP ไทย ซึ่งมีการกล่าวถึง OVOP ของญี่ปุ่นในเชิงประวัติความเป็นมาของ OVOP ของญี่ปุ่น นอกจากนั้นยังมีบทวิเคราะห์ซึ่งแปลมาจากผลงานของชาวญี่ปุ่นชื่อ Adachi (2003) ในเรื่องของปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP ของโออิตะ คือ

1. ที่ดิน คือการนำเอาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติ ของท้องถิ่นมาปรับใช้สร้างเอกลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

2. แรงงาน คือ การเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยมีการจัดตั้งโรงเรียนฝึกอบรมผู้นำท้องถิ่น รวมทั้งสร้างงานเพื่อดึงดูดคนท้องถิ่นรุ่นใหม่ให้ทำงานในท้องถิ่นตนเอง ไม่ต้องเดินทางอพยพไปทำงานที่อื่น
3. เงินทุน คือ มีการสนับสนุนเงินทุนจากรัฐ โดยรัฐจะลงทุนสร้างโรงเรือน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
4. เทคโนโลยี หน่วยงานภายในจังหวัดจะสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีสำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านคุณภาพ และการแปรรูป ในรูปแบบของการให้คำปรึกษา การฝึกอบรม สัมมนา
5. การตลาด รัฐบาลช่วยในการส่งเสริมการตลาด เช่น จัดตั้งบริษัท Oita OVOP Inc. ในการช่วยเหลือด้านการตลาด การขายส่ง การขนส่ง และช่องทางการจัดจำหน่าย และช่วยสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
6. เครือข่าย คือ แลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างผู้นำที่เข้ามาอบรม ทั้งในระดับจังหวัด และในระดับเอเชีย
7. การบริหารท้องถิ่น และสื่อสารมวลชน คือ รัฐมีแนวคิดให้คนในท้องถิ่นพึ่งตนเอง จึงช่วยเหลือในส่วนของ การกระจายสินค้า การออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ การวิจัยพัฒนา และการให้คำแนะนำ เท่านั้น
8. สิ่งแวดล้อม คือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบ farm stay
9. การแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และการฑูตท้องถิ่น คือ การจัดประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และเผยแพร่ OVOP ของโออิตะ กับประเทศในเอเชีย โดยมีการจัดให้คนในเอเชียไปดูงานในโออิตะด้วย

แต่ถึงแม้งานวิจัยฉบับนี้จะกล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ออกมาอย่าชัดเจนก็ตาม แต่มิได้เน้นเจาะลึกไปถึงบทบาทของผู้ที่มีบทบาทอยู่ใน OVOP หรือผู้ปฏิบัติ (actors) ซึ่งจะแสดงให้เห็นภาพได้ชัดเจนว่า OVOP ประสบความสำเร็จในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นได้ด้วยบทบาทและความร่วมมือของแต่ละภาคส่วนอย่างไร และในปัจจัยเหล่านี้ยังไม่ได้มีการแบ่งอย่างชัดเจนว่าปัจจัยข้อใด มีบทบาทของใคร หรือภาคส่วนใดเข้ามาเกี่ยวข้อง

2.1.2 การฟื้นฟูท้องถิ่นของญี่ปุ่น

คุนิโอะ อิกุสะ (Kunio Igusa, 2006) อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Ritsumeikan Asia Pacific University ในงานวิจัยเรื่อง Globalization in Asia and Local Revitalization Efforts: A View from One Village One Product (OVOP) Movement in Oita กล่าวถึง ประวัติในการที่จังหวัดต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่นนำเองแนวคิด OVOP ของโออิตะไปใช้โดยได้กล่าวว่า ฮฮกไกโดเป็นจังหวัดแรกที่นำเอาแนวคิดในการฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะไปใช้ เนื่องด้วยฮอกไกโดเองนั้นมีทรัพยากรที่หลากหลายมากมาย แต่กลับมีบทบาทเป็นผู้ส่งวัตถุดิบไปให้จังหวัดอื่น และส่วนอื่นของญี่ปุ่นโดยเฉพาะส่งวัตถุดิบให้เกาะฮอนชู เพื่อนำไปแปรรูปต่อทำเป็นสินค้าขายในนามของท้องถิ่นนั้น ๆ ฮฮกไกโดจึงนำเอาแนวคิดของโออิตะไปใช้ในการที่จะนำจุดเด่น เอกลักษณ์ของทรัพยากรในท้องถิ่น มาทำเป็นวัตถุดิบ และแปรรูปขายเพื่อเพิ่มมูลค่า และสร้างสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของฮอกไกโดเอง

มัตซึอิ คาซึฮะสะ (松井 和久, 2006) ในหนังสือ หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ กับประเทศกำลังพัฒนา(一村一品運動と開発途上国) ได้กล่าวถึงการฟื้นฟูท้องถิ่นของญี่ปุ่นในบทแรก เรื่องการพัฒนาโดยการสนับสนุนท้องถิ่น กับแนวทางหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ของญี่ปุ่น ว่าญี่ปุ่นมีการพัฒนา ฟื้นฟูท้องถิ่นอยู่ก่อนน. OVOP ของโออิตะแล้วเช่นในหมู่บ้านอายะ ในจังหวัดมิยาซากิ ในปี 1970 หมู่บ้านอุมะจิ ในจังหวัดโคจิ ในทศวรรษ 1960 เป็นต้น

โอโตชิ มาซาฮิโกะ (แปลโดย มุทิตา พานิช, 2006) ในหนังสือ ประสบการณ์ยิ่งใหญ่ในหมู่บ้านเล็ก ๆ ได้กล่าวถึงการฟื้นฟูท้องถิ่นอันซบเซาของหมู่บ้านอุมะจิ ในจังหวัดโคจิ ในเกาะชิโกกุของญี่ปุ่น หมู่บ้านอุมาจิ เป็นหมู่บ้านที่ถูกล้อมรอบด้วยหุบเขา และทางเข้าหมู่บ้านก็ยากลำบากมากจนได้ชื่อว่า อุมะจิ หรือ ทางม้า เพราะถ้าจะเข้าหมู่บ้านแห่งนี้รถคันใหญ่ ๆ เข้าไม่ได้ต้องใช้ม้าเป็นยานพาหนะในการเข้าหมู่บ้าน ที่ในสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ที่ผู้เขียนได้พยายามเป็นส่วนหนึ่งในการฟื้นฟูท้องถิ่นของตนเองขึ้นมา โดยริเริ่มมาตั้งแต่ปี 1963 โดยริเริ่มที่จะขยายพันธุ์ส้มยูสุ เพราะเห็นว่าเป็นเอกลักษณ์ของท้องที่เพราะราชวงศ์เป็นผู้เข้ามาปลูกเอาไว้ แต่การพัฒนาของหมู่บ้านอุมะจิเป็นเพียงหน่วยเล็กย่อย ๆ ของจังหวัดโคจิเท่านั้น ผู้คนทั่วไปจึงไม่ได้รับรู้ถึงความพยายามในการฟื้นฟูท้องถิ่นนี้มากนัก แม้จะเริ่มมาก่อน OVOP ของโออิตะ ซึ่งหนังสือเล่มนี้กล่าวถึงความเป็นมา และความเป็นไปของท้องถิ่นที่ชื่อว่าหมู่บ้านอุมะจิอย่างละเอียดว่าจุดเริ่มต้นในการริเริ่มฟื้นฟูท้องถิ่นมาจากไหน และได้ทำกิจกรรมใดบ้างจากอดีตจนถึงปัจจุบันในลักษณะของการเล่าเรื่อง

2.1.3 บทบาทรัฐบาลท้องถิ่น

เท่าที่สำรวจพบว่ามีงานวิจัยที่กล่าวถึงบทบาทของภาครัฐ ซึ่งเป็นในส่วนของรัฐบาลท้องถิ่นเพียงบทบาทเดียวโดยตรงอยู่ ได้แก่ เทรุฮิโกะ โยชิมุระ, 2004 นักวิจัยของสถาบัน United Nations Centre for Regional Development (UNCRD) ในงานวิจัยเรื่อง Sustainable Local Development and Revitalization: Case of One Village One Product Movement: Its Principles and Implications ได้กล่าวถึงบทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะในการฟื้นฟูท้องถิ่น โออิตะว่ารัฐบาลจะเน้นการพึ่งตนเองของประชาชนในท้องถิ่น จะเข้าไปช่วยเหลือในส่วนของ

1. การช่วยเหลือในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
2. คำแนะนำทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่วยสนับสนุนในด้านการพัฒนาเทคนิค
3. การช่วยเหลือทางด้านการเงิน และให้คำแนะนำในการบริหารจัดการ
4. ความช่วยเหลือในด้านการตลาด การกระจายสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยในข้อ 3 การช่วยเหลือเรื่องการเงิน งานวิจัยชิ้นนี้กล่าวแนะนำว่าภาครัฐควรจะใช้งบประมาณ หรือเงินของทางภาครัฐไปใช้ในการจัดตั้งสถาบันวิจัย พัฒนา เพื่อวิจัยและพัฒนาให้สินค้าจากท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์

2.2 กรอบแนวคิด

2.2.1 แนวคิด 4 องค์ประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาด

แนวคิดนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากการอ่านเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของบทบาทรัฐบาลท้องถิ่นของเทรุฮิโกะ โยชิมุระ (TERUHIKO Yoshimura, 2004) นักวิจัยของสถาบัน United Nations Centre for Regional Development (UNCRD) ในงานวิจัยเรื่อง Sustainable Local Development and Revitalization: Case of One Village One Product Movement: Its Principles and Implications

ผู้วิจัยพบว่า รัฐบาลท้องถิ่นโออิตะมีบทบาทที่สำคัญที่สุดในการฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะจากการบุกเบิกแนวทาง OVOP และมีบทบาทในการวางแผนนโยบาย และเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการสนับสนุนการดำเนินการในทุก ๆ ขั้นตอนในกระบวนการ OVOP ผู้วิจัยจึงจะนำบทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทหลักในทุก ๆ ขั้นตอนตั้งแต่ต้น จนถึงปัจจุบันมาเป็นแกนในการวิจัย

และจากงานวิจัยของเทรุฮิโกะ โยชิมุระ สามารถจะสรุปองค์ประกอบที่มีบทบาทใน แนวทาง OVOP ได้ 4 ด้าน ที่จะนำสินค้าที่ผลิตโดยคนท้องถิ่น ออกสู่ตลาดในแนวทาง OVOP ดังต่อไปนี้

1. ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development)
2. ด้านการผลิต (Production)
3. ด้านการเงิน และงบประมาณ (Financial)
4. ด้านการตลาด (Marketing)

แนวทาง OVOP ของโออิตะนั้น จะให้ความสำคัญกับคน หรือทรัพยากรบุคคลมาก จนถือว่าเป็นหนึ่งในหลักการสำคัญประการหนึ่งของ OVOP เพื่อให้บังเกิดทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะผู้นำท้องถิ่นที่มีคุณภาพ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และสานต่อแนวนโยบาย OVOP ไปสู่ท้องที่ที่ตนเองอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) จึงถือว่าเป็นอีกประการสำคัญหนึ่งในการฟื้นฟูท้องถิ่นตามแนวทาง OVOP

ในส่วนด้านการผลิต (Production) ตามหลักการของ OVOPนั้นจะไม่ได้เน้นเพียงการการผลิตผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้าที่จับต้องได้ เป็นตัวสินค้าจริง ๆ แต่เพียงอย่างเดียว แต่จะรวมถึงการผลิตสินค้าที่จับต้องไม่ได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว งานเทศกาล วัฒนธรรม บริการต่าง ๆ

ในด้านของการเงิน และงบประมาณ (Finance) เป็นส่วนสำคัญในการดำเนินนโยบายทางการพัฒนาเพราะเป็นเรื่องของทุน และการช่วยเหลือปัจจัยทางด้านเงิน เช่น รัฐบาลโออิตะจะไม่ได้ให้เป็นตัวเงิน หรือเงินอุดหนุน (Subsidy) แต่จะนำเงิน หรืองบประมาณเข้าไปช่วยในด้านการสร้างโรงเรียนเพื่อพัฒนาบุคคล หรือจัดตั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในด้านของการตลาด (Marketing) มีความบทบาทในการทำให้คนภายนอกรู้จัก และมีความต้องการสินค้า และบริการของจังหวัดโออิตะ โดยผู้วิจัยจะเน้นไปที่การตลาดในด้าน “สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Place)” และ “การส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ (Promotion)” เนื่องด้วยส่วนการตลาดในด้าน “สินค้า” หรือ “Product” สามารถที่จะอธิบายได้ใน “ด้านการผลิต (Production)” สำหรับในด้าน “ราคา (Price)” นั้น ตามหลักการ และจุดมุ่งหมายของ OVOP มักเป็นการนำวัตถุดิบ หรือสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นเข้ามาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม[1] ดังนั้น จึงกล่าวสรุปได้ว่าทางด้านราคานั้น OVOP ไม่ได้เน้นไปที่สินค้าราคาถูก แต่จะพยายามทำให้สินค้าท้องถิ่นเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม จากการผลิตที่มีคุณภาพ และมีเอกลักษณ์ ทางรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะก็ไม่ได้กำหนดในเรื่องการตั้งราคา การลดราคาสินค้า หรือมีหน่วยงานใดเข้ามาควบคุมในด้านราคา แต่ปล่อยไปให้เป็นไปตามกลไกของตลาด ดังนั้นสิ่งที่สำคัญในการที่จะ

---

[1] Morihiko Hiramatsu, One Village One Product: Spreading throughout the world. (Oita: Oita Oita OVOP International Exchange Promotion Committee, 2006), p. 25.

พัฒนาสินค้าไปสู่ตลาดก็คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริม ซึ่งผู้วิจัยจะเน้นใช้สองด้านคือ “สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย” และ “การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์” เข้ามาเป็นหลักในการวิเคราะห์

สำหรับผู้มีบทบาทอยู่ใน “การฟื้นฟูท้องถิ่น” ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์กับแนวคิด 4 องค์ประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดนั้น แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ภาครัฐ (Government) และภาคสังคม (Social Sectors) ซึ่งในแต่ละกลุ่มสามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

<u>ภาครัฐ</u>

ภาครัฐในส่วนของประเทศญี่ปุ่นนั้นมีความหมายที่แตกต่างจากของไทย เพราะทั้งสองประเทศนี้มีระบบการเมืองที่แตกต่างกัน แม้ว่าไทยกับญี่ปุ่นจะมีการเมืองที่แบ่งเป็นส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นเหมือนกัน แต่ในภาคปฏิบัติแล้วแตกต่างกันมาก กล่าวคือญี่ปุ่นนอกจากจะมีรัฐบาลกลาง แล้วยังจะมีรัฐบาลท้องถิ่นอีกด้วย สำหรับประเทศไทย แม้จะมีองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น แต่มีอำนาจหน้าที่จำกัด ญี่ปุ่นมีรัฐบาลท้องถิ่น ซึ่งมีอำนาจหน้าที่เป็นอิสระจากรัฐบาลกลางมากกว่าของไทย ดังจะได้อธิบายต่อไปนี้

การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดต่าง ๆ ได้รับอำนาจในการปกครองตัวเองจากส่วนกลาง ตามหลักการ และบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญของญี่ปุ่น โดยการบริหารงานจะอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ว่าราชการจังหวัด และจะมีองค์การบริหารส่วนจังหวัดทำหน้าที่เป็นหน่วยงานเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดกับรัฐบาลในแต่ละท้องถิ่น จะมีการแบ่งหน่วยงานการปกครองย่อยออกไปเป็นเทศบาลระดับต่าง ๆ คือ เทศบาลนคร (Shi) เทศบาลเมือง (Machi) และเทศบาลหมู่บ้าน (Mura) โดยจะใช้เกณฑ์การแบ่งตามจำนวนประชากรในพื้นที่ และแหล่งที่ตั้งของบ้านเรือน รวมทั้งอาชีพของประชากรในพื้นที่ตามกฎหมาย “นคร” จะต้องมีประชากร 40,000 คนขึ้นไป ร้อยละ 60 ขึ้นไปของบ้านเรือนจะต้องอยู่ในเขตเมือง และร้อยละ 60 ขึ้นไปของกำลังแรงงานในพื้นที่ จะต้องประกอบอาชีพนอกภาคเกษตรกรรม โดยนครที่มีประชากรสูงตั้งแต่ 500,000 คนขึ้นไปจะได้รับการกำหนดโดยคำสั่งคณะรัฐมนตรีให้เป็น “นครพิเศษ” ซึ่งปัจจุบันในญี่ปุ่นมีอยู่ 12 แห่ง ส่วน “เมือง” และ “หมู่บ้าน” นั้นแต่ละจังหวัดจะเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขขึ้นเองตามความเหมาะสมของสภาพท้องถิ่น ซึ่งแต่ละจังหวัดจะกำหนดแตกต่างกันออกไป[2] โดยจะมีสภาเทศบาลคอยดูแลในเรื่องการปกครองในส่วนท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีอำนาจในการ

[2] วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. <u>การบริหารเมืองหลวง และการบริหารท้องถิ่นเปรียบเทียบ : อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และไทย</u>. (กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์,2541), น. 108 -111.

ปกครอง และออกบทบัญญัติข้อบังคับ รวมทั้งนโยบายต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้ได้ในท้องถิ่นของตนเอง โดยมีการจัดตั้งสภาจังหวัด หรือสภาเทศบาลขึ้นเพื่อรับผิดชอบหน้าที่นี้ ซึ่งประเทศที่มีการปกครองส่วนท้องถิ่น และ สามารถมีสิทธิปกครองตัวเองได้นั้นต้องเป็นประเทศที่มีระบบการปกครอง และการเมืองท้องถิ่นที่เป็นประชาธิปไตย ญี่ปุ่นเองก็อยู่ในจำพวกนี้เช่นเดียวกัน

ในการเมืองระดับท้องถิ่นของญี่ปุ่น ตามที่ได้กล่าวไปจะเห็นได้ว่าเป็นการเมืองระดับท้องถิ่นที่เป็นประชาธิปไตย และประชาชนเองก็มีส่วนร่วมในทางการเมืองท้องถิ่นของพวกเขาด้วย ที่เห็นได้ชัดคือ ผู้ว่าราชการจังหวัดจะได้รับการเลือกตั้งจากชาวเมืองนั้น ๆ เอง ซึ่งก็คือคนในท้องถิ่นนั่นเอง ไม่ใช่ได้รับการต่างตั้งจากส่วนกลาง และส่งตัวไปปฏิบัติหน้าที่เหมือนของไทยที่ผู้ว่าราชการจังหวัดนั้นจะได้รับการแต่งตั้งขึ้นมา คนในท้องถิ่นไม่มีสิทธิที่จะเลือกตั้งผู้นำท้องถิ่นของเขาเอง จะมีเพียงกรุงเทพมหานคร และเขตปกครองพิเศษพัทยาเท่านั้นที่ผู้ว่ามาจากการเลือกตั้ง แต่ถึงกระนั้นก็ยังคงต้องยึดนโยบายจากรัฐบาลกลาง ดังนั้นในไทยการเมืองระดับท้องถิ่นจึงยังไม่เป็นประชาธิปไตย เพราะท้องถิ่นไม่ได้มีอำนาจปกครองตัวเองต้องอยู่ในสายตาจากส่วนกลาง แต่ในญี่ปุ่น ส่วนกลางจะให้สิทธิในการปกครองกับท้องถิ่นมากกว่าทำให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการปกครองตัวเองอย่างอิสระมากกว่าของไทย ดังนั้นในระดับท้องถิ่นของญี่ปุ่นจึงสามารถออกบทบัญญัติ หรือข้อบังคับ รวมทั้งนโยบายต่าง ๆ ขึ้นมาใช้กันเองได้ ซึ่ง ISSON-IPPIN ที่จะกล่าวถึงหลังจากนี้ ก็เป็นแนวทางที่เกิดขึ้นมาจากนโยบายระดับท้องถิ่น ที่จัดทำขึ้นเองในท้องถิ่นโดยไม่ได้ผ่านรัฐบาลกลาง

การที่ท้องถิ่นมีการปกครองตัวเองแบบค่อนข้างอิสระ ทำให้การพัฒนาท้องถิ่นของญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำท้องถิ่น และการให้ความร่วมมือและผลักดันของประชาชนในท้องถิ่นด้วย ทำให้ท้องถิ่นในญี่ปุ่นบางแห่ง เกิดการพัฒนาที่แตกต่างกันระหว่างท้องถิ่น บางท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตัวเองได้ เพราะมีฐานะทางการคลังดี ไม่ต้องพึ่งพาเงินอุดหนุน หรือการกู้ยืมจากรัฐบาลกลาง บางท้องที่สามารถพึ่งตนเองในด้านการคลังถึงร้อยละ 80 โดยฐานะทางการคลังของแต่ละท้องถิ่นนั้นจะขึ้นอยู่กับภาษีที่เก็บได้จากท้องถิ่นของตน แต่ละท้องถิ่นมีอำนาจในด้านการคลังของตนเอง คือสามารถจัดเก็บ และจัดสรรเงินจากภาษีของคนในท้องที่เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นตนเองได้ แต่ถ้าท้องถิ่นใดไม่สามารถเก็บภาษีได้มากพอก็จำเป็นต้องพึ่งรัฐบาลกลางในรูปของภาษีที่รัฐบาลกลางโอนมาให้ (local allocation tax grants) ซึ่งเป็นภาษีรายได้ ภาษีการค้า และภาษีสุรา ที่ส่วนกลางเป็นผู้จัดเก็บเอง ในกรณีที่จะต้องพึ่งเงินจากรัฐบาลกลางท้องถิ่นนั้นจะสูญเสียความเป็นอิสระของท้องถิ่นไปมาก เพราะต้องถูกควบคุมจากนโยบายรัฐบาลกลางควบคุมอย่างเคร่งครัด ยิ่งไปกว่านั้นถ้าผู้สมัครเลือกตั้งท้องถิ่นที่สังกัดพรรครัฐบาลกลางเข้ามาลงแข่งขันเลือกตั้งก็มักจะได้เปรียบคู่ต่อสู้ จนถ้าได้รับเลือกขึ้นมาเป็นผู้นำท้องถิ่น ก็ยิ่งจะส่งผล

ทำให้นโยบายต่าง ๆ และความเป็นอิสระในการมีอำนาจในการปกครองตัวเองของท้องถิ่นจะต้องถูกครอบงำโดยรัฐบาลกลาง ด้วยเหตุนี้ทำให้ท้องถิ่นต่าง ๆ พยายามที่จะคิดนโยบายต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อที่จะทำให้ท้องที่ของตนเองพัฒนาขึ้นมาในด้านการคลัง เพื่อจะได้ไม่ต้องพึ่งพาใคร และรักษาความเป็นอิสระในการดำเนินงานของตัวเองไว้[3]

ภาคสังคม

ภาคสังคมในที่นี้ประกอบไปด้วย “ประชาชน,” “กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ,” “สหกรณ์การเกษตร,” “บริษัทห้างร้านต่าง ๆ” และ “กลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NPOs)” ในโออิตะ

ประชาชน

ประชาชนโออิตะมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินนโยบายฟื้นฟูท้องถิ่น ตามแนวทาง OVOP ของรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะ เพราะถือว่าเป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติโดยตรง

OVOP คงจะประสบความสำเร็จ หรือดำเนินไม่ได้ถ้าขาดประชาชนชาวโออิตะเอกลักษณ์ของประชาชนชาวญี่ปุ่นไม่ว่าจะท้องถิ่นใดก็ตามจะมีเอกลักษณ์ และแนวคิดในเรื่องของ “กลุ่ม” ที่ได้ฝังรากลึกลงไปในสังคมญี่ปุ่นอย่างเหนียวแน่น ดังนั้นเมื่อลงมือทำสิ่งใดเพื่อกลุ่มแล้วจึงทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจเพื่อกลุ่มของตน ซึ่งสิ่งนี้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การฟื้นฟูท้องถิ่น รวมทั้ง OVOP ประสบความสำเร็จได้

กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ

นอกจากประชาชนแล้ว กลุ่มของประชาชน เช่น ประชาชนภายในท้องถิ่นที่จับกลุ่มขึ้นมาเป็นกลุ่ม หรือสมาคม อาทิ กลุ่มแม่บ้าน หรือสมาคมสตรีเอง ก็มีส่วนสำคัญ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ร่วมมือร่วมใจกันคิด ช่วยเหลือ และพัฒนาสินค้า โดยเฉพาะนำวัตถุดิบที่มี หรือเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนำมาแปรรูปจนมีเอกลักษณ์ และออกวางจำหน่ายได้จนท้องถิ่นพัฒนาขึ้นมา สำหรับในโออิตะ มีกลุ่มที่เกิดขึ้นมากมาย แต่ที่สำคัญ ๆ และประสบความสำเร็จจนเป็นตัวอย่างให้แก่คน หรือกลุ่มอื่น ๆ ในโออิตะ ก็มีอาทิ

กลุ่มสตรีผลิตซอสมะเขือเทศเมืองโอกิชื่อ “สมาคมเมงุมิ” (Megumi-Kai: 恵会) และกลุ่มสตรีที่รวมกลุ่มกันเพื่อผลิตร้านขนมคุกกี้ที่ทำด้วยมือ (Handmade Cookies Shop)เมืองอะ

---

[3] ประเสริฐ จิตติวัฒนพงศ์. “การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และการเลือกตั้งท้องถิ่นในญี่ปุ่น” ใน รวมบทความญี่ปุ่น: การเมืองและนโยบายต่างประเทศ. บรรณาธิการโดย ศิริพร วัชชวัลคุ. (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น. 149 – 150.

มะกาเสะ ที่มีชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มอะเสะมิจิ” (Aze-michi Group: 畦道グループ) ที่มีผลประกอบการที่ดี

จากความสำเร็จของกลุ่มสตรีที่รวมตัวกันผลิตสินค้านั้น จึงส่งผลให้ในโออิตะ ภายใต้นโยบาย OVOP นั้น มีกลุ่ม หรือสมาคมสตรีที่รวมตัวกันผลิตสินค้าแล้วถึง 339 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่ม หรือสมาคมสตรีที่รวมตัวกันเพื่อทำการเกษตร ทำไร่ และกลุ่มสตรีที่ทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าแปรรูปจากวัตถุดิบทางการเกษตร

<u>สหกรณ์การเกษตร</u>

สหกรณ์การเกษตร หรือ โนเคียว (Nokyo: 農協) เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NPO: Nonprofit Organization) [4] มีชื่อเต็ม ๆ ว่า โนเงียวเคียวโดคุมิไอ (Nougyoukyoudoukumiai: 農業協同組合) หรือเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในนาม JA (Japan Agricultural Cooperatives) มีบทบาทอันสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าส่วนอื่น โดยในโออิตะมีสหกรณ์การเกษตรในแต่ละพื้นที่ ทุกท้องถิ่นในญี่ปุ่น มีสมาชิกทั่วประเทศกว่า 7 ล้านคน สหกรณ์การเกษตรจะมีแนวปฏิบัติในการปกป้องอาชีพ สินค้า และความเป็นอยู่ของสมาชิกของสหกรณ์ที่มีอาชีพทางการเกษตรกรรม และการประมง

สหกรณ์การเกษตรของญี่ปุ่นเกิดขึ้นเมื่อเดือนธันวาคม ปี 1947 ภายใต้กฎหมายสหกรณ์การเกษตรของญี่ปุ่น (農業協同組合法) โดยแพร่ขยายสาขาไปอย่างรวดเร็ว โดยมีรัฐบาลกลางคอยให้เงินช่วยเหลือในการบริหารสหกรณ์ หลังจากเริ่มต้นการมีสหกรณ์การเกษตรไปเพียง 6 เดือนมีสหกรณ์เพิ่มมากขึ้นถึง 13,000 แห่ง[5] สำหรับสหกรณ์การเกษตรในญี่ปุ่น แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- สหกรณ์การเกษตรแบบวัตถุประสงค์หลากหลาย (Sougounoukyou: 総合農協) โดยเป็นสหกรณ์การเกษตรประเภททั่ว ๆ ไป คือ สหกรณ์ที่ประกอบด้วยสมาชิกที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเกษตร ประมงหลากหลายชนิดเข้ามาเป็นสมาชิก และได้รับประโยชน์ จากบริการ และความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ
- สหกรณ์การเกษตรแบบมีวัตถุประสงค์เฉพาะ (Senmonnougyou: 専門農協) หรือเป็นสหกรณ์ที่ประกอบด้ายสมาชิกที่ทำอาชีพที่เกี่ยวกับเกษตรกรรม หรือประมง แต่จะเป็นแขนงเดียวกัน เช่น ปลูกพืชชนิดเดียวกัน เข้ามาเป็นสมาชิก โดยการช่วยเหลือก็จะ

---

[4] www.zenchu-ja.or.jp/eng/orgenization/index.html 09/01/2008

[5] 松井和久 (2006)『一村一品運動と開発途上国―日本の地域振興はどう伝えられたか』, pp.42 – 62.

จำเพาะไปเฉพาะการเกษตร หรือประมงชนิดนั้น ๆ เท่านั้น

สำหรับพัฒนาการต่อมาของสหกรณ์การเกษตรญี่ปุ่น เช่น ในปี 1954 มีการจัดระเบียบสหกรณ์การเกษตร โดยแบ่งให้มีทั้งองค์กรในระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับภายในจังหวัด (อำเภอ เมือง หมู่บ้าน) ในนาม JA Group ในการตั้งองค์กรหลักระดับชาติที่เป็นตัวแทนของสหกรณ์ที่กระจายอยู่ทั่วญี่ปุ่นขึ้นมาในนาม JA-ZENCHU (Central Union of Agricultural Co-operatives) เป็นองค์กรของสหกรณ์ในระดับประเทศที่คอยให้ความช่วยเหลือ ออกนโยบาย และให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ (Guidance Activities) แก่สมาชิกที่เป็นสหกรณ์ย่อย ๆ ในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น (อำเภอ เมือง หรือหมู่บ้าน)

สหกรณ์การเกษตรโดยรวมแล้วมีภารกิจหลัก ๆ ที่สำคัญ คือ

- การให้คำปรึกษาเรื่องเกษตรกรรม
- การให้ความช่วยเหลือด้านเกษตรกรรม เช่น จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการทำการเกษตร
- การช่วยเหลือด้านการเงิน เช่น เงินกู้ หรือการออมเงิน รวมทั้งการประกันต่าง ๆ
- การตลาดของสินค้าเกษตร[6]

สหกรณ์การเกษตรในแต่ละระดับจะมีความเป็นอิสระในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ได้ยึดติดกับสหกรณ์การเกษตรในระดับที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งมีหน้าที่เพียงให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่สหกรณ์การเกษตรระดับย่อย สหกรณ์ท้องถิ่นจะเป็น สหกรณ์การเกษตรแบบวัตถุประสงค์หลากหลาย (Sougounoukyou: 総合農協) หรือ Multi-purpose Agricultural Cooperatives หรือ JAs ซึ่งเป็นสมาชิกขององค์กรที่เป็นสหกรณ์ในระดับที่ใหญ่ขึ้นไป

ในความเป็นจริงแล้ว สหกรณ์ในระดับประเทศ และระดับจังหวัดนั้นจะแบ่งเป็นหน่วยงานย่อย ๆ อีกมากมาย เพื่อทำหน้าที่ที่ต่าง ๆ กันไป โดยระดับประเทศจะมีแบ่งหน่วยงานออกเป็นหลาย ๆ หน่วยงานเพื่อรับผิดชอบงานที่แตกต่างกันไป ดังนี้

ZEN-NOH (National Federation of Agricultural Co-operative Association: ทำหน้าที่ในด้านเกษตรกรรม ได้แก่บริการจำหน่ายและ ให้ยืมอุปกรณ์ในการทำการเกษตร เช่น ปุ๋ย สารเคมีต่าง ๆ เครื่องมือเครื่องไม้ในการเกษตร และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น น้ำมัน แก๊ส

ZENKYOREN (National Mutual Insurance Federation of Agriculture Co-operatives): ทำหน้าที่ทางด้านการประกันทางการเกษตร เช่น การประกันอัคคีภัย การประกันยานพาหนะ ประกันหนี้สินของเกษตรกร

Nokyo Tourist Corporation (N TOUR): ทำหน้าที่ช่วยเหลือธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษณ์

---

[6]http://www.zenchu-ja.or.jp/eng/ja_a_multipurpose/index/html 09/01/2008

National Welfare Federation of Agricultural Co-operatives: ทำหน้าที่ในด้านสวัสดิการ โดยเฉพาะในเรื่องสาธารณสุข เรื่องการตรวจสุขภาพ การรักษาพยาบาล การจัดตั้งหรือบริการทางการรักษาพยาบาล

The NourinChukin Bank (Central Co-operative Bank fro Agriculture, Forestry and Fisheries): ทำหน้าที่ด้านสินเชื่อ การกู้ยืม บริการการเงินระหว่างประเทศ

The Japan Agricultural News Corporation: เผยแพร่ข่าวสารทางการเกษตรผ่านหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์

IE-NO-HIKARI Association: ทำหน้าที่เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ในการให้ความรู้ และกิจกรรมทางการเกษตรกรรม

ส่วนสหกรณ์การเกษตรภายในจังหวัด จะมีหน่วยงาน Prefecture Union of Agricultural Co-operatives ที่จะคอยประสานงานกับ JA-ZENCHU (Central Union of Agricultural Co-operatives) ซึ่งเป็นองค์กรระดับประเทศ และสมาชิกของสหกรณ์ และยังมีองค์กรย่อยเพื่อทำหน้าที่ในด้าน สวัสดิการ, สินเชื่อ และด้านเกษตรกรรม ซึ่งก็คือหน่วยงาน ZEN-NOH และ ZENKYOREN ระดับจังหวัด ในแต่ละจังหวัด เพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับ ZEN-NOH และ ZENKYOREN ในระดับประเทศ และสหกรณ์การเกษตรระดับท้องถิ่นภายในจังหวัด เมื่อมีปัญหาอะไรจะติดต่อไปยังระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการขอความช่วยเหลือกับองค์กรสหกรณ์ในระดับประเทศต่อไป

ส่วนสมาชิกสหกรณ์รายย่อย เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการขอคำปรึกษา สามารถขอความช่วยเหลือจากสหกรณ์การเกษตรในท้องถิ่นที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ได้

ภาพประกอบที่ 2.1

ตราสัญลักษณ์หลัก JA Group

ที่มา: http://www.zenchu-ja.or.jp

นอกจากนี้แล้วสหกรณ์การเกษตรของญี่ปุ่น หรือ JA Group ยังดำเนินธุรกิจที่เป็นผลพวงมาจากการแบ่งองค์กรตามหน้าที่ต่าง ๆ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วอีกด้วย เช่น The NourinChukin Bank นอกจากจะทำหน้าที่ช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นสมาชิกแล้ว ยังทำธุรกิจทางด้านการเงินการธนาคารแก่บุคคลทั่วไป โดยการนำเงินฝากจากประชาชนทั่วไปมาปล่อยกู้ให้แก่สหกรณ์ท้องถิ่น และนำไปลงทุนในสถาบันการเงินต่าง ๆ นอกจากนี้สหกรณ์การเกษตรยังมีธุรกิจในด้านการประกัน ที่รับการทำประกันจากบุคคลทั่วไปอีกด้วย รวมถึงการทำร้านค้าปลีกในการจำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งทั้งหมดของธุรกิจนี้อยู่ภายใต้การควบคุมของ JA-ZENCHU[7]

สหกรณ์การเกษตรจึงมีความสำคัญในบทบาทด้านการสนับสนุนการดำเนินการผลิตสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ของคนท้องถิ่น โดยเฉพาะผู้ประกอบอาชีพเกษตรกร เพราะมีบทบาททั้งในการการผลิต เช่น ช่วยในการจัดสรรอุปกรณ์ทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายหรือให้เช่า และสนับสนุนการเงิน ในด้านการให้กู้ยืมเงิน และช่วยในด้านการตลาดอีกด้วย

แม้สหกรณ์การเกษตรท้องถิ่น จะมีความใกล้ชิดกับสมาชิกที่สุด ในแต่ละแห่งจะมีความอิสระในการปกครองตนเอง บริหารตนเอง และเลือกผู้นำสหกรณ์ได้เองก็ตาม โดยขึ้นอยู่กับผลประกอบการของแต่ละสหกรณ์ เพราะถ้าสหกรณ์มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้มาก ไม่ต้องพึ่งพาสหกรณ์การเกษตรในระดับสูงขึ้นไป ในระดับประเทศ ก็จะมีความอิสระจากนโยบายของ JA-ZENCHU มาก แต่ถ้าท้องถิ่นใดยังคงต้องพึ่งพา หรือยังต้องขอความช่วยเหลือจากสหกรณ์การเกษตรระดับสูงขึ้นไปเป็นอันมากแล้ว ก็จะมีความอิสระน้อยลง [8] ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นในแต่ละแห่งนั้น มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้แตกต่างกัน ยิ่งถ้าสามารถทำสหกรณ์การเกษตรของตนมีผลประกอบการที่ดี พึ่งพาสหกรณ์การเกษตรระดับสูงขึ้นไปได้น้อยเท่าใด ความอิสระในการที่ไม่ต้องไปยึดติดนโยบายของ สหกรณ์การเกษตรในระดับสูง ก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น

<u>ห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ</u>

ร้านค้าต่าง ๆ ในโออิตะเองก็เป็นอีกหนึ่งบทบาทในการฟื้นฟูท้องถิ่น ร้านค้าในโออิตะจะมีพื้นที่ให้วางขายสินค้าที่ผลิตได้ในโออิตะ เช่น สินค้าเกษตรในจังหวัด ร้านค้าบางแห่งคิดกำไรจากสินค้าเพียงเล็กน้อยส่วนที่เหลือจะให้เกษตรกรทั้งหมด จนบางคนสงสัยว่าร้านค้าเหล่านี้จะอยู่

---

[7]เอกสิทธิ์ หนุนภักดี. <u>สหกรณ์การเกษตร เกษตรกร และนักการเมือง: ความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลง.</u> (กรุงเทพฯ: โครงการสันติไมตรี ไทย-ญี่ปุ่น, 2548), น. 12 – 16.

[8]คณะวิจัยโครงการชุมชนเข้มแข็งฯ. “รายงานการวิจัยโครงการชุมชนเข้มเข็งฯ กรณีศึกษาชุมชนเข้มแข็งในประเทศญี่ปุ่น.” <u>Japan Watch Project</u>. (เมษายน- มิถุนายน 2550), น. 32

ได้อย่างไร เมื่อคิดกำไรจากการวางขายเพียงพออยู่ได้ แต่ทางร้านค้าในโออิตะจะกล่าวว่า พวกเขาทำเพื่อท้องถิ่น บางครั้งก็ไม่คุ้มกับการที่จะเอามาวางขายแต่พวกเขาก็เต็มใจรับสินค้าเกษตรเหล่านี้จากเกษตรกร[9]

NPOs (Non-Profit Organizations)[10]

องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรหรือ NPOs ในญี่ปุ่น เกิดขึ้นมาอย่างเป็นทางการในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 ภายใต้กฎหมาย NPO Law ที่ออกมาในปี 1998 เพื่อส่งเสริมการเกิดขึ้นขององค์กรสาธารณะที่ไม่แสวงหาผลกำไร และไม่ได้จัดตั้งโดยรัฐ NPOs เป็นองค์กรที่ถือว่าเป็นประชาสังคม (Civil Society) จัดตั้งขึ้นเพื่อการสนับสนุนในด้านสิทธิ คุณภาพชีวิตของประชาชนในด้านต่าง โดยในกฎหมายมีการให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ กับองค์กรเหล่านี้ เช่น การยกเว้นภาษี[11] จึงส่งผลให้ในญี่ปุ่นเกิดองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรเกิดขึ้นมากมายหลังจากกฎหมายได้ประกาศใช้ โดยในโออิตะจากข้อมูลในปี 2004 มี NPOs ที่อยู่ภายในจังหวัดถึง 59 องค์กร โดยองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรเหล่านี้ แทบทั้งหมดเกิดขึ้นมาในช่วงหลังปี 1998 โดยเห็นได้จากสถิติในปี 1998 มี NPOs ในโออิตะเพียง 2 องค์กรเท่านั้น จึงแสดงให้เห็นได้ว่าก่อนหน้าปี 1998 องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ยังมีบทบาทในโออิตะไม่มากนัก และสำหรับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในโออิตะในปัจจุบันที่มีอย่างมากมายนั้น ได้มีบทบาทหลักไปในการให้การสนับสนุนในด้านสิทธิ ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ในจังหวัด และดำเนินการโดยอาสาสมัครภายในจังหวัด เช่น องค์กรเรื่องสุขภาพ, องค์กรทางการแพทย์, องค์กรด้านสวัสดิการ, องค์กรด้านการเลี้ยงดูเด็ก, องค์กรด้านการศึกษา ซึ่งถือได้ว่าไม่ได้ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อส่งเสริม OVOP โดยตรง และองค์กรเหล่านี้เป็นองค์กรที่ก่อตั้งมา ในช่วงที่โออิตะได้ฟื้นฟูท้องถิ่นของตนขึ้นมาแล้ว ซึ่งในปัจจุบันองค์กรเหล่านี้ได้ทำหน้าที่ธำรงค์สิทธิ และเสรีภาพ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในโออิตะ

อนึ่ง ในองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรของโออิตะนั้น มีอยู่บ้างที่ทำหน้าที่ด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ Oita OVOP international Exchange Promotion Committee (NPO) แต่ทั้งนี้ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนา ฟื้นฟูพื้นที่ของโออิตะโดยตรงอีกต่อไป แต่จะเน้น

---

[9]จากสารคดีของบริษัท Panorama Documentary ทางช่อง 9 ออกอากาศในวันที่ 16 สิงหาคม 2006

[10]Oita Prefectural Government. Reassurance, Vitality & Growth of Oita Prefecture: Oita in 2006 and Beyond (安心・活力・発展の大分県). (Oita: Planning Promotion Department, 2006), pp. 12 – 22, 55 – 56.

[11]Frank J. Schwartz and Susan J. Pharr. The State of Civil Society in Japan. (New York: Cambridge UP, 2003), pp. 15 – 17.

ไปที่การให้คำแนะนำ และให้การช่วยเหลือแก่ประเทศที่นำแนวคิด OVOP ของโออิตะไปใช้เป็นหลัก ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ก่อตั้งโดยนายฮิระมัตสึ โมริฮิโกะ อดีตผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะและเป็นผู้ริเริ่มแนวทาง OVOP ในโออิตะ ในปี 2005 ในช่วงที่เรียกได้ว่าท้องถิ่นโออิตะได้ผ่านการฟื้นฟูมาแล้ว จนชาวบ้านในท้องถิ่นมีชีวิตความเป็นอยู่ และพึ่งพาตนเองได้ และปัจจุบันนายฮิระมัตสึ ก็ยังดำรงตำแหน่งเป็นประธานขององค์การไม่แสวงหาผลกำไรแห่งนี้ด้วย[12]

ดังนั้น ในการฟื้นฟูท้องถิ่นด้วยนโยบาย OVOP ภาคสังคมที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทจึงมีเพียง ประชาชน กลุ่มหรือสมาคมต่าง ๆ สหกรณ์การเกษตร และห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ

สำหรับบทบาทของทั้งภาครัฐ และประชาสังคมนั้น ภาคส่วนใดจะมีบทบาทมากน้อยอย่างไรในการดำเนินนโยบายฟื้นฟูท้องถิ่นของญี่ปุ่น โดยเฉพาะในกรณีของ OVOP ของโออิตะนั้นเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ในบทต่อไป เพื่อที่จะสามารถเข้าใจถึงบทบาทของภาคส่วนต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมอยู่ใน OVOP และส่งผลให้ OVOP สามารถฟื้นฟูท้องถิ่นอันซบเซาของโออิตะให้กลับมามีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น จนได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาความซบเซาของท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

---

[12]แรกเริ่มองค์กรนี้มีชื่อว่า Oita OVOP 21 Promotion Council ก่อตั้งในปี 2003 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น Oita OVOP international Exchange Promotion Committee (NPO) ในปี 2005 เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ต่างประเทศที่นำแนวคิดของโออิตะไปใช้