

บทบาทภาครัฐ และภาคสังคมใน OVOP ของโออิตะ

ใน “การฟื้นฟูท้องถิ่น” ของญี่ปุ่นนั้น ท้องถิ่นของญี่ปุ่นมีปัญหาทั้งในด้านความถดถอยของความเป็นอยู่ของประชากร และทางด้านเศรษฐกิจ และจำนวนประชากรที่ลดลง เพราะคนรุ่นใหม่มุ่งเข้าไปสู่ภาคเมือง เพราะในท้องถิ่นไม่มีงาน ไม่มีเงินเหมือนในเมือง ดังนั้นรัฐบาลท้องถิ่นของส่วนต่าง ๆ ในญี่ปุ่น เมื่อได้เห็นความสำเร็จของ OVOP ในจังหวัดโออิตะ แล้วจึงหันเข้ามาพยายามฟื้นฟูท้องถิ่นที่ซบเซาของตนเองลงบ้าง

จาก “แนวคิด 4 องค์ประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาด” ที่มีองค์ประกอบ ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) ด้านการผลิต (Production) การเงิน หรืองบประมาณ (Finance) และการตลาด (Marketing) ผู้วิจัยจะนำบทบาทในแต่ละด้าน ส่วนของแนวคิดนี้เข้ามาใช้ในการวิจัย และวิเคราะห์ถึงบทบาทของทั้งภาครัฐ และภาคสังคม ซึ่งจะทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนว่า บทบาทของภาครัฐ และภาคสังคม มีบทบาทมากน้อยเท่าใดในการดำเนินนโยบาย OVOP ในทั้ง 4 องค์ประกอบ

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่ารัฐบาลในระบบของการเมืองญี่ปุ่นนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน นั่นคือ รัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่น ดังนั้น จึงจะแบ่งบทบาทของภาครัฐออกเป็น 2 ส่วนเช่นเดียวกัน นั่นคือ บทบาทของรัฐบาลกลาง และบทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น

รัฐบาลท้องถิ่นถือว่ามียุทธศาสตร์สำคัญยิ่งในการฟื้นฟูท้องถิ่นในญี่ปุ่น สำคัญยิ่งกว่าบทบาทของรัฐบาลกลาง โดยเฉพาะรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะ ที่ทั้งเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการเริ่มต้น และผลักดันการฟื้นฟูท้องถิ่นในจังหวัดตนเอง ซึ่งก็คือจังหวัดโออิตะ และส่งผลอันดีต่อการฟื้นฟูท้องถิ่น จนมีจังหวัดอื่น ๆ ในญี่ปุ่นได้นำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้กับจังหวัดตนเอง หรือแม้กระทั่งในระดับสากลเอง ก็มีการนำแนวคิดของโออิตะไปใช้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา หรือแม้กระทั่งประเทศไทยเองก็ตาม แม้ว่าภาครัฐ

ซึ่งบทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะแม้ว่าจะมีส่วนสำคัญก็ตาม แต่ถ้าขาดในส่วนของภาคสังคม ที่ประกอบด้วยประชาชนในท้องถิ่น และภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ สหกรณ์การเกษตร หรือ Nogyo (農協) และบริษัท หรือห้างร้านต่าง ๆ แล้วไม่ว่าแนวทางหรือนโยบายใด ๆ คงจะไม่ประสบความสำเร็จ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ OVOP ของโออิตะ ได้ให้ความสำคัญกับประชาชนในท้องถิ่นเหนือสิ่งอื่นใด รัฐบาลจะยอมให้ประชาชนเป็นผู้เลือก และตัดสินใจว่าเขาต้องการจะทำอะไร หรือผลิต

อะไร โดยรัฐจะเป็นผู้ให้การสนับสนุนในการเลือก และการตัดสินใจนั้น ๆ ดังนั้น บทบาทของภาคสังคมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าบทบาทภาครัฐ

4.1 ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development)

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุด คือ ภาครัฐในส่วนของรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะมีแนวคิดที่ว่าส่วนสำคัญการผลิตสินค้าไม่ใช่สิ่งที่จะต้องผลิต หรือพัฒนาก่อน หากแต่เป็นกาพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เป็นตัวแทนของแต่ละท้องถิ่น ให้สามารถกลับไปเป็นผู้นำในการฟื้นฟูท้องถิ่นได้ต่อไป โดยมีการผลิตทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

4.1.1 บทบาทภาครัฐต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลตามแนวทาง OVOP ของโออิตะ ถือเป็นสิ่งที่รัฐบาลท้องถิ่นให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และเป็นสิ่งที่ทำก่อนสิ่งอื่น ๆ ในการดำเนินแนวทาง OVOP และเนื่องจาก OVOP เป็นแนวทางริเริ่มโดยรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะโดยตรง รัฐบาลกลางจึงไม่ได้เข้ามา มีบทบาทเกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล รวมทั้งภาคสังคมเองไม่ได้มีบทบาทหลักในการริเริ่มในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลนี้ แต่ในส่วนของประชาชนเองได้มีส่วนในการเข้ามาอยู่ภายใต้บทบาทด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของรัฐบาลโออิตะ คือเข้ามาเป็นผู้รับการฝึกฝนพัฒนา เพื่อกลายเป็นทรัพยากรบุคคลและกลับไปเป็นผู้นำที่มีศักยภาพของท้องถิ่นของตนเองต่อไป รัฐบาลท้องถิ่นจึงมีบทบาทในด้านนี้อย่างเต็มตัว

4.1.1.1 บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น

ในช่วงแรก ๆ ของการดำเนินนโยบายฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะได้เข้ามาเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการพัฒนาคน โดยมีแนวคิดที่ว่า ก่อนที่จะพัฒนาสินค้าได้ต้องสร้างหรือพัฒนาคนเสียก่อน การพัฒนาคนนี้เป็นส่วนสำคัญที่สุดของ OVOP เพราะตามนโยบายของทางโออิตะมีความเชื่อว่า การพัฒนาคนก็มีความสำคัญไม่ได้ยิ่งหย่อนไปกับการพัฒนา หรือผลิตสินค้าแต่อย่างใด

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล หรือ การสร้างคน (人づくり :Human Resource Development) นั้น นายฮิระมัตสึผู้ริเริ่มแนวทาง OVOP ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งนี้ที่สุด ตามที่เขา

ได้กล่าวเน้นว่า การสร้างคนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการดำเนิน OVOP ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เขาตระหนักว่าคนที่ผลิตสินค้า หรือบริการ คือประชาชนในท้องถิ่น ไม่ใช่รัฐบาล ดังนั้นในฐานะที่ประชาชนในท้องถิ่น เป็นผู้ปฏิบัติ จึงมีส่วนสำคัญที่จะพัฒนาคนให้มีความคิดกว้างไกล และสามารถช่วยท้องถิ่นของตนเองในการฟื้นฟูท้องถิ่นได้¹

โดยตามแนวทาง OVOP จะมุ่งเน้นไปที่การสร้างผู้นำท้องถิ่น โดยมีการก่อตั้งโรงเรียนฝึกผู้นำโตโยโนะคุนิ (Toyo no Kuni Development School: 豊の国づくり塾) ซึ่งโรงเรียนโตโยโนะคุนิ ไม่ได้มีเพียงแห่งเดียว แต่จะมีสาขากระจายตัวออกไปทั่วทั้งจังหวัด กว่า 12 แห่ง ในแต่ละแห่งจะรับนักเรียนประมาณ 30 – 40 คน โดยจะมีระยะเวลาในการเรียนทั้งหมด 2 ปี ในการเข้าเรียนจะเป็นช่วงหลังเลิกงานแล้ว โดยจะไม่มีตำราเรียนที่เฉพาะเจาะจง และในโรงเรียนแต่ละสาขาก็จะมีวิชาเรียนที่แตกต่างกันตามความต้องการ และความเหมาะสมของแต่ละท้องถิ่น โดยคนในท้องถิ่นจะมีโอกาสในการออกความคิดเห็นในวิชาที่จะเรียนด้วย² หรือแม้กระทั่งอาจารย์ผู้สอนก็ไม่ได้มีประจำ หรือเจาะจง เพราะจะใช้การเชิญชาวโออิตะที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน หรือฟื้นฟูท้องถิ่นจนเห็นผลมาเป็นผู้บรรยาย เช่น มีการเชิญประธานบริษัทซังวะซูไซ ผู้ผลิตเหล้าสาเกก้าน โขจู จากข้าวบาร์เลย์ ยี่ห้อ “iichiko” สินค้าประจำเมืองอุสะหนึ่งในเหล้าโซจูชื่อดัง ที่มีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ และมีสัดส่วนทางการตลาดที่สูงที่สุดในญี่ปุ่นของจังหวัดโออิตะ ซึ่งประธานบริษัทท่านนั้นนอกจากจะดำเนินกิจการสุราโซจูจนมีชื่อเสียงแล้ว ยังเป็นเจ้าของโรงแรมแบบญี่ปุ่นในเมืองยูฟูอินอีกด้วย มาเป็นผู้บรรยายให้ความรู้แก่นักเรียนของโรงเรียนผู้นำโตโยโนะคุนิ

รัฐบาลโออิตะยังจัดทำโรงเรียนเฉพาะสาขาขึ้นมาอีกมากมายตามความจำเป็น และความต้องการในตอนนั้น ๆ เรื่อยมาจวบจนปัจจุบัน ดังนี้³

- Toyonokuni Shirayuri Juku (โรงเรียนสำหรับพัฒนาประชากรหญิงที่มีลูก และเป็นฝ่าย (Single Mothers)) ในปี 1984
- Toyonokuni Shounin Juku (พัฒนาบุคคลากรด้านธุรกิจ) ในปี 1987

¹Morihiko Hiramatsu, One Village One Product: Spreading throughout the world. (Oita: Oita Oita OVOP International Exchange Promotion Committee, 2006), pp.14 – 15.

²Teruhiko Yoshimura, “Sustainable Local Development and Revitalization: Case of One Village One Product Movement: Its Principles and Implications.” <http://www.uncrd.or.jp> 16/06/06

³Igusa Kunio. “Globalization in Asia and Local Revitalization Efforts: A View from One Village One Product (OVOP) Movement in Oita” <http://www.ide.go.jp/English/Ideas/School/Pdf/igusa.pdf> 04/07/06

- Oita Nougyou Heisei Juku (พัฒนาบุคคลากรด้านการเกษตรในยุคเฮเซ) ในปี 1990
- Nougyou Mirai Juku (พัฒนาบุคคลากรเพื่อการเกษตรสำหรับอนาคต) ในปี 1996
- Toyonokuni Kokusai Kouryuu Karejji (พัฒนาบุคคลากรด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ) ในปี 1998
- Chiiki Bunka Doujou (พัฒนาในบุคคลากรในด้านวัฒนธรรม) ในปี 1999
- Oitaken Fukushi Borantia Dagakkou (พัฒนาบุคคลากรด้าน อาสาสมัครเพื่อสวัสดิการท้องถิ่น) ในปี 1999
- Toyonokuni Kankou Karejji (พัฒนาบุคคลากรด้านการท่องเที่ยว) ในปี 1999
- 21-Seiki Oita Nougyou Juku (พัฒนาบุคคลากรด้านการเกษตรกรรมยุคใหม่) ในปี 2000

ซึ่งนักเรียนที่จบจากโรงเรียนโตโยโนะคุนิได้กลับไปเป็นผู้นำชุมชน เป็นกำนันบ้าง ประธานสหกรณ์การเกษตรบ้าง จึงถือว่าเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการเป็นผู้นำ เพื่อนำประชาชนในท้องถิ่นตนในการฟื้นฟูท้องถิ่นของตนเองตามที่รัฐบาลท้องถิ่นวางเป้าหมายเอาไว้

4.2 ด้านการผลิต (Production)

ผู้ที่มีบทบาทคือ ภาครัฐ ในส่วนของรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะ มีบทบาทในการด้านการผลิตคือ ให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือในด้านเทคนิค โดยมีการจัดตั้งสถาบันเรียนรู้ และสถาบันวิจัยต่าง ๆ เพื่อเพิ่มทักษะ พัฒนาหรือช่วยแก้ปัญหาให้แก่การผลิตของสินค้าในท้องถิ่น

ในส่วนของภาคสังคม ประชาชน กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ และสหกรณ์การเกษตร จะเป็นผู้ที่มีบทบาทในการการผลิต โดยประชาชน และกลุ่มหรือสมาคมต่าง ๆ มีบทบาทในการผลิตสินค้าทั้งจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ประชาชนมักจะมีบทบาทในการผลิตสินค้าแบบสด ๆ ยังไม่แปรรูป หรือผลิตวัตถุดิบเพื่อการแปรรูป ซึ่งกลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ จะมีบทบาทสำคัญในการผลิตสินค้าแปรรูปแล้ว โดยเฉพาะสินค้าจากวัตถุดิบทางเกษตรกรรม ส่วนสหกรณ์การเกษตร โดยเฉพาะสหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นของแต่ละท้องถิ่น มีบทบาทในการการผลิตในส่วนของสวัสดิการ อุปกรณ์การผลิต และให้คำแนะนำในการผลิตแก่ประชาชนในท้องถิ่น

4.2.1 บทบาทภาครัฐต่อการผลิต

บทบาทภาครัฐในด้านการผลิตนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น และบทบาทของรัฐบาลกลาง ซึ่งบทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นนั้น ตามที่ได้กล่าวมามีความสำคัญ และเป็นปัจจัยหลักต่อการฟื้นฟูท้องถิ่นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในกรณีของ OVOP ของโออิตะ แต่ทว่าในส่วนของรัฐบาลท้องถิ่นนั้นไม่ได้มีนโยบาย หรือการช่วยเหลือใด ๆ ที่มุ่งตรงเข้ามาช่วยเหลือในด้านการผลิตโดยตรง แต่จะมีบทบาทในด้านการเงิน และงบประมาณซึ่งจะได้กล่าวในหัวข้อถัดไป

4.2.1.1 บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น

รัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการฟื้นฟูท้องถิ่นญี่ปุ่น เนื่องด้วยท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรัฐบาลท้องถิ่นมากกว่ารัฐบาลกลาง ดังนั้นรัฐบาลท้องถิ่นจึงเป็นฝ่ายที่รับรู้ความยากลำบาก และความเดือดร้อนของคนในท้องถิ่นได้มากกว่ารัฐบาลกลาง ซึ่งมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ในกรณีของ OVOP ของโออิตะนั้น ถือได้ว่ารัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งยวดเพราะเป็นผู้ที่ริเริ่มที่จะนำเอาแนวคิดฟื้นฟูท้องถิ่นขึ้นมาใช้ในจังหวัดโออิตะ และได้เข้ามาช่วยประชากรในจังหวัดในทุกด้าน แต่สำหรับด้านการผลิต รัฐบาลโออิตะได้เข้ามาช่วยอย่างมากมาย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะกล่าวว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดจะต้องไม่ให้ความช่วยเหลือออกมาเป็นรูปตัวเงินให้เปล่า (subsidy) ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น แต่จะเน้นให้พวกเขาพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน

บทบาทในด้านการผลิตซึ่งในโออิตะจะมีการผลิตทั้งการผลิตสินค้าที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ โดยมีการอบรมชาวบ้าน ประกอบกับ การพัฒนาคนก่อน ให้มีความรู้ ความคิด และรู้แนวทางในการฟื้นฟูท้องถิ่น แล้วจึงให้คนพัฒนาสินค้า ดังนั้น บุคลากรที่จบจากโรงเรียน หรือสถาบันความรู้ต่าง ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแล ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในด้านการผลิต นอกจากนั้น รัฐบาลท้องถิ่นโออิตะยังจะสร้างสถาบันวิจัย และสถาบันให้คำแนะนำต่าง ๆ มากมายกระจายอยู่ในจังหวัด

นอกจากนี้ในการผลิตสินค้าทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ รัฐบาลท้องถิ่นโออิตะยังช่วยในด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาสินค้าโดยผ่านสถาบันวิจัย หรือให้คำแนะนำต่าง ๆ เมื่อเกิดปัญหาอันใดขึ้น (Support for Improvement and Development of Sale Promotion &

Merchandise: 商品改良・開発の支援) ผ่านสถาบันต่าง ๆ ที่ทางรัฐบาลท้องถิ่นได้ก่อตั้งขึ้น โดยให้ประชาชนที่ประสบปัญหา หรือต้องการคำแนะนำในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ทั้งจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ได้เข้าไปใช้บริการ

4.2.2 บทบาทภาคสังคมต่อการผลิต

บทบาทภาคสังคมนั้น ประกอบไปด้วย ตัวประชาชน กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ สหกรณ์ การเกษตร รวมทั้ง ห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ ซึ่งทุกภาคส่วนในภาคสังคมนั้นล้วนมีบทบาทใน OVOP โดยเฉพาะประชาชน และกลุ่มประชาชน นั่นก็คือ กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ มีบทบาทอย่างยิ่งในด้านการผลิตนี้ เพราะถือเป็นผู้ผลิตสินค้าทั้งจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้โดยตรง ส่วนสหกรณ์ การเกษตรเองก็มีส่วนสำคัญเพราะโดยส่วนใหญ่แล้วท้องถิ่น ประชาชนจะมีอาชีพหลักคือภาคเกษตรกรรม สินค้าที่ออกมาจึงเป็นสินค้าทางเกษตรกรรมเสียเป็นส่วนใหญ่ สหกรณ์การเกษตรจึงมีส่วนสำคัญในด้านการสนับสนุนด้านการผลิตด้วย ส่วนห้างร้าน และบริษัทต่าง ๆ ไม่ได้มีบทบาทในส่วนของการผลิต

4.2.2.1 ประชาชน

ประชาชนโออิตะมีบทบาทหลักเป็นผู้ผลิต และเป็นผู้ค้นหาว่าตนเองอยากทำอะไรเป็นสินค้า โดยมีผู้นำท้องถิ่นให้การแนะนำ โดยในจุดนี้ผู้นำของประชาชนในท้องถิ่นถือว่ามีความสำคัญเพราะจะต้องเป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือ ชาวบ้านในท้องถิ่นให้การยอมรับ และต้องมีความคิดที่ก้าวไกล มีวิสัยทัศน์ที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อคอยช่วยเหลือในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจังหวัดโออิตะนั้น ผู้นำท้องถิ่นจะเป็นคนท้องถิ่นนั้น ๆ เอง ซึ่งได้รับการเรียนรู้ในด้านการบริหาร จัดการ และแนวความคิดในการผลิตสินค้า หรือบริการ หรือการดูแลแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จากโรงเรียนพัฒนาผู้นำอยู่แล้ว

ในส่วนของตัวประชาชนในท้องถิ่นเองนอกจากที่จะผลิตสินค้าที่เป็นสินค้าที่จับต้องได้ จำพวกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แล้ว สินค้าที่จับต้องไม่ได้จำพวก แหล่งท่องเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ เองก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้การฟื้นฟูท้องถิ่นประสบความสำเร็จ เพราะจะไปดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวภายในจังหวัด ซึ่งชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ต้องทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตที่ดี กล่าวคือ เป็นเจ้าบ้านที่ดี หรือผู้ให้บริการที่ดีด้วย ซึ่งชาวบ้านจะต้องมีความร่วมมือร่วมใจกันสร้างให้ท้องถิ่นยังคงเป็นไปตามเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ไม่ว่าจะสภาพบ้านเมือง เทศกาลต่าง ๆ

และในการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ชาวบ้านในท้องถิ่นได้มีความร่วมแรงร่วมใจกันกันในการดำรงบ้านเมืองของตนเอาไว้ในแบบเดิม ๆ หรือดำเนินชีวิตแบบเดิม ๆ เพื่อจะได้ให้กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ท้องถิ่นอื่นยากที่จะเลียนแบบ และกลายเป็นจุดขาย ยกตัวอย่างในเมืองยุฟุอิน ในโออิตะ ที่ชาวบ้านต้องรักษาการดำเนินชีวิต และสภาพของเมืองเอาไว้ในแบบดั้งเดิม มีการรณรงค์ และตกลงกันภายในท้องถิ่นที่จะจำกัดการขยายตัวของโรงแรมในพื้นที่ มีการควบคุมอาคารที่สูงเกิน 4 ชั้น ไม่ขยายถนน นอกจากนั้น ร้านขายสินค้าในเมืองยังคงรักษาสภาพอาคารบ้านเรือนแบบดั้งเดิมเอาไว้ และร้านค้าทุกร้านจะยินยอมพร้อมใจกันปิดในเวลา 5 โมงเย็น เพื่อให้เมืองคืนชีวิตสู่ความสงบสุข สิ่งเหล่านี้เป็นจุดขายที่สำคัญที่ทำให้ยุฟุอินเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งคนในประเทศ และต่างประเทศไปเยือนกว่าปีละกว่า 4 ล้าน⁴ ดังนั้น การรักษาเมืองให้อยู่ในสภาพเดิม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีความร่วมมือร่วมใจกันสร้างนั้น เป็นการสร้างเมืองในรูปแบบหนึ่ง แม้จะไม่ได้สร้างขึ้นมาใหม่แต่ก็ดำรงไว้ให้อยู่เหมือนเดิม เป็นการสร้างเอกลักษณ์สำหรับสินค้าที่จับต้องไม่ได้

ในบางท้องถิ่นอาจจะไม่ได้ดำรงสภาพของท้องถิ่นดั้งเดิมเอาไว้ แต่ก็ได้อาประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมเก่าแก่ในท้องถิ่นตนเองเข้ามาเป็นแนวคิด และสร้างจุดขายโดยการสร้างขึ้นมาใหม่ ดังจะเห็นได้จากเมืองบุงโกะทาคาตะ ในโออิตะที่ได้นำประวัติศาสตร์ของเมืองที่ว่าสิ่งปลูกสร้างที่เป็นอาคารต่าง ๆ ภายในเมืองนั้น ได้สร้างมาตั้งแต่สมัยก่อนปี 1960 ในช่วงกลางยุคโชวะ เลยได้นำประวัติศาสตร์ของเมืองมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการร่วมมือกันบูรณะย่านสินค้าใจกลางเมืองทั้งหมดเลียนแบบสมัยโชวะ เป็นการย้อนยุคเมืองกลับไปเมื่อ 50 ปีที่แล้ว โดยร้านค้าทั้งหมดในบริเวณใจกลางเมืองได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เป็นสมัยเก่าทั้งหมด ทั้งตัวอาคาร ป้ายต่าง ๆ การออกแบบตกแต่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่จะจัดจำหน่ายภายในร้านค้าเหล่านั้นก็ถูกออกแบบให้ย้อนยุค โดยได้รับการออกแบบ และช่วยเหลือในด้านผลิตภัณฑ์จากช่างในท้องถิ่นรุ่นเก่าแก่ที่มีชีวิตมาตั้งแต่สมัยโชวะ⁵

ในส่วนของงานเทศกาลต่าง ๆ เองประชาชนในท้องถิ่นมีความร่วมมือร่วมใจกันเป็นอย่างมากให้คงอยู่ งานเทศกาลทั้งหลายมีอย่างมากมายในโออิตะ ซึ่งเมื่อจะถึงงานเทศกาล เช่นงานเทศกาลเดินรำสุนัขจิ้งจอก (Kitsune Odori: キツネ踊り) หรือเทศกาลเดินรำอายะ (Aya Odori: アヤ踊り) ในหมู่บ้านอิเมะชิม่า ซึ่งเป็นงานเดินรำท้องถิ่นที่สืบทอดกันมายาวนานตั้งแต่

⁴นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์. มหัศจรรย์หมู่บ้านหลังเขา Global Village พอเพียงและยั่งยืน ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์. (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Brand Ages Books, 2550), น. 133 – 137.

⁵เรื่องเดียวกัน, น. 161 – 162.

สมัยคามาคุระของท้องถิ่นนี้ และจัดเป็นประจำทุกเดือนสิงหาคมของทุกปี ในช่วงเทศกาลเซ็งมั่ง ญี่ปุ่น หรือโอบัง (Obon: お盆) ชาวบ้านในท้องถิ่นทั้งชาวบ้านธรรมดา และเด็กนักเรียนในโรงเรียนท้องถิ่นของฮิเมะชิม่า จะต้องมีตัวแทนเพื่อที่จะฝึกซ้อม และออกแสดงเพื่อท้องถิ่น และรักษาประเพณีเอกลักษณ์นี้ในทุก ๆ ปี

ภาพประกอบที่ 4.1

การแสดงเต้นรำสุนัขจิ้งจอก ในหมู่บ้านฮิเมะชิม่า



ที่มา: <http://www.himeshima.jp>

ภาพประกอบที่ 4.2

การแสดงเต้นรำอายุะในหมู่บ้านฮิเมะชิม่า



ที่มา: <http://www.himeshima.jp>

ดังนั้นในด้านการผลิตเองบทบาทของประชาชนจึงมีความสำคัญในด้านการเป็นผู้ผลิตท้องถิ่น ให้ยังคงเป็นเอกลักษณ์ในการเป็นท้องถิ่นนั้น ๆ ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นสินค้า สถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ หรือการบริการต่าง ๆ ด้วยจิตวิญญาณของการเป็นคนในท้องถิ่น ที่ทำเพื่อท้องถิ่น ด้วยความเต็มใจ ร่วมมือร่วมใจ และภูมิใจที่ได้ทำเพื่อท้องถิ่นของตน

4.2.2.2 กลุ่ม หรือสมาคมต่าง ๆ

ในการจัดตั้งกลุ่ม หรือสมาคมเพื่อร่วมกันคิดผลิต และพัฒนาสินค้านั้น ในโออิตะกลุ่มโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่ม หรือสมาคมสตรี หรือไม่ก็เป็นกลุ่มผู้สูงอายุเสียเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มเหล่านี้โดยมากจะมีบทบาทเป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูปทางการเกษตร

สำหรับในโออิตะเองให้ความสำคัญแก่กลุ่มสตรี หรือผู้สูงอายุเหล่านี้มากเลยทีเดียว โดยกลุ่มหรือสมาคมเหล่านี้จะมีการรวมกลุ่มกันเพื่อคิด สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยในโออิตะมีกลุ่มหรือสมาคมสตรีที่รวมตัวกันเพื่อแปรรูปสินค้าอยู่กว่า 339 กลุ่ม ซึ่งนับว่าเป็นจังหวัดที่มีกลุ่มสตรีที่เป็นผู้แปรรูปเป็นอันดับ 2 ในคิวชู และอันดับ 4 ในประเทศญี่ปุ่น

กลุ่มสตรีแรก ๆ และมีผลประกอบการอันโดดเด่นและเป็นแนวทาง ตัวอย่างให้แก่สตรีอื่น ๆ หันมารวมกลุ่มเพื่อทำงานนั้น มีตัวอย่างเช่น สมาคมสตรีเมงุมิ (Megumi-Kai:恵会) ในเมืองโอกิ ซึ่งแปรรูปมะเขือเทศที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นโอกิ ให้เป็นซอสมะเขือเทศ ซึ่งให้มูลค่าเพิ่มมากขึ้น และสร้างเอกลักษณ์มากกว่าที่จะขายมะเขือเทศสด ๆ หรืออีกหนึ่งกลุ่มสำคัญคือ กลุ่มสตรีอะซะมิจิ (Aze-michi Group:畦道グループ) ของเมืองอะซะมิกาสะรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตร้านขนมคุกกี้ที่ทำด้วยมือ (Handmade Cookies Shop) โดยนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นคุกกี้ และเปิดร้านขายจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของเมืองอะซะมิกาสะ⁶ กลุ่มสตรีที่ผลิตขนมคุกกี้ทำด้วยมือนี้เป็นกลุ่มของสตรีสูงอายุ และได้มีแนวคิดพื่อนำขนมท้องถิ่นที่ไม่ค่อยมีคนทำแล้วในปัจจุบัน แต่สตรีเหล่านี้ยังจำสูตรได้อยู่ และประทับใจในรสชาติของขนมท้องถิ่นนี้ จึงตัดสินใจทำขนมคุกกี้ท้องถิ่นสูตรเก่าแก่นี้เพื่อออกวางจำหน่าย⁷

ในการให้ความสำคัญกับสตรีในพื้นที่นี้ถือว่าเป็นความคิดอันกว้างไกลของรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะ เพราะถือเป็นการแก้ปัญหาความขบเซาในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เนื่องจากปัญหา

⁶สัมภาษณ์ Mr.Shoji KIMOTO, Planning Director ของ Oita OVOP International Exchange Promotion Committee, 7 ธันวาคม 2549

⁷<http://www.nfe.go.th/japan/oita.html> 16/06/2006

ท้องถิ่นที่ซบเซาลงนั้นเป็นเพราะกลุ่มคนวัยทำงานโดยเฉพาะผู้ชาย ได้อพยพเข้าภาคเมืองเพื่อทำงานในภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรม ดังนั้นในท้องถิ่นจึงเหลือแต่ผู้หญิง และผู้สูงอายุ

ซึ่งสำหรับผู้หญิงแล้วในความเป็นจริงก็สามารถเดินทางไปเมืองใหญ่ ๆ เพื่อทำงานได้ แต่บริษัท หรือโรงงานอุตสาหกรรมในเมืองในขณะนั้นยอมรับทำงานแต่ผู้ชาย ดังนั้นผู้หญิงที่มีศักยภาพในการทำงาน มีแนวคิด วิสัยทัศน์ที่ดี มีพลังในการทำงานจึงมีอยู่ล้นหลามทั่วไปในท้องถิ่นต่าง ๆ ในโอฮิตะเนื่องด้วยมีความคิด แต่ไม่มีโอกาสไปทำงานในเมือง ดังนั้น การที่เปิดโอกาส และให้การสนับสนุนสตรีในการรวมกลุ่มเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์จึงเป็นการให้โอกาสสตรีในการใช้ศักยภาพ และความสามารถของตนเองในการทำเพื่อท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่

4.2.2.3 สหกรณ์การเกษตร

สหกรณ์การเกษตรเองไม่ได้มีบทบาทในการผลิตสินค้าต่าง ๆ อย่างเต็มตัวเพราะไม่ได้เป็นผู้ผลิต แต่ก็กล่าวได้ว่าเป็นผู้สนับสนุนที่สำคัญ เพราะคอยสนับสนุน และให้บริการในด้านสวัสดิการหรืออุปกรณ์เครื่องมือ คำแนะนำในการทำเกษตร รวมทั้งปัจจัยในการผลิตในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ปุ๋ย แก่คนในท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นในโอฮิตะเอง สหกรณ์จะมีกระจายในทุก ๆ ท้องที่ของโอฮิตะ และประธานของสหกรณ์จะเป็นคนในท้องถิ่นนั้น ๆ เอง ดังนั้น สหกรณ์แต่ละที่จึงมีการบริหารงาน และความเข้าใจในตัวท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นอย่างดี เพราะเป็นประชาชนในท้องถิ่นนี้เองที่เป็นผู้ดำเนินงาน บริหารงาน และเป็นสมาชิกอยู่ในสหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นของตนเอง

4.3 ด้านงบประมาณ (Finance)

ภาครัฐทั้งรัฐบาลท้องถิ่น และรัฐบาลกลาง มีส่วนร่วมในด้านงบประมาณเช่นกัน โดยรัฐบาลท้องถิ่นโอฮิตะ จะไม่ได้สนับสนุนทางการเงิน หรืองบประมาณออกมาเป็นตัวเงิน แต่จะใช้เงินงบประมาณของจังหวัดไปในการจัดตั้งสถาบัน หรือแหล่งเรียนรู้ แหล่งวิจัยภายในจังหวัด เพื่อให้ประชาชนในจังหวัดสามารถใช้บริการได้ รวมทั้งยังนำงบประมาณจังหวัดมาใช้ในการจัดเทศกาล หรืองานต่าง ๆ ที่สร้างหน้าตา และเอกลักษณ์ให้แก่จังหวัดโอฮิตะ เช่นงานแข่งขันกีฬา รถเข็นผู้พิการระดับนานาชาติ ส่วนรัฐบาลกลางจะให้การสนับสนุนเป็นตัวเงินให้เปล่าในปี 1988 และในปี 1993 มีการใช้งบประมาณแผ่นดินเพื่อสร้าง “สถานีริมทาง” เพื่อให้เป็นที่พักผ่อนของผู้ใช้

ภาคสังคมที่มีบทบาทในการเงิน และงบประมาณ คือสหกรณ์การเกษตรเพราะเป็นผู้คอยให้การสนับสนุนด้านการกู้ยืมเงิน หรือสนับสนุนด้านการเงินแก่ประชาชน หรือกลุ่มต่าง ๆ ในท้องถิ่นตนเอง

4.3.1 บทบาทภาครัฐในการจัดสรรงบประมาณ สนับสนุน

4.3.1.1 บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น

ตามหลักการแต่เบื้องต้นที่ว่า Self-reliance and Creativity (自主自立・創意工夫) ดังนั้นบทบาททางด้านการเงินจึงจะไม่ได้ให้เป็นตัวเงิน หรืองบประมาณแต่จะช่วยในด้านการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อให้คนท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตัวเองได้

การก่อตั้งสถาบันวิจัยต่าง ๆ หรือสถาบันที่ให้ความรู้ และคำปรึกษาแก่คนโออิตะเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการที่จะฟื้นฟูท้องถิ่น จนทำให้ชาวโออิตะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และดีอย่างยั่งยืน เพราะสถาบัน หรือศูนย์วิจัย หรือสถาบันให้ความรู้ต่าง ๆ จะไม่ได้ช่วยคนท้องถิ่นในรูปแบบของเงิน แต่จะให้การช่วยเหลือในด้านคำแนะนำ ความรู้แทน ซึ่งคนท้องถิ่นใด ๆ ในจังหวัดโออิตะจะเข้ามาขอคำแนะนำ และขอความรู้จากสถาบันต่าง ๆ ที่รัฐบาลโออิตะจัดสรรให้ได้ โดยสถาบันต่าง ๆ นั้นมีสถาบันของหลายแขนงมากมาย สถาบันต่าง ๆ ในจังหวัดโออิตะมีดังต่อไปนี้

- ศูนย์วิจัยทางเกษตรกรรม และประมง (Agriculture & Fishery Research Center: 農業水産研究センター)
- สถานีทดลองการประมง (Fishery Experimental Station: 大分県海洋水産研究センター)
- สถานีทดลองสัตว์ที่เลี้ยงในฟาร์ม (Livestock Experimental Station: 畜産試験場)
- สถาบันวิจัยเห็ด (Mushroom Research Institute: きのこと研究所)
- สถาบันวิจัยพฤกษชาติ (Floricultural Research Center: 花き研究所)
- ศูนย์ให้คำแนะนำ และฝึกหัดถถกรรมไม้ไผ่แห่งจังหวัดโออิตะ (Oita Prefectural Bamboo Crafts Training Guidance Center: 竹工芸・訓練指導センター)
- สถาบันวิจัยอุตสาหกรรม (Industrial Research Institute: 産業科学技術センター)

นอกจากนี้รัฐบาลท้องถิ่นโออิตะยังมีการลงทุนในด้านการจัดงานระดับจังหวัด หรือระดับนานาชาติ เพื่อดึงดูดคนเข้ามาท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดโออิตะ และทำให้

จังหวัดโออิตะเป็นที่รู้จัก เช่น การจัดงานกีฬา โดยงานกีฬาที่รัฐบาลโออิตะจัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามามีการจัดอย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญที่สุด และสร้างชื่อเสียงให้โออิตะคือ การแข่งขันมาราธอนรถเข็นผู้พิการนานาชาติโออิตะ (Oita International Wheelchair Marathon: 大分国際車いすマラソン大会) ซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อปี 1981 และกลายเป็นการแข่งขันที่เป็นเอกลักษณ์ของโออิตะในระดับชาติ และระดับนานาชาติ เนื่องจากเป็นการแข่งขันที่ใหญ่ที่สุดในโลกโดยจัดต่อเนื่องทุกปี และมีผู้เข้าแข่งขันจากทั่วโลก โดยในปี 2005 เป็นการแข่งขันครั้งที่ 25 และมีผู้เข้าแข่งขัน 320 คน จากกว่า 20 ประเทศ

มีการจัดงบประมาณเพื่อจัดทำ ระบบการให้เงิน หรือรางวัลแก่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างประโยชน์ ด้านการฟื้นฟูท้องถิ่นให้แก่โออิตะ (Rewards for Achievement Program: 功績に対する顕彰制度) เพื่อขวัญ และกำลังใจในการทำงานต่อของผู้ที่ประสบผลสำเร็จในการสร้างประโยชน์ และฟื้นฟูท้องถิ่น อีกทั้งเป็นตัวอย่งให้แก่คนโออิตะคนอื่น

ลงทุนในการจัดตั้งทีมฟุตบอลในนามทีมทรินิต้า Oita's soccer team Trinita เพื่อที่จะทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์จังหวัดโออิตะให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศผ่านการลงลึกเพื่อแข่งขันฟุตบอลทั่วประเทศญี่ปุ่น

4.3.1.2 บทบาทของรัฐบาลกลาง

ทางด้านการเงิน และงบประมาณ เป็นการช่วยเหลือแบบให้เงินอุดหนุน (Subsidy) ที่ละ 100 ล้านเยนแบบให้เปล่ากับท้องที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ตามนโยบาย “โครงการแผนฟื้นฟูบ้านเกิด” หรือ “故郷創生事業 (Furusato Sousei Jigyou)” เพื่อให้ท้องถิ่นจัดสรรเงินที่ได้รับนั้นกันเอง และสั่งการให้นำไปพัฒนา ฟื้นฟูท้องถิ่นของตนตามแนวนโยบายของรัฐบาลกลาง ในช่วงปี 1988 โดยท้องที่ต่าง ๆ ในโออิตะนั้นนำเงินที่ได้รับมาเพื่อนำไปต่อยอด OVOP ในทุกท้องถิ่น⁸ เพราะโออิตะนั้นได้มีแนวทาง OVOP ใช้งานในทุกท้องถิ่นในโออิตะอยู่ก่อนแล้ว ตั้งแต่ในปี 1979 จึงมีความพร้อมในการนำเงินมาสานต่อกันอย่างเป็นแนวทางเดียวกันในทุกท้องที่ในจังหวัด ผิดกับหลายท้องที่ในหลาย ๆ จังหวัดที่ไม่มีความพร้อมมาก่อน พอได้เงินมาทันทีจึงได้นำไปใช้ในสิ่งที่ไม่ได้มีผลระยะยาวในการพัฒนาท้องถิ่นของตน

⁸<http://ja.wikipedia.org> 03/02/06

4.3.2 บทบาทภาคสังคมในการสนับสนุนทางการเงิน

4.3.2.1 สหกรณ์การเกษตร (Nokyo)

ในด้านงบประมาณ หรือการเงิน สหกรณ์การเกษตรถือว่าเป็นแหล่งเงินทุน และแหล่งกู่ยืมที่เป็นตัวเงินที่สำคัญ เพราะนอกจากสหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นในแต่ละท้องถิ่นนั้นจะสามารถบริหารงาน และการเงินของตนเองได้แล้ว เมื่อถ้ามีปัญหาเรื่องการเงิน สหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นยังจะมีธนาคารสหกรณ์การเกษตร The Nourin Chukin Bank สังกัดสหกรณ์การเกษตรแห่งชาติ (JA-ZENCHU) เป็นอีกแหล่งเงินทุนที่สามารถให้สมาชิกของสหกรณ์กู่ยืมได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ถ้าสหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นแห่งใด สามารถที่จะทำผลประกอบการได้ดี และพึ่งพาตัวเองได้มาก ไม่ต้องพึ่งพาสหกรณ์การเกษตรแห่งชาติได้มากเท่าไร ความอิสระในการบริการ และอิสระจากนโยบายจากสหกรณ์การเกษตรแห่งชาติก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น

สำหรับสหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นของโออิตะโดยมากแล้วพึ่งพาตัวเองได้มาก เพราะแต่ละท้องถิ่นมีผลประกอบการที่ดี เช่น สหกรณ์การเกษตรท้องถิ่นของเมืองโอยามะปัจจุบันมีเงินทุนสหกรณ์ที่เริ่มต้นในตอนก่อตั้งเพียง 1.5 ล้าน เมื่อกว่า 40 ปีก่อน (ราวปลายทศวรรษที่ 1960) แต่ในปัจจุบัน สหกรณ์การเกษตรแห่งนี้ได้ประกอบการจากการช่วยเหลือ และส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นให้ทำการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ที่เป็นบ๊วย และเกาลัด และช่วยในเรื่องการขาย โดยเปิดเป็นร้านของสหกรณ์การเกษตรโอยามะ จนในปัจจุบันเงินทุนนั้นเพิ่มเป็น 20 ล้านเยน ทำให้เป็นสหกรณ์การเกษตรที่พึ่งพาตนเองได้ และมีอิสรภาพในการบริหารจัดการตนเอง โดยสิ่งที่พิเศษสำหรับสหกรณ์การเกษตรโอยามะคือ มีการนำเงินทุนของสหกรณ์ใช้ไปในการพาคนในท้องถิ่นไปเที่ยวต่างประเทศในแต่ละปี⁹ จนคนท้องถิ่นโอยามะมีส่วนในการถือครองหนังสือเดินทางมากเป็นอันดับต้น ๆ ของญี่ปุ่น ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมร่างกายแรงใจในการพยายามทำงานเพื่อท้องถิ่นของตนเองต่อไป

4.3.2.2 ห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ

ห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ ในโออิตะมีบทบาทในการเงิน ในด้านการบริจาคเงิน ห้างสรรพสินค้าโทกิวะสาขาในโออิตะ บริจาคเงินให้แก่รัฐบาลโออิตะ 100 ล้านเยน (ราว 30 ล้าน

⁹ นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์. มหัศจรรย์หมู่บ้านหลังเขา Global Village พอเพียงและยั่งยืน ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์, น. 149 – 151.

บาท) ในปี 1980 เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูท้องถิ่น ซึ่งรัฐบาลโอดีตะนำเงินที่ได้รับบริจาคนั้น นำมา ก่อตั้งสถาบันส่งเสริม OVOP ในจังหวัดโอดีตะ ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐที่ดูแลในเรื่องการส่งเสริม OVOP ในด้านต่าง ๆ¹⁰

4.4 ด้านการตลาด (Marketing)

ทุกภาคส่วนมีบทบาททางด้านนี้ด้วยกันทั้งสิ้น ในส่วนของภาครัฐ รัฐบาลท้องถิ่นโอดีตะ มีส่วนสำคัญมากในด้านการตลาด โดย นายฮิระมัตสึ ผู้ว่าราชการโอดีตะในสมัยฟื้นฟูท้องถิ่น ได้ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนขาย เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของโอดีตะในส่วนของตัวรัฐบาลท้องถิ่นเอง ก็มี หน้าที่ทางการตลาดทั้งส่วนของการประชาสัมพันธ์ โดยมีการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวของโอดีตะออกไปในรูปแบบต่าง ๆ ทางด้านสถานที่ หรือช่องทางการ กระจายสินค้า รัฐเองก็มีบทบาทในหลายรูปแบบ ทั้งจัดสร้าง “สถานีบ้านเกิด” ในทุกท้องถิ่นของโอดี ตะ เพื่อเป็นแหล่งกระจายสินค้า และบริการ และประชาสัมพันธ์สินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว รัฐบาลกลางมีบทบาททางการตลาดคือ มีการสร้าง “สถานีริมทาง” เนื่องจากมีจุดประสงค์ใน การจัดสร้างให้เป็นที่พักผ่อนของผู้ใช้ทางหลวงขณะเดินทาง ดังนั้น จึงมีสถานีริมทางทั่วประเทศ มากบ้างน้อยบ้างในแต่ละจังหวัด ในโอดีตะมีเพียง 11 แห่งตามที่ได้กล่าวมา ซึ่งไม่เพียงพอแต่ก็ถือ ว่าเป็นการช่วยเหลือในด้านช่องทางการกระจายสินค้าในรูปแบบหนึ่ง แต่ไม่ได้สร้างเอกลักษณ์หรือ จุดขายมากนักให้แก่ท้องถิ่น

ภาคสังคม ในด้านการตลาดนี้ สหกรณ์การเกษตร และห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ มี บทบาทในส่วนของการตลาดในด้านสถานที่ และช่องทางการกระจายสินค้าอย่างเต็มตัว

4.4.1 บทบาทภาครัฐในการสนับสนุนทางการตลาด

4.4.1.1 บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น

รัฐบาลท้องถิ่นของโอดีตะมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในด้านการตลาด โดยมีบทบาท ครอบคลุมส่วนในบทบาทด้านการตลาดนี้

¹⁰จากแผ่นพับ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 21 เผยแพร่จิตวิญญาณของ ชุมชนสู่ประชาคม เมือง แผ่นพับแจกในงาน OTOP to The World 2005 จัดทำโดย Oita OVOP 21 Promotion Council, 2005

นายอิระมัดดี ได้มีแนวคิดที่รัฐควรจะมีหน้าที่ทางการตลาด หรือประชาสัมพันธ์สินค้า หรือบริการของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก นายอิระมัดดีทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์ในทุกที่ที่เขาได้มีโอกาสไป แม้กระทั่งในต่างประเทศ หรือแม้กระทั่งรับบทบาทเป็นตัวแทนขาย (Salesman) เสียเอง ซึ่งบทบาทนี้ถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญมาก เพราะสินค้าที่ดี จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงจะประสบความสำเร็จในการขาย ซึ่งนายอิระมัดดีในฐานะผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นตัวแทนของโออิตะ ได้นำสินค้าของโออิตะไปประชาสัมพันธ์ในวาระต่าง ๆ นายอิระมัดดีเป็นคนแรกที่ผลักดันให้สุรากลั่นโซจู ซึ่งถือเป็นสุรากลั่นโซจูในรูปแบบหนึ่งเข้าไปเป็นหนึ่งในเมนูในภัตตาคาร

ในช่วงที่ดำรงตำแหน่งเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ เขามีโอกาสเดินทางไปในโตเกียว โดยระหว่างนั้นเขาได้เอาสุรากลั่นโซจูของโออิตะไปด้วย มีคนท้องถิ่นโออิตะคนหนึ่งเคยบอกเขาว่า ถ้านำสุรากลั่นโซจูผสมกับน้ำร้อน และบีบมะนาวคาบสีลงไปเล็กน้อยจะทำให้รสชาติอร่อยขึ้นมาก และยังทำให้ไม่เมาค้างอีกด้วย ด้วยความน่าสนใจของวิธีดื่มสุราชนิดนี้ในลักษณะนี้ เขาจึงนำเอาสุรากลั่นโซจูของโออิตะเข้าไปเสนอให้แก่เจ้าของภัตตาคารชั้นสูงชื่อดังในย่านภัตตาคารในกรุงโตเกียว โดยได้เข้าไปอธิบายวิธีการดื่มประกอบด้วยในภัตตาคารเหล่านั้นหลายแห่ง เขาคิดว่า ถ้าเขาซึ่งเป็นผู้ว่าราชการโออิตะ ถ้าเข้าไปพูดถึงสินค้าโออิตะเอง ก็น่าจะมีความน่าเชื่อถือไม่น้อย โดยในที่สุดเขาก็ได้รับการติดต่อจากหนึ่งในภัตตาคารชื่อดังในย่านที่เขานำเอาสุรากลั่นโซจูไปเสนอ จนปัจจุบันสุรากลั่นโซจูของโออิตะกลายเป็นสินค้าเอกลักษณ์ของจังหวัด และมีสัดส่วนทางการตลาดในประเทศญี่ปุ่นในสินค้าชนิดเดียวกันนี้เป็นอันดับหนึ่ง¹¹

การเป็นผู้ว่าราชการจังหวัด ซึ่งเป็นหัวหน้ารัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะมีอำนาจ และความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นคนที่คุณในจังหวัดวางใจ เชื่อใจ และพร้อมใจกันเลือกขึ้นมา ดังนั้น ในฐานะตัวแทนโดยองค์รวมของท้องถิ่น เขาจึงเลือกทำหน้าที่เป็นตัวแทนขาย เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าโออิตะให้มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ในฐานะตัวแทนของรัฐบาลท้องถิ่นจังหวัดโออิตะ นายอิระมัดดี มักจะถือโอกาสในการที่ได้ไปเยือนสถานที่ต่าง ๆ หรือไปบรรยาย ณ สถานที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ หรือแม้กระทั่งในต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดโออิตะ และสินค้าโออิตะให้เป็นที่รู้จัก

ในส่วนของรัฐบาลโออิตะ ได้เป็นแนวร่วมในการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการของโออิตะในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ในพื้นที่ของส่วนราชการต่าง ๆ รวมทั้งในเขตเทศบาลต่าง ๆ จะมีป้ายโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์สินค้า หรือสถานที่ท่องเที่ยวในโออิตะ โดยรัฐจะเป็นผู้ลงทุน หรือแม้กระทั่งที่พื้นถนนในจุดต่าง ๆ ในแต่ละเมืองของจังหวัดโออิตะก็จะมีการทำภาพ หรือศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ ที่สื่อถึงสินค้า และบริการของโออิตะอยู่ด้วย เป็นการช่วยเหลือคนในท้องถิ่นในด้าน

¹¹平松守彦 (1993) 『わたしの地域おこし』, p. 23.

การส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ ให้นักท่องเที่ยวที่เดินอยู่ในจังหวัดโออิตะ และยังไม่เคยรับรู้มาก่อนว่าจังหวัดโออิตะมีสินค้าเด่น ๆ อะไรบ้างได้มีโอกาสเห็นถึงการประชาสัมพันธ์ โดยมีทั้งสินค้าที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ จำพวกสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

ภาพประกอบที่ 4.3

ศิลปะบนพื้นถนนในเมืองโออิตะ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเนื้อวัวบุงโก



ที่มา: เมืองโออิตะ จังหวัดโออิตะ (08/11/2006)

ภาพประกอบที่ 4.4

ศิลปะบนพื้นถนนในเมืองโออิตะ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าส้ม



ที่มา: เมืองโออิตะ จังหวัดโออิตะ (08/11/2006)

ภาพประกอบที่ 4.5

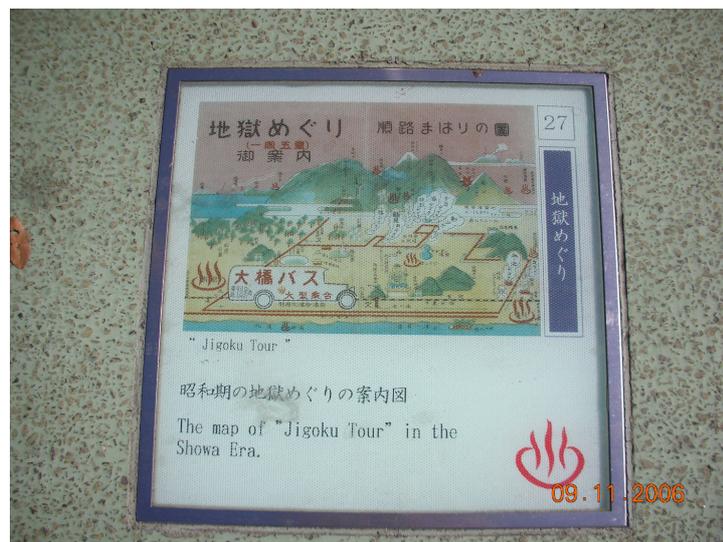
ศิลปะบนพื้นถนนในเมืองโออิตะ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าสุรากลั่นโชจู



ที่มา: เมืองโออิตะ จังหวัดโออิตะ (08/11/2006)

ภาพประกอบที่ 4.6

ภาพบนพื้นถนนในเมืองเบบปุ เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว
น้ำพุร้อนนรกทั้ง 9 แห่งเมืองเบบปุ (Jikoku Meguri)



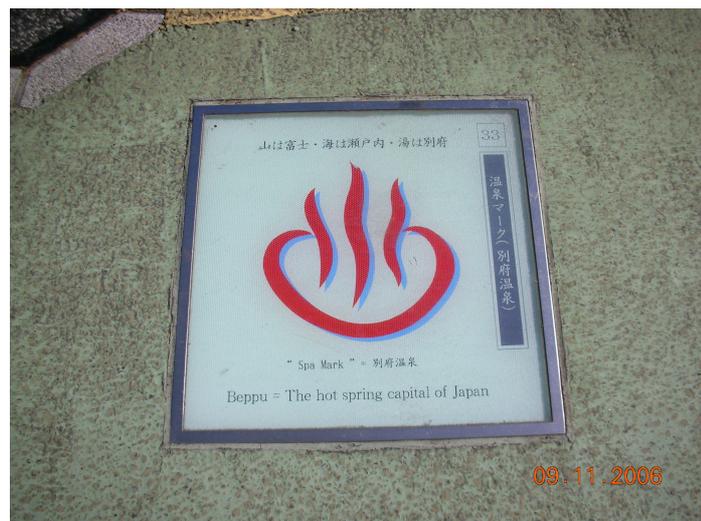
ที่มา: เมืองเบบปุ จังหวัดโออิตะ (09/11/2006)

ภาพประกอบที่ 4.7
 ภาพบนพื้นถนนในเมืองเบปปุ เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว
 บ่อน้ำร้อนทั้ง 8 ของเมืองเบปปุ



ที่มา: เมืองเบปปุ จังหวัดโออิตะ (09/11/2006)

ภาพประกอบที่ 4.8
 ภาพบนพื้นถนนในเมืองเบปปุ เพื่อประชาสัมพันธ์ว่า
 เมืองเบปปุ เป็นเมืองหลวงน้ำพุร้อนของญี่ปุ่น



ที่มา: เมืองเบปปุ จังหวัดโออิตะ (09/11/2006)