

รายงานการศึกษางาน

ณ จังหวัดไอต๊ะ

ประเทศญี่ปุ่น

(ระหว่างวันที่ 1- 6 เมษายน 2545)

โดย

ปัทมาวดี โพนนกุล ชูชุกิ

คณะวิจัย

ศ.ดร. อภิชัย พันธเสน

รศ.ดร. สมชาย สุขสิริเสรีกุล

ผศ.ดร. ปัทมาวดี โพนนกุล ชูชุกิ

รายงานการศึกษางาน

ณ จังหวัดไออิตะ

ประเทศญี่ปุ่น

(ระหว่างวันที่ 1-6 เมษายน 2545)

โดย

ปัทมาวดี โพนนกุล ชูชูกิ

คณะวิจัย

ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน

รศ.ดร.สมชาย สุขศิริเสวีกุล

ผศ.ดร.ปัทมาวดี โพนนกุล ชูชูกิ

สารบัญ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	1
รายงานการศึกษางาน ณ จังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น	
บทที่ 1 บทนำ	3
บทที่ 2 ภาพรวมจังหวัด โออิตะ	6
บทที่ 3 ระบบเงินตราชุมชนที่เมืองยูฟูอิน	9
บทที่ 4 ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านไม้ไผ่ของเมืองเบปปุ	13
บทที่ 5 สวนวัฒนธรรมเกษตร โออิตะ	16
บทที่ 6 สหกรณ์โคนมจังหวัด โออิตะ	18
บทที่ 7 โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ โออิตะ	22
บทที่ 8 สวนผลิตอะโอชิโสะ ที่เมือง โออิตะ	26
บทที่ 9 การผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่อะริตะ	29
บทที่ 10 บทสรุปและบทเรียนสำหรับประเทศไทย	31
บรรณานุกรม	37
รายชื่อและที่อยู่	38
ภาคผนวก	39

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จากการทัศนศึกษาที่ไออิตะ สามารถนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทยได้ดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งและกิจกรรมการท่องเที่ยว

1) สำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ ได้แก่ จุดเด่นทางศิลปวัฒนธรรม ทัศนียภาพ ภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ การผลิตสินค้าที่มีชื่อเสียงเฉพาะทาง เช่น การผลิตเซรามิก หรือ การปลูกพืชชนิดใดชนิดหนึ่ง

2) สร้างเสริมความหลากหลายของจุดน่าสนใจในพื้นที่ เช่น ไออิตะสร้างความทันสมัยทางเทคโนโลยีมีศูนย์วิทยาศาสตร์ สนามฟุตบอลโลก เพื่อเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม จากจุดสนใจเดิม คือ การเป็นแหล่งน้ำพุร้อน อย่างไรก็ตาม การสร้างความทันสมัยดังกล่าวอาจมีต้นทุนสูงทั้งการก่อสร้างและการดูแล การจัดงานเทศกาลก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ไออิตะใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับจังหวัดต่างๆในประเทศไทย ทั้งนี้ ควรคำนึงว่า นักท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ทั้งคนในพื้นที่ คนจากนอกพื้นที่ และคนต่างประเทศ

3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งให้สามารถเป็น one stop service ได้ ได้แก่ ให้ความบันเทิง ความรู้ ประสบการณ์ (เช่น การให้ผู้มาเยี่ยมชมได้ทดลองทำกิจกรรมบางอย่าง) มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีร้านอาหาร และมีบริการสาธารณูปโภค เช่น ห้องสุขา ถังขยะ (ตัวอย่างจากโรงงานผลิตเซรามิกที่ฟุคุโอะกะ)

4) ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่ง มีจุดขายที่ชัดเจน โดยเฉพาะในประเด็นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การเชิดชูภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีความเชื่อมโยงกับความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น เพื่อให้ผู้เข้าชมเกิดความรู้สึกว่าสถานที่นั้นเป็นหนึ่งเดียวที่แตกต่างจากที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ อาจมีการแสดงแบบจำลองเครื่องมือจับปลา หุ่นจำลองวิถีชีวิตของชาวประมง

2. การบริหารจัดการ

1) ควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างประโยชน์และต้นทุนให้แก่ท้องถิ่นโดยตรง เช่น ในการจัดงานเทศกาลต่างๆ การให้กลุ่มต่างๆ ในท้องถิ่นสามารถเสนอแผนกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้

2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจชุมชน เนื่องจากกลุ่มธุรกิจชุมชนจะมีความหลากหลาย สามารถนำเสนอเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยเฉพาะในประเด็น ความเป็นอยู่และภูมิปัญญา

ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวจะช่วยสร้างตลาดให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนได้ ควรให้กลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่ได้มีโอกาสเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมท่องเที่ยวของจังหวัดด้วย

3) ให้ความสำคัญกับความสะอาด และการรักษาสิ่งแวดล้อม ท้องถิ่นควรมีงบประมาณที่เพียงพอในการดูแลกิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อม

4) มีศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวประจำจังหวัด มีบุคลากรที่สามารถให้คำแนะนำในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกในเรื่องการติดต่อการเดินทางและไกด์ ติดต่อของบัตรเข้าชมสถานที่ที่มีระบบให้บริการท่องเที่ยวรอบเมือง ระบบคู่มือท่องเที่ยวแบบประหยัด อาจมีระบบคอมพิวเตอร์ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้เองในจุดสำคัญ เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง

5) มีการประสานงานการท่องเที่ยวที่ครบวงจร อาจจัดตั้งเป็นสมาคมท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อให้มีความคล่องตัวในการประสานงานทั้งด้านข้อมูลข่าวสารสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การดำเนินกิจกรรมศูนย์ท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแหล่งรวบรวมเงินทุนในการดำเนินกิจกรรมให้มีการร่วมทุนหลายๆฝ่าย เพื่อให้มีการกระจายต้นทุนและกระจายผลประโยชน์อย่างเหมาะสม

6) การตั้งระบบราคาที่เหมาะสมสำหรับค่าเข้าชม รวมถึงค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อใช้เป็นงบประมาณในการดูแลรักษา จากการศึกษาในกรณีของประเทศไทยเองพบว่า นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายค่าเข้าชมสถานที่ธรรมชาติ เพื่อให้มีการอนุรักษ์ดูแลรักษาสถานที่อย่างดี การเก็บค่าเข้าชมอาจมีสองอัตราคือ เด็กและผู้ใหญ่ ส่วนอัตราค่าเข้าชมที่แตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศจะไม่ได้รับการยอมรับ (โออิตะเก็บในอัตราเดียวกัน) โดยปกตินักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อมาก จะยินดีจ่ายในส่วนอื่นๆ เมื่อเข้าชมสถานที่แล้ว เช่น ของที่ระลึก หนังสือ

7) ส่งเสริมหลักเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะขาดข้อมูลที่สมบูรณ์ ทำให้ถูกเอาเปรียบได้ง่าย ในทางตรงข้าม ความไม่ซื่อสัตย์จะมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว นั้น

8) การดำเนินกิจกรรมต่างๆ เช่น ศูนย์ท่องเที่ยวอาจมาจากการร่วมทุนระหว่างท้องถิ่นและรัฐ โดยเฉพาะในบางท้องถิ่นยังมีงบประมาณจำกัด ส่วนหนึ่งเนื่องจากรัฐสามารถประสานงานในระดับภูมิภาคและประเทศ และอีกส่วนหนึ่งเนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับประเทศได้ รัฐอาจสนับสนุนการท่องเที่ยวให้ส่วนที่ให้ความรู้ เนื่องจากความรู้เป็นสินค้าสาธารณะ และโดยปกติธุรกิจภาคเอกชนอาจไม่คำนึงถึงในส่วนนี้

รายงานการศึกษางาน ณ.จังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผลของการศึกษางาน

จังหวัดโออิตะเป็นที่รู้จักของคนไทยในฐานะเมืองต้นแบบของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจซึ่งเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะในการบริหารจัดการโครงการ “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” และบทบาทของชุมชนในการดำเนินธุรกิจชุมชนที่สอดคล้องกับลักษณะของท้องถิ่นในขณะเดียวกันก็ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและเอื้อต่อการท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาเป็นบทเรียนสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของประเทศไทย

การศึกษางานที่จังหวัดโออิตะ มีวัตถุประสงค์สองประการคือ

1. เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของชุมชนหรือผู้ประกอบการในชุมชน ของจังหวัดโออิตะและจังหวัดข้างเคียง และสังเกตการปฏิบัติที่เป็นเลิศเพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับการศึกษา best practice ของธุรกิจชุมชนในประเทศไทย
2. เพื่อรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานส่วนท้องถิ่นในการดำเนินโครงการ “หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดโออิตะ

ผลจากการศึกษางานที่ประเทศญี่ปุ่นจะทำให้ได้เห็นปัจจัยที่นำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practice) เพื่อนำมาพิจารณาปรับแบบสอบถามสำหรับการสำรวจธุรกิจชุมชนในประเทศไทย นอกจากนี้ การศึกษางานที่จังหวัดโออิตะย่อมก่อให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ และเกิดความคิดเปรียบเทียบที่จะนำมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในประเทศไทย โดยเฉพาะการปรับรวมลักษณะกิจกรรมเพื่อการผลิตร่วมไปกับกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยประชาคมมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายจากการเริ่มต้นวางแผนงาน

1.2 วัตถุประสงค์ของรายงาน

1. เพื่อนำเสนอรายละเอียดของการศึกษาคูงาน ณ จังหวัด โออิตะ และจังหวัดฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อสรุปบทเรียนที่ได้จากการศึกษาคูงาน ซึ่งให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติที่เป็นเลิศ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับนโยบายหรือบทบาทการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชุมชน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นอกจากการนำเสนอข้อสรุปบทเรียนการปฏิบัติที่เป็นเลิศของธุรกิจชุมชน และบทบาทของรัฐ ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแล้ว รายงานฉบับนี้ยังมีรายละเอียดที่สามารถใช้เป็นกรณีตัวอย่างและเป็นเอกสารอ้างอิงในการศึกษาด้านเศรษฐกิจชุมชนต่อไปได้

1.4 กำหนดการศึกษางาน

การศึกษางานครั้งนี้มีกำหนดการรวมวันเดินทางตั้งแต่วันที่ 2-6 เมษายน 2545 เป็นการทัศนศึกษาที่จังหวัดโออิตะและจังหวัดฟุกุโอกะ¹ บนเกาะคิวชู ประเทศญี่ปุ่น (ภาพที่ 1)

ที่จังหวัดโออิตะได้เยี่ยมชมการจัดทำระบบเงินตราชุมชนที่หมู่บ้านยูฟูอิน พิพิธภัณฑน์ไม้ไผ่ของเมืองเบปปุ สวนเกษตรของจังหวัดโออิตะ สหกรณ์โคนมและโรงงานผลิตภัณฑ์นมมิโคริ ศูนย์นานาชาติโออิตะ ที่จังหวัดฟุกุโอกะได้เยี่ยมชมการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่เมืองอะริตะ ส่วนกำหนดการทัศนศึกษาโดยละเอียดปรากฏอยู่ในภาคผนวกที่ 1

กำหนดการทัศนศึกษาและการนัดหมายได้รับความร่วมมือจากศูนย์นานาชาติโออิตะ (Oita International Center) โดยการประสานงานของ Miss Asako Shimazaki นักศึกษาปริญญาเอก คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยโตเกียว

หลังการทัศนศึกษาในแต่ละวัน คณะผู้วิจัยจะประชุมสรุปประเด็นที่ได้จากการทัศนศึกษาในวันนั้น

¹ ในรายงานฉบับนี้ “จังหวัด” หมายถึง “Prefecture” ในภาษาอังกฤษ หรือ “Ken” ในภาษาญี่ปุ่น ส่วน “เมือง” หมายถึง “city” หรือ “shi” ในการเขียนชื่อบุคคลจะใช้ภาษาอังกฤษในการกล่าวถึงครั้งแรกเพื่อประโยชน์ในการอ้างอิงคิดต่อในวันข้างหน้า แต่ในการกล่าวถึงครั้งต่อไปจะใช้ภาษาไทยโดยเรียกนามสกุล ชื่อสถานที่ที่จะวงเล็บด้วยภาษาอังกฤษในบทที่กล่าวถึงรายละเอียดของสถานที่นั้นๆ

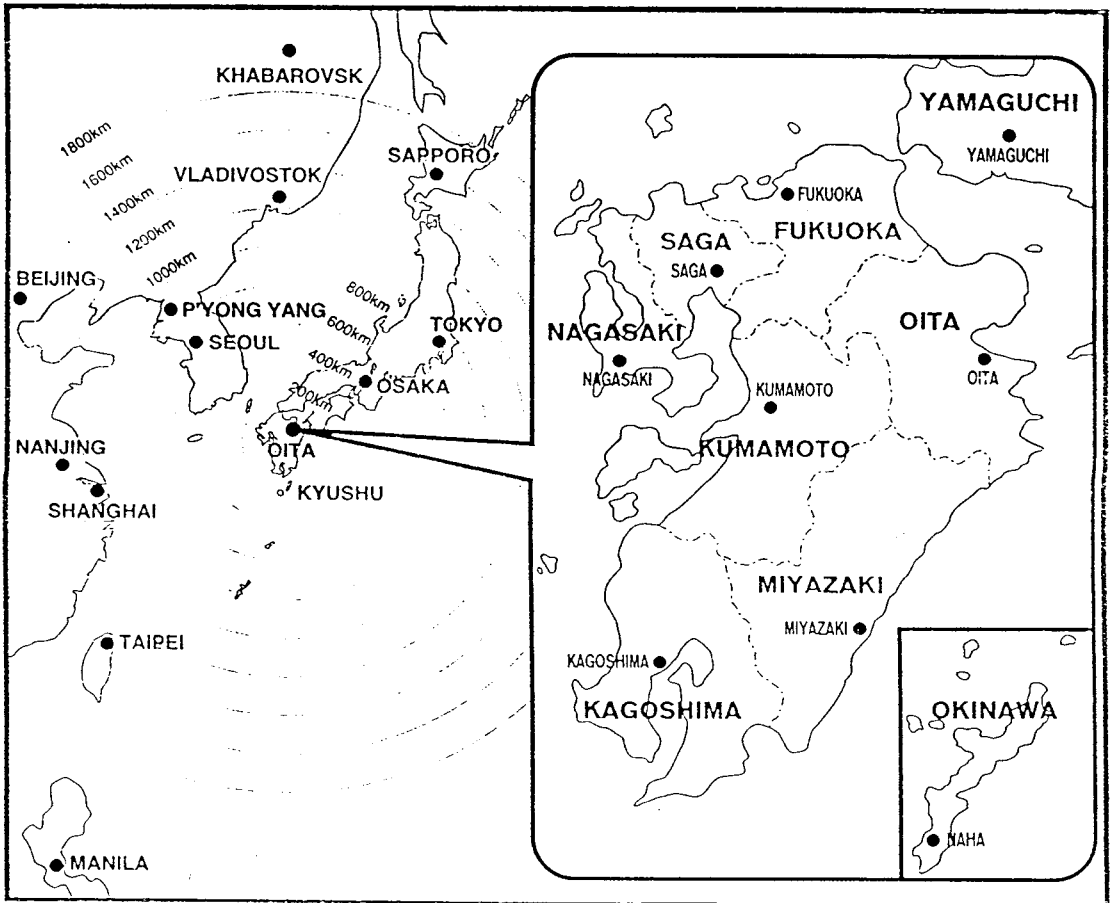
1.5 คณะผู้เดินทางไปศึกษางาน

การทัศนศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยสมาชิก 15 คน จากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 7 คน คพสช. 1 คน สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 1 คน และจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 6 คน (รายชื่อที่ปรากฏในภาคผนวกท้ายเล่ม) นอกจากนี้มีล่าม 1 คน และเจ้าหน้าที่จากศูนย์นานาชาติโออิตะ ร่วมเดินทาง 2 คน (เฉพาะวันที่ 3-4 เมษายน)

1.6 องค์ประกอบของรายงาน

รายงานนี้ประกอบด้วย 10 บท หลังจากบทนำแล้ว บทที่ 2 กล่าวถึงภาพรวมของจังหวัดโออิตะ บทที่ 3-8 จะกล่าวถึงรายละเอียดและบทเรียนที่ได้รับจากแต่ละที่ที่ไปเยี่ยมชม เรียงลำดับตามกำหนดการ ในบทที่ 3 จะกล่าวถึงระบบเงินตราชุมชนที่หมู่บ้านยูฟูอิน บทที่ 4 กล่าวถึงพิพิธภัณฑ์ไม้ไผ่ บทที่ 5 กล่าวถึงสวนเกษตรของจังหวัดโออิตะ บทที่ 6 สหกรณ์โคนมคิวจิว บทที่ 7 โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโออิตะ บทที่ 8 สวนเกษตรอะโอชิโสะที่เมืองโออิตะ บทที่ 9 การผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่อะริตะ ในบทที่ 10 ซึ่งเป็นบทสุดท้ายจะเป็นบทสรุปและบทเรียนสำหรับประเทศไทย

OITA PREFECTURE'S LOCATION



บทที่ 2

ภาพรวมจังหวัดโออิตะ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดโออิตะ

จังหวัดโออิตะอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะคิวชู ใกล้กับประเทศเกาหลี มีพื้นที่ 6,338 ตารางกิโลเมตร ร้อยละ 70 เป็นพื้นที่ป่า ประชากร 1.2 ล้านคน (ค.ศ. 2000) หรือร้อยละ 1 ของประชากรทั้งประเทศ ความหนาแน่นของประชากร (1999) เท่ากับ 692.2 คนต่อตารางกิโลเมตร จังหวัดโออิตะมีภูเขา - ทะเลที่สวยงาม และมีน้ำพุร้อนมากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น มีชายฝั่งทะเลยาว 746 กิโลเมตร

เมืองสำคัญของจังหวัดโออิตะคือเมืองโออิตะ ซึ่งเปรียบเสมือนอำเภอเมือง และเมืองเบปปุ ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

2.2 สภาพเศรษฐกิจ

จังหวัดโออิตะมีรายได้เฉลี่ยของประชากรเท่ากับ 2.7 ล้านเยนต่อคนต่อปี (1998) ผลผลิตมวลรวมของจังหวัดเท่ากับ 4.3 ล้านล้านเยน นับเป็นอันดับที่ 33 จาก 47 จังหวัด ของประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 61 เป็นผลผลิตของภาคบริการ (เช่น การท่องเที่ยว การค้า) ร้อยละ 35.7 มาจากภาคอุตสาหกรรม และร้อยละ 3.3 มาจากภาคเกษตร (ปศุสัตว์ ผัก ข้าว และไม้ผล) แม้จะมีมูลค่าผลผลิตในภาคเกษตรไม่สูงนัก แต่ภาคเกษตรก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โออิตะมีประชากรภาคเกษตรถึงร้อยละ 16.7 และมีแรงงานทำการเกษตรร้อยละ 9.7 ของประชากรและแรงงานทั้งจังหวัด ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ประชากรภาคเกษตรส่วนใหญ่จะทำการเกษตรบางเวลา (part-time farmers) และมีรายได้จากนอกภาคเกษตรด้วย

2.3 แนวคิดและแนวทางการพัฒนาของจังหวัด

ปัจจุบันผู้ว่าราชการจังหวัด คือ **Mr. Morihiko Hiramatsu** ซึ่งได้รับเลือกตั้งมาตั้งแต่ปี 1979² มีนโยบายในการบริหารงานที่สำคัญ คือ

1. ปรับเปลี่ยนสังคมจากเน้นการใช้ GNP เป็นตัวชี้วัดมาเป็นการใช้ GNS (Gross National Satisfaction Society)

² ผู้ว่าราชการจังหวัด (หรือ Chiji) ในระบบญี่ปุ่นมาจากการเลือกตั้งโดยประชากรในจังหวัดแต่ละจังหวัด มีที่ประชุมสภาส่วนท้องถิ่นมีครูและมีเจ้าหน้าที่ตำรวจเป็นของตนเอง

2. เน้นทางด้านวัฒนธรรม โดยจัดนิทรรศการทางภาคเอเชีย ชักชวนให้คนมาท่องเที่ยวและมีประชาชนมาเที่ยว 50 ล้านคนต่อปี

3. เน้นสิ่งแวดล้อม จังหวัด โออิตะ ได้รับ ISO 14001 และมีเป้าหมายจะพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมให้ต่อเนื่องและจะพัฒนาจังหวัดให้มีพื้นที่สีเขียวประมาณ 80 % นอกจากนี้จังหวัดยังมีการเชื่อมโยงเครือข่ายสีเขียวในภูมิภาคเอเชีย

นอกเหนือจากที่กล่าวแล้ว จังหวัดมีโครงการต่างๆเพื่อพัฒนาจังหวัดให้ทันสมัยและมีความเป็นนานาชาติ โดยเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม เชื่อมต่อเส้นทางรถไฟความเร็วสูง (Shinkansen) สร้างสนามบินนานาชาติ มหาวิทยาลัยนานาชาติ และเป็นสนามแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่กลายเป็นจุดศึกษางานและจุดแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม และความร่วมมือกับประเทศต่างๆ

แม้ว่าโออิตะจะมีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับค่อนข้างต่ำ คือ มีดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจต่างๆ (เช่น รายได้ต่อหัวของประชากร) ในลำดับที่ 35-39 จาก 47 จังหวัดของประเทศ แต่ก็มีดัชนีชี้วัดด้านการรักษาพยาบาลดูแลผู้ป่วย เด็กและคนชราในลำดับที่ 1-18 ดัชนีความสมบูรณ์ของธรรมชาติในระดับ 1-7 อย่างไรก็ดี ดัชนีระดับความพร้อมของสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานและความปลอดภัยจากอุบัติเหตุยังอยู่ในลำดับที่ไม่ดีนัก คือ 31-44 โครงการต่างๆของจังหวัด จึงแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการพัฒนาท้องถิ่นให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น

2.4 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

จะเห็นได้ว่า โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นเพียงโครงการหนึ่งในหลายโครงการพัฒนาของจังหวัดโออิตะ ที่น่าสนใจคือ จังหวัดมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า จังหวัดจะมีการพัฒนาไปในทิศทางใด ใช้กลยุทธ์ใด โดยมีแนวคิดอุดมการณ์เป็นจุดเริ่มต้นและชี้แนะ (ดังตัวอย่างเรื่องสวนวัฒนธรรมเกษตรในบทที่ 5 และเรื่อง โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล” ในบทที่ 7)

ความคิดริเริ่มของผู้นำของจังหวัดมีความสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนา นายอิระมัตซึได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ว่าราชการอันดับหนึ่งของญี่ปุ่น จากการจัดอันดับของหนังสือพิมพ์ Nihon Keizai Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่มีชื่อเสียงที่สุดของญี่ปุ่น และเขายังได้รับรางวัลแมกไซไซ อีกด้วย

อย่างไรก็ดี ความคิดริเริ่มของผู้นำอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ สำเร็จอยู่ที่การสร้างความสำเร็จในหลักการของโครงการ คือการพัฒนาคนและการพึ่งตนเอง (ดูเพิ่มเติมในบทที่ 7 เรื่อง โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล”)

สิ่งสำคัญในการพัฒนา คือ การดึงศักยภาพของจังหวัดมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนา ได้แก่ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่เปี่ยมไปด้วยเสน่ห์ การเป็นแหล่งผลิตสินค้า การจัดการเกษตรที่หลากหลาย คือ พืชพันธุ์หายาก การเลี้ยงโคนม โคเนื้อ อีกทั้ง เป็นแหล่งผลิตมะนาว (Kobotsu) เห็ดหอม และประมง การแปรรูปสินค้าเกษตร การผลิตและจำหน่ายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นสินค้าเกษตรแปรรูป ผนวกกับการสร้างสิ่ง “ทันสมัย” คือ เทคโนโลยี และที่สำคัญคือการรู้จักปรับแต่ง เลือกระบบความเจริญทางเทคโนโลยี ในศตวรรษใหม่ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างลงตัว โดยรักษาคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติไว้ ทั้งนี้ผู้บริหารของโครงการทุกระดับรวมทั้งประชากรที่เข้าร่วมโครงการต่าง เข้าใจและมีวัตถุประสงค์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เรียกได้ว่ามีเอกภาพการจัดการ (Managerial unity) และใช้ความพยายามทุกทางที่จะเผยแพร่กระบวนการจัดการในลักษณะข้างต้นให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้แนวคิด "หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์" (One village one product) เป็นแนวคิดของนานาประเทศ จึงมีกลยุทธ์มากมายที่ถูกกำหนดให้นำไปสู่การปรับปรุงความเป็นอยู่และสวัสดิการของประชาชนเพื่อสร้างการยอมรับจังหวัดโออิตะจึงมีคำขวัญว่า "The Land of Abundance" และ "Superior Lifestyle Prefecture in the 21st Century"

บทที่ 3

ระบบเงินตราชุมชนที่เมืองยูฟูอิน

3.1 ความเป็นมา

ยูฟูอินเป็นหมู่บ้านในจังหวัดโออิตะที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อน มีประชากร 11,483 คน ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวถึง 3.8 ล้านคนต่อปี หรือ ประมาณ 10,000 คนต่อวัน นับเป็นเท่าตัวของประชากรในท้องถิ่น ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงนับเป็นธุรกิจใหญ่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจจากต่างท้องที่ให้เข้ามาสู่ยูฟูอิน การเข้ามาแข่งขันจากธุรกิจภายนอกที่มีทุนมากกว่าแล้วนำผลกำไรออกไปนอกชุมชนมีผลกระทบต่อธุรกิจขนาดเล็กและสภาพความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น คนในท้องถิ่นจึงเริ่มเกิดแนวความคิดที่จะร่วมมือกันเพื่อความอยู่รอดและช่วยเหลือกันภายในชุมชน

ระบบเงินตราชุมชนที่ยูฟูอินเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2543 โดยมีผู้นำคือ Mr. Ryuji Urata เจ้าของร้านสุรา (saka-ya) ในพื้นที่ แรงบันดาลใจมาจากรายการโทรทัศน์ NHK เกี่ยวกับระบบเงินตราชุมชนของที่ต่างๆในโลก นายอุระตะ เห็นว่า ระบบเงินตราชุมชนจะเป็นจุดเริ่มของการร่วมมือช่วยเหลือกันของคนในชุมชนอีกครั้ง หลังจากทีระบบความช่วยเหลือผูกพันในชุมชนได้เริ่มหายไปหลังจากมีธุรกิจสมัยใหม่เข้ามาสู่ชุมชนเป็นระยะเวลาร่วม 20 ปี

คาดว่า การจัดตั้งระบบเงินตราชุมชนที่ยูฟูอินนับเป็นรายที่ 5 ของญี่ปุ่น เงินตราชุมชนที่ยูฟูอินมีหน่วยเรียกว่า เงินยูฟู ปัจจุบันญี่ปุ่นมีระบบเงินตราชุมชนประมาณ 100 แห่ง

3.2 ระบบเงินยูฟู

3.2.1 เหตุผลของการมีระบบเงินยูฟู

1. เพื่อเป็นจุดเริ่มของการร่วมมือช่วยเหลือกันของคนในชุมชน
2. เพื่อลดผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจภายนอก กล่าวคือ เงินตราของประเทศ คือเงินเยน

มีความผันผวนตามสภาพเศรษฐกิจการเงินโลกเนื่องจากมีความผูกพันกับค่าเงินดอลลาร์ แต่เงินตราชุมชนจะไม่ได้รับผลกระทบดังกล่าว

3.2.2 หลักการของระบบเงินยูฟู

โดยหลักการและในทางปฏิบัติ เงินยูฟูเป็นเพียงสื่อในการแลกเปลี่ยนเน้นเพื่อการช่วยเหลือกัน ในชุมชน ไม่มีอัตราดอกเบี้ย และไม่มีการเก็งกำไร วัตถุประสงค์สำคัญของการใช้เงินยูฟูคือเป็นการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในรูปแบบสินค้าหรือบริการ

การกำหนดค่าเงินยูลูมาจากความตกลงตามความสมัครใจระหว่างผู้ให้กับผู้รับ ซึ่งผู้นำของ กลุ่มได้ยกตัวอย่างว่า นาย ก. อาจตกลงที่จะให้บริการนวด 10 นาทีแก่นาย ข. คิดเป็นมูลค่า 1 ยูฟู ในกรณีที่สินค้าหรือบริการมีราคาตลาดที่ชัดเจนอาจมีการเทียบมูลค่ากับเงินเยน โดยเทียบ 100 เยน เท่ากับ 1 ยูฟู แต่โดยทั่วไปการใช้เงินยูลูจะเป็นเหมือนการให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อหรือผู้รับสินค้า และบริการซึ่งเป็นสมาชิกในชุมชนและได้จัดบันทึกในกระดาษที่จัดพิมพ์เหมือนตัวสัญญาว่าผู้รับ ความช่วยเหลือได้รับสินค้า บริการมาแล้วเท่าใด เมื่อใด

3.2.3 การใช้บัญชีและตัวเงิน

การแสดงหลักฐานในการแลกเปลี่ยนจะกระทำทุกขั้นตอนที่มีการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้น เช่น ในกรณีที่นาย ข. ได้รับบริการนวดจาก นาย ก. นาย ข. จะแสดงหลักฐานการเป็นหนี้นาย ก. โดยการ ลงบันทึกในสมุดบัญชี -1 ยูฟู และนาย ก. ลงบันทึกในบัญชีของตนเป็น +1 ยูฟู หรือ นาย ข. อาจออกตัว เงิน 1 ยูฟูให้แก่ นาย ก. นาย ก. สามารถนำตัวเงินนั้นไปใช้ในการทำธุรกรรมต่อไปได้ เช่นจ่ายให้แก่ นาย ค. ในมูลค่า 1 ยูฟู ที่สำคัญคือ ทุกครั้งที่ทำธุรกรรมจะต้องมีการบันทึกผู้ให้และผู้รับในสมุดบัญชี หรือ ในตัว ในกรณีตัวอย่าง ตัวใบนั้นจะมีบันทึกด้านหน้าว่า นาย ข. ออกตัวให้นาย ก. และมีบันทึกด้านหลังว่า นาย ก. จ่ายให้แก่ นาย ค.

การออกตัวเงินทำได้โดยเสรีโดยผู้ออกตัวครั้งแรกจะเขียนจำนวนเงิน ชื่อผู้ออกตัว และชื่อผู้ใช้ ตัว ผู้ออกตัวเงินคือผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจากผู้อื่นและเป็นหนึ่งที่จะต้องตอบแทนแก่ผู้อื่น หากตัวเงิน ที่นาย ข. ออกไป 1 ยูฟู (แสดงว่ารับบริการหรือสินค้าของผู้อื่น 1 ยูฟู) ได้ถูกใช้หมุนเวียนจนกระทั่งถูก ส่งกลับมาให้ นาย ข. (แสดงว่า นาย ข. ได้ให้บริการหรือสินค้าแก่ผู้อื่น 1 ยูฟู) แสดงว่า ภาระหนี้ของ นาย ข. ได้สิ้นสุดลงและตัวเงินใบนั้นจะหมดค่าไปในทันที

เนื่องจากในระบบสังคมญี่ปุ่น การได้รับความช่วยเหลือไม่ว่าจะมากหรือน้อยจะต้องมีการตอบแทน คนญี่ปุ่นจะไม่สบายใจหากเป็นฝ่ายรับโดยไม่มีการให้ ในบางกรณี การตอบแทนโดยเงินเยน เพียงเล็กน้อยดูไม่เหมาะสม ทำให้บางคนไม่กล้าที่จะขอความช่วยเหลือจากคนอื่น การมีระบบเงินยูลู ทำให้กล้าที่จะออกปากขอความช่วยเหลือเล็กๆน้อยๆจากเพื่อนบ้าน โดยลงบันทึกไว้ เพื่อจะตอบแทน ในโอกาสต่อไป เนื่องจากการแลกเปลี่ยนมาจากความเต็มใจทั้งสองฝ่าย แสดงว่าผู้ที่ออกเงินยูลู ไม่ว่าจะมากหรือน้อยต้องเป็นผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้รับเงินนั้น ผู้รับเงินจึงยินดีที่จะให้บริการ หรือสินค้าแก่ผู้ออกเงิน

3.2.4 สมาชิกเงินยืม

ระบบเงินตราชุมชนที่ผู้ยืมใช้กันอยู่ในหมู่สมาชิกในชุมชนประมาณ 90 คน สมาชิกมีทุกเพศ ทุกวัยตั้งแต่อายุ 9 ขวบจนถึงกว่า 65 ปี หลายคนมีธุรกิจส่วนตัวขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหาร บางคนมีอาชีพประจำ เช่น นุรุษไปรษณีย์

การเข้าเป็นสมาชิก ผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกจะต้องระบุว่า ตนมีสินค้า บริการ หรือมีสิ่งใดที่จะช่วยผู้อื่นได้บ้าง และตนต้องการสินค้า บริการ หรือความช่วยเหลือจากผู้อื่นอย่างไร สมาชิกจะต้องจ่ายค่าสมาชิก ครั้งปีละ 500 เยน

จะมีการประชุมสมาชิกเดือนละ 1 ครั้ง มีการแลกเปลี่ยนสิ่งของแบบ free market สมาชิกต้องจ่ายค่าประชุมครั้งละ 1 ยูฟู และ 100 เยน

3.3 ผลสำเร็จ ปัญหา และอุปสรรค

ระบบเงินยืมเพิ่งเริ่มต้นได้เพียง 2 ปี นับได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งเมื่อพิจารณาจากจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นจาก 5-6 คนในระยะก่อตั้งเป็น 90 คนในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการขยายจำนวนสมาชิกมากกว่าที่เป็นอยู่อาจไม่ใช่สิ่งดีเสมอไป เพราะอาจเป็นการเพิ่มคนที่ไม่ค่อยรู้จักเข้ามาในกลุ่ม อาจประสบปัญหาเรื่องความไว้วางใจอันเป็นอุปสรรคต่อการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือซึ่งเป็นหลักการสำคัญของกลุ่ม โดยเฉพาะระบบนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อถือและเชื่อตรงระหว่างผู้ออกตัวและผู้ถือตัว

ดังนั้นขนาดของกลุ่มในปัจจุบันน่าจะใกล้เคียงขนาดที่เหมาะสม คือ มีจำนวนสมาชิกประมาณ 100 คน

วันที่ 1 เมษายน 2545 ระบบได้พัฒนาไปอีกขั้นตอนหนึ่งด้วยการออกเหรียญกระดาษยูฟูที่ระบุมูลค่าเหรียญละ 1 ยูฟู, 0.5 ยูฟู, และ 0.1 ยูฟู

ในปัจจุบัน สมาชิกที่ทำธุรกิจ 16 ราย จะใช้ทั้งเงินเยน และเงินยูฟูไปพร้อมๆกัน โดยมีสัดส่วนการใช้เงินยูฟูประมาณร้อยละ 10 โดยการรับเงินยูฟูจะเป็นเสมือนการให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ

3.4 บทเรียน

ชุมชนในชนบทญี่ปุ่นมิได้ประสบปัญหาความขาดแคลนเงินทุนหรือปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างเช่นในชนบทไทย ระบบเงินตราชุมชนยูฟูจึงมิได้มีเป้าหมายในการรวบรวมหรือเป็นแหล่งอุปทานเงินในท้องถิ่นแต่อย่างใด แม้ว่าการริเริ่มจะมีแรงจูงใจมาจากปัญหาการได้รับผลกระทบ

ทางเศรษฐกิจจากธุรกิจขนาดใหญ่จากภายนอกชุมชน แต่สิ่งที่ระบบเงินตราช่วยทำได้คือ การก่อให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือกันและกันมากขึ้นระหว่างสมาชิกในชุมชนทั้งที่มีธุรกิจขนาดเล็กและที่ไม่มีธุรกิจเป็นของตัวเอง และทำให้คนในสังคมญี่ปุ่นที่เริ่มเป็นสังคมคนชรา และสังคมครอบครัวเดี่ยวมีความรู้สึกอบอุ่นมั่นคงมากขึ้น ช่วยให้สินค้าและบริการที่อาจไม่มีค่าในระบบตลาดเช่น ผลไม้คุณภาพปานกลางเป็นสินค้าที่มีค่าในชุมชน เป็นระบบที่ช่วยให้สามารถพึ่งตนเองภายในชุมชนได้ ระบบเงินตราช่วยเสริมสร้างทุนสังคมให้แก่ชุมชน³

เงินตราไม่ใช่ระบบที่ซับซ้อน ปฏิบัติได้ง่ายอาศัยเพียงการรู้จักกันภายในกลุ่ม ระบบถูกกำหนดขึ้นให้มีความสอดคล้องกับระบบสังคมที่ต้องมีการตอบแทนเมื่อได้รับความช่วยเหลือ แต่การตอบแทนด้วยเงินตราบางครั้งก็มีจำนวนเงินน้อยเกินไป การใช้ระบบเงินตราชุมชนจึงอยู่ที่กลางระหว่างระบบครอบครัว (ซึ่งอาจช่วยเหลือโดยไม่หวังผลตอบแทน) กับระบบตลาด (ซึ่งใช้เงินตราเป็นสื่อในการแลกเปลี่ยน) อย่างไรก็ตามเนื่องจากระบบดำรงอยู่ได้ด้วยความรู้จักไว้เนื้อเชื่อใจของคนในกลุ่ม ขอบเขตการใช้และขนาดของสมาชิกจึงอยู่ในวงจำกัด และใช้เสริมกับเงินตราของประเทศซึ่งชุมชนอาจมีอยู่อย่างจำกัดได้

³ ทุนสังคม (social capital) หมายถึงเครือข่ายความรักใคร่กลมเกลียวและความไว้วางใจ จะก่อให้เกิดความร่วมมือกันภายในกลุ่ม ในทางเศรษฐศาสตร์การรู้จักกันและกันเป็นการลดต้นทุนข้อมูลข่าวสาร เกิดระบบการควบคุมซึ่งกันและกันให้คนในสังคมกระทำในสิ่งที่ถูกต้องเป็นที่ยอมรับในสังคม จึงเป็นการลดต้นทุนการควบคุมบังคับ ทำให้ต้นทุนธุรกรรมต่ำ และกิจกรรมต่างๆทางเศรษฐกิจและสังคมประสบความสำเร็จได้ง่ายกว่าในสังคมที่มีต้นทุนสูงในการหาข้อมูลข่าวสารและควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคมไม่ให้ออกนอกแนวทางของกลุ่ม

ともに生きるための地域内交易システム yufu Ver.4.2

【発行日 年 月 日】

このyufu券は

私 _____ がyufuの仲間
 _____ さんに感謝の
 気持ちをこめて発行したもので
 す。私はいつかyufuの仲間にご
 の恩をお返しします。この券は
 親しい友人間の助け合いや交換
 の手段として使えます。

1~10

yufu

【自由記載欄】

いつ	誰から	誰へ	助け合い・交換の内容

このyufu券は表面の発行者に戻った時点で無効となります。
 量が足りなくなったら、適当な紙を貼り付けて続けて下さい。

ตัวอย่างตั๋วเงินยูฟู

บทที่ 4

ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านไม้ไผ่ของเมืองเบปปุ (Beppu City Traditional Bamboo Crafts Center)

4.1 ความเป็นมา

ประวัติภาชนะไม้ไผ่เบปปุเริ่มเมื่อครั้งจักรพรรดิองค์ที่ 12 เสด็จแวะที่เมืองนี้และสังเกตเห็นภาชนะและเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ไผ่คุณภาพดี จึงทรงสั่งให้ช่างสานภาชนะใส่ข้าวเป็นจำนวนมาก

ตั้งแต่ต้นสมัยเอโดะ⁴ เบปปุเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านน้ำพุร้อน ผู้เดินทางจะซื้อของที่ระลึกเป็นภาชนะที่ใช้ตามโรงแรม เช่น ตะแกรง ภาชนะสำหรับเสิร์ฟข้าวที่ทำด้วยไม้ไผ่ ทำให้การผลิตของที่ระลึกดังกล่าวกลายเป็นหัตถอุตสาหกรรมของท้องถิ่น จนถึงสมัยเมจิ ช่างฝีมือไม่เพียงแต่ผลิตของที่ระลึก แต่ยังผลิตสินค้าที่ใช้สอยในชีวิตประจำวัน และเริ่มมีผลงานทางศิลปะชิ้นเยี่ยมปรากฏให้เห็น

ภาชนะไม้ไผ่เบปปุใช้ไม้ไผ่ “มะคะเซะ” เป็นวัตถุดิบหลักนอกเหนือจากไม้ไผ่พันธุ์อื่นๆ ไม้ไผ่มะคะเซะเป็นไม้ไผ่ที่มีคุณภาพดี มีแหล่งปลูกที่สำคัญที่สุดในญี่ปุ่นคือที่โออิตะ เทคนิคการสานและประดิษฐ์หัตถกรรมไม้ไผ่ได้มีการสืบสานและพัฒนาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 100 ปี การก่อตั้งศูนย์หัตถกรรม นับเป็นการอนุรักษ์ศิลปะ และภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมให้ช่างฝีมือได้สร้างสรรค์ผลงานด้านหัตถกรรมไม้ไผ่ต่อไป

4.2 การแสดงผลงานในศูนย์หัตถกรรม

ภายในศูนย์ประกอบด้วยการแสดงผลผลิตภัณฑจักสานจากไม้ไผ่หลายประเภทที่เป็นทั้งงานศิลปะของช่างผู้มีชื่อเสียงจากที่ต่างๆของญี่ปุ่น และงานจักสานเพื่อประโยชน์ใช้สอย ชั้นบน เป็นสถานที่ฝึกอบรมการจักสานไม้ไผ่ให้แก่ผู้มีความสนใจ

ที่ห้องโถงทางเข้า มีการแสดงผลหัตถกรรมขนาดใหญ่ที่ช่างฝีมือได้ประดิษฐ์มอบให้แก่ศูนย์เป็นการเฉพาะ งานประดิษฐ์เน้นแสดงถึงจินตนาการของช่าง เช่น การสานฉากขนาดใหญ่มีความหมายของท้องฟ้าและพระอาทิตย์ นอกจากนี้ ที่ห้องโถงยังมีพระฉายาลักษณ์ของพระจักรพรรดิอาากิฮิโตะและพระราชินีมิชิโกะที่ทรงเสด็จเยี่ยมศูนย์ อันเป็นเหตุการณ์สำคัญเหตุการณ์หนึ่งที่ทำให้ศูนย์เป็นที่รู้จักของชาวญี่ปุ่นทั่วไป โดยเฉพาะเมื่อพระราชินีทรงถือกระเป๋าไม้ไผ่ผลงานของศูนย์ ทำให้มีคนจำนวนมากติดต่อสนใจขอซื้อผลงานชิ้นอื่นๆของศูนย์ด้วย

จากห้องโถง มีชู้มนขนาดใหญ่สานโปร่งด้วยไม้ไผ่ให้ผู้เข้าชมเดินลอดผ่านเข้าไปยังห้องแสดงผลงานที่อยู่ถัดไปได้ ผลงานชิ้นแรกๆที่เห็นและโดดเด่น คือ เรือขนาดใหญ่สานจากไม้ไผ่ทั้งลำ

⁴ สมัยเอโดะ ปี 1603-1867 สมัยเมจิ ปี 1868 - 1911

ในห้องแสดงผลงาน ประกอบด้วยหลายส่วน ได้แก่ “ประวัติศาสตร์” “วัตถุดิบ” “ช่างฝีมือ” “ชีวิตประจำวัน” “อนาคต” และ “งานศิลปะจากไม้ไผ่” ในมุม “ประวัติศาสตร์” มีหลอดไฟที่ใช้ให้หลอดทำงานจากไม้ไผ่ตามการออกแบบของเอคิฮัน หากคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วราคาว่าล้านเยน ที่มุม “วัตถุดิบ” แสดงไม้ไผ่ประเภทต่างๆที่ยังคงสภาพเป็นลำยาว มีทั้งลำไม้ไผ่ที่มีสีและลวดลายตามธรรมชาติ เช่น ไม้ไผ่จีน ไม้ไผ่ญี่ปุ่น และลำไม้ไผ่ที่ผ่านกรรมวิธีรมควันเพื่อให้เกิดลวดลายบนลำไม้แบบต่างๆสวยงามก่อนนำไปใช้ หรือนำไปสานจึงนับได้ว่าพิพิธภัณฑน์นี้ได้แสดงถึงการวิจัยพัฒนาพันธุ์ไม้ที่มีในญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง

มุมของใช้ในครัวเรือน ประกอบด้วยของใช้หลากหลายชนิดที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ตะเกียบ ที่รองตะเกียบ บางชิ้นมีลวดลายสวยงามเป็นพิเศษ เช่น ปิ่นโต ที่ใส่ข้าวปั้น เป็นต้น

มุมของเล่นจากไม้ไผ่ แสดงของเล่นประเภทต่างๆที่ไม่สามารถเห็นได้ในวิถีชีวิตครอบครัวญี่ปุ่นในปัจจุบัน เช่น ปืนเด็กเล่น ของเล่นรูปสัตว์ต่างๆ มีสีสันสวยงาม

นอกจากนี้ ยังมีมุมแสดงผลงานเด่นๆของช่างผู้มีชื่อเสียงของประเทศญี่ปุ่น เช่น แจกันไม้ไผ่ขนาดใหญ่ กระเป๋าคาด นอกจากผลงานที่โดดเด่นด้วยลวดลายและรูปทรงสวยงาม แปลกตา แสดงถึงการริเริ่มสร้างสรรค์ทางศิลปะของช่างแล้ว ยังมีภาพและประวัติของช่างประกอบด้วย ทำให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้และเข้าใจในเบื้องหลังของงานแต่ละชิ้น ทำให้เกิดความซาบซึ้งในงานศิลปะยิ่งขึ้น

ชั้นบน ประกอบด้วยงานประดิษฐ์ขนาดใหญ่จากไม้ไผ่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โอ่งน้ำ โดยเฉพาะโต๊ะเก้าอี้ ประกอบขึ้นโดยใช้ไม้ไผ่ทั้งลำตัดเป็นท่อนผ่าซีก นำมาจัดเรียงสลับด้านนอกด้านในของลำไม้ ข้อด้านในของลำไม้ก่อให้เกิดลวดลายที่สวยงาม การมองเห็นและสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติเข้ามาเป็นส่วนอยู่ในงานศิลปะอย่างกลมกลืน นับเป็นลักษณะเฉพาะตัวของศิลปวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ

นอกจากนี้ ศูนย์ยังมี “ห้องอ้างอิง” และ “ห้องวิจัย” ห้องอ้างอิงใช้สำหรับเก็บเอกสารและหนังสืออ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับไม้ไผ่ มีวิดีโอเกี่ยวกับรูปแบบการสานไม้ไผ่ การทำงานของช่างฝีมือ ถือเป็นแหล่งรวบรวมความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ไผ่ ส่วนห้องวิจัยใช้สำหรับช่างฝีมือได้คิดค้นและใช้อุปกรณ์ต่างๆ เนการสร้างผลงานของตน

ที่ชั้นสอง ยังมี “ห้องเรียน” มีการเรียนการสอนงานสานไม้ไผ่ รวมทั้งหลักการทางศิลปะและการออกแบบ ชั้นเรียนจะมีสองครั้งต่อหนึ่งสัปดาห์ ผู้ค้นคว้าวิจัยเองก็ใช้สถานที่แห่งนี้เช่นกัน

ข้อดีคือเป็นการอนุรักษ์ และเก็บรวบรวมงานฝีมือ ทั้งยังเป็นแหล่งความรู้และฝึกอบรมในด้านที่เกี่ยวกับไม้ไผ่โดยเฉพาะ

นอกจากนี้ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านไม้ไผ่แล้ว เมืองเบปยังยังมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ ซึ่งมีทั้งสินค้าทั่วไปและสินค้าที่เป็นงานฝีมือมีราคาสูง ตั้งอยู่ห่างจากศูนย์ประมาณ 5 นาทีโดยทางรถ

4.3 บทเรียนที่ได้รับ

ศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่เป็นตัวอย่างที่ดีของการจัดทำพิพิธภัณฑ์หรือศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน มากกว่าเป็นตัวอย่างในด้านของธุรกิจชุมชน การรวบรวมผลงานของช่างฝีมือรุ่นเก่า และเปิดโอกาสให้ช่างรุ่นใหม่ได้แสดงผลงาน

หากชุมชนมีชื่อเสียงโดดเด่นในงานฝีมือด้านใดเป็นพิเศษ อาจได้รับการสนับสนุนจากทางจังหวัดหรือหน่วยงานกลางของรัฐ เป็นการรวบรวมความรู้ ช่างฝีมือ และหากมีการฝึกอบรมด้วย ก็จะเป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาพื้นบ้านให้แก่คนรุ่นหลัง หรือสร้างความรู้ต่อยอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยการส่งเสริมช่างรุ่นใหม่ให้มีโอกาสแสดงผลงาน ในขณะเดียวกัน สามารถเป็นจุดขายสินค้านำรายได้มาสนับสนุนกิจกรรมของศูนย์ได้ นอกเหนือจากการเก็บค่าเข้าชม สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การมีผู้นำชมศูนย์ที่มีความรู้ความเข้าใจในผลงานอย่างลึกซึ้ง มีความสามารถในการถ่ายทอดที่จะทำให้ผู้เข้าชมได้ซาบซึ้งในคุณค่าของงาน และที่สำคัญคือ ตัวผลงานที่มีความโดดเด่นโดยแท้จริง ดังนั้น การที่ทุกชุมชนในไทยจะมีพิพิธภัณฑ์ผ้าทออาจไม่ใช่สิ่งที่ดีหากไม่ใช่การรวมงานฝีมือที่โดดเด่นอย่างแท้จริง เพราะต้นทุนการบริหารจัดการอาจสูงเกินกว่าประโยชน์ที่ได้จากการมีศูนย์หัตถกรรม

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยอาจประสบปัญหาเกี่ยวกับความสนใจของผู้เข้าชมที่ให้คุณค่ากับงานศิลปะและยินดีที่จะจ่ายให้แก่ผลงานที่ดีในราคาที่สูง การเป็นผู้นำในการใช้สินค้าพื้นเมืองของผู้มีชื่อเสียงในสังคมจะสร้างความนิยมในตัวสินค้าได้ เช่นเดียวกับที่ชาวญี่ปุ่นหันมาสนใจสินค้าจากศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่เบปหลังจากการออกข่าวการเยี่ยมชมศูนย์ของสมเด็จพระจักรพรรดิและพระราชินีมิชิโกะ โดยพระราชินีทรงถือกระเป๋าสานไม้ไผ่ซึ่งเป็นสินค้าของศูนย์ ซึ่งในประเทศไทย สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถทรงเป็นผู้นำในการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านและได้รังสรรค์ผลิตภัณฑ์เหล่านี้อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

บทที่ 5

สวนวัฒนธรรมเกษตรโออิตะ (Oita Agro-Culture Park หรือ Eco-Agri Park)

5.1 ความเป็นมา

การจัดตั้งสวนวัฒนธรรมเกษตร โออิตะ ได้แนวคิดจากการไปดูงานที่ประเทศฝรั่งเศสของ ผู้ว่าการเมืองโออิตะ Mr. Morihiko Hiramatsu โดยได้เริ่มแผนงานในปี 1990 เริ่มก่อสร้างจริง ในปี 1995 และเปิดให้เข้าชมวันที่ 21 เมษายน 2001

สวนตั้งอยู่บนพื้นที่ 120 เฮกเตอร์ ล้อมรอบเขื่อนฮิดาชิซึ่งมีพื้นที่ 40 เฮกเตอร์ งบประมาณในการก่อสร้าง ได้รับการสนับสนุนจากจังหวัดและจากการขายสลากกินแบ่ง

5.2 วัตถุประสงค์

สวนวัฒนธรรมเกษตร โออิตะ ใช้คำขวัญว่า “A New Center Showcasing Agriculture and Rural Village Life” เพื่อสะท้อนวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. “Discovery-getting to know agriculture” เพื่อเป็นแหล่งให้ความรู้ด้านการเกษตรแก่เยาวชน ให้เยาวชนได้เห็นความสำคัญของการเกษตร
2. “Participation-enjoying farming” “Healing-getting close to nature” เพื่อเป็นสถานที่ที่เยาวชนได้ทดลองทำกิจกรรมทางการเกษตร ทำให้เยาวชนรู้สึกถึงความสนุกสนาน ขณะเดียวกันก็เห็นถึงความยากลำบากของงานเกษตร ทำให้เห็นคุณค่าในการทำเกษตร และใกล้ชิดกับธรรมชาติ
3. เพื่อเป็นแหล่งรวมเทคโนโลยีทางการเกษตร เป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัยทางการเกษตร

5.3 กิจกรรมภายในสวน

สวนวัฒนธรรมเกษตร โออิตะแบ่งพื้นที่เป็นส่วนต่างๆ 14 ส่วน อาทิเช่น ส่วนของ “ห้องฝึกหัด” มีห้องขนาดใหญ่ 500 ที่นั่ง เป็นแหล่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับหมู่บ้านเกษตร จัดประชุม ฝึกอบรมต่างๆ ส่วนของ “แมลงและดอกไม้” รวบรวมผีเสื้อและแมลงจากทั่วโลก ในส่วนอื่นๆ มีการแสดงการให้น้ำพืชโดยวิธีท่อใต้น้ำดูซึมน้ำจากท่อส่งน้ำไปสู่กระถางเช่นเดียวกับระบบไส้ตะเกียง มีการแสดงการผลิตเบียร์โดยใช้ข้าวบาร์เลย์ที่ผลิตในท้องถิ่น มีของเล่นเด็กจากการเกษตร การฝึกซ้อมสัทธิธรรมชาติ การทำเครื่องปั้นดินเผา มีส่วนแสดงผลงานโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีภัตตาคารให้บริการอาหารพื้นเมืองหลายชนิด มีสวนสมุนไพร สวนสัตว์ สถานที่ตั้งค่ายพักแรม

และสามารถดำเนินกิจกรรมเช่น พายเรือ จักรยาน มีบริการให้เช่า “farming block” ขนาด 40 ตารางเมตร เพื่อทดลองทำการเกษตรด้วยตนเอง

5.4 การบริหารจัดการ

ปัจจุบันมีพนักงาน 27 คน การดูแลต้นไม้และอื่นๆ จัดการโดยจ้างบริษัทที่รับช่วง (subcontract) งบประมาณการบริหาร 530 ล้านบาทต่อปี แหล่งรายได้มาจาก ค่าเข้าชม เงินอุดหนุนจากจังหวัด และเงินสนับสนุนจากภาคเอกชน

5.5 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

เนื่องจากมีเวลาในการเข้าชมจำกัด และสถานที่มีขนาดใหญ่พื้นที่กว้าง จึงไม่สามารถเข้าชมได้อย่างทั่วถึงและไม่มีรายละเอียดที่มากพอ อย่างไรก็ตามแนวคิดการสร้างสวนวัฒนธรรมเกษตรเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจแก่เยาวชน เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับประเทศไทยซึ่งมีพื้นฐานการพัฒนาอย่างยาวนานมาจากภาคเกษตรกรรม และภาคเกษตรมีความหลากหลายในต่างพื้นที่ต่างวัฒนธรรม โดยในญี่ปุ่นจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการแสดง เผยแพร่แก่ผู้เข้าชมทั้งเพื่อการท่องเที่ยวและการใช้เป็นแบบการศึกษา ทั้งต้องการให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้รู้จัก เพื่อเก็บค่าใช้จ่ายคืนจากที่ได้ลงทุนไปอย่างมากมาย ซึ่งอาจต่างจากในกรณีของประเทศไทยที่ไม่เน้นรายได้จากการเข้ามาเที่ยวชม เนื่องจากสวนเกษตรหรือศูนย์ศึกษาทดลองทางการเกษตรของไทยจะมุ่งขยายผลงานวิจัยปรับปรุง ค้นคว้าพันธุ์พืชมากกว่าที่จะหวังผลเลิศจากรายได้ค่าเข้าชมของนักท่องเที่ยว เช่นในประเศญี่ปุ่น จึงอาจต้องมาทบทวนแนวคิดและวิธีบริหารจัดการใหม่ในบางพื้นที่ที่มีศักยภาพพอที่จะพัฒนาให้มีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับสวนวัฒนธรรม โออิตะก็เป็นไปได้

บทที่ 6

สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ และโรงงานผลิตภัณฑ์นมมิโดริ

6.1 ความเป็นมา

สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1949 ต่อมาในปี 1963 ได้รวมเอาสหกรณ์โคนมเล็กๆ ในจังหวัดอีก 2 แห่งเข้าด้วย

ในปี 2000 สหกรณ์ฯปรับปรุงโครงสร้างใหม่อีกครั้ง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ บริษัทส่งเสริมฟาร์ม โคนม จังหวัด โอ อิตะ (Oitaken Rakunoo Fukushin Koosha) บริษัทกิจการนมคิวชูว (Kyushu Nyugyo Kabushiki Kaisha) และ บริษัทชนส่งมิโดริ (Midori Unsoo Kabushiki Kaisha) ข้อมูลของบริษัทต่างๆ ในปี 2000 หลังปรับโครงสร้างใหม่เป็นดังนี้

บริษัทส่งเสริมฟาร์มโคนมจังหวัดโออิตะ มีหน้าที่ ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมโดยดูแลในเรื่องอุปกรณ์ การจัดการ รับซื้อลูกโคจากฟาร์มของสมาชิกสหกรณ์ฯมาเลี้ยง ส่งเสริมการทำทุ่งหญ้า และเลี้ยงขุนลูกโคตัวผู้สำหรับเป็น โคนเนื้อ บริษัทมีทุนจดทะเบียน 7.6 ล้านบาท ผู้ถือหุ้น คือ สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ (92.1%) และ จังหวัดโออิตะ (7.9%) มีเจ้าหน้าที่ 8 คน และพนักงาน 2 คน มีโคขุน 899 ตัว และมียอดขาย 234 ล้านบาทต่อปี

บริษัทกิจการนมคิวชูว มีหน้าที่ผลิตและจำหน่ายนมสด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนม เครื่องดื่มภายใต้ชื่อทางการค้า “มิโดริ” มีทุนจดทะเบียน 1,563 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นประกอบด้วย สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ (54.8%) สมาคมส่งเสริมปศุสัตว์ (31.9%) จังหวัดโออิตะ (12.5 %) และที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 1 ถือหุ้นโดยจังหวัดฟุกุโอะ กะ สหพันธ์โคนมแห่งประเทศไทยญี่ปุ่น สหกรณ์โคนมจังหวัดยะมะกุชิ เป็นต้น กิจการนี้มีผู้บริหาร 15 คน พนักงาน 386 คน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ ยอดขาย 23,420 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทกิจการนมคิวชูว ยังถือหุ้นอยู่ในบริษัทอื่นๆที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าห่อมิโดรินภูมิภาคต่างๆของญี่ปุ่น

บริษัทชนส่งมิโดริ ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทในเครือทั้งสองบริษัทข้างต้น มีทุนจดทะเบียน 45 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นประกอบด้วย สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ (54.2%) บริษัทกิจการนมคิวชูว (13.6%) เจ้าหน้าที่และพนักงาน (32.2 %) มีผู้บริหาร 13 คน พนักงาน 115 คน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ ยอดขาย 1,279 ล้านบาท

ในเดือนมีนาคม 2001 สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะมีสมาชิก 419 คน ในจำนวนนี้เป็นสมาชิกที่ส่งผลผลิตนมสดให้โรงงาน 321 ครัวเรือน มีโคนม 16,320 ตัว (เป็นโคให้นมได้ 11,622 ตัว)

โดยเฉลี่ยมีโคนม 50.8 ตัวต่อครัวเรือน เงินทุนจดทะเบียน 2,028 ล้านบาท (เป็นทุนที่ชำระแล้ว 1,780 ล้านบาท) มีสำนักงานสาขา 8 แห่ง มีผู้บริหาร 15 คน พนักงาน 67 คน เป็นชาย 53 คน หญิง 14 คน

มูลค่าการประกอบการในปี 2000 เท่ากับ 15,780 ล้านบาท มาจากกิจการจัดจำหน่าย 9,112 ล้านบาท กิจการจัดซื้อ (เช่น อาหารสัตว์) 3,592 ล้านบาท กิจการจำหน่ายเนื้อโคเพื่อบริโภค 2,191 ล้านบาท กิจการผสมอาหารสัตว์ 352 ล้านบาท กิจการทะเบียนการผลิต 250 ล้านบาท กิจการสาขา 73 ล้านบาท กิจการตรวจรักษาสัตว์ 58 ล้านบาท กิจการสินเชื่อ 42 ล้านบาท กิจการเกี่ยวกับการผสมเทียมและตัวอ่อน 9 ล้านบาท

6.2 การจัดการ

จุดเด่นของสหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ คือ มีการแปรรูปสินค้าหลากหลาย ภายใต้ชื่อทางการค้า (ยี่ห้อ) มิโคริ เหตุผลสำคัญคือ การผลิตและจำหน่ายในรูปแบบสดกำไรน้อย จึงมีการแปรรูป เช่น เนย ชีส โยเกิร์ต พุดดิ้ง ไอศกรีม จะได้กำไรมากกว่า นอกจากนี้ยังผลิตสินค้าประเภทอาหารอื่นๆ เช่น เยลลี่ น้ำแร่ โดยมีหน่วยวิจัยและพัฒนาคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่างไรก็ตาม ร้อยละ 70 ของสินค้าที่ผลิตยังเป็นนมสด โดยจัดเป็นผู้ผลิตอันดับที่ 12 ของประเทศ

การผลิตสินค้า

จะผลิตตามการสั่ง (order) สินค้าของมิโคริได้มาตรฐาน HACCP เน้นในเรื่องความปลอดภัย โดยเฉพาะในเรื่องการปลอดจากโรควัวบ้า (BSC)

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของการผลิต คือ เป็นการผลิตที่ใช้ทุนเข้มข้น (capital intensive) คือใช้เครื่องจักรมากเมื่อเทียบกับแรงงาน และสามารถเดินเครื่องจักรได้ใกล้เคียงกำลังการผลิตเต็มที่ คือ ผลิตสินค้าได้ถึง 80-90% ของกำลังการผลิตเต็มที่ การผลิตสินค้าหลากหลายเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สามารถใช้เครื่องจักรได้เต็มกำลังการผลิต

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่น คือ นมสด ซึ่งซื้อจากสมาชิกสหกรณ์ ส่วนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอื่นๆจะซื้อจากภายนอกหรือนำเข้า โออิตะมีการเลี้ยงโคนมมากที่สุดแห่งหนึ่งในคิวชู เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสม

การจัดจำหน่าย

ดังกล่าวแล้วข้างต้นว่า สหกรณ์ฯมีบริษัทในเครือที่ทำหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยี่ห้อมิโคริในเมืองต่างๆของประเทศ นอกจากนี้ ในปี 2001 สหกรณ์โคนมในคิวชู 7 แห่ง ได้รวมตัวกันเพื่อขาย

สินค้าในราคาเดียวกันแทนการแข่งขัน ปัจจุบันนมจากสหกรณ์มีส่วนแบ่งตลาด 60% ของตลาดนมในคิวชีว

ผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก

สหกรณ์ฯ ไม่มีการปันผลให้แก่สมาชิก แต่ให้ประโยชน์คือ รับซื้อนมจากสมาชิกในราคาสูง ราคาลิตรละประมาณ 100 เยน (สมาชิก 1 คราวเรือน รีดนมได้ 30-50 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน หรือประมาณ 1 หมื่นลิตรต่อครัวเรือนต่อวัน ใน 1 ปี สามารถรีดนมได้ประมาณ 10 เดือน) นอกจากนี้ มีบริการสนับสนุนด้านการผลิต โดยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมคอยช่วยเหลือการผลิตของสมาชิก

นอกจากนี้สหกรณ์ยังมีกิจกรรมสินเชื่อสำหรับสมาชิก (ดังกล่าวแล้วในตอนต้น) มีการให้กู้ยืมเงิน และการออมเงิน แต่ในปี 2001 ธนาคารญี่ปุ่นเข้มงวดกฎระเบียบทำให้กิจกรรมการออมต้องล้มเลิกไป

ในส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีการจัดสรรพื้นที่บางส่วนเป็นสนามเด็กเล่น มีเครื่องเล่นต่างๆ นอกจากนี้ยังส่งเสริมกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชน เช่น กีฬา

6.3 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

ระบบสหกรณ์ญี่ปุ่นมีเครือข่ายกว้างขวางและมีการบริหารอย่างมืออาชีพในรูปแบบของบริษัท ซึ่งแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับระบบสหกรณ์ของไทย สหกรณ์โคนมจังหวัดโออิตะ เป็นตัวอย่างที่น่าสนใจในเรื่องการรวมกลุ่มของผู้ผลิต การมีส่วนร่วมของจังหวัดในกิจการที่เกี่ยวข้องกับอาชีพหลักของประชากรภายใต้รูปแบบการบริหารแบบเอกชน และรูปแบบการจัดองค์กรที่รองรับกิจกรรมต่างๆ ครบวงจร

การรวมกลุ่มของผู้ผลิตเป็นการปฏิบัติที่เป็นปกติของญี่ปุ่นซึ่งเชื่อในระบบ “ความร่วมมือ” เพื่อความอยู่รอดของกลุ่ม ตัวอย่างสหกรณ์โคนมโออิตะ แสดงถึงการร่วมมือในหลายมิติ ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง และระหว่างรัฐบาลท้องถิ่นกับเอกชน กล่าวคือ ในแนวนอน มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรโคนมภายใต้ระบบสหกรณ์ และการรวมกลุ่มของผู้ผลิตและแปรรูปนมภายใต้บริษัทมิโคริ ในแนวตั้ง เป็นการรวมตัวกันของเกษตรกรและโรงงาน ในมิติขององค์กร รัฐบาลส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมลงทุนในกิจการที่เป็นอาชีพสำคัญของประชาชน มีองค์กรระดับประเทศ คือ สหพันธ์โคนมก็มีส่วนเป็นผู้ถือหุ้น แม้จะไม่มากนัก แสดงถึงระบบความสัมพันธ์และความเกื้อกูลที่ซับซ้อนในโครงสร้างสังคมญี่ปุ่น เป็นที่น่าสังเกตว่า ในกิจการโคนมซึ่งผู้เลี้ยงมีอยู่ในพื้นที่กว้าง นอกจากการร่วมลงทุนของจังหวัดโออิตะแล้ว ยังมีการร่วมลงทุนจากรัฐบาลส่วนท้องถิ่นของจังหวัดใกล้เคียงถึงสองจังหวัด ทั้งนี้อาจเนื่องจากมีเกษตรกรเลี้ยงโคนมในจังหวัดทั้งสองที่จะได้ประโยชน์จากการส่งผลผลิตนมให้แก่โรงงานมิโคริ

สิ่งที่น่าจะเป็นตัวอย่างให้กับประเทศไทย คือ รูปแบบการมีส่วนร่วมของภาครัฐ (ในกรณีของ ญี่ปุ่นคือรัฐบาลส่วนท้องถิ่น) การร่วมลงทุนนับเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่น่าสนใจ รัฐบาลไทย จะมีส่วนเป็นผู้ถือหุ้นในกิจการวิสาหกิจขนาดใหญ่ แต่ไม่มีการร่วมลงทุนในกิจการระดับภูมิภาคหรือ ท้องถิ่นซึ่งที่มีผลโดยตรงต่อความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ที่ผ่านมามากมาย โครงการของรัฐไม่ประสบความสำเร็จและก่อภาระหนี้สินแก่ชาวบ้าน รัฐไม่มีส่วนรับความเสี่ยงจากกิจการที่รัฐเข้าไปส่งเสริม ดังเช่น ปัญหาโคฟพลาสติก การร่วมลงทุนจึงเป็นการส่งเสริมที่รัฐมีส่วนร่วมรับภาระความเสี่ยง อาจจะทำให้รัฐมีความรอบคอบในการเสนอโครงการให้แก่ชาวบ้านมากยิ่งขึ้น แต่สัดส่วนการลงทุน ไม่ควรสูงมากนัก เพื่อจำกัดบทบาทให้รัฐเป็นเพียงพี่เลี้ยงเท่านั้น

ในส่วนของโรงงานผลิตภัณฑ์นมมิโครี มีความน่าสนใจในเรื่องรูปแบบการดำเนินการ โดยเฉพาะการมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การใช้เครื่องจักรใกล้เคียงกำลังการผลิตสูงสุด และการใช้วัตถุดิบในพื้นที่ จุดที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่ง แต่ไม่สอดคล้องกับธุรกิจชุมชนของไทย คือ การเน้นการใช้เครื่องจักร โดยไม่ใช้แรงงานมากนัก เหตุผลสำคัญคือ ญี่ปุ่นมีค่าจ้างแรงงานสูง แต่ขณะเดียวกันแรงงานก็มีคุณภาพ การใช้เครื่องจักรจึงมีส่วนเสริมให้แรงงานมีผลิตภาพสูง (ผลผลิตต่อหน่วยแรงงานสูง)

บทที่ 7

โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่โออิตะ

ญี่ปุ่นถือเป็นประเทศแม่แบบและประสบความสำเร็จในการดำเนิน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยโครงการนี้มีจุดเริ่มต้นที่จังหวัดโออิตะ โดยการเริ่มของนาย Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าราชการจังหวัด

7.1 ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด โออิตะ เริ่มต้นจากในปี 2522 จากการริเริ่มของ Mr. Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าการจังหวัดที่ได้รับเลือกตั้งเข้ามาในช่วงริเริ่มโครงการจนถึงปัจจุบัน จุดเริ่มต้นของโครงการนี้เนื่องจากการที่นายฮิระมัดสึได้มีโอกาสพูดคุยกับคนในจังหวัด แล้วพบว่า ท้องถิ่นนี้กำลังประสบปัญหาในเรื่องการขาดแคลนประชากรวัยหนุ่มสาวซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการประกอบกิจการ และยังมีปัญหาสาธารณสุขไม่เพียงพอ รวมถึงการไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลกลางอีกด้วย นายฮิระมัดสึจึงคิดว่าการที่ประชาชนประสบปัญหาแต่ไม่ได้รับการดูแลดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อชุมชน และทำให้ขาดแรงจูงใจในการประกอบการ ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจให้แก่ชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญและต้องมีการดำเนินการอย่างเร่งด่วน ด้วยเหตุนี้จึงได้ริเริ่มโครงการ “หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product)” ขึ้นพร้อมๆกับมีการจัดทำแผนที่เรียกว่า Technopolis เพื่อชักจูงอุตสาหกรรมที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีในระดับสูง เข้ามาช่วยปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

7.2 หลักการพื้นฐานของโครงการ

หลักการพื้นฐานของโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์มี 3 ประการคือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่น่าสู่ตลาดญี่ปุ่นและตลาดโลกสะท้อนถึงความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น ความหมายของ “ผลิตภัณฑ์” ไม่ใช่เพียงการผลิต แต่จะรวมถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จะเผยแพร่ให้มีชื่อเสียงไปทั่วโลก
2. พึ่งพาตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self - Reliance - Creativity) การดำเนินการจะให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ผูกพันกับท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น โดยเน้นให้ผู้คนในท้องถิ่นรวมตัวช่วยเหลือและแข่งขันกันในการสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง การรวมตัวของคนในท้องถิ่นต้องเป็นไปอย่างเสรีและเป็นการพึ่งพาตนเอง ดังนั้น ทางารจึงไม่ได้

ให้การช่วยเหลือในรูปแบบเงินอุดหนุน แต่จะให้ข้อมูลและการแนะนำด้านเทคโนโลยี การค้นคว้าวิจัยด้านการเพิ่มผลผลิต โดยเป็นลักษณะการหารือร่วมกันระหว่างประชาชนกับหน่วยงานของท้องถิ่น

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ส่งเสริมประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทายและมีจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์ เพราะถือว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลให้โครงการประสบความสำเร็จ

แนวทางในการทำให้ท้องถิ่นพัฒนามีสองแนวทางคือ แนวทางแรก โดยการลงทุนของบริษัทเอกชน ทำให้คนมีงานทำ เป็นแนวทางที่ใช้ “พลังงานจากภายนอก” แนวทางที่สอง โดยการผลิตของท้องถิ่นเองออกสู่ภายนอก เป็นแนวทางที่ใช้ “พลังงานจากภายใน” โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินตามแนวทางที่สอง คือ ใช้พลังงานจากภายใน

7.3 การดำเนินโครงการของญี่ปุ่นในปัจจุบัน

ขั้นตอนแรกของการดำเนินโครงการ คือ การประชุมชุมชนหรือพบผู้ผลิตโดยตรง โดยผู้ว่าการจังหวัด โออิตะจะจัดประชุมชุมชน เวียนไปในพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวคิดของโครงการ และเพื่อให้ประชาชนยุคความคิดที่ว่า จังหวัดไม่เจริญเพราะทางไม่ดี และไม่ให้คิดว่าการร่วมในโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์จะทำให้ได้รับเงินช่วยเหลือ นั่นคือ ต้องทำให้ประชาชนเข้าใจในหลักการการพึ่งพาตนเอง โดยการร่วมมือสนับสนุนของทางจังหวัด

ขั้นตอนที่สอง ผู้สนใจในโครงการจะจัดประชุมกลุ่มของตนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความคิด และหาแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน อาจมีการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แนวทางการทำกิจกรรมให้แก่คนในหมู่บ้านและนักเรียน

ขั้นตอนที่สาม ผู้สนใจนำเสนอโครงการให้ทางจังหวัดพิจารณา หากมีศักยภาพ จังหวัดก็จะให้ความสนับสนุนต่อไป

การสนับสนุนของทางจังหวัดประกอบด้วย

การช่วยเหลือทางเทคนิคและเทคโนโลยี จังหวัดมีศูนย์วิจัยและส่งเสริมได้แก่

- ศูนย์วิจัยการแปรรูปสินค้าเกษตร เช่น ศึกษาค้นคว้าการแปรรูปและผลิตสินค้าจากมะนาว Kobutsu กว่า 30 ชนิด (ตัวอย่างที่พบเห็นในท้องตลาด เช่น น้ำมะนาว ขนมหลากหลาย ชนิดรสมะนาว น้ำผลไม้ สบู่ เครื่องหอม)
- ศูนย์เทคโนโลยีทางการเกษตร
- ศูนย์วิจัยประมง (เช่น วิจัยการใช้เสียงเพลงในการเลี้ยงปลา เมื่อเปิดเพลง ปลาจะว่ายมารวมกัน) โดยเชื่อคุณภาพเนื้อปลาที่ดีขึ้นและโตเร็ว

นอกจากนี้ ยังจัดตั้งโรงเรียนเกษตร โรงเรียนสอนด้านการค้า การตลาด และ เทคโนโลยี
ข่าวสาร ผู้เรียนจะเข้าเรียนในวันหยุด หรือ กลางคืน โดยจังหวัดสนับสนุนค่าใช้จ่าย

ในด้านการตลาด มีการจัดตั้งบริษัทสินค้าหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเผยแพร่สินค้า
ในโครงการ⁵ มีจุดขาย drive in ประมาณ 20 แห่ง

7.4 ผลการดำเนินงาน

ปัจจุบัน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดโออิตะ มีผลิตภัณฑ์ในโครงการ
ประมาณ 273 ผลิตภัณฑ์ ในจำนวนนี้มี 136 ผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้มากกว่า 100 ล้านเยนต่อปี และ
กว่า 20 ผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้กว่า 1,000 ล้านเยนต่อปี ซึ่งรวมแล้วยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นมีถึงกว่า
120,000 ล้านเยนต่อปี นับเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

เนื่องจากจังหวัดโออิตะมีลักษณะพื้นที่ที่หลากหลาย ทั้งพื้นที่ชายฝั่งทะเล พื้นที่ภูเขา และ
ทุ่งราบเหมาะสำหรับการเลี้ยงสัตว์ ดังนั้นจังหวัดจึงมีผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย
ในการดำเนินโครงการได้แบ่งพื้นที่เป็น 58 เขต สินค้าที่มีชื่อเสียงติดอันดับประเทศ และเป็นสินค้าเด่น
ในโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ ล้วนเป็นสินค้าเกษตรทั้งสิ้น

สำหรับตัวอย่างกิจกรรมในโครงการที่ประสบความสำเร็จได้แก่ ผลิตภัณฑ์เห็ดหอม ซึ่งเห็ด
หอมจากโออิตะเป็นที่ยอมรับว่ามีคุณภาพระดับโลก มีส่วนแบ่งยอดขายในตลาดญี่ปุ่นประมาณ ร้อย
ละ 30

นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวจะได้รับการประชาสัมพันธ์ไปยังประเทศต่างๆ หลายประเทศ
มีเจ้าหน้าที่จากประเทศต่างๆ เข้าเยี่ยมชมโครงการมากมาย และกิจกรรมของโครงการก็ขยายไปสู่ด้าน
อื่นๆ เช่น สิ่งแวดล้อม มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการปลูกป่า เพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อนด้วย

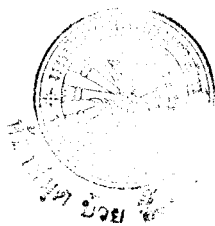
7.5 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

จากการประเมินของเจ้าหน้าที่โครงการ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้โออิตะประสบความสำเร็จ คือ
การนำความรู้ความคิดไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อทำความเข้าใจในแนวคิดหรือหลักการ 3 ประการ
ดังกล่าวข้างต้น และต้องมีคณะทำงานทำการศึกษาและมีความเข้าใจในพื้นที่อย่างแท้จริง ที่สำคัญที่สุด
คือ ความคิดริเริ่มจากชาวบ้านเองในการแสวงหาแนวทางในการเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์
เป็นที่น่าสังเกตว่าสินค้าในโครงการ “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของญี่ปุ่นเป็นสินค้าเกษตรที่ชาว

⁵ ไม่เป็นที่แน่ชัดว่าบริษัทดังกล่าวประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ผู้วิจัยได้ติดต่อขอเข้าชมบริษัท แต่ไม่ได้รับคำ
ตอบ และไม่สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งใดๆ ได้

บ้านปลูกเป็นอาชีพหลักมีความชำนาญอยู่แล้วเพียงแต่เน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นและมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้หลากหลาย

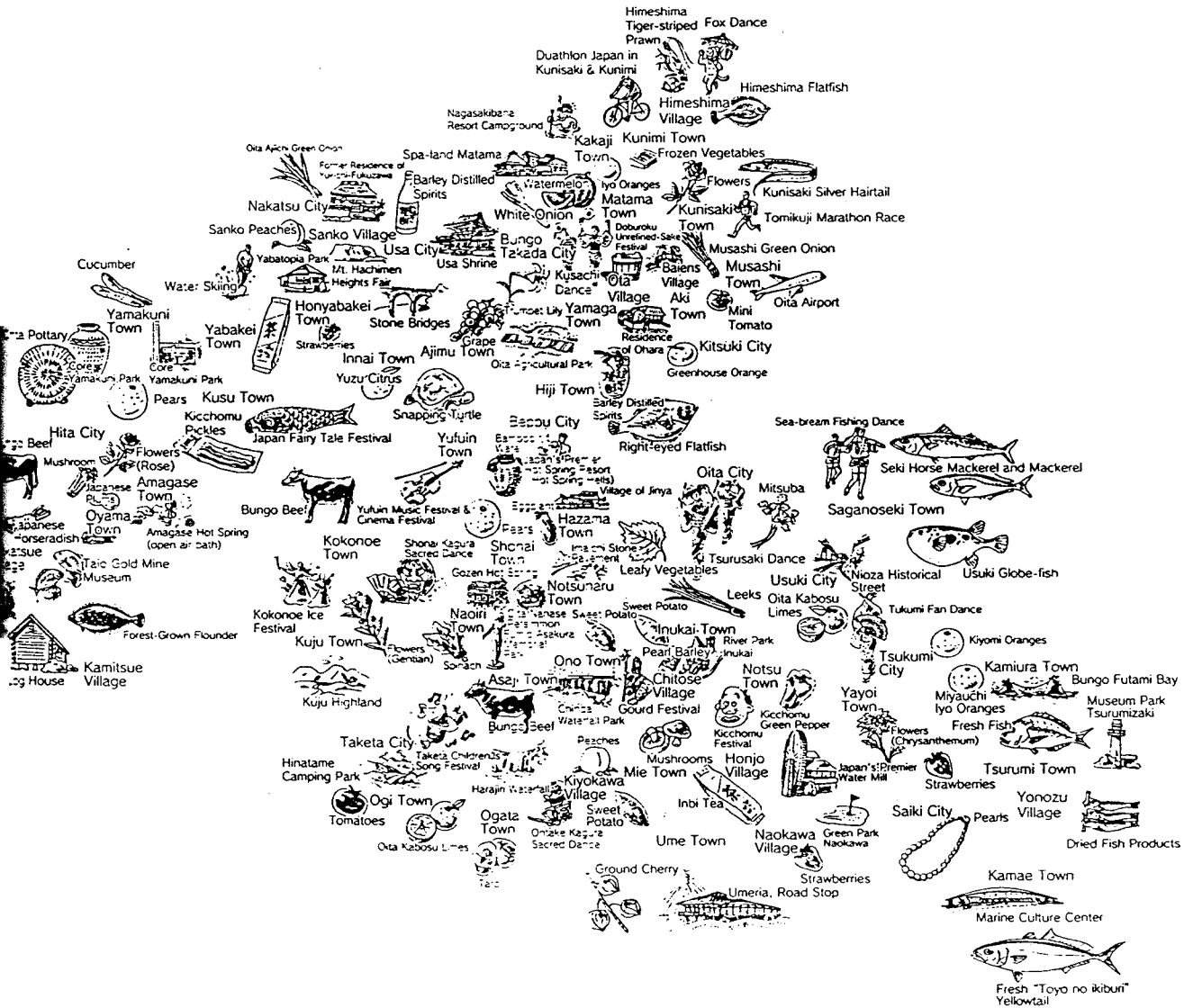
สำหรับประเทศไทยสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะเป็นสินค้าแปรรูปเป็นส่วนใหญ่และมักจะเป็นสินค้าที่ชาวบ้านผลิตเป็นอาชีพเสริมมากกว่า การส่งเสริมให้เกษตรกรพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและนับเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ท้องถิ่นได้พัฒนาศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ประเทศไทยควรส่งเสริมบทบาทของหน่วยงานส่วนท้องถิ่นในการผลักดันโครงการดังกล่าว โดยหน่วยงานส่วนกลางอาจมีบทบาทในการทำงานวิจัยด้านเทคโนโลยีการผลิตและแปรรูป เนื่องจากงานวิจัยต้องใช้งบประมาณมาก และความรู้จากงานวิจัยเป็นสินค้าสาธารณะที่สามารถเผยแพร่ได้ในวงกว้าง



76213



"One Village, One Product" Movement Revitalize Our Home Town!



THE Oita Prefecture One Village One Product 21 Promotion Council Secretariat
3-1-1, Ote-machi, Oita, 870-8501, Japan
Tel 097-535-1155

ONE VILLAGE ONE PRODUCT

One Village, One Product is nationally recognized brands

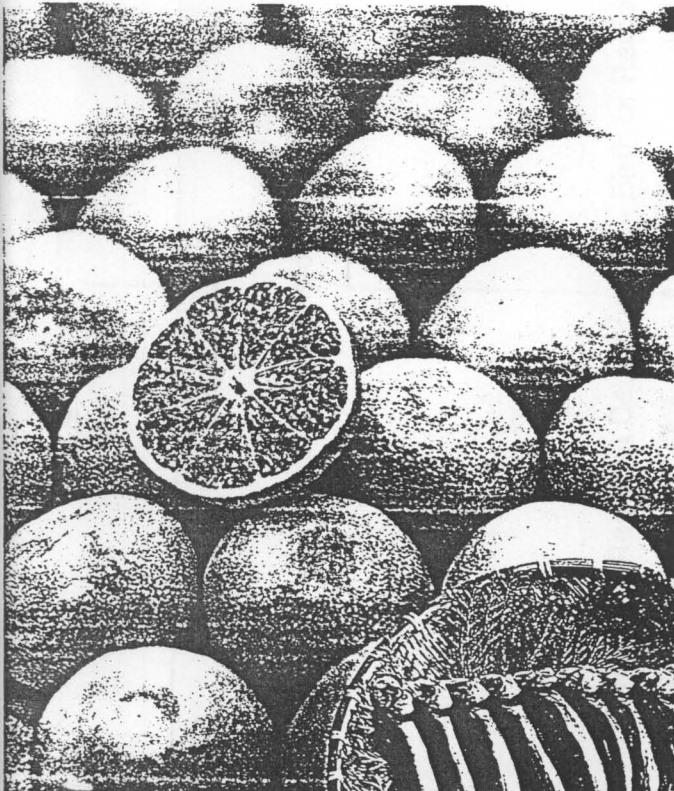
20 years have passed since the birth of the One Village, One Product movement. Many of the products of the 'One Village, One Product' movement have become household names in Japan.

1980 Total sales volume: 143 products, ¥35.9 billion
Number of special products with sales exceeding ¥1 billion:4

1998 Total sales volume: 312 products, ¥136.3 billion
Number of special products with sales exceeding ¥1 billion:18



▲Roses



▲Greenhouse oranges

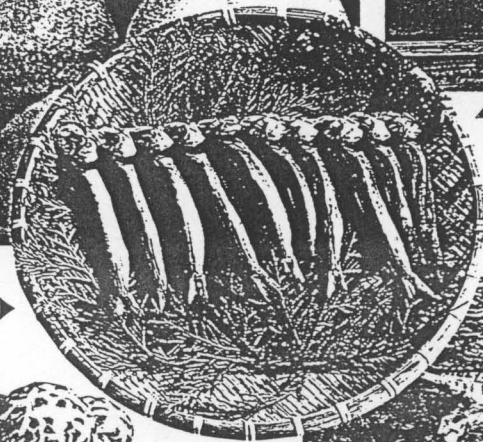


▲Distilled spirits

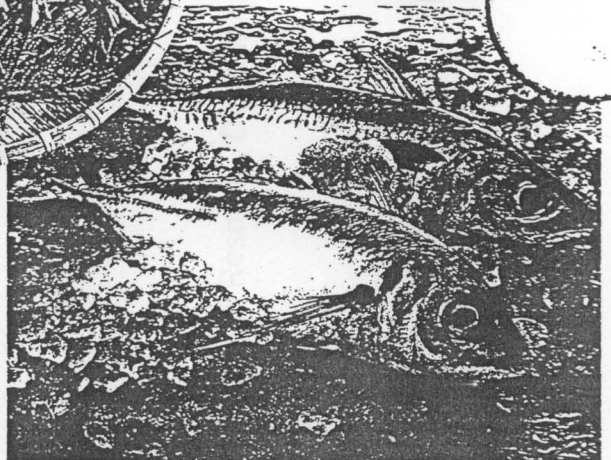


Oita Kabosu limes ▼

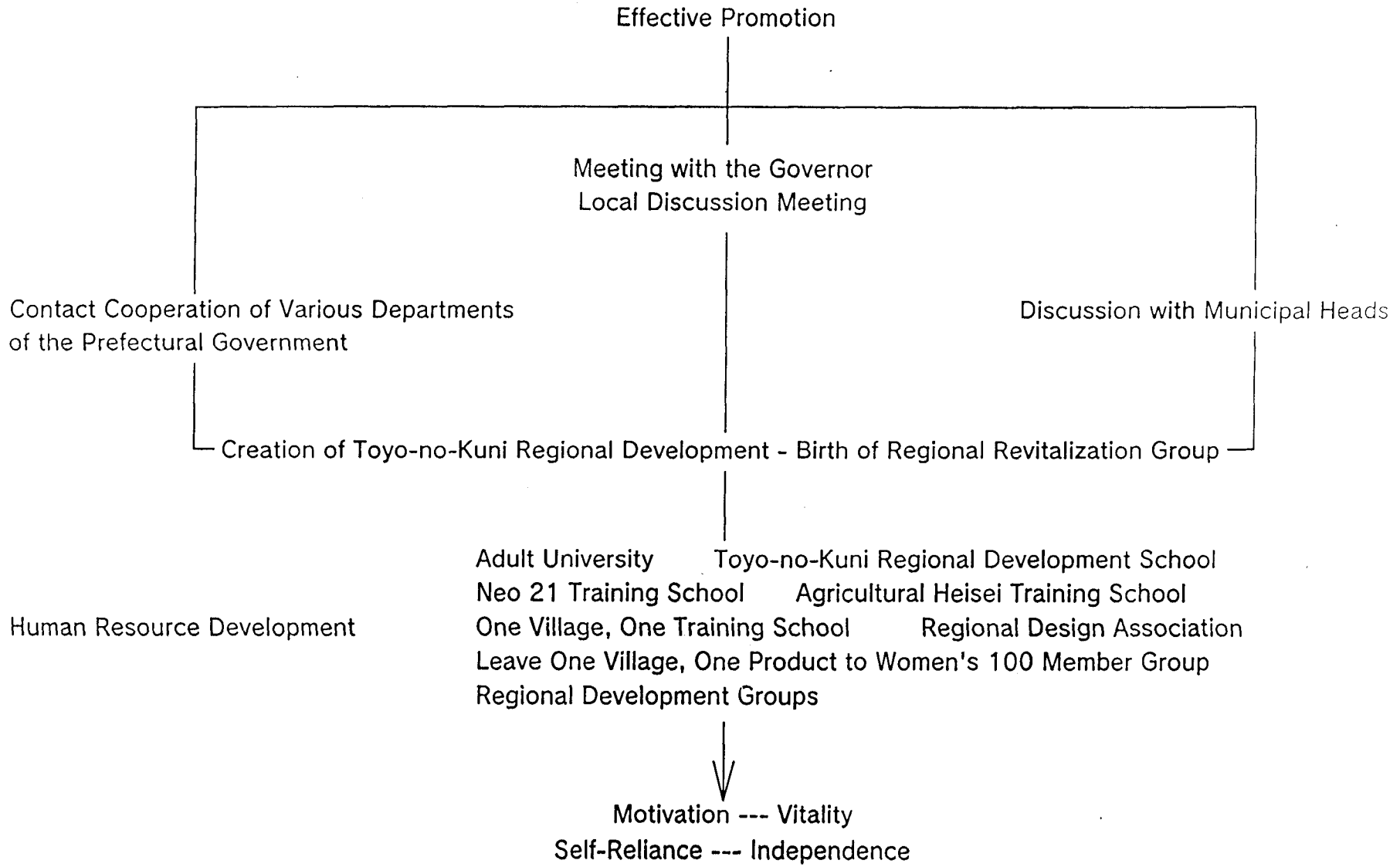
Dried sardines ▶



▲Dried mushrooms



▲Seki Horse Mackerel and Mackerel



Facilitation of Practical Activities

For Improvement of Technology

Self-Reliance --- Independence

One Village, One Product

Complete Research and Guidance Facilities

Fostering of Motivated People

One Village, One Culture

- Agricultural and Fishery Products Processing Guidance Center
- Hot Spring Floriculture Research and Guidance Center
- Mushroom Research and Guidance Center
- Institute of Marine and Fisheries Science
- Agriculture Technology Center
- Citrus Fruits Experimental Station
- Livestock Experimental Station
- Manufacturing Technology Experimental Center

- Land of Abundance Training School
- Multipurpose Public Use Facility
- One Village, One Product Presentation and Exchange Meeting
- Overseas Training Programs
- One Village, One Product Movement Displays Effort Awards-Merit Awards

One Village, One Sport

One Village, One Song

One Village, One Dream

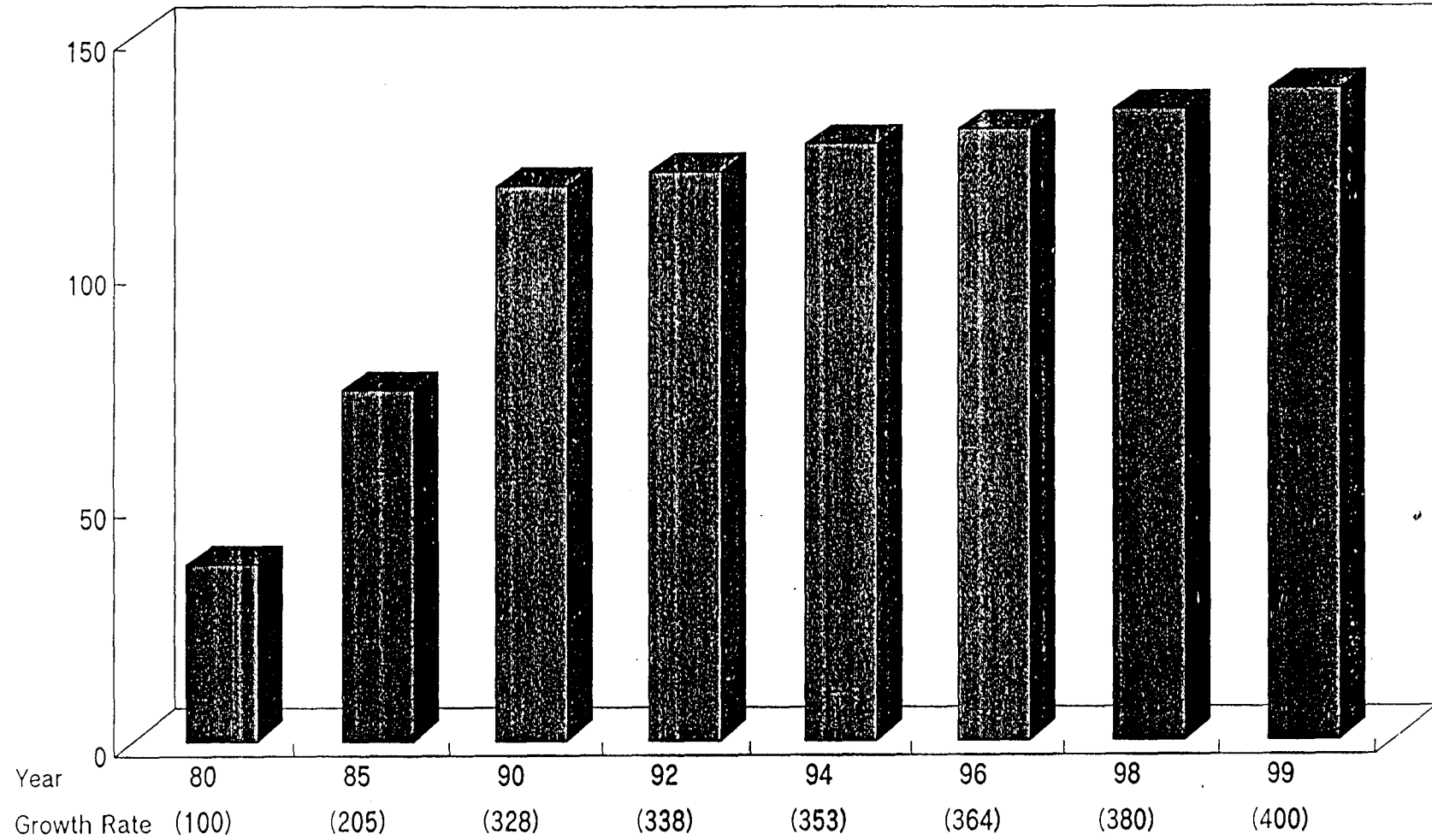
Realization of Finance System Activities through Subsidies

Situation of Regional Economy
Regional Industry Main Activities

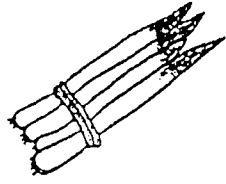
- One Village, One Product Bazaar - Interaction Market
- One Village, One Product Inc.
- One Village, One Product Movement Product Exhibition
- One Village, One Product Festival
- Hometown Tea Shop
- One Village, One Product

Total Sales (販売額)

Billion Yen (十億円)



Products with Sales over One Billion Yen



White Onions
(Bungo Takada City)
白ねぎ (豊後高田市)



Bungo Beef
(Bungo Takada City)
豊後牛 (豊後高田市)



Bamboo Works
(Beppu City)
竹細工 (別府市)



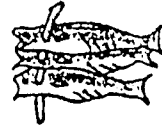
Mandarin Oranges
(Kitsuki City)
ハウスみかん (杵築市)



Ohba Herbal Leaf
(Oita City)
大葉 (青じそ) (大分市)



Fresh Fish
(Tsurumi Town)
活魚 (鶴見町)



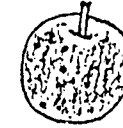
Dried Whole Fish
(Yonoozu Village)
丸干し (米水津村)



Cultivated Yellowtail
(Kamae Town)
養殖ブリ (蒲江町)



Tobacco Leaves
(Notsu Town)
葉たばこ (野津町)



Asian Pears
(Hita City)
梨 (日田市)



Milk
(Hita City)
牛乳 (日田市)



Enoki Mushrooms
(Oyama Town)
エノキ茸 (大山町)



Bungo Beppu Bay Chirimen Fish
(Hiji Town)
豊後別府湾ちりめん (日出町)



Prawns
(Himeshima Village)
車えび (姫島村)



Barley Shochu
(Distilled Alcohol)
(Usa City)
むぎ焼酎 (宇佐市)



Nikaido Oita Barley Shochu
(Hiji Town)
大分むぎ焼酎二階堂 (日出町)



Cultivated Yellowtail
(Yonoozu Village)
養殖ブリ (米水津村)



Bungo Beef
(Kusu Town)
豊後牛 (玖珠町)

บทที่ 8

สวนผลิตอะโอชิโสะที่เมืองโออิตะ

8.1 ความเป็นมาของสวนผลิตอะโอชิโสะ

อะโอชิโสะเป็นพืชล้มลุกที่ชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคเป็นอาหาร⁶ สวนผลิตอะโอชิโสะที่ไปเยี่ยมชมเป็นของเกษตรกรรายหนึ่งซึ่งดำเนินงานในรูปแบบบริษัท สวนมีพื้นที่ทั้งหมด 5.8 เฮกตาร์ โดยครึ่งหนึ่งของพื้นที่ใช้ปลูกพืชดังกล่าว

ครอบครัวนิโนมิยะซึ่งเป็นเจ้าของได้ทำการเกษตรในพื้นที่แห่งนี้มาตั้งแต่ปี 1955 โดยในครั้งนั้นมีพื้นที่มากกว่าในปัจจุบันถึงหนึ่งเท่าตัว โดยเริ่มแรกปลูกผัก ข้าวสาลี ส้ม และเลียงโก ต่อมาเมื่อชุมชนเมืองเริ่มขยายตัว จึงขายพื้นที่ไปบางส่วน และเริ่มปลูกชิโสะเมื่อประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่า ข้อจำกัดของพื้นที่ ทำให้มีการปรับไปสู่การผลิตที่เป็น capital intensive แทนการเป็น land intensive กล่าวคือต้องผลิตสินค้าที่ให้ผลตอบแทนต่อพื้นที่สูงขึ้น

การดำเนินงานในระยะเริ่มต้น ใช้แรงงานในครัวเรือน 11 คน ปัจจุบันมีคนงาน 70 คน

8.2 การบริหารจัดการ

การผลิตอะโอชิโสะ

การผลิตอะโอชิโสะของครอบครัวนิโนมิยะมีตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว จนถึงการคัดเลือก และบรรจุใบใส่กล่องพลาสติกขนาดเล็กรวมที่จะขายได้ทันที สวนนิโนมิยะจะผลิตชิโสะได้ประมาณ 24,000 ใบต่อวัน หรือ 120 กล่องต่อวัน

การปลูกชิโสะ ปลูกในโรงเรือนพลาสติก (Vinyl House) เพื่อความอบอุ่น ใช้น้ำและยามาก แต่ปัจจุบัน รัฐบาลเข้มงวดเรื่องการใช้สารเคมีปราบศัตรูพืช จึงต้องลดการใช้ยาดังกล่าว เนื่องจากปลูกทั้งปี ในโรงเรือนจึงต้องมีทั้งเครื่องทำความร้อน พัดลม และเครื่องให้แสงไฟ ในขั้นตอนการปลูกจึงเป็น capital intensive

⁶ อะโอชิโสะ เป็นชื่อพืชล้มลุก ใบมีกลิ่น มีสีเขียวสดและขอบใบหยัก มีขนาดประมาณครึ่งฝ่ามือ เป็นที่กล่าวกันว่า กลิ่นของชิโสะเป็นหนึ่งในสามของกลิ่นที่ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบ โดยปกติ ในการบริโภคปลาดิบ ชาวญี่ปุ่นใช้ใบชิโสะประดับและเป็นเครื่องเคียงร่วมกับหัวผักกาดขาวซูดเป็นผอยขาว เนื่องจากกลิ่นและรสชาติของใบชิโสะสามารถดับกลิ่นได้ นอกจากนี้ ยังนิยมใช้ใบชิโสะประดับอาหารต่างๆหรือใส่ขนมแบบญี่ปุ่นเพื่อให้อาหารดูสวยงาม มีการนำใบชิโสะหั่นผอยใส่ในน้ำจิ้ม และอาหารต่างๆเพื่อเอากลิ่น หรืออาจใช้ทำกลิ่นในน้ำสลัด หรือผสมชา เป็นต้น

เนื่องจากคุณภาพสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ การควบคุมคุณภาพสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็น คุณภาพที่สำคัญประการแรก คือ สินค้ามีความปลอดภัยในการบริโภค ซึ่งควบคุมโดยกฎระเบียบและมาตรฐานของทางราชการ จึงต้องปฏิบัติให้ได้ตามมาตรฐานเช่น ลดการใช้สารเคมี

คุณภาพอีกประการหนึ่ง คือ ขนาดของใบและลักษณะของใบที่สวยงาม ด้วยเหตุนี้ การคัดเลือกและคัดขนาดใบจึงเป็นขั้นตอนการผลิตที่สำคัญ การคัดต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก จึงต้องมีระบบการควบคุมคุณภาพแรงงานที่ดี ซึ่งจะกล่าวถึงในตอนต่อไป

คุณภาพที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งเป็นลักษณะเด่นของสินค้าจากสวนนิโนมิยะ คือ สินค้ามีความสดและเก็บได้นาน ทั้งนี้เนื่องจาก มีโรงเรือนคัดแยกและห้องเย็นเก็บรักษาผลผลิตอยู่ในบริเวณเดียวกับสวน ไม่ต้องเสียเวลาในการขนส่งและทำให้สินค้าไม่ซ้ำจากการขนส่งจากแหล่งผลิตมายังสถานที่คัดแยก⁷ ดังนั้น สิ่งสำคัญคือ สวนเกษตรดังกล่าวมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการมีโรงคัดแยกโรงเก็บสินค้า และมีแรงงานอย่างเพียงพอ

การจัดการแรงงาน

ดังกล่าวแล้วในตอนต้นว่า การมีแรงงานอย่างเพียงพอ และการควบคุมคุณภาพแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินกิจการ ปัจจุบันสวนเกษตรนิโนมิยะมีคนงาน 70 คน ส่วนใหญ่เป็นคนงานหญิง การจัดหาแรงงานให้เพียงพอ กระทำได้เนื่องจากสวนอยู่ใกล้ชุมชน จึงมีแม่บ้านที่สามารถรับจ้างทำงานบางเวลา (part time) ได้ โดยบริษัทจะจ้างคนงานที่มีที่พักอาศัยอยู่ในระยะทาง 2 กิโลเมตรจากสวน สิ่งสำคัญที่เป็นแรงจูงใจให้แม่บ้านมาทำงาน คือ การให้ความยืดหยุ่นในการเลือกเวลาทำงาน

การใช้แรงงานใช้ในการเก็บเกี่ยวและคัดใบ การจ่ายค่าจ้างจ่าย 65 เยน ต่อ 100 ใบ โดยจะกำหนดปริมาณขั้นต่ำที่จะต้องทำได้ และให้โบนัสตามคุณภาพ ในการควบคุมคุณภาพแรงงาน คนคัดและบรรจุสินค้าจะใส่บัตรหมายเลขประจำตัวของตนไว้ด้วย จากนั้นจะมีแผนกตรวจสอบ หากไม่สามารถคัดสินค้าได้คุณภาพตามต้องการก็จะมีการตักเตือนในครั้งแรก ครั้งต่อมาจะหักรายได้

การวิจัยและพัฒนา

ผู้ผลิตจะมีการเก็บข้อมูลการผลิตต่างๆ เช่น การใส่ปุ๋ย เป็นการเรียนรู้ทดลองจากการผลิตด้วยตนเอง นอกจากนี้ ยังมีการติดต่อกับหน่วยงานวิจัยและส่งเสริมการเกษตรของจังหวัด เมื่อมีปัญหา

⁷ ผู้วิจัยเคยมีโอกาสไปเยี่ยมชมแหล่งผลิตผักแหล่งอื่น การคัดแยกสินค้า อาจทำโดยเกษตรกรขนสินค้าไปยังสหกรณ์ แล้วใช้อุปกรณ์ แรงงาน เพื่อทำการคัดแยกสินค้าที่นั่น

ทางการผลิต โดยเฉพาะผู้ผลิตจะมีทักษะในการวิเคราะห์ตลาดอย่างดีจึงสามารถต่อรองและสร้างผลตอบแทนให้สูงขึ้นได้

การจัดจำหน่าย

ผู้ผลิตชิโสะ 11 รายในโออิตะจะรวมกลุ่มกันจัดจำหน่ายในรูปแบบของบริษัทผ่านสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเช่นเดียวกับสินค้าเกษตรอื่นๆ ผลิตภัณฑ์จึงคิดเครื่องหมายการค้าของ สหกรณ์ คือ “JA⁸ Oita City”

การมีโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ชื่อของโออิตะเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีผลคือการขาย ปัจจุบัน สินค้าของกลุ่มจำหน่ายในคิวชิว ร้อยละ 40 จำหน่ายเขตคันไซ⁹ ร้อยละ 50 และอื่นๆ ร้อยละ 10

8.3 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

แนวทางการจัดการแรงงานเป็นประเด็นสำคัญที่สุดที่ได้จากการศึกษางานที่สวนอะโอชิโสะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าเกษตรของไทยมักประสบปัญหาในการคัดแยก ส่วนหนึ่งอาจเนื่องจากราคาสินค้าระหว่างคุณภาพต่างๆ ไม่ต่างกันมากนัก แต่อีกส่วนหนึ่งเนื่องจากต้นทุนในการคัดแยกสูงเกินไป ซึ่งอาจเป็นเพราะไม่สามารถควบคุมคุณภาพการทำงานของแรงงานได้ ดังตัวอย่างเกษตรกรส้มโอปลอดสารพิษที่จังหวัดสมุทรสงครามจะใช้แรงงานครัวเรือนในการเก็บเกี่ยว ไม่จ้างแรงงานภายนอกด้วยเหตุผลคือ อาจเก็บเกี่ยวส้มโอที่ไม่ได้คุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับของที่ได้มาตรฐาน ในขณะที่ผู้ผลิตของสวนอะโอชิโสะจะมุ่งเน้นความสะดวกสบายของลูกค้าที่มาทำงานโดยสามารถกลับบ้านไปดูแลครอบครัวระหว่างพักทำงาน หรือมีมูมนั่งพักผ่อน ฟังเพลงเพื่อคลายความเครียดระหว่างงาน ทำให้งานมีประสิทธิภาพซึ่งหาไม่ถ่ยนักกับธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมในไทย อย่างไรก็ตาม อาจเนื่องจากแรงงานเกษตร งานที่อาจเปราะเปรี๊นดินไม่เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นสมัยใหม่ ผู้ผลิตจึงต้องใส่ใจและผ่อนคลายความเข้มงวดก็เป็นได้ แต่พิจารณาโดยรวมแล้วผู้ใช้แรงงานในสวนเกษตรอะโอชะโสะน่าจะมีคุณภาพงานดีพอสมควร ทั้งในด้านรายได้และสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน

⁸ JA หมายถึง Japan's Agricultural Cooperatives

⁹ เขตคันไซ ได้แก่ โอซากา เกียวโต โกเบ นารา

บทที่ 9

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่อะริตะ

9.1 ความเป็นมา

เครื่องปั้นดินเผาอะริตะ มีต้นกำเนิดจากคนเกาหลีที่เข้ามาในคิวชู เมื่อประมาณ 400 ก่อน และพบว่าเมืองอะริตะมีดินที่เหมาะสมสำหรับการทำเครื่องปั้นดินเผา ในบริเวณภูเขา Izumiyama ในปี 1641 เริ่มมีการส่งเครื่องปั้นดินเผาจากอะริตะไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนต่างๆของโลก โดยบรรทุกไปกับเรือค้าขายของชาวฮอลันดา อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาอะริตะเจริญรุ่งเรืองนับแต่นั้นมา

ปัจจุบัน ในอะริตะซึ่งเป็นหมู่บ้านมีประชากร 13,500 คน มีร้านค้าผลิตและจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาถึง 162 แห่ง

9.2 การบริหารจัดการ

การผลิต

ลักษณะเฉพาะของเครื่องปั้นดินเผาอะริตะ คือ เนื้อดิน และวิธีการเผาที่ทำให้ได้ภาชนะเนื้อแกร่ง เคาะเป็นเสียงกังวาน

เทคนิคการผลิตที่แตกต่างจากที่อื่น คือ การย่อยหิน จากนั้นจึงนำหินผงผสมน้ำ ปั้น และเผา ที่ความร้อน 900 องศาเซลเซียส 10 ชั่วโมง จากนั้นจึงวาดลวดลาย เคลือบและเผาที่ 1300 องศาเป็นเวลา 15 ชั่วโมง เนื้อดินจะหดตัวลงประมาณ 20% และสารเคลือบจะใสมองเห็นลวดลายที่วาดไว้ จากนั้นจึงใส่สีและเผาที่ 850 องศาเป็นเวลา 10 ชั่วโมง เพื่อให้สีและภาพติดที่ภาชนะเผา

การเผาต้องใช้เตาที่มีลักษณะคล้ายตู้ ด้านในทำด้วยอิฐที่ไม่แตกเมื่อถูกความร้อนจัด ปัจจุบันเชื้อเพลิงที่ใช้มาจากแก๊สซึ่งให้ความร้อนสูงสม่ำเสมอ ช่วยลดการสูญเสียจากเนื่องจากภาชนะเผาไม่ได้มาตรฐานลงได้มาก

การออกแบบ มีทั้งลวดลายที่ผู้ซื้อสั่ง และลวดลายที่ออกแบบเองโดยช่างฝีมือในพื้นที่ซึ่งอาจเป็นลายดอกไม้ชนิดต่างๆในญี่ปุ่นและลวดลายไปทางยุโรป เป็นต้น

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลัก คือ ดินที่ใช้ในการผลิต ร้อยละ 20 มาจากพื้นที่ภูเขาในเมืองอะริตะที่เรียกว่า Izumiyama แต่ส่วนใหญ่คือร้อยละ 80 มาจากจังหวัด Kumamoto เมือง Amakusa ซึ่งใช้เวลาเดินทาง 3.5 ชั่วโมงจากอะริตะ

9.3 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

เนื่องจากเจ้าของกิจการไม่พร้อมที่จะให้รายละเอียดและตอบคำถาม การศึกษางานครั้งนี้จึงยังคงขาดรายละเอียดและมีคำถามอีกหลายประเด็น อาทิเช่น

การจ้างช่างฝีมือ เจ้าของกิจการให้ข้อมูลว่ามีช่างผู้ออกแบบบลวดลายที่เป็นลักษณะเฉพาะของอะริตะ 1-2 คน แต่ไม่ชัดเจนว่าเป็นช่างประจำโรงงานหรือไม่ หรือเป็นช่างที่ออกแบบให้กับหลายโรงงานในอะริตะ มีปัญหาขาดแคลนช่างหรือไม่ การคิดค่าจ้างแรงงานสำหรับช่างฝีมือ

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสังเกต คือมีลักษณะการให้บริการแบบ one-stop service สำหรับผู้ซื้อ กล่าวคือ การให้ความรู้ด้วยการบรรยายและนำชมกระบวนการผลิต จากนั้นจะเป็นการจำหน่ายสินค้า และสุดท้ายยังมีบริการอาหารกลางวัน ซึ่งประกอบด้วยอาหารที่มีชื่อของท้องถิ่นจัดไว้ให้นักท่องเที่ยวภายในและภายนอกประเทศ

บทที่ 10

บทสรุปและบทเรียนสำหรับประเทศไทย

10.1 บทสรุป

10.1.1 ธุรกิจชุมชน

ในเรื่องการปฏิบัติที่เป็นเลิศของธุรกิจในชุมชน จากการศึกษาดูงานพบว่า มีประเด็นที่สำคัญ 3 ประเด็น คือ การสร้างศักยภาพ การใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่มีอยู่ และการวิจัยและพัฒนา

การสร้างศักยภาพ (Capacity Building)

ได้แก่การฝึกอบรม ฝึกอบรมให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ มีการฝึกอบรมในลักษณะของการถ่ายทอดงานฝีมือจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง หรือจากช่างฝีมือหรือผู้มีความรู้สู่เยาวชนและประชาชนทั่วไปอย่างเป็นระบบ โดยจัดในรูปแบบของ โรงเรียน หรือสถานฝึกอบรมที่รัฐให้การสนับสนุน เช่น โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโออิตะ ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านไม้ไผ่เบปปู หรือแม้แต่สวนวัฒนธรรมเกษตรโออิตะ

ในระบบของญี่ปุ่น นอกจากการฝึกอบรมโดยปกติแล้ว ยังรวมถึงการสร้างความเข้าใจในหลักการ จุดมุ่งหมาย และคุณค่าของงานอีกด้วย และการถ่ายทอดฝึกอบรมไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นเพื่อการประกอบอาชีพของผู้รับการฝึกอบรมแต่เพียงอย่างเดียว

การใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่มีอยู่ (Capacity Utilization)

ได้แก่ การใช้วัตถุดิบในพื้นที่ การใช้แรงงานในท้องถิ่นและระบบการควบคุมตรวจสอบคุณภาพแรงงาน การผลิตสินค้าหลากหลายเพื่อให้ใช้เครื่องจักรได้เต็มกำลังการผลิต

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการผลิต กล่าวคือ หากการผลิตนั้นใช้ทุนเข้มข้น (capital intensive) การใช้เครื่องจักรให้ใกล้เคียงกำลังการผลิตเต็มที่จะเป็นหัวใจของการบริหารจัดการ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องหาวัตถุดิบป้อนเครื่องจักรให้เพียงพอ มีตลาดมีขนาดใหญ่พอที่จะรับซื้อสินค้าที่ผลิตได้ หรือผลิตสินค้าหลากหลายจากเครื่องจักรที่มีอยู่ ดังเช่น กรณีของโรงงานสหกรณ์ผลิตภัณฑ์นมมิโคริ การรวมกลุ่มผู้ผลิตน้ำนมสดในรูปสหกรณ์โคนม เป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้มีการเชื่อมโยงวัตถุดิบสู่โรงงานได้อย่างเพียงพอ การให้สวัสดิการที่ดีหรือให้ประโยชน์ที่เพียงพอแก่สมาชิกสหกรณ์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของการรวมกลุ่ม ตัวอย่างของกรณี โรงงานและสหกรณ์คือ การรับซื้อผลผลิตทั้งหมด และรับซื้อในราคาสูง ส่วนการผลิตสินค้าที่หลากหลายจากเครื่องจักรที่มี

อยู่นั้น มีประโยชน์ทั้งในด้านการใช้เครื่องจักรอย่างเต็มที่ และกระจายความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งง่ายแก่การลดต้นทุนการส่งมอบ เพราะสินค้ามีอย่างครบวงจรอีกด้วย

ในกรณีของการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น (labor intensive) หัวใจสำคัญ คือ การบริหารจัดการแรงงาน ได้แก่ การมีแรงงานที่มีคุณภาพเพียงพอ และมีกลไกควบคุมคุณภาพการทำงานของแรงงาน ตัวอย่างที่สำคัญ คือ สวนอะโอชิโสะของเกษตรกร การมีแรงงานอย่างเพียงพอในสังคมที่แรงงานเป็นปัจจัยหายากและมีราคาแพงในกรณีของญี่ปุ่น สามารถกระทำได้ในลักษณะของการจ้างแรงงานที่ทำงานบางเวลา (part-time) และมีความยืดหยุ่นของเวลาทำงาน (อย่างไรก็ตาม ลักษณะงานจะต้องไม่ใช่งานที่ต้องทำคนเดียวอย่างต่อเนื่อง และแรงงานต้องสามารถทำทดแทนกันได้) การให้สวัสดิการแก่แรงงานอย่างเหมาะสม และการมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีก็เป็นปัจจัยที่ดึงดูดแรงงาน

การวิจัยและพัฒนา

เป็นที่ชัดเจนว่า ญี่ปุ่นมีการวิจัยและพัฒนาอยู่ในแทบทุกองค์กร ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์นวัตกรรม ไม้ไฟ่ ซึ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ช่างที่จะใช้อุปกรณ์ในการทดลองประดิษฐ์ออกแบบ ส่วนวัฒนธรรมเกษตร ซึ่งสนับสนุนการแสดงผลงานการวิจัยทดลองวิจัยด้านการเกษตร จังหวัดโออิตะ ซึ่งมีศูนย์วิจัยทดลองหลายศูนย์เพื่อสนับสนุนโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ โรงงานผลิตภัณฑ์นมมิโคริ ซึ่งมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งสวนอะโอชิโสะซึ่งเกษตรกรจดบันทึกการลองผิดลองถูกในการใช้ปัจจัยการผลิตของตนเอง ประเด็นที่สำคัญคือ รัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น จะทุ่มทุนอย่างมากเพื่อส่งเสริมผลผลิตสุดท้าย (Finished good) ด้วยการรับซื้อหรือให้รางวัลอย่างสูงสุดแก่นักคิด นักประดิษฐ์ที่สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างยอดเยี่ยม อาทิ ซื้อผลิตภัณฑ์จากไม้ไฟ่ ที่ชนะเลิศด้วยเงินสูงถึง 4 ล้านเยน เป็นต้น

การมีเครือข่ายทางการตลาด

สำหรับการผลิตสินค้าเพื่อขาย การตลาดเป็นปัจจัยสำคัญ ญี่ปุ่นมีลักษณะเครือข่ายทางการตลาดที่เป็นรูปแบบเฉพาะ สำหรับกรณีสินค้าเกษตร คือการมีระบบสหกรณ์ที่เชื่อมโยงตั้งแต่สหกรณ์ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ความเป็นมาในอดีตที่รัฐบาลญี่ปุ่นให้อำนาจผูกขาดแก่สหกรณ์ ทำให้ในปัจจุบันแม้ว่าอำนาจผูกขาดจะถูกลดทอนลงไปจากการเปิดตลาดนำเข้าและข้อผูกพัน WTO แต่สหกรณ์ญี่ปุ่นก็ยังคงมีอำนาจตลาดอยู่ระดับหนึ่ง คู่ไปกับระบบตลาดที่เกิดขึ้น

ตามธรรมชาติ และเศรษฐกิจญี่ปุ่นค่อนข้างยอมรับกับการที่ต้องมีคนกลางที่มีคุณภาพมาจัดการตลาด และส่งมอบไปให้ผู้ซื้อคนสุดท้าย

สิ่งที่เรียนรู้จากประสบการณ์ของญี่ปุ่นคือ การมีเครือข่ายด้านการตลาดจะเป็นข้อดีสำหรับธุรกิจชุมชน แต่ระบบเครือข่ายที่ซับซ้อนแบบสหกรณ์การเกษตรญี่ปุ่นคงไม่ใช่สิ่งที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย

10.1.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บทเรียนจากยูฟูคือ การท่องเที่ยวอาจไม่ได้มีแต่ประโยชน์ด้านดีต่อชุมชนเสมอไป ความสำเร็จจากการท่องเที่ยวมีผลดึงเงินลงทุนและผู้ประกอบการรายใหญ่จากภายนอกเข้ามาสู่ท้องถิ่นและมีผลต่อธุรกิจขนาดเล็กของชุมชนไม่มากนักน้อย ดังนั้นประเด็นเรื่องการกระจายผลประโยชน์ และภาวะต้นทุน เช่น ผลกระทบต่อธุรกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจรายใหญ่กับธุรกิจขนาดเล็กและชุมชนจึงเป็นส่วนที่พึงระมัดระวังและภาครัฐโดยส่วนกลางหรือส่วนท้องถิ่นควรเข้ามามีบทบาทร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการสร้างกฎกติกาที่เป็นธรรมขึ้น

ในด้านหนึ่ง ชุมชนได้รับประโยชน์ในด้านที่มีตลาดเข้ามาสู่ชุมชน ทำให้ลดต้นทุนการตลาดและความเสี่ยงในการหาหรือเข้าถึงตลาด การมีตลาดก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจชุมชนทั้งแง่ปริมาณและคุณภาพ การมีตลาดระดับสูงที่ยินดีจ่ายให้กับสินค้าที่มีคุณภาพหรืองานศิลปะ เช่นกรณีของสินค้าและงานฝีมือราคาแพงที่จำหน่ายโดยศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่เบปปุ มีส่วนช่วยอนุรักษ์ให้ช่างฝีมือและภูมิปัญญาท้องถิ่นดำรงอยู่และพัฒนาต่อยอดขึ้นไปได้

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของญี่ปุ่นจะเน้นการให้ความรู้และให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมท้องถิ่น ข้อสรุปดังกล่าวมีความชัดเจนในกรณีของศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่เบปปุ ส่วนวัฒนธรรมเกษตรโออิตะก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ช่วยให้ประชาชนและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านการเกษตร ทั้งยังส่งเสริมการพัฒนาความรู้ทางด้านการเกษตรด้วยการจัดแสดงผลงานต่างๆและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาโดยตรงและอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวโดยทางอ้อม

ในแง่การตลาด การมีบริการครบถ้วนในสถานที่แห่งเดียว เป็นรูปแบบที่อาจนำมาใช้กับประเทศไทยได้ เช่น มีทั้งการแสดงผลงาน ให้ความรู้ ขายสินค้า และจำหน่ายอาหาร เช่น สวนวัฒนธรรมเกษตร และโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาอะริตะ

10.1.3 บทบาทของภาครัฐ

จังหวัดโออิตะไม่มีบทบาทมากนักในธุรกิจเอกชน เช่น สวนอะโอชิโสะ หรือ ในธุรกิจที่ชุมชนมีบทบาทเข้มแข็งเช่น สหกรณ์โคนม แต่จังหวัดจะมีบทบาทอย่างมากในการจัดกิจกรรมที่เป็นสินค้าสาธารณะและมีผลต่อการพัฒนาในระยะยาว เช่น การสร้างแนวคิดให้แก่ชุมชนให้ค้นหาศักยภาพของตนเองและพึ่งพาตนเองในโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาโดยมีศูนย์วิจัยต่างๆ และการสร้างแหล่งความรู้และการฝึกอบรมที่เป็นระบบ เช่นการก่อตั้งและสนับสนุนการดำเนินการของศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่ สวนวัฒนธรรมเกษตร โรงเรียนฝึกอบรมต่างๆที่สำคัญจังหวัดโออิตะมีแผนงานกิจกรรมส่งเสริมความร่วมมือภายใน ภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบซึ่งเข้าข่ายการสร้างอุปสงค์ให้เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างลึกซึ้งและเป็นระบบที่ดี

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมดังกล่าวใช้ทุนค่อนข้างมาก (แม้แต่การเผยแพร่แนวคิดโดยการที่ผู้ว่าการจังหวัดและเจ้าหน้าที่ลงไปพบปะชุมชนต่างๆด้วยตนเอง) ทั้งนี้จึง จำเป็นต้องมีรายได้จากกิจกรรมนั้นมาจุนเจือ ส่วนหนึ่งรัฐให้การอุดหนุน และอีกส่วนหนึ่ง อาจได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มองข้ามไม่ได้ คือ การเป็นรัฐบาลท้องถิ่นทำให้จังหวัดรู้ความต้องการของชุมชน ได้ดีและมีความรอบคอบ คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชากรในพื้นที่เป็นสำคัญ

10.2 บทเรียนสำหรับประเทศไทย

10.2.1 บทเรียนสำหรับธุรกิจชุมชน

สำหรับประเทศไทย การผลิตที่เหมาะสมในชุมชนคือ การผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น เนื่องจากมีแรงงานอย่างเพียงพอในขณะที่ทุนมีจำกัด ซึ่งเป็นลักษณะที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์¹⁰ ดังนั้น บทเรียนจากญี่ปุ่นที่เป็นประโยชน์ และเป็นจุดอ่อนที่เราควรเสริมสร้าง คือ การสร้างศักยภาพของแรงงาน การให้สวัสดิการที่ดีพอแก่แรงงานและมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม และการสร้างระบบควบคุมคุณภาพของแรงงานอย่างมีขั้นตอนที่เหมาะสม

¹⁰ ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก การผลิตที่เหมาะสมคือ การผลิตสินค้าในปริมาณและคุณภาพที่กำหนดโดยมีต้นทุนที่ต่ำที่สุด การผลิตจะมีต้นทุนต่ำได้หากใช้ปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูกกว่าโดยเปรียบเทียบในสัดส่วนที่สูงกว่าการใช้ปัจจัยราคาแพง ในทำนองเดียวกัน เทคโนโลยีที่เหมาะสมในทางเศรษฐศาสตร์คือ เทคโนโลยีที่มุ่งใช้ปัจจัยที่มีราคาถูกกว่าโดยเปรียบเทียบ

สำหรับธุรกิจชุมชนซึ่งใช้แรงงานในท้องถิ่น มีข้อดีคือ การรู้จักคุ้นเคยกัน ทำให้มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพแรงงาน ในขณะที่เดียวกันก็เกิดระบบการควบคุมคุณภาพแรงงานในตัวเอง เพราะหากแรงงานปฏิบัติไม่ดี หรือ มีการเอาเปรียบผู้ใช้แรงงาน ก็จะเป็นที่รู้กันในชุมชน ทำให้การจ้างงาน หรือการรวมกลุ่มเพื่อใช้แรงงานไม่เกิดขึ้น แต่สิ่งที่ชุมชนขาดไปคือ การสร้างศักยภาพของแรงงานและศักยภาพของผู้ทำหน้าที่บริหารจัดการ การเรียนรู้ในลักษณะลองผิดลองถูก หรือการถ่ายทอดจากครูคนหนึ่งไปยังศิษย์อีกคนหนึ่ง โดยใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลดังที่เกิดขึ้นมาในอดีต อาจไม่เพียงพอต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภาครัฐจึงควรเข้ามามีบทบาทอย่างมากในส่วนนี้ และการถ่ายทอดฝึกอบรมไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นเพื่อการประกอบอาชีพของผู้รับการฝึกอบรมแต่เพียงอย่างเดียวเพราะผู้เข้าร่วมการอบรมอาจมีจุดประสงค์เพื่อขยายทุนทางสังคม หรือสืบสานวัฒนธรรม หรือเพื่อสุขภาพที่ดี หรือมีมิตรในช่วงวัยต่างๆ

10.2.2 บทบาทของภาครัฐ

สิ่งที่เรียนรู้จากการศึกษางาน คือ กิจกรรมใดที่รัฐควรจะทำ (นั่นคือ กิจกรรมที่เป็นสินค้าสาธารณะและมีผลต่อการพัฒนาในระยะยาว ได้แก่การสร้างแนวคิดที่ถูกต้องในการพัฒนา การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ) แต่จะทำโดยวิธีใด ขนาดของกิจกรรมจะเป็นเช่นไร คงต้องขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละท้องถิ่นและความตั้งใจมุ่งมั่นของผู้บริหาร

เนื่องจากเงื่อนไขจำเป็นคือ รัฐต้องเข้าใจศักยภาพ ปัญหา และความต้องการของชุมชน ดังนั้น การดำเนินการที่กระจายอำนาจ เช่น ให้ท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการแทนการรวมศูนย์โดยส่วนกลาง หรือส่วนกลางเป็นเพียงผู้สนับสนุนหน่วยงานส่วนท้องถิ่นอีกทีหนึ่ง แต่หน่วยงานส่วนท้องถิ่นควรมีความร่วมมือที่ใกล้ชิดกับชุมชนในท้องถิ่นนั้น อย่างไรก็ตาม ทั้งรัฐและชุมชนต้องมีความเข้าใจตรงกันในเรื่องหลักการพื้นฐานของแต่ละกิจกรรม ดังนั้น หลักการมีส่วนร่วมของชุมชน ตั้งแต่การคิดค้นหาเป้าหมายและวิธีการร่วมกันภายในชุมชนและระหว่างชุมชนกับรัฐจะเป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง

สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยมีความแตกต่างอย่างมากจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโอฮิตะ เพราะสำหรับโอฮิตะแล้วโครงการดังกล่าว เป็นเพียงหนึ่งในบริบทใหญ่ของการพัฒนาจังหวัด พื้นที่ดำเนินโครงการจำกัดอยู่ในจังหวัด มีการทำความเข้าใจในแนวคิดและหลักการแก่ทุกหมู่บ้านอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องการพัฒนาคนและการพึ่งพาตนเอง

ในกรณีของประเทศไทย รัฐมีบทบาทที่จะต้องสร้างความเข้าใจและเผยแพร่แนวคิดการพัฒนาเพื่อพัฒนาคนและพัฒนาเพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ ความเข้าใจดังกล่าวต้องเกิดขึ้นทั้งภายใน

หน่วยงานของรัฐเองและภายในชุมชนซึ่งพื้นฐานการรณรงค์ของรัฐมักเอาไปเชื่อมโยงกับการฟื้นฟูเศรษฐกิจเป็นหลัก ในข้อเท็จจริงแล้วตัวแบบของโอฮิตะจะสะท้อนแนวคิดการจัดการที่ยั่งยืนก่อนที่จะมาถึง " การผลิต " " การแลกเปลี่ยน " แต่สำหรับประเทศไทย ผู้บริหารมักคำนึงถึงเรื่องรายได้ที่พอเพียงของประชาชนในพื้นที่ต่างๆก่อน รัฐบาลจึงควรปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการพึ่งตนเอง สร้างแบบแผนการปฏิบัติงานเพื่อให้ธุรกิจชุมชนของไทยมีวิวัฒนาการที่รวดเร็ว เข้มแข็ง และไม่มุ่งเน้นแต่ด้านการเพิ่มรายได้อย่างเดียว มีการปรับปรุงยุทธศาสตร์การวางแผนพัฒนาพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ และมีการเชื่อมโยงเป็นแผนปฏิบัติต่อไป

บรรณานุกรม

1. พรโศภิต จงมีสุข. ความสำเร็จของญี่ปุ่นกับโครงการ " หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ ". (Available ธันวาคม 2544). [http:// www.boi.go.th](http://www.boi.go.th) .)
2. สรุประเคื่นการสัมมนา กลยุทธ์การดำเนินนโยบาย " หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ". (Available ธันวาคม 2544). [http:// www.cdd.moi.go.th](http://www.cdd.moi.go.th) .)
3. The " one village , one product " Movement . (Available December 2001). <http://www.2pref.oita.jp>.

รายชื่อและที่อยู่

1. **Ryuji Urata . Community currency .**
1525-12 Kawakami Yufuin - cho. Oita-gun , Oita Japan.
e-mail : yufukiri @fat.coara.or.jp
Tel&Fax : + 81-977-85-5003
Homepage : [http:// www.coara.or.jp/~yufukiri / letsyufu /yufu.html](http://www.coara.or.jp/~yufukiri/letsyufu/yufu.html)
2. **Ms. Takako Kamiyoshi**
e-mail : Kamiyoshi. Yakako @ jica.go.jp
office : Oita International Center
3-1-7 Nakashima - nishi, Oita-shi, Oita
Tel : +81-97-538-5161
Fax : +81-97-538-5162
3. **Asako Shimazaki .**
Graduate School of Economics. University of Tokyo.
e-mail : shima@grad.e.u-tokyo.ac.jp
Tel&Fax : +81-47-342-7143
4. **Sayoko Goto . Senior Managing Director Executive Director**
Oita International Center
3-1-7 ,Nakashima Nishi Oita, Japan 870-0047.
e-mail : oitaintl@oitaweb.ne.jp
Tel : (097)538-5161
Fax : (097)538-5162
5. **บริษัท พราวด์ ฮอลิเดย์ จำกัด (Proud Holiday Co.,Ltd.**
646 ถนนเจริญรัตน์ แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600
e-mail : proudholiday@hotmail.com
Tel : (662)861-0060
Fax : (662)861-0040

ภาคผนวก

กำหนดการเดินทาง และศึกษางาน 1-6 เมษายน 2545

วันจันทร์ที่ 01 เม.ย. 45 กรุงเทพฯ - ฟุกุโอกะ

22.30 น. คณะพร้อมกัน ณ สนามบินคอนเมือง

วันอังคารที่ 02 เม.ย. 45 ฟุกุโอกะ - ยูฟูอิน - โออิตะ

0100 น. โดยเที่ยวบินที่ JL 648 ออกเดินทางสู่เมืองฟุกุโอกะ
0800 น. ถึงเมืองฟุกุโอกะ เมืองหลวงแห่งเกาะคิวชู
0900 น. เดินทางสู่ เมืองยูฟูอิน
1200 น. รับประทานอาหารกลางวัน
1400-1630 น. ชมการจัดทำระบบเงินตราชุมชนของเมืองยูฟูอิน
1630-1700 น. เดินทางสู่ เมืองโออิตะ แล้วเข้าสู่ที่พัก OITA TOYO HOTEL

วันพุธที่ 03 เม.ย. 45 โออิตะ - เบปปุ

0900-0930 น. เดินทางสู่เมืองเบปปุ
0930-1030 น. ชมศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่เบปปุ
1030-1100 น. เดินทางสู่สวนวัฒนธรรมเกษตรโออิตะ
1100-1200 น. เข้าชมสวนวัฒนธรรมเกษตรโออิตะ
1200-1315 น. รับประทานอาหารกลางวัน
1315-14.00น. เดินทางกลับ โออิตะ
14.00-1630 น. เยี่ยมชม สหกรณ์โคนม โออิตะ
1630 น. เดินทางกลับที่พัก

วันพฤหัสบดีที่ 04 เม.ย. 45 โออิตะ - ฟุกุโอกะ

- 0945 น. เดินทางออกจากที่พักไปยังศูนย์นานาชาติโออิตะ
1000-1200 น. ฟังคำบรรยายเกี่ยวกับ โครงการ หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโออิตะ
1200-1300 น. รับประทานอาหารกลางวัน
1300-1500 น. เยี่ยมชมสวนอะโอจิโสะของเกษตรกร
1500-1700 น. เดินทางสู่ เมืองฟุกุโอกะ เพื่อเข้าสู่ที่พัก NEW OTANI HAKATA HOTEL

วันศุกร์ที่ 05 เม.ย. 45 ฟุกุโอกะ - อาริตะ - ฟุกุโอกะ

- 0900-1000 น. เดินทางสู่ เมืองอาริตะ
1000-1200 น. ชมโรงงานผลิตกระเบื้องเซรามิกอาริตะ
1200-1300 น. รับประทานอาหารกลางวัน
1300-1400 น. เดินทางสู่วิหารดาไซฟู
1400-1500 น. ชมวิหารดาไซฟู
1500 น. เดินทางกลับฟุกุโอกะและพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันเสาร์ที่ 06 เม.ย. 45 ฟุกุโอกะ - กรุงเทพฯ

- 0900 น. ออกจากที่พักเพื่อเดินทางสู่สนามบินนานาชาติฟุกุโอกะ
1200 น. โดยเที่ยวบินที่ JL 649 ออกเดินทางกลับสู่กรุงเทพฯ
1520 น. กลับถึงกรุงเทพฯ
-

LIST OF PARTICIPANTS
FIELD TRIP TO OITA PREFECTURE, JAPAN

THAILAND PRODUCTIVITY INSTITUTE, MINISTRY OF INDUSTRY

1. MR. DHAWATCHAI TANGSANGA, EXECUTIVE DIRECTOR
2. MS. CHANTALUX MONGKOL, PROJECT MANAGER
3. DR. PHANIT LAOSIRIRAT, DIRECTOR, RESEARCH AND INFO. TECHNOLOGY DIVISION
4. MR. SORAVICH PREMCHUEN, MANAGER, RESEARCH AND DEVELOPMENT DEPARTMENT
5. MS. NUNTAPORN AUNGATICHART, RESEARCHER
6. MR. TOSSAPOL RAMINGWONG, RESEARCHER
7. MS. PARICHAT SANOI, RESEARCHER

SOCIAL FUND OFFICE & SOCIAL DEVELOPMENT BOARD

1. MRS. ORAJITT BUMROONGSAKULSAWAT, ASSISTANT EXECUTIVE DIRECTOR

NATIONAL ECONOMIC & SOCIAL DEVELOPMENT BOARD

1. MS. SASITHORN PALATTADEJ, POLICY AND PLAN ANALYST

THAMMASAT UNIVERSITY

1. DR. APICHAJ PUNTASEN,
PROFESSOR, FACULTY OF ECONOMICS AND
DIRECTOR, INTERGRATED SCIENCES RESEARCH INSTITUTE
2. DR. SOMCHAI SUKSIRISEREKUL,
ASSOCIATE PROFESSOR, FACULTY OF ECONOMICS
3. DR. KANJANEE KANGWANPORN SIRI,
RESEARCHER, INTERGRATED SCIENCES RESEARCH INSTITUTE
4. DR. PATAMAWADEE POCHANUKUL SUZUKI,
ASSISTANT PROFESSOR, FACULTY OF ECONOMICS

5. MRS. DOLCHITT YUKTANAN,

MANAGER, INTERGRATED SCIENCES RESEARCH INSTITUTE

6. MRS. TREANGGAI SUKSIRISEREKUL,

OBSERVER

TOTAL 15 PERSONS