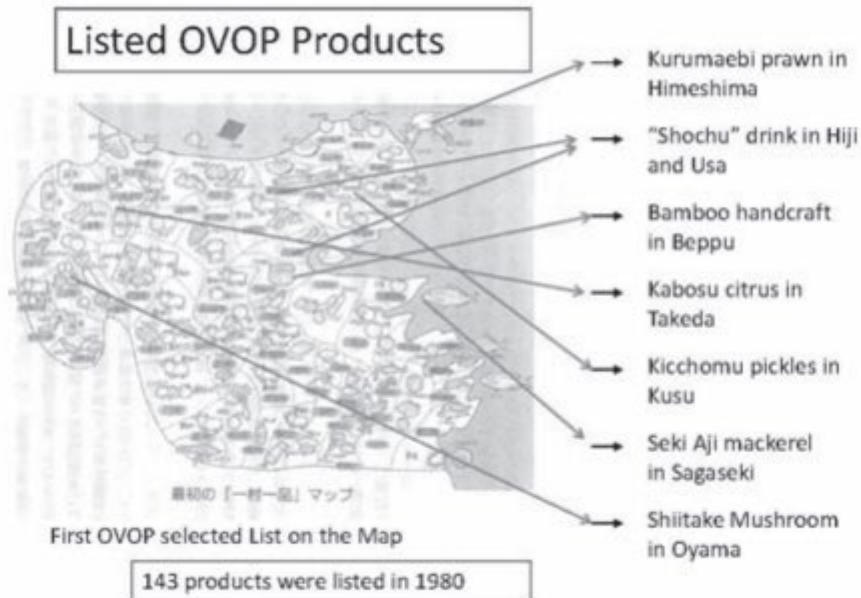


OVOP Experience

กรณีศึกษา การเดินทางของ High-Value Added Product บทบาทขององค์กรชุมชน และรัฐบาลท้องถิ่น



Source: Kunio Igusa, Ritsumeikan Asia Pacific University at an OVOP workshop held in Cambodia, 2010.

ประวัติศาสตร์ความสำเร็จของการผลักดันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วย One Village One Product Movement ของจังหวัด Oita จังหวัดภาคใต้ของญี่ปุ่น ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกโดยย่อว่า OVOP นับได้ว่าเป็นความสำเร็จของการสร้างเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนงานจากฐานราก จากจุดเริ่มต้นในระดับชุมชนหรือหมู่บ้านที่ปรับเปลี่ยนการผลิตทางการเกษตรที่มักจะผลิตแบบเหมือนกัน ไปสู่การผลิตที่มีความแตกต่างกัน ปรับเปลี่ยนจากการผลิตที่เน้นเฉพาะแต่การจัดการด้าน supply ไปสู่การทำความเข้าใจต่อ demand ของตลาดควบคู่กันไป การจัดการ OVOP ของ Oita นั้น เริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1961 ที่เมือง Oyama ซึ่งเป็นหมู่บ้านยากจนในชนบทพื้นที่สูง ไม่ได้รับผลพวงจากการสนับสนุนตามนโยบายด้านการท่องเที่ยว หรือการจ้างงานของโรงงานเช่นเดียวกับพื้นที่อื่นของเมือง (อันเป็นผลที่มีความต่อเนื่องมาจากการขาดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการเศรษฐกิจที่นำไปสู่ความไม่ถ่วงทั่ว) ในขณะที่นโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นในช่วงนั้น ก็ส่งเสริมให้ปลูกข้าวเพื่อการบริโภคในประเทศตามแนวทางว่าด้วยการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ด้วยสถานการณ์ข้างต้นเหล่านี้ จึงทำให้ Oyama Agriculture Cooperative เริ่มทดลองเปลี่ยนการผลิตทางการเกษตรไปสู่การผลิต/ผลิตผลทางการเกษตรที่มีมูลค่าที่สูงกว่า (Higher value-added products) ด้วยการปลูกพืชชนิดใหม่ คือ plums, chestnuts, prunes, grapes, and pears โดยการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตในครั้งนี้ เป็นที่รู้จักกันว่า the first NPC-New Plum and Chestnut ได้ทำให้เกษตรกร (ที่มีสัดส่วน 80 % ของ

เมือง) มีรายได้ที่สูงขึ้นกว่าเดิม จากการพึ่งพาตลาดในระดับชุมชน (ด้วยการพึ่งพารายได้ของผู้มีรายได้ที่ดีกว่าจากการประกอบอาชีพในแขนงอาชีพบริการและเป็นพนักงานโรงงาน ที่มีสัดส่วน 20 % ของเมือง) การริเริ่มที่ประสบความสำเร็จดังกล่าวได้พัฒนาไปสู่ the second NPC – Neo Personality Combination ด้วยการสร้างศูนย์เรียนรู้ของชุมชน ในปี ค.ศ. 1965 เพื่อสร้างรายได้จากการกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study tours) จากผู้สนใจทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ ต่อมาในปี ค.ศ. 1969 ก็ได้พัฒนาเป็น the third NPC-New Paradise Community อันเป็นการขยายกรอบการจัดการเศรษฐกิจให้เชื่อมโยงไปถึงการจัดการคุณภาพชีวิตของชุมชน ทั้ง 8 ชุมชนของเมือง ด้วยการรวมงานทำหน้าที่เป็นศูนย์วัฒนธรรม การจัดการระบบตลาด และการสร้างงานของคนรุ่นใหม่ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง Oyama นี้ เป็นตัวแบบที่ Mr. Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าราชการจังหวัด Oita ที่บริหารงานในระหว่างปี ค.ศ. 1979-2003 ใช้เป็นต้นแบบขยายไปยังเมืองต่าง ๆ อีก 50 กว่าเมือง เพื่อขยายให้เป็นการสร้างเศรษฐกิจของจังหวัด ในปี ค.ศ. 1979 (Haraguchi, 2008)

นอกจากเมือง Oyama แล้ว ที่ Oita ยังมีเมืองที่มีการจัดการเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นที่สร้างขึ้นจากทุนทางสังคมที่ดำรงอยู่ของชุมชนและท้องถิ่น และเชื่อมโยงผลผลิต และ/หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับเมืองและภาคส่วนอื่น เช่น ที่เมือง Yufuin ซึ่งเป็นเมืองที่มีพื้นที่ธรรมชาติเป็นหุบเขาและทุ่งหญ้าสีเขียว มีบ้านเรือนที่มีเอกลักษณ์แบบชนบท มีตลาดชุมชน วัด 2-3 แห่ง และบ่อน้ำพุร้อนขนาดเล็ก สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบเน้นการพักผ่อนและการสัมผัสกลิ่นไอของความเป็นชนบท ที่ไม่ใช่แบบ large-scale business แบบเมืองใกล้เคียง เช่น เมือง Beppu (ที่มีน้ำพุร้อนเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและบริการของโรงแรม) ไม่ส่งเสริมการสร้างสนามกอล์ฟ ซึ่งเป็นกิจการที่การลงทุนด้วยทุนขนาดใหญ่ หรือกิจกรรมขนาดใหญ่ที่เน้นเชิงปริมาณจนนำไปสู่การทำลายบรรยากาศการเข้าถึงซึ่งบริการนี้ โดยการกำหนดกรอบทิศทางของการพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวของเมือง เป็นการดำเนินงานที่ริเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1972 ภายใต้องค์กรภาคประชาสังคมที่เรียกว่า Yufuin Hot spring Tourism Association ซึ่งยังได้ริเริ่มงาน One Cow Ranch Movement ในปี ค.ศ. 1975 พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น Barbecue & music festival ที่มีสมาคมภาพยนตร์เป็นผู้ให้กาสับสนุนในปี ค.ศ. 1976 ความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ Yufuin นี้ เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของต้นแบบ OVOP ของ Hiramatsu นอกจากนี้ ยังมีตัวอย่างของการให้บริการโฮมสเตย์ด้วยบ้านเรือนจำนวน 15 หลังของเมือง Ajimu ที่เป็นเมืองที่ตั้งบนภูเขาและห้อมล้อมด้วยภูเขาสูง เป็นที่ที่มีอากาศหนาวเย็นเฉลี่ยตลอดปี 14 องศาเซลเซียส มีประชากรของเมืองราว ๆ 5 พันกว่าคน ที่ประกอบอาชีพทำนา ปศุสัตว์ ไร่่อ่งุ่น ปลูกผัก และสวนดอกไม้ ฯลฯ ที่นี้ริเริ่มกิจการท่องเที่ยวแบบ green tourism & farm-home stay program ซึ่งเป็นกิจกรรมสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และทดลองใช้ชีวิตตามวิถีวัฒนธรรมชนบท-เกษตรกร รวมทั้งการทำอาหารแบบดั้งเดิมของคนญี่ปุ่น อันเป็นกิจกรรมที่ทำให้คนในเมืองได้รู้จักวิถีของความเป็นคนญี่ปุ่นมากขึ้นกว่าเดิม การส่งเสริมการท่องเที่ยวของ Ajimu ข้างต้น เป็นการดำเนินงานขององค์กรภาคประชาสังคมที่จัดตั้งขึ้นจากการสนับสนุนของจังหวัด Oita

(รัฐบาลท้องถิ่น) 2 องค์กร คือ (1) Ajimu Green Tourism Study Group เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่คิดค้นและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว (2) Ajimu Town Green Tourism Promotion Council เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่สนับสนุนและสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Tanwattana, 2009)

การริเริ่มงานเศรษฐกิจของทั้ง 3 เมืองข้างต้น เป็นตัวอย่างที่ Hiramatsu ได้ให้ความสำคัญและกำหนดเป็นนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจของจังหวัด ไปได้มากกว่า 50 เมือง ในระหว่างดำรงตำแหน่งเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดตั้งแต่ในปี ค.ศ. 1979 จนถึงปี ค.ศ. 2003 ด้วยการจัดเป็นโครงการและงบประมาณเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการในช่วงปี ค.ศ. 1980-1981 ต่อจากนั้นก็จัดทำเป็นโครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้วยการจัดตั้ง JUKU ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกอบรมสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจของชุมชนขึ้นเพื่อขยายตัวอย่างความสำเร็จเหล่านี้ให้กระจายตัวออกไปให้ครอบคลุมพื้นที่จังหวัด โดยจัดอบรมในหัวข้อที่เกี่ยวกับการจัดการค้า การท่องเที่ยว การจัดการองค์กร การทำงานแบบอาสาสมัคร การให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเกษตรกรรม และการเก็บรักษา ฯลฯ รวมทั้งได้เริ่มให้ความสำคัญต่อการขยายแนวทางการดำเนินงานนี้ไปยังต่างประเทศ พร้อมกับจัดตั้ง Office for the promotion of OVOP movement เป็นสำนักงานส่งเสริมกิจการนี้ขึ้นโดยตรงในปี ค.ศ. 2000 (ต่อมาในปี ค.ศ. 2003 เมื่อผู้ว่าราชการคนใหม่ของ Oita เข้ามารับตำแหน่งนี้ ได้ยกเลิกหน่วยงานนี้ไป แล้วไปเน้นให้ความสำคัญต่อการอบรมที่อยู่ภายใต้โครงสร้างของงานประจำ จึงทำให้ Hiramatsu จัดตั้งองค์การพัฒนาเอกชนขึ้นมารองรับโดยตรงที่เรียกว่า Oita Committee for Promotion of OVOP International ขึ้นในปี ค.ศ. 2005 (Son, 2009)

กล่าวโดยสรุป การขับเคลื่อน OVOP ของโออิตะ เป็นตัวแบบของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ริเริ่มขึ้นในระดับชุมชนตามบริบทของการนำขององค์กรในระดับชุมชนที่มีอยู่ เช่น สหกรณ์การเกษตร และชมรมหรือสมาคมผู้ประกอบการ ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจแบบ high-value added ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ได้ยุติงานที่ products แต่เป็นการเชื่อมโยง products ไปเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจตลาด เป็นเครื่องมือ และกระบวนการการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ในขณะเดียวกัน บทบาทของภาครัฐ ที่สำคัญต่อการพัฒนานี้ คือ รัฐบาลท้องถิ่น และการทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานขององค์กรชุมชน ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และการทำงานแบบแคมเปญ ผ่านการจัดการความรู้ทั้งที่เป็นไปแบบงานประจำ และแบบการจัดตั้งองค์กรขึ้นโดยตรง

Lesson-Learned Studies

- แนวทางของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นด้วยแนวทางที่ต่างไปจากการส่งเสริมของรัฐบาลกลาง คือ การปรับเปลี่ยนการผลิตจากแบบเดิมไปสู่การผลิตและบริการแบบ High-Value Added ทั้งการเปลี่ยนชนิดของการเพาะปลูกที่เมือง Oyama ในขณะเดียวกัน การริเริ่มสร้างงานท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่สร้างสรรค์ของ Yufuin และ Ajimu ก็เป็นแนวคิดสร้างสรรค์เศรษฐกิจที่สอดคล้องกับ High-Value Added ด้วยเช่นกัน

- การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการของทั้ง 3 เมือง เป็นตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นถึง Inclusive economy ที่สร้างสรรค์ขึ้นด้วยกระบวนการทำงานของภาคส่วนที่เป็น challenger ไม่ใช่มาจากกลไกของธุรกิจหลักที่ยึดครองตลาดนั้นอยู่แล้วยื่นมือเข้ามาริเริ่มสร้างงานพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผู้ค้าผลิตภัณฑ์การเกษตร หรือบริษัทนำเข้าเที่ยว รวมทั้งกลไกส่งเสริมของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาลท้องถิ่น หรือรัฐบาลกลาง
- การทำงานสนับสนุนของรัฐบาล ด้วยการขยายแนวทาง High-Value Added ไปสร้างผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเชื่อมโยงเข้ากับเศรษฐกิจกระแสหลัก หรือรองรับแนวทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค (และสังคมเมือง) ด้วยการพัฒนาข้อมูล ความรู้ และทักษะผ่านกลไกการทำงานของ JUKU อันมีลักษณะเป็นการทำงานที่มีความต่อเนื่อง และเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการประกอบการให้กับชุมชน ทั้งแบบปัจเจกและองค์กรชุมชน ย่อมจะส่งผลต่อความสามารถของการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการได้ดีกว่าแบบ Event campaign or festival

Reference

- Son, K. (2009) A Japanese case of human resources policy for rural development, Japanese Study Journal, 26(2): 52-68