

การผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศญี่ปุ่น*

(Production and Marketing of Organic Produce in Japan)

วารกรณ์ ปัญญาวัตติ

1) บทนำ

การเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic agricultural produce) ในประเทศญี่ปุ่น โดยการผลิตและเลิกใช้สารเคมีในการผลิตทางการเกษตร ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 หรือประมาณเกือบ 30 ปีมาแล้ว โดยสาเหตุใหญ่เนื่องมาจากปัญหาการตกค้างของสารเคมีในอาหารและสินค้าเกษตร ความตื่นตัวในปัญหาสุขภาพอนามัยทำให้ชาวญี่ปุ่น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเริ่มมีการเคลื่อนไหว เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรญี่ปุ่นลดการใช้สารเคมีในการเกษตร เพื่อให้มีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งปลอดภัยต่อการบริโภคมากขึ้น การแสวงหาโดยการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้บริโภคและผู้ผลิตโดยตรงในระบบเกษตรอินทรีย์ในระยะต้นของการเคลื่อนไหวนี้เอง คือจุดเริ่มของการพัฒนาระบบ "Teikei" (เทเก) ในประเทศญี่ปุ่น

แนวคิดของระบบ Teikei ก็คือ การส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือกันโดยตรงระหว่างผู้ผลิตทางการเกษตรและผู้บริโภคในชุมชนในระบบเกษตรอินทรีย์ โดยมีจุดมุ่งหมายให้คนในท้องถิ่นได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมี ในขณะที่เกษตรกรผู้ผลิตก็มีสุขภาพอนามัยดี มีรายได้เพียงพอจากการทำการเกษตรที่ไม่ทำลายสภาวะแวดล้อม

คนญี่ปุ่นโดยทั่วไปเข้าใจความหมายของคำว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันไป จากสินค้าเกษตรที่ไม่มีการใช้สารเคมีเลย (Chemical-free) จนถึงสินค้าเกษตรที่ยัง

มีการใช้สารเคมีอยู่บ้าง แต่ปลอดภัยต่อสุขภาพ (Chemical-safe) กระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้ของประเทศญี่ปุ่น (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries :- MAFF) ได้เริ่มให้การสนับสนุนระบบการเกษตรอินทรีย์เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1989 โดยเน้นการส่งเสริมการเกษตรใน 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นการเกษตรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Environmental-friendly agriculture :- EA) ระบบนี้เน้นการส่งเสริมให้มีการใช้สารเคมีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ (Organic agriculture :- OA) กลุ่มนี้จะไม่มีการใช้สารเคมีเลย

เป้าหมายสุดท้ายของการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ก็คือการผลิตในกลุ่มที่สองซึ่งไม่มีการใช้สารเคมีเลย แต่เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางการเกษตรสมัยใหม่สูง มีการใช้สารเคมีทางการเกษตรเฉลี่ยต่อพื้นที่เกษตรสูงเป็นอันดับหนึ่งของโลก (Kurume, 1989) การส่งเสริมให้มีการเลิกใช้สารเคมีอย่างเฉียบพลันจึงเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก ดังนั้น แนวโน้มการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่จึงยังอยู่ในกลุ่มที่หนึ่งคือการลดปริมาณการใช้สารเคมีลงให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ซึ่งระดับการใช้สารเคมีดังกล่าวก็ยังแตกต่างกันไป ไม่มีการกำหนดที่ชัดเจน สำหรับในบทความนี้ความหมายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ จะหมายถึงสินค้าเกษตรที่ผลิตจากการเกษตรทั้ง 2 กลุ่ม คือ EA และ OA

ผู้เขียนขอขอบคุณ Dr. M. Yamanaka, Dr.H. Uchibhori และ Dr.M. Katano แห่งมหาวิทยาลัย Kyushu Tokai ประเทศญี่ปุ่น ที่กรุณาให้ข้อมูลและเอกสารตลอดจนช่วยติดต่อในการดูงานและสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประสบการณ์ในการพัฒนาระบบการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระบบ Teikei ของญี่ปุ่น นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในเรื่องช่องทางการตลาด ซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่น และแตกต่างจากช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง บทความนี้จะนำเสนอความเคลื่อนไหวและพัฒนาการทางด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านมามาในอดีต จุดอ่อนและจุดแข็งของระบบ Teikei บัญชีต่าง ๆ ที่อาจมีผลต่อการพัฒนาระบบ Teikei ในปัจจุบัน ตลอดจนข้อคิดในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศญี่ปุ่นที่เปลี่ยนแปลงไป

2) พัฒนาการด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประเทศญี่ปุ่น

2.1) การผลิต

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมสูงสุดประเทศหนึ่งของโลก ในปี ค.ศ. 1995 ญี่ปุ่นมีพื้นที่ทำการเกษตรประมาณ 30 ล้านไร่ หรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 13 ของพื้นที่รวมทั้งประเทศ โดยมีขนาดพื้นที่เกษตรเฉลี่ยประมาณ 9 ไร่ต่อครัวเรือน ประชากรที่ทำอาชีพการเกษตรมีเพียงร้อยละ 7.4 ของประชากรทั้งหมด โดยแรงงานเกษตรมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอด ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ระหว่างปี ค.ศ. 1985 ถึง 1995 ครัวเรือนเกษตรของญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 18.7 เนื่องจากแรงงานเกษตรส่วนใหญ่พ้นวัยทำงานและคนญี่ปุ่นรุ่นใหม่ไม่ต้องการสืบทอดอาชีพเกษตรกรรวมปัญหาดังกล่าวนับเป็นปัญหาใหญ่ปัญหาหนึ่งของภาคเกษตรของญี่ปุ่นในปัจจุบัน (Sakai et. al., 1998)

จากประสบการณ์ความอดอยากในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศญี่ปุ่นได้กำหนดนโยบายอุดหนุนและปกป้องภาคเกษตร โดยมุ่งเน้นให้มีการผลิตอาหารและสินค้าเกษตรให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ (Food security) แม้ในเชิงเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ

ความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบของการผลิตสินค้าเกษตรของญี่ปุ่นจะต่ำกว่าผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ เป็นอย่างมากก็ตาม ปัจจุบันญี่ปุ่นสามารถส่งออกข้าวไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยญี่ปุ่นสามารถผลิตสินค้าประกอบอาหารได้ประมาณ ร้อยละ 62 ของความต้องการบริโภคภายในประเทศ (ตารางที่ 1) อย่างไรก็ตาม อนาคตการผลิตสินค้าเกษตรโดยทั่วไปของญี่ปุ่นยังต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนเนื่องจากแรงบีบบังคับจากข้อตกลงว่าด้วยการค้าและภาษีอากรขององค์การค้าโลก (WTO)

ความสำเร็จในการพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่ของญี่ปุ่น เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างรีบเร่งของญี่ปุ่นภายหลังการแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี ค.ศ. 1945 อุตสาหกรรมปิโตรเคมี เครื่องไฟฟ้า รถยนต์ โรงถลุงเหล็ก เกิดขึ้นมากมายในช่วงครึ่งแรกของทศวรรษ 1950s การพัฒนาอุตสาหกรรมหนักนี้ก่อให้เกิดปัญหามลพิษอย่างรุนแรงตามมา มลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรมได้ก่อให้เกิดโรคร้าย เช่น Minatama disease, Itai-Itai และ Yokkaichi's asthma เป็นผลให้ชาวเมืองในย่านอุตสาหกรรมใหญ่ต้องล้มป่วยนับพัน ๆ คนในเวลาต่อมา

การพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่ในญี่ปุ่น เพื่อผลิตอาหารให้เพียงพอต่อการบริโภคของตนในสังคมก็ยึดหลักการเพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่เกษตรซึ่งมีจำกัด การเพิ่มประสิทธิภาพโดยการใช้สารเคมี ทั้งปุ๋ยและยาฆ่าแมลงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ นอกจากการผลิตซึ่งเน้นเกษตรเคมี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแล้ว พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนญี่ปุ่นก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในช่วงหลังปี ค.ศ. 1959 โดยคนญี่ปุ่นหันมานิยมบริโภคอาหารเลียนแบบชาวตะวันตกมากขึ้น จากเดิมซึ่งนิยมบริโภคข้าวและข้าวบาร์เลย์เป็นอาหารหลักมาเป็นเนื้อสัตว์ นม เนย และไขมันมากขึ้น ระบบการผลิตทางการเกษตรของญี่ปุ่นเริ่มมีการปรับเปลี่ยน เพื่อสนองตอบความต้องการในการบริโภคที่เปลี่ยนไป โรงงานแปรรูป

อาหารเกิดขึ้นมากมาย มีการใช้สารเคมีปรุงแต่ง ซึ่งก่อให้เกิดผลตกค้างในร่างกาย

การผลิตพืชผลทางการเกษตรโดยเน้นหนักการใช้สารเคมี ตลอดจนค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคของคนญี่ปุ่นที่เปลี่ยนไป ทำให้สาเหตุการตายของคนญี่ปุ่น

ในระยะหลังเปลี่ยนจากโรคติดเชื้อแบคทีเรีย เช่น โรคปอด นิวโมเนีย มาเป็นโรคที่ทำให้ชาวตะวันตกเสียชีวิตเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ โรคมะเร็ง และโรคหัวใจ ซึ่งได้รับการวินิจฉัยจากวงการแพทย์ว่ามีสาเหตุเนื่องมาจากอาหารที่ร่างกายคนเราได้รับเป็นหลัก

ตารางที่ 1 อัตราการผลิตต่อปริมาณการบริโภคอาหารและสินค้าเกษตรของประเทศญี่ปุ่นแยกตามประเภทสินค้า

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	1975	1980	1985	1990	1992	1993	1994 ^{1/}
หมวดอาหารรวม	77	75	74	67	65	58	62
ธัญพืช (รวมที่ใช้เป็นอาหารสัตว์)	40	33	31	30	29	22	33
ธัญพืชที่ใช้ผลิตอาหารหลัก	69	69	69	67	66	50	74
ข้าว	110	100	107	100	101	75	120
ข้าวสาลี	4	10	14	15	12	10	9
ถั่วเหลือง	4	4	5	5	4	2	2
ผัก	99	97	95	91	90	88	86
ผลไม้	84	81	77	63	59	53	47
เนื้อสัตว์	77	81	81	70	65	64	60
เนื้อวัว	81	72	72	51	49	44	42
เนื้อหมู	86	87	86	74	68	69	66
ไข่ไก่	97	98	98	98	97	96	96
นมและผลิตภัณฑ์จากนม	81	82	85	78	81	80	73
สาหร่ายทะเล	102	104	96	72	75	70	70
น้ำตาล	15	27	33	33	35	33	29

หมายเหตุ : ^{1/} ตัวเลขประมาณการ

ที่มา : The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, 1995.

ความกังวลในเรื่องความปลอดภัยของอาหารที่บริโภคของคนญี่ปุ่นผนวกกับปัญหาสุขภาพอนามัยของเกษตรกรซึ่งต้องเผชิญกับสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร ตลอดจนสภาพดินและสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมจาก

สารเคมีตกค้าง ทำให้เกิดกระแสการเคลื่อนไหวเรียกร้องให้มีการปรับเปลี่ยนระบบการเกษตรจากเกษตรสมัยใหม่ให้เป็นการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ โดยการลดและเลิกใช้สารเคมี กระแสการเรียกร้องดังกล่าว ได้ก่อให้เกิด

การรวมตัวกันระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภคและนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ โดยการตั้งเป็นกลุ่มองค์กรที่เรียกว่าสมาคมเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่นหรือ Japan Organic Agriculture Association (JOAA) ในปี ค.ศ. 1971 ซึ่งองค์กรดังกล่าวนี้มีบทบาทสูงมากในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน

ความจริงระบบเกษตรอินทรีย์หรือ Organic farming ในประเทศญี่ปุ่น เริ่มมีมานานกว่ากึ่งศตวรรษแต่ไม่เป็นที่แพร่หลายนักในอดีต โดยชาวญี่ปุ่นที่เป็นผู้ริเริ่มทำการเกษตรโดยไม่ใช้ปุ๋ยเคมี (Non-fertilizer farming) ในยุคแรก ๆ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1936 ได้แก่ Mokichi Okada สำหรับชาวญี่ปุ่นซึ่งมีชื่อเสียงแพร่หลายจากการเขียนหนังสือเรื่องปฏิวัติด้วยฟางเส้นเดียว (The one straw revolution) โดยการแนะนำระบบเกษตรธรรมชาติ (Natural farming) ได้แก่ Masanobu Fukuoka ในระบบเกษตรธรรมชาตินี้ จะไม่มีการใช้สารเคมีไม่มีการไถพรวน แต่ทว่าหมักพืช เอาฟางคลุม และรอการเก็บเกี่ยวเท่านั้น

การคิดค้นรูปแบบใหม่ ๆ ของการทำการเกษตรอินทรีย์ การปรับปรุงและการเผยแพร่ถ่ายทอดเทคนิคใหม่ ๆ ในญี่ปุ่น ส่วนใหญ่กล่าวได้ว่าเป็นผลงานของเกษตรกรและองค์กรเอกชน (Non-governmental organizations :- NGOs) รัฐบาลญี่ปุ่นโดยกระทรวงเกษตรป่าไม้และประมง เพิ่งเริ่มให้ความสนใจโดยตั้งส่วนราชการเพื่อส่งเสริมงานเกษตรอินทรีย์ โดยใช้ชื่อว่า Organic farming section ในปี ค.ศ. 1989 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น Environmental-friendly agriculture section ในระยะต่อมา

จากการสำรวจสามะโนประชากรเกษตรของญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1995 (ตารางที่ 2) พบว่า เกษตรกรที่อยู่

ในเขตเมืองใหญ่ (Cities) เมืองเล็ก (Towns) และหมู่บ้าน (Villages) ของญี่ปุ่นที่มีการทำการเกษตรในกลุ่ม EA (Environmental-friendly agriculture) และ OA (Organic agriculture) มีประมาณร้อยละ 19 และ 7.5 ตามลำดับ ผู้ที่ทำเกษตรอินทรีย์ (OA) ส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรทั่วไปที่ไม่สังกัดกลุ่มองค์กรใด ๆ ร้อยละ 43 สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตส่วนใหญ่ ได้แก่ ข้าว และพืชผัก

2.2 ความแตกต่างระหว่างระบบตลาดสินค้าเกษตรทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์

2.2.1 ตลาดสินค้าเกษตรทั่วไป : บทบาทของตลาดค้าส่ง

ระบบการตลาดสินค้าเกษตรทั่วไปของญี่ปุ่น มีลักษณะที่น่าสนใจตรงที่เกษตรกรญี่ปุ่นส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 73 จะขายสินค้าของตนผ่านสหกรณ์การเกษตร ซึ่งมีความเข้มแข็ง และมีบทบาทสูงมากในภาคการเกษตรของญี่ปุ่น ที่เหลืออีกร้อยละ 27 จะขายผ่านพ่อค้าหรือผู้รวบรวมอิสระ โดยเกษตรกรรายใหญ่อาจมีการขายตรงไปยังตลาดขายส่ง (รูปที่ 1)

ตลาดขายส่งในญี่ปุ่นมีบทบาทสูงมากในการกระจายสินค้าเกษตรไปยังผู้บริโภค ตลาดขายส่งจะแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) ตลาดกลาง หรือ Central wholesale market เป็นตลาดค้าส่งระดับใหญ่ในเมืองที่มีประชากรเกิน 200,000 คน ตลาดค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดจะอยู่ที่โตเกียว ซึ่งปัจจุบันมี Central wholesale market รวม 9 แห่ง ตลาดกลางจะทำหน้าที่กระจายสินค้าไปตามพื้นที่สำคัญ ๆ ทั่วประเทศ

ตารางที่ 2 การทำการเกษตรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (EA -: Environmental-friendly agriculture)
และการทำเกษตรอินทรีย์ (OA -: Organic agriculture) ประเทศญี่ปุ่น

รายการ	EA		OA	
	จำนวน CTV ^{1/}	ร้อยละ	จำนวน CTV ^{1/}	ร้อยละ
จำนวน CTV รวม ^{2/} ของญี่ปุ่น	11,393	100	11,393	100
เกษตรสมัยใหม่	9,229	81	10,496	92.1
EA/OA	2,164	19	897	7.9
ก) องค์กร				
1) สหกรณ์การเกษตร	977	39	257	25.7
2) กลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับการสนับสนุนจากราชการ	119	4.7	58	5.8
3) กลุ่มผู้ผลิตอิสระ	680	27.1	304	30.4
4) เกษตรกรรายย่อย	731	29.2	382	38.1
ข) การขายสินค้า				
1) ตลาด	885	32.2	236	21
2) ร้านค้าปลีก	297	10.8	163	14.5
3) ขายที่ไร่-นา	1,029	37.5	532	47.2
4) อื่น ๆ	535	19.5	195	17.3
ค) ประเภทสินค้าที่ผลิต				
1) ข้าว	1,487	47.8	583	45.3
2) ข้าวสาลี	133	4.3	55	4.3
3) ผัก	1,078	34.6	490	38
4) ผลไม้	268	8.6	96	7.5
5) อื่น ๆ	146	4.7	64	4.9
การใช้สารเคมี				
1) ปุ๋ยเคมี	ใช้น้อยที่สุด		ใช้น้อยที่สุด	
2) ยาปราบศัตรูพืช	ไม่มีการใช้		ไม่มีการใช้	

ที่มา : Manabu Katano, 1996

หมายเหตุ : ^{1/} CTV ย่อมาจาก Cities, Towns, และ Villages โดย Cities หมายถึงเขตเมืองใหญ่ที่มีประชากรมากกว่า 50,000 คน Towns หมายถึง เขตเมืองขนาดเล็กที่มีประชากร ระหว่าง 5,000 - 50,000 คน และ Villages หมายถึงชุมชนที่มีประชากรต่ำกว่า 5,000 คน ตัวเลขดังกล่าวข้างต้น เป็นตัวเลขที่กำหนดอย่างเป็นทางการ แต่การอพยพเคลื่อนย้ายของประชากรอาจทำให้ตัวเลขดังกล่าวคลาดเคลื่อนไป

^{2/} จากการสัมภาษณ์ Dr. Manabu Katano จำนวน CTV รวม ในที่นี้คือจำนวน CTV รวมในประเทศญี่ปุ่นทั้งหมดตามเกณฑ์ที่ได้จัดแบ่งไว้ ในปี ค.ศ. 1950 โดยการสำรวจถ้ามีเกษตรกรใน Cities หรือ Towns หรือ Villages อย่างน้อย 1 ราย ที่มีการทำการเกษตรแบบ EA หรือ OA ก็จะถือว่า City หรือ Town หรือ Village นั้นมีการทำการเกษตรแบบ EA หรือ OA

(2) ตลาดค้าส่งในระดับท้องถิ่น

หรือ Local wholesale market จะเป็นตลาดค้าส่งที่มีขนาดเล็กกว่าตลาดกลาง ทำหน้าที่กระจายสินค้าภายในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง

(3) ตลาดค้าส่งอื่น ๆ ในชุมชน

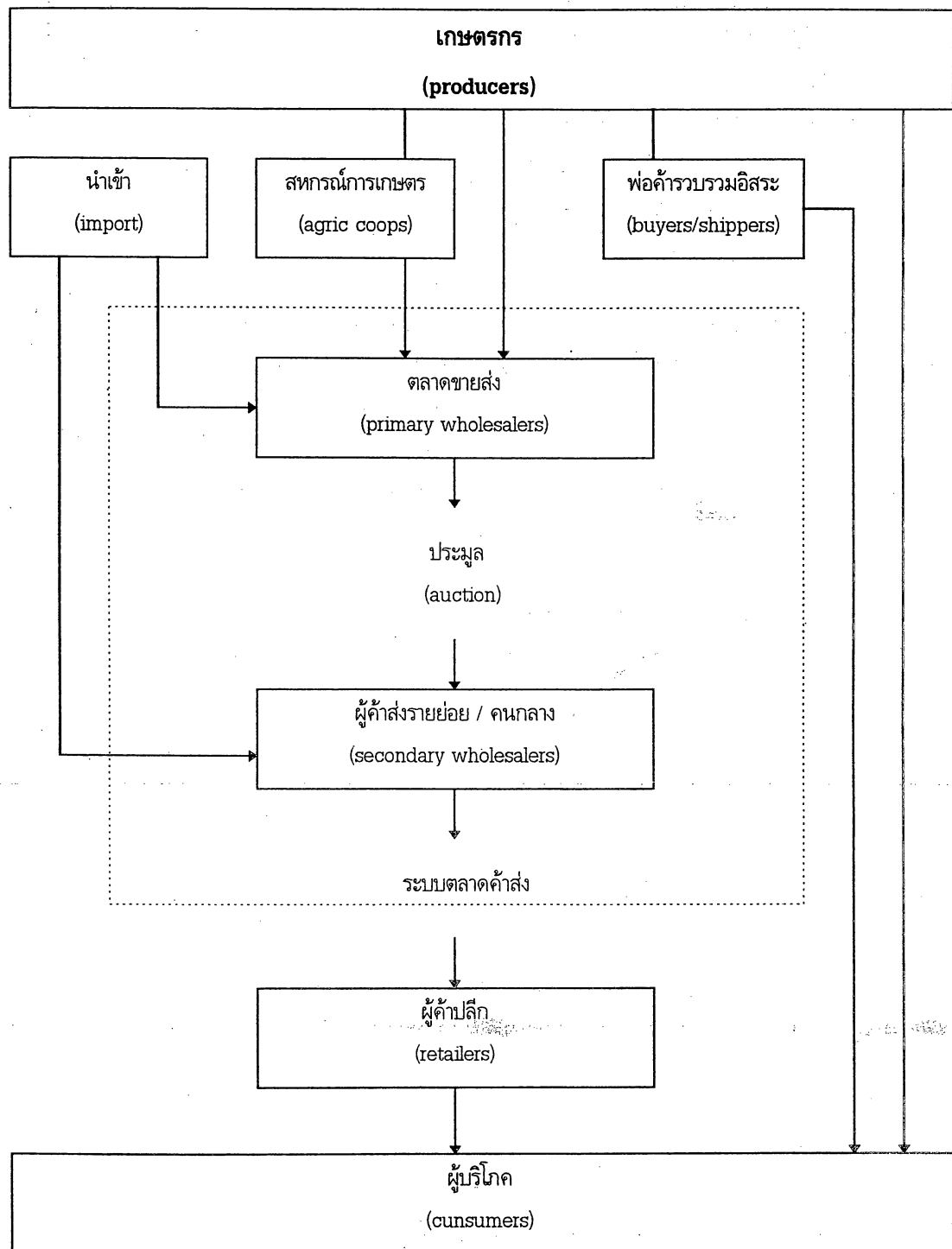
ซึ่งจะมีขนาดเล็กกว่าตลาดค้าส่งในระดับท้องถิ่น

การขายสินค้าในตลาดขายส่งจะทำโดยวิธีการประมูล โดยผู้ซื้อจะเป็นผู้ค้าส่งรายย่อย หรือคนกลาง (Jobbers หรือ Middlemen) การประมูลจะทำการในช่วงเช้ามืดของทุกวัน (ประมาณ 5.00 - 9.00 น.) ยกเว้นวันอาทิตย์ หลังเสร็จสิ้นการประมูล ผู้ค้าส่งรายย่อยก็จะขนสินค้ากลับไปยังร้านของตนเพื่อขายสินค้าต่อให้ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคตามลำดับ จึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจเลยว่าทำไมราคาขายปลีกสินค้าเกษตรและอาหารในญี่ปุ่น จึงมีราคาแพงมากเมื่อเทียบกับราคาที่เกษตรกรได้รับ ส่วนเหลือจากการตลาดเฉพาะในส่วนของการตลาดค้าส่งและตลาดค้าปลีก (ไม่รวมค่าขนส่ง) มีอัตราสูงถึง ร้อยละ 25 - 50 ของราคาขายปลีก (Ienaga, 1990)

2.2.2 ช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร

อินทรีย์ในระบบ Teikei

การพัฒนาช่องทางการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในญี่ปุ่น แตกต่างจากช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรทั่วไปในญี่ปุ่นอย่างสิ้นเชิง การเคลื่อนไหวเพื่อผลักดันระบบเกษตรอินทรีย์โดยการรวมตัวกันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคสินค้าที่ปลอดภัยจากสารพิษในช่วงต้นทศวรรษ 1970 ได้ก่อให้เกิดการพัฒนาช่องทางตลาดขายตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ในระบบ Teikei ซึ่งการพัฒนาแบบตลาดขายตรงนี้นับเป็นระบบตลาดทางเลือกที่มีจุดมุ่งหมายให้แตกต่างจากช่องทางการตลาดสินค้าอื่น ๆ เนื่องจากกลุ่มคนญี่ปุ่นที่สนับสนุนระบบเกษตรอินทรีย์มีความเห็นตรงกันว่าราคาสินค้าที่เกิดจากระบบตลาดหรือช่องทางตลาดปกติให้ความสำคัญกับรูปร่างลักษณะของสินค้า ส่งผลให้เกษตรกรหันไปใช้สารเคมีตลอดจนเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ตนผลิต โดยไม่คำนึงถึงปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ตามมา

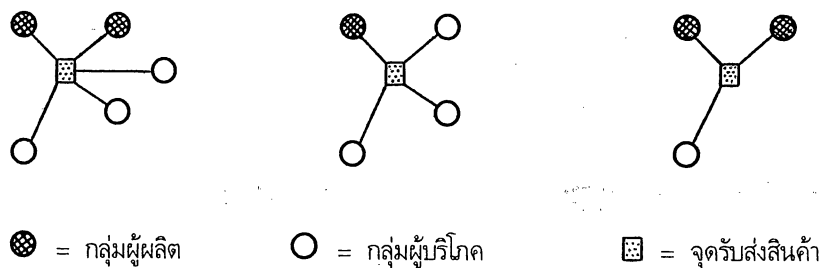


รูปที่ 1 ช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรในประเทศไทย

ที่มา : ดัดแปลงจาก Kohei Kobayashi, 1995

ช่องทางการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระบบ Teikei นี้ จะอยู่ในรูปการตกลงซื้อขายพืชผลเกษตรกันโดยตรงระหว่างกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคไม่ผ่านตลาดคนกลาง โดยผู้ผลิตและผู้บริโภคจะมีการนัดเวลาและจุดรับส่งพืชผล (Delivery stations) ผู้ผลิตและผู้บริโภคจะมีการตกลงเกี่ยวกับระบบการขนส่ง โดยเน้น

หลักความร่วมมือและช่วยเหลือกันโดยผู้บริโภคอาจจะเป็นกลุ่มครัวเรือนอิสระ เป็นสหกรณ์ผู้บริโภค ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือกลุ่มผู้บริโภคอิสระขนาดใหญ่ที่รวมตัวกันเพื่อซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตที่เรียกกันในภาษาญี่ปุ่นว่า "Sanchoku"



รูปที่ 2 ตัวอย่างช่องทางการตลาดในระบบ Teikei

ที่มา : The Organic Agriculture Movement Led by the Japan Organic Agriculture Association with "Teikei" as the Mainstream Principle, 1993.

2.3 ทฤษฎีความร่วมมือกัน : รากฐานของระบบ Teikei

การเคลื่อนไหวเพื่อพัฒนาช่องทางการค้าโดยตรงจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค ในระบบตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในญี่ปุ่นนี้ ถือเป็นการปฏิรูกระบบตลาดหรือทฤษฎีว่าด้วยการแข่งขัน (Theory of market competition) อย่างสิ้นเชิง กลุ่มผู้เคลื่อนไหวสนับสนุนระบบเกษตรอินทรีย์ในญี่ปุ่น เห็นว่าการเกษตรสมัยใหม่ซึ่งมีการใช้สารเคมีมากมายนั้น เป็นผลพวงมาจากการมีตลาดเข้ามาแทรกกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสื่อสารผ่านตลาดไปยังผู้ผลิต นอกจากนั้นการแข่งขันเพื่อการขายสินค้าในตลาด (โดยขาดการติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภค) ก็เป็นปัจจัยเร่งให้

เกษตรกรมีการตัดสินใจทำการเกษตรเพื่อการค้า (Business management) เพื่อให้ได้กำไรสูงสุดโดยละเอียดหรือไม่ใส่ใจต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน (Household economy) ทำให้เกิดเป็นวงจรการผลิตการตลาด และการบริโภคซึ่งไม่เป็นที่พึงปรารถนาของสังคม

การพัฒนาช่องทางการค้าตรง โดยอาศัยหลักความร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคในระบบเกษตรอินทรีย์ หรือ Teikei จึงเกิดขึ้น หลักการของ Teikei เน้นระบบเกษตรเพื่อการเลี้ยงตัวเอง โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ความสามารถในการอยู่ร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Profit sharing) มากกว่าการที่ต่างคนต่างแสวงหากำไรสูงสุด (Profit maximization) การผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์จะเน้นการปลูกพืช เลี้ยง

สัตว์ ที่หลากหลายเพื่อการบริโภคในครัวเรือน โดยส่วนที่ เหลือกก็ขายให้ผู้บริโภค ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของครัวเรือนใหญ่เมื่อมองถึงเศรษฐกิจในระดับชุมชน

ในระบบ Teikei ลักษณะสินค้า ปริมาณสินค้าและรูปแบบการบรรจุหีบห่อมีใช้เรื่องที่เป็นประเด็นสำคัญเหมือนกับสินค้าอื่น ๆ ในสังคมญี่ปุ่น ผู้ผลิตในระบบ Teikei รู้ดีว่าผู้บริโภคสินค้าของเขาใคร และผู้บริโภคก็ทราบดีถึงแหล่งผลิต ตลอดจนเทคนิคในการผลิตอาหารและสินค้าเกษตรที่ตนบริโภค ความเชื่อใจในเรื่องคุณภาพของสินค้านับว่ามีความสำคัญกว่ารูปร่าง และลักษณะของสินค้า ราคาสินค้าจะถูกกำหนดจากการต่อรองระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่าย เนื่องจากมีต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหลายทอด ในระยะแรกของการเปลี่ยนระบบการผลิตจากการผลิตสมัยใหม่มาเป็นการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์นั้น กลุ่มผู้บริโภคหลายกลุ่มในระบบ Teikei มีการตั้งกองทุนให้กู้ยืมเงินโดยไม่มีดอกเบี้ย เพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคนิคการผลิตจากเกษตรสมัยใหม่มาเป็นเกษตรอินทรีย์ หรือช่วยเหลือในยามที่ผู้ผลิตประสบภัยธรรมชาติ หรือมีปัญหาทางด้านเงินทุนในระบบ Teikei ผู้บริโภคจะมีส่วนช่วยลดความเสี่ยงทางด้านรายได้ของผู้ผลิตโดยทั่วไปผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตผลิตได้ตามฤดูกาล ในปริมาณที่ผู้ผลิตสามารถผลิตได้โดยผู้บริโภคก็ได้รับประโยชน์จากการได้รับบริโภคอาหารและสินค้าที่มีประโยชน์และปลอดภัยต่อร่างกาย ทฤษฎีการช่วยเหลือกันและร่วมมือกัน (Theory of cooperation) จึงนับเป็นรากฐานสำคัญของระบบ Teikei ในประเทศญี่ปุ่น

หลัก 10 ประการของระบบ Teikei

จากประสบการณ์และการเรียนรู้เกี่ยวกับช่องทางการค้าตรงของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระบบ Teikei สมาคมเกษตรอินทรีย์ของญี่ปุ่น หรือ JOAA ได้สรุปหลัก 10 ประการของความร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตและผู้

บริโภค ในระบบ Teikei เพื่อให้เป็นหลักในการเคลื่อนไหวและส่งเสริมการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์เมื่อเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 1978 หลัก 10 ประการดังกล่าวมีดังนี้

- (1) สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นฉันท์มิตรระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มิใช่เป็นแค่ความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจเท่านั้น
- (2) ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าร่วมกัน
- (3) ผู้บริโภคสั่งซื้อพืชผลทั้งหมดจากผู้ผลิต
- (4) กำหนดราคาอย่างเป็นธรรม เพื่อประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย
- (5) มีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน
- (6) จัดการระบบการจัดส่ง (self-distribution) โดยผู้ผลิตหรือผู้บริโภค
- (7) เสริมสร้างความเป็นประชาธิปไตยในการทำกิจกรรมกลุ่ม
- (8) ส่งเสริมและพัฒนาความรู้เข้าใจเกี่ยวกับระบบเกษตรอินทรีย์
- (9) เน้นจำนวนสมาชิกที่เหมาะสมของกลุ่ม และ
- (10) มุ่งมั่น พัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายใหญ่ในการทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งปลอดภัยต่อสุขภาพและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

3) บทวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบ Teikei

การพัฒนาของระบบ Teikei ของญี่ปุ่นในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา แม้จะทำให้ประชาชนญี่ปุ่นมีความตื่นตัวในเรื่องระบบเกษตรอินทรีย์มากขึ้น แต่การผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ยังเคลื่อนไหวอยู่ในขอบเขตจำกัด ประมาณว่ากลุ่มผู้บริโภคที่รวมอยู่ในระบบ Teikei

มีประมาณ 1,000 กลุ่ม กระจายอยู่ทั่วประเทศ ขนาดของกลุ่มมีตั้งแต่น้อยกว่า 10 ครัวเรือน จนถึง 5,000 ครัวเรือน โดยกลุ่มที่มีขนาดใหญ่จะเป็นสหกรณ์ผู้บริโภครวม ส่วนใหญ่จะมีสมาชิกตั้งแต่ 1,000 ครัวเรือนขึ้นไป สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่วางขายในร้านค้าปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ตมีน้อยกว่าร้อยละ 1 ของสินค้าเกษตรที่จำหน่ายในระบบตลาดโดยทั่วไป อย่างไรก็ตามปัจจัยหลักที่ทำให้การเคลื่อนไหวสนับสนุนสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระบบ Teikei ของญี่ปุ่นมีการขยายตัวต่อเนื่องในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะอยู่ในขอบเขตจำกัดก็ตาม ได้แก่

(1) **ค่านิยม วัฒนธรรมความสมัครสมานสามัคคี** ในการทำงานเป็นกลุ่มของคนญี่ปุ่นมีค่อนข้างสูง หลักการของ Teikei เน้นความร่วมมือและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนในสังคม ซึ่งเป็นหลักการเดียวกับหลักการสหกรณ์ซึ่งประสบความสำเร็จสูงสุดในประเทศญี่ปุ่น จากการสำรวจทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภคในระบบ Teikei ในปี ค.ศ. 1990 ผู้บริโภคส่วนใหญ่นอกจากจะต้องการได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมีแล้ว ยังต้องการที่จะสนับสนุนเกษตรกรหรือผู้ผลิต เพื่อความอยู่รอดของระบบเกษตรอินทรีย์ในญี่ปุ่นอีกด้วย (Masugata, 1992) การที่ระบบเกษตรอินทรีย์ในญี่ปุ่นขยายตัวมาได้ในอดีตก็ด้วยความช่วยเหลืออย่างจริงจังจากผู้บริโภค

(2) **ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค** เป็นลักษณะเด่นของระบบ Teikei การส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าไปเยี่ยมชมการผลิตในฟาร์มของเกษตรกรทำให้ผู้บริโภคในเมืองได้เข้าใจและเรียนรู้เงื่อนไขในการทำเกษตร และซาบซึ้งกับความเป็นอยู่ตามธรรมชาติมากขึ้น ขณะที่เกษตรกรก็ได้แลกเปลี่ยนและเรียนรู้เงื่อนไขความต้องการในการบริโภคและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคในเขตเมืองมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดผลดีทางด้านจิตวิทยาในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน ซึ่งปัจจัยนี้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันของคนในเมืองและผู้ผลิตในการ

พัฒนาให้เกิดความยั่งยืนของระบบเกษตรอินทรีย์ต่อไป ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ไม่มีในระบบตลาดสินค้าทั่วไป

(3) **ความตื่นตัวในระดับสูงของชาวญี่ปุ่นต่อปัญหาสุขภาพอนามัย** ทำให้ความต้องการอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมีเพิ่มขึ้นในอัตราสูง การแสวงหาและการให้ความช่วยเหลือผู้ผลิต ตลอดจนการเชื่อมโยงจากผู้บริโภคไปยังผู้ผลิตสินค้าในระบบเกษตรอินทรีย์จึงเป็นเรื่องที่ทำได้ไม่ยากนัก

(4) **จุดเด่นอีกประการหนึ่งของระบบ Teikei ก็คือ ราคาพืชผลเกษตรอินทรีย์จะมีเสถียรภาพในระยะยาว** ราคาไม่เคลื่อนไหวขึ้นลงรุนแรงตามอุปสงค์และอุปทานของสินค้าเช่นในระบบตลาดทั่วไป

แม้ว่าการเคลื่อนไหวสนับสนุนระบบเกษตรอินทรีย์ของญี่ปุ่นในระบบ Teikei จะมีการพัฒนาขยายตัวต่อเนื่องในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา แต่การขยายตัวก็เคลื่อนไหวในวงจำกัด นอกจากนี้เงื่อนไขทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของญี่ปุ่นที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการทบทวนบทบาท และปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อวิเคราะห์ถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อระบบ Teikei ในปัจจุบัน ประกอบด้วย

(1) **โครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป** ปัจจุบันผู้หญิงญี่ปุ่นมีการทำงานเพิ่มสูงขึ้น สตรีที่มีครอบครัวแล้วประมาณ 1 ใน 3 จะมีงานทำ นอกจากนั้นการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมตลอดจนงานด้านอาสาสมัครอื่น ๆ ของแม่บ้านญี่ปุ่นก็มีเพิ่มขึ้น เช่น งานอาสาสมัครช่วยเหลือผู้สูงอายุและผู้ไร้ความสามารถในสังคม เป็นต้น ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมในระบบ Teikei เริ่มถดถอยลง

(2) **กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เดิม** ก็เริ่มมีอายุสูงขึ้น กลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ไม่นิยมสืบทอดอาชีพทางการเกษตร ทำให้คาดกันว่า จำนวนผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แท้จริง ในระบบ Teikei ที่มีอยู่เดิมจะลด

ลง ปัญหาดังกล่าวนี้มิได้เกิดขึ้นเฉพาะการผลิตสินค้าเกษตรในระบบเกษตรอินทรีย์เท่านั้น การขาดผู้สืบทอดอาชีพเกษตรในญี่ปุ่น กำลังกลายเป็นวิกฤตหนึ่งซึ่งส่งผลต่อความอยู่รอดของภาคเกษตรในประเทศญี่ปุ่น ตามประเพณีดั้งเดิมอาชีพการเกษตรในญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะสืบทอดไปยังบุตรคนโตของครอบครัว จากการสำรวจเมื่อปี ค.ศ. 1988 มีเพียงร้อยละ 0.08 ของครัวเรือนเกษตรเท่านั้นที่มีผู้ต้องการสืบทอดอาชีพการเกษตร (Ojura, 1990) ทั้งนี้เนื่องจากแรงกดดันจากนโยบายการค้าเสรีของโลก ประกอบกับขนาดพื้นที่ที่ถือครองเพื่อการเกษตรมีขนาดเล็ก การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตถูกจำกัด ทำให้คาดการณ์ว่ารายได้จากการทำเกษตรของชาวญี่ปุ่นจะลดลงอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการประกอบอาชีพอื่น ๆ

(3) ทางด้านการรวมตัวกันของกลุ่มผู้บริโภคในระบบ Teikei ก็เริ่มประสบปัญหาเนื่องจากในระยะหลัง (ประมาณช่วง ค.ศ. 1980s) สินค้าเกษตรอินทรีย์ (ทั้งที่เป็นของจริงและของปลอม) เริ่มมีการวางขายตามช่องทางตลาดอื่น ๆ เช่น ในซูเปอร์มาร์เกต และร้านค้าประเภท Natural food stores นอกจากนั้นสินค้าเกษตรอินทรีย์บางส่วนจากผู้ผลิตรายใหญ่ก็เริ่มผ่านช่องทางตลาดค้าส่ง และคนกลาง ในปี ค.ศ. 1991 บริษัท Tokyo Seika Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทผู้ค้าส่งรายใหญ่ในโตเกียว ก็ได้เปิดแผนกค้าส่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าประเภทนี้ ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในญี่ปุ่น

แม้ว่าความต้องการซื้อและบริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมีในญี่ปุ่นจะสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ความรู้สึกต้องการฟื้นฟูชนบทจากผู้บริโภคในเมืองมิได้เพิ่มขึ้นตาม ซึ่งเมื่อผนวกกับชีวิตการทำงานที่เร่งรีบและเวลาที่น้อยลงของกลุ่มแม่บ้าน ทำให้แนวความคิดที่มีต่อช่องทางการค้าตรงในระบบ Teikei เปลี่ยนไป การซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกให้ความสะดวกประหยัดเวลาและลด

ความยุ่งยากมากกว่าการติดต่อซื้อขายโดยตรงกับผู้ผลิต แต่ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านช่องทางตลาดอื่น ๆ ก็จะมีราคาสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าเกษตรที่ผลิตโดยใช้สารเคมีและเทคโนโลยีสมัยใหม่

อนาคตที่ท้าทาย

จากกระแสความต้องการอาหารและสินค้าที่ปลอดภัยจากสารเคมีของชนญี่ปุ่นที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กระตุ้นให้เกษตรกรญี่ปุ่นหันมาปรับปรุงเทคนิคการผลิต โดยการลดและเลิกใช้สารเคมีกันมากขึ้น ความสัมพันธ์และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคในระบบเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนบทบาทที่เข้มแข็งในการสนับสนุนและส่งเสริมจากองค์กรเอกชน เช่น JOAA มีส่วนในการช่วยส่งเสริมการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะเริ่มแรกของการเคลื่อนไหว

ในประเทศญี่ปุ่น แม้ว่าแนวโน้มในการทำเกษตรโดยทั่วไปจะลดลง เนื่องจากพื้นที่เกษตรถูกปรับเปลี่ยนไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น เช่น ที่พักอาศัย อาคารโรงงานอุตสาหกรรม มีเพิ่มขึ้น ตลอดจนลูกหลานเกษตรกรก็มีแนวโน้มในการเลือกประกอบอาชีพนอกเกษตรมากขึ้น การทำการเกษตรในประเทศญี่ปุ่นก็จะมีแนวโน้มในการเปลี่ยนมาทำการเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การที่ปริมาณผลผลิตและความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นนี้ ย่อมเป็นแรงจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงช่องทางการตลาด ซึ่งเป็นเรื่องที่ท้าทายทั้งแนวคิด กระบวนการ ตลอดจนโครงสร้างการผลิต การตลาด และการบริโภคในระบบ Teikei

แนวคิดในระบบ Teikei เกี่ยวกับหลักการผลิตเพื่อการดำรงอยู่ของครัวเรือน (Self sufficient farm) โดยไม่เน้นความสำคัญของประสิทธิภาพการผลิต (Efficiency) เป็นเรื่องที่ต้องได้รับการทบทวน ความอยู่รอดของระบบ Teikei ในอนาคตจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยเพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น เช่น

ปัญหาคุณภาพและราคา เนื่องจากผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์ โดยทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในระบบค้าตรงของ Teikei ต้องซื้อสินค้าอินทรีย์ในท้องตลาด ในราคาที่สูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไปถึงร้อยละ 20 - 50 โดยผู้บริโภคก็ยังขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าว่าเป็นสินค้าที่ปลอดภัยจากการใช้สารเคมีอย่างแท้จริง

การเปิดช่องทางการตลาดใหม่ เช่น ร้านค้าในชุมชนซึ่งทำหน้าที่เหมือนเป็นสาขาของสหกรณ์ผู้บริโภค ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตได้มีการพบปะกัน หรือการบริการส่งสินค้าตามบ้านผู้บริโภค ร้านอาหารและภัตตาคาร ก็อาจช่วยลดปัญหาในระบบ Teikei ลงได้บางส่วน การติดต่อซื้อขายสินค้าอินทรีย์โดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคนอกเขตชุมชน ในระยะที่ห่างไกลออกไป เช่น จากพื้นที่ในเกาะกิวชิ ซึ่งอยู่ทางใต้ของญี่ปุ่นไปยังเกาะฮอกไกโด ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือก็น่าจะเป็นสิ่งที่ได้รับการส่งเสริม เนื่องจากความมีประสิทธิภาพของระบบการขนส่งของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งค่าใช้จ่ายก็ไม่สูงมาก การปรับระบบการตลาดและการจัดส่งสินค้า น่าจะทำให้การผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ขยายตัวในวงกว้างยิ่งขึ้น

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระบบการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ เทคนิคการผลิต การใช้ปัจจัยการผลิตใหม่ ๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ ยังมีค่อนข้างจำกัด เกษตรกรขาดข้อมูลที่ทันสมัย หน่วยงานราชการหรือองค์กรใหญ่ของเกษตรกร เช่น สหกรณ์การเกษตรของญี่ปุ่น (JA : Japan Agricultural Cooperation) ก็ยังขาดความสนใจที่จะส่งเสริม หรือกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์อย่างจริงจัง

ความจริงสหกรณ์การเกษตรหรือ JA ในประเทศญี่ปุ่นมีบทบาทสูงมากในการส่งเสริมและพัฒนา ระบบเกษตรสมัยใหม่ในประเทศญี่ปุ่น ธุรกิจการจัดหาปัจจัยการผลิตเช่นปุ๋ยเคมี ยาปราบวัชพืช ยาปราบศัตรูพืช

เพื่อจำหน่ายให้สมาชิกถือเป็นธุรกิจที่ทำกำไรให้กับสหกรณ์มากโดยเฉพาะสหกรณ์เกษตรที่อยู่ในชนบท หรือนอกเขตเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างสหกรณ์และร้านค้าวัสดุเคมีทางการเกษตรก็พัฒนามาอย่างแน่นแฟ้น ในช่วง 20 - 30 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ก็เริ่มมีสหกรณ์การเกษตรบางแห่งให้การสนับสนุนระบบเกษตรอินทรีย์กับสมาชิก เช่น สหกรณ์ Ohnakanoko ใน Shiga Prefecture ซึ่งส่งเสริมให้สมาชิกปลูกข้าวโดยไม่ใช้สารเคมี โดยสหกรณ์เป็นผู้รวบรวมผลผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้ชื่อ Horai rice การเคลื่อนไหวส่งเสริมระบบเกษตรอินทรีย์ในประเทศญี่ปุ่นน่าจะมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วถ้าได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง จากสหกรณ์การเกษตรและหน่วยงานราชการอื่น ๆ

4) สรุป

ระบบการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค (Teikei system) นับเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง แบบจำลองในการพัฒนาการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระบบ Teikei คือความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน (Community centered agriculture) โดยเน้นหลักการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมและการดำรงชีวิตอยู่โดยไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม แบบจำลองดังกล่าวท้าทายทฤษฎีเศรษฐกิจกระแสหลัก (Mainstream economics) ซึ่งเน้นการแข่งขันในระบบตลาด เป็นสมมุติฐานสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคม

แม้ระบบ Teikei จะมีใช้แนวปฏิบัติซึ่งเป็นกระแสหลักของระบบการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรทั่วไปของญี่ปุ่นและของประเทศต่าง ๆ ในโลก แต่ด้วยเอกลักษณ์ ค่านิยม สภาพเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของญี่ปุ่น ทำให้การพัฒนาแบบ Teikei ในช่วง 20 ปี ที่ผ่านมา

ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม สภาพเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณี ของประเทศญี่ปุ่นที่เปลี่ยนแปลง ความรวดเร็วในการสื่อสารคมนาคม กติกาการพึ่งพาทางการค้าและเศรษฐกิจของโลกที่นับวันจะเพิ่มสูงขึ้น ความตื่นตัวในปัญหาสุขภาพ

และสิ่งแวดล้อมของคนญี่ปุ่นและชาวโลก ล้วนเป็นปัญหาที่ทำให้ความมั่นคงและแข็งแกร่งของความร่วมมือกันโดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของระบบ Teikei ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Ienage, Yasumitsu. (1990) "Demand-Supply Problems of Agricultural Food Products in Asia"
in Food Production and Asian Agriculture Towards the Year 2000."
Proceedings of the 7th Asian Agricultural Symposium, pp. 41 - 56.
- Katano, Manabu. (1996) "Present Status and Future Prospects of Sustainable Agriculture in Japan"
in Present Status and Future Prospects of Sustainable Agriculture. Proceedings of the
10th Asian Agricultural Symposium, General Research Organization Tokai University
Educational System. pp. 53 - 67.
- Kobayashi, Kohei. (1995) The Transforming of Agricultural Produce Marketing Systems.
World Farm No 20. Japan : Nounsangikyoson Bun Ka Ki Kyoukai.
- Kurume, Hayami. (1989) "Present State of Natural/Ecological Agriculture and Diet in Japan"
1 st International Conference on Nature Farming. (July 31 - August 4). Pacific Culture
Center & Nature Farming International Research Foundation.
- Masugata, Toshiko and Hiroko Kubota. (1992) Diversifying Organic Food Distribution in Japan :
In Search of Alternative Systems for Farmers and Consumers. Translated into English
by Iba Mikako. Japan : Gakuyoshobo Publishing Ltd.
- Ogura, Takekazu B. (1990a) A Treatise on Cooperation in Japanese Agriculture. Report of Study
Group on International Issues SG 11 No. 4, Japan : Bulletin of the Food and Agriculture
Policy Research Center.
- "-----" (1990 b) Japanese Agricultural Structure. Japan : Food and Agriculture Policy Center
Study Group on International Issues.
- The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. (1995) The 1995 Census of Agriculture.
WWW server with URL Address : <http://www.maff.go.jp>.

"The Organic Agriculture Movement Led by the Japan Organic Agricultural Association with
"Teikei" as the Mainstream Principle." (1993) in the First IFOAM Asian Conference
(August), pp. 77 - 91.

Sakai, Junichi, Shunsuke Yanagimura, Fusao Itoh and Kazusa Saiton. (1997) Succession and
Entrance to Agriculture. Japan : Nourangikyoson Bun Ka Ki.

Yamanaka, Mamoru. (1997) "Marketing Information System for Perishable Foods in Japan"
Agriculture & Information Technology. Vol. 6, No 1 (May), pp. 109 - 113.