Asian Productivity Organization
"The APO in the News"

Name of publication: Krungthepturakit (29 September 2014, Thailand)

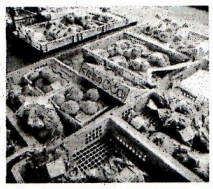
กรุงเทพธุรกิจ
วิถีประกาย
ปีที่ 27 ฉบับที่ 9503 วันจันทร์ที่ 29 กันยายน พ.ศ.2557 ktjud@nationgroup.com

ไปเป็นสาวบ้านนา

ท่ามกลางสินค้า บริการ ที่ออกมาเพื่อเกษตรกรหญิงมากมาย อันที่จริงก็เป็นเพียงแค่กิมมิคเรียกน้ำย่อยเท่านั้น เพราะยังมีโครงการสำคัญเพื่อการรวมกลุ่มกันในหมู่เกษตรกรหญิง สู่ "เครือข่ายประสานงานกลุ่มผู้หญิงที่ทำงานเกษตรกรรม, การป่าไม้และการประมงแห่งชาติ" หรือที่เรียกกันในชื่อเล่นว่า '**ฮิเมะ-โคลาโบะ**' (Hime-Collabo) ที่ คาซูเอะ บอกว่า ทำเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจการเกษตรให้กับผู้หญิง

"เครือข่ายเกษตรกรผู้หญิงถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในอุตสาหกรรมนี้ โดยถึงแม้พวกเธอจะมีรวมตัวเป็นเครือข่ายอยู่ในท้องถิ่นด้วยกันเองอยู่แล้ว แต่การประสานเครือข่ายให้ขยายใหญ่ขึ้นทั่วประเทศ จะช่วยให้สามารถแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ได้กว้างขวางและหลากหลายมากขึ้น เพราะจากเหนือจรดใต้ ประเทศญี่ปุ่นมีเกษตรกรรมที่หลากหลายมากตามสภาพภูมิศาสตร์"

แต่นอกจากนี้ ก็ยังมีความพยายามของหมู่เกษตรกรหญิงด้วยกันเอง อย่างที่ **เอริ อตสึ** สาววัย 40 คุณแม่ของลูกชายทั้งสาม และภรรยาของ โคตะ อตสึ หนุ่มที่โตมาในครอบครัวเกษตรกร หลังจากทั้งคู่จบการศึกษาจาก



จะเกิดอะไรขึ้น เมื่อสาวๆ จากแดนอาทิตย์อุทัย ตัดสินใจถอดผ้ากันเปื้อน ทิ้งมีดไว้บนเขียง และคว้าจอบเสียมตะลุยไปในท้องนา??

ฟาร์มนี้ 'หญิง' คุม!

ปาณใจ ปิ่นจินดา

ไม่ต่างกันกับบ้านเรา สำหรับ ประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่องความก้าวหน้าทางการเกษตรอย่าง 'ญี่ปุ่น' ซึ่งกำลังเผชิญปัญหาสังคมสูงวัย ขณะที่คนรุ่นใหม่ก็เมินหน้าหนีงานเกษตรกรรม จนปัจจุบันการได้เห็นชาวไร่ชาวนา รุ่นปู่ กระทั่งปู่ทวดวัย 80-90 ปี คือเรื่องแสนจะธรรมดาในประเทศนี้

จึงไม่น่าแปลกใจที่ **คาซูเอะ ซาโต้** ผู้อำนวยการ สำนักงานดูแลลดรีและผู้สูงอายุ และ ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านการเกษตร กระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมง ประเทศญี่ปุ่น จะเผยว่า "ความมั่นคงทางอาหาร คือ ประเด็นสำคัญที่รัฐบาลกำลังเป็นกังวลอยู่ในขณะนี้"

เพราะจากการสำรวจเกษตรกรจำนวน 1.77 ล้านคนในปี 2012 ที่เธอนำมาแชร์ระหว่างการอบรมเสื่อมวลชนในโครงการ "Multi Country Observational Study Mission on Best Practices in Promoting Innovation and Productivity in Agriculture for Mass Media Practitioners" จัดโดยองค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย ณ ประเทศญี่ปุ่น พบว่า เมื่อจำแนกตามอายุ กลุ่มใหญ่ที่สุด คือ เกษตรกรที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป มีสูงถึง 815,000 คน ขณะที่กลุ่มที่เล็กที่สุด ก็คือ เกษตรกรที่มีอายุต่ำกว่า 39 ปี มีอยู่แค่ 84,000 คน โดยอายุเฉลี่ยของเกษตรกรญี่ปุ่นอยู่ที่ 66 ปี

ขณะที่สถานการณ์ปัจจุบัน ประเทศญี่ปุ่นต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารมากกว่าที่สามารถผลิตเองได้ในประเทศอยู่แล้ว และยิ่งหากจำนวนเกษตรกรมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยลง โดยเฉพาะเมื่อคนรุ่นใหม่ไม่ยอมมาทำการเกษตร ในอนาคต ญี่ปุ่นก็จะยิ่งเสียเสถียรภาพทางด้านอาหารไปอย่างสิ้นเชิง

ในเรื่องนี้ ภาครัฐเองก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ โดยมุ่งให้การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัย สู่การเป็น Smart Farmer เพื่อดึงดูดให้คนรุ่นใหม่เห็นดีเห็นงามกับอาชีพเกษตรกรรม นอกจากนี้ **ชินโซ อาเบะ** นายกรัฐมนตรีประเทศญี่ปุ่น ก็ยังออกนโยบายให้มีการส่งเสริม '**ผู้หญิง**' ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการเกษตรให้มากขึ้น

แม้วันนี้ เกษตรกรผู้หญิงจะมีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งในจำนวนเกษตรกรของญี่ปุ่นอยู่แล้ว แต่ก็ยังเป็นสัดส่วนที่หนักไปทางเกษตรกรวัยกลางคนไปจนถึงผู้สูงอายุอยู่ดี ขณะที่การสืบทอดมรดกฟาร์มที่ตามประเพณีนิยมเรือกสวนไร่นาผักจะตกแก่บุตรชายคนโตของครอบครัวแต่ในระยะหลังเริ่มมีการปฏิเสธขอไม่รับช่วงสืบทอดอาชีพนี้มากขึ้น ส่งผลให้มีผู้หญิงรุ่นใหม่เข้ารับช่วงสืบทอดกิจการแทนลูกชายเพิ่มจำนวนตามไปด้วย

ทั้งหมดจึงนำมาสู่สาระพัดความพยายามที่จะอำนวยความสะดวกให้เกษตรกรหญิงเหล่านี้สามารถดำรงอาชีพที่บรรพบุรุษภาคภูมิใจ ผ่านการผลักดันหลากหลายแนวทาง ทั้งการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันในหมู่เกษตรกรหญิง จนถึงการชักชวนให้องค์กรใหญ่ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรกรผู้หญิง ภายใต้โครงการ '**โนโย-โจชิ โปรเจค**' (Nougyo-Joshi Project) ที่ คาซูเอะ ซาโต้ เผยว่า ปัจจุบันมีเกษตรกรหญิงเข้าร่วมโครงการนี้ 181 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในวัย 30 - 40 ปี พร้อมด้วยความร่วมมือจากผู้ประกอบการภาคเอกชนอีก 13 องค์กร และผู้สนับสนุนในด้านอื่นๆ อาทิ ร้านค้าขายของสด, พ่อครัว, โรงแรม จนถึงสื่อมวลชนอีกกว่า 200 ราย ที่ร่วมผนึกกำลังกันในครั้งนี้ จนเกิดเป็นหลากหลายกิจกรรมทั้งซีเอสอาร์จากห้างร้านต่างๆ จนถึงการออกสินค้าทางการเกษตรเพื่อตอบรับความต้องการกลุ่มผู้หญิงโดยเฉพาะ

...เช่นที่ชอบบอกชอบใจกันมากในหมู่สาวๆ นักปลูก อาทิ รถบรรทุกเล็กสีชมพูหวานแหวว เพื่อจับตลาดเกษตรกรผู้หญิงโดยเฉพาะ จากไดอัตสุ, มีห้องน้ำเคลื่อนที่เพื่อเกษตรกรหญิงที่ต้องไปถางไร่ถางนาในที่ห่างไกล และยังอีกหลากหลายผู้ประกอบการที่พัฒนาเครื่องไม้เครื่องมือทางการเกษตรที่ใช้ง่ายน้ำหนักเบา เพื่อชนะรับนโยบายของภาครัฐ

ประเทศเยอรมนี เมื่อกลับสู่บ้านเกิด กลับตั้งใจที่จะเป็นชาวนา ปลูกข้าวออร์แกนิกบนผืนนาขนาด 5 เฮคตาร์ และเลี้ยงวัวแดงอีกจำนวนหนึ่ง ในฟาร์มที่ชื่อว่า 'O2 Farm'

เธอบอกว่า หากจะเทียบเรื่องรายได้ของเธอกับเพื่อนๆ ที่จบมาพร้อมกันแล้วนอนว่าเม็ดเงินของเธอเทียบไม่ได้กับพวกเขา "แต่พวก