เอกสารชุด “ญี่ปุ่นอย่างที่เป็น” ลำดับที่ 3
ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

ผู้เขียน	นางสาวสิรินทิพย์ นรินทร์ศิลป์
จัดทำโดย	โครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น
	(สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย)
	ห้อง 606 ชั้น 6 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
	ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200
	โทรศัพท์/โทรสาร 02-221-2422
	เว็บไซต์ www.japanwatch.org
	อีเมล์ japanwatchthailand@gmail.com
พิมพ์เมื่อ	ตุลาคม 2560
ออกแบบ/จัดพิมพ์	โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	โทรศัพท์ 02-218-3562-4
	โทรสาร 02-218-3551
	เว็บไซต์ www.cuprint.chula.ac.th

"ญี่ปุ่นอย่างที่เป็น" ลำดับที่ 3

ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

คำนำ

โครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่นสนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เป็นชุดโครงการประสานงานที่ก่อตั้งขึ้นจากวิสัยทัศน์ว่าในบริบทโลกสมัยใหม่ ประเทศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเกี่ยวพันและส่งอิทธิพลต่อกันลึกซึ้งกว้างขวาง ดังนั้น การทำความรู้จักและเข้าใจประเทศอื่น ๆ จึงมีความสำคัญและจำเป็นมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศสำคัญ ๆ เช่น ประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นมีบทบาทและอิทธิพลต่อโลก ภูมิภาค และต่อประเทศไทยทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และวัฒนธรรม การปรับเปลี่ยนโครงสร้างภายในประเทศ หรือบทบาทพฤติกรรมแสดงออกของญี่ปุ่นส่งผลต่อไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งรวดเร็ว รุนแรง และเป็นไปอย่างช้า ๆ การทำความรู้จักและเข้าใจประเทศญี่ปุ่นจึงเป็นประโยชน์ทั้งในแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาประเทศ หรือกำหนดจุดยืนของประเทศต่อญี่ปุ่นและต่อประเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และในแง่มุมของการมองมุมกลับเปรียบเทียบทบทวนเพื่อเห็นภาพและเข้าใจประเทศไทยที่ชัดเจนมากขึ้นด้วยเช่นกัน

เอกสารชุด “ญี่ปุ่นอย่างที่เป็น” เป็นส่วนหนึ่งของผลผลิตตามเป้าหมายของโครงการฯ เพื่อประมวลข้อมูลความรู้เกี่ยวกับญี่ปุ่นเผยแพร่ในสังคมไทย โครงการฯ มีความคาดหวังว่าสังคมไทยจะได้รับประโยชน์จากเอกสารชุดนี้ตามสมควร

โครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทนำ	1
บทที่ 1 ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล: พัฒนาการ มาตรฐาน และการรณรงค์	5
1.1 พัฒนาการและความหมายของการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล	5
1.2 มาตรฐานของการค้าที่เป็นธรรม	19
1.3 การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์การค้าที่เป็นธรรม: เมืองการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Town)	25
บทที่ 2 ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น	30
2.1 พัฒนาการของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น	30
2.2 กระบวนการทางการตลาดของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น	37
2.3 ประเภทของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น	41
2.4 Kumamoto เมืองการค้าที่เป็นธรรม	46
บทที่ 3 ความสอดคล้องและความแตกต่างของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น เปรียบเทียบกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล	53
บทที่ 4 โอกาสการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศญี่ปุ่น และข้อเสนอแนะแก่เกษตรกรไทย	58
บรรณานุกรม	66

สารบัญรูป

เรื่อง		หน้า
รูป		
รูปที่ 1	IFAT Mark	9
รูปที่ 2	WFTO Mark	9
รูปที่ 3	The International Fairtrade Certification Mark	10
รูปที่ 4	ห่วงโซ่อุปทานของการค้าสินค้าที่เป็นธรรม	16
รูปที่ 5	โครงสร้างสมาชิกของเครือข่ายการค้าที่เป็นธรรม หรือ FINE	17
รูปที่ 6	ตรารับรอง Transfair Japan	33
รูปที่ 7	ตราสินค้า People Tree	34
รูปที่ 8	สินค้า People Tree ที่ใช้ตรารับรอง WFTO	34
รูปที่ 9	สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายใน Max Value ซูเปอร์มาร์เก็ตที่เมือง Hiroshima	42
รูปที่ 10	สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน En Shop ที่เมือง Hiroshima (1)	43
รูปที่ 11	สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน En Shop ที่เมือง Hiroshima (2)	43
รูปที่ 12	สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในร้านกาแฟ Link Cafe ที่เมือง Kumamoto	44
รูปที่ 13	สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน Loveland Shop ที่เมือง Kumamoto (1)	44
รูปที่ 14	สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน Loveland Shop ที่เมือง Kumamoto (2)	45
รูปที่ 15	รายชื่อร้านค้า และร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรม ที่เมือง Kumamoto	50
รูปที่ 16	แผนที่ร้านค้า และร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรม ที่เมือง Kumamoto	51
รูปที่ 17	ตัวอย่างรายชื่อร้านค้าที่มีชื่อเสียง ที่เมือง Kumamoto	52
รูปที่ 18	กาแฟตราล้านนากาแฟที่ถูกเคยถูกนำเข้าไปจำหน่าย ในประเทศญี่ปุ่น	63
รูปที่ 19	สับปะรดและมะม่วงแปรรูปจากบริษัท Samroiyod Food Corporation Ltd. ประเทศไทย	64

สารบัญตาราง

เรื่อง หน้า

ตาราง

ตารางที่ 1	รายชื่อ10 อันดับของประเทศที่มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO มากที่สุด ปี ค.ศ. 2014	18
ตารางที่ 2	จำนวนผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ปริมาณสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่าย และจำแนกตามประเภทสินค้า ปี ค.ศ. 2014	19
ตารางที่ 3	แสดงเหตุการณ์ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น	36
ตารางที่ 4	อัตราการจำหน่าย และส่วนแบ่งของประเภทสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ปี ค.ศ. 2007-2008	42
ตารางที่ 5	กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้ค้าในประเทศไทยที่เข้าร่วมในขบวนการค้าที่เป็นธรรม ภายใต้การรับรองของ WFTO	59
ตารางที่ 6	กลุ่มผู้ผลิตรายย่อย และกลุ่มผู้ค้าในประเทศไทยที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ภายใต้การรับรองของ FLO	60

บทนำ

ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Movements) เป็นรูปแบบการค้าทางเลือกที่ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงทศวรรษ 1960 โดยเป็นการรวมกลุ่มขององค์กรระหว่างประเทศที่ไม่ใช่รัฐบาล ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ในแถบยุโรป มีเป้าหมายเพื่อจัดตั้งระบบการค้าที่จะช่วยให้ผู้ผลิตชายขอบและผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนาเข้าถึงตลาดเพิ่มขึ้น มุ่งเน้นการขจัดปัญหาความยากจน และสร้างการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียม นอกจากนั้น ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ยังถูกมองว่าเป็นขบวนการที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อท้าทายระบบการค้าแบบเสรี เนื่องจากหลักการของการค้าที่เป็นธรรม อ้างว่าเป็นการค้าที่ไม่ได้ทำงานบนพื้นฐานของกลไกตลาด แต่เป็นระบบการค้าที่ทำงานบนพื้นฐานของความร่วมมือในการควบคุมตลาด โดยการใช้สิทธิและอำนาจอันชอบธรรมที่เป็นประชาธิปไตย และการกำหนดเงื่อนไขทางการค้าต่าง ๆ อาทิ การกำหนดราคาประกันขั้นต่ำ การกำหนดค่าธรรมเนียมพิเศษของสินค้า และการกำหนดมาตรฐานและวิธีการผลิต อันได้แก่ การผลิตที่ให้ข้อมูลอย่างโปร่งใส การผลิตที่ไม่ใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย และการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ยังอ้างอีกว่าการดำเนินการการค้าในรูปแบบดังกล่าว ไม่ใช่การค้าเพื่อการกุศลที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสเท่านั้น แต่เป็นรูปแบบการค้าที่วางอยู่บนพื้นฐานของการเป็นพันธมิตรระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้เกิดผลประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย โดยผู้ผลิตมีหน้าที่ในการจัดหาสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และมีความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคก็มีหน้าที่ลดปัญหาความยากจนของผู้ผลิตจากการซื้อสินค้าที่มีตรารับรองการค้าที่เป็นธรรม (Sylla, 2014; World Fair Trade Organization, 2004)

ปัจจุบัน การค้าสินค้าในระบบการค้าที่เป็นธรรมได้ขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจากรายงานของ Fairtrade International (FLO) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010-2014 ให้ข้อมูลว่า ในปี ค.ศ. 2014 มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้นประมาณ 1,226 กลุ่ม คิดเป็นเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ประมาณ 1.65 ล้านคน จากปี ค.ศ. 2010 ที่มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานประมาณ 905 กลุ่ม คิดเป็นเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ประมาณ 1.2 ล้านคน โดยกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้

แรงงานนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในทวีปแอฟริกาและตะวันออกกลาง นอกจากนี้ แม้ว่าในปี ค.ศ. 2013 อัตราการเติบโตของการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในตลาดระหว่างประเทศจะมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 15 ซึ่งเป็นอัตราที่ลดลงจากปี ค.ศ. 2011 ที่มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 27 แต่การค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในตลาดระหว่างประเทศก็ยังคงถือว่ามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดสินค้าการค้าที่เป็นธรรมส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในทวีปยุโรป และประเทศอังกฤษถือว่าเป็นตลาดการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ใหญ่ที่สุด นอกจากนี้ สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่มีการค้าขายมากที่สุดในตลาดระหว่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่ กาแฟ ชา โกโก้ น้ำตาล และกล้วย เป็นต้น (Fairtrade International, 2012; Fairtrade International, 2015)

แม้ว่า ในปัจจุบัน จากข้อมูลของธนาคารโลก ประเทศไทยจะมีประชากรที่อยู่ต่ำกว่าเส้นความยากจน หรือ มีรายได้ต่ำกว่า 3.1 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อวัน ไม่ถึงร้อยละ 1 ของประชากรทั้งประเทศ แต่ประเทศไทยก็ยังคงถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา และยังคงมีประชากรที่เผชิญกับปัญหาความยากจนและปัญหารายได้ที่ไม่เพียงพออยู่ โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรรายย่อย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มประชากรแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศ ด้วยเหตุนี้ ในปัจจุบันกลุ่มเกษตรกรรายย่อยบางกลุ่ม จึงเริ่มที่จะเข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม เนื่องจาก มีความต้องการที่จะเข้าถึงตลาดเพิ่มมากขึ้น และต้องการที่จะได้รับราคาประกันของสินค้า และค่าธรรมเนียมพิเศษของสินค้า ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก และปัญหาการได้รายได้ที่ไม่แน่นอน โดยกลุ่มเกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะขอรับรองมาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมจากหน่วยงาน Fairtrade International หรือที่เรียกว่า FLO โดยจากข้อมูลของ FLO-Cert พบว่า มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยในประเทศไทยที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมประมาณ 22 กลุ่ม โดยทั้งหมดใน 22 กลุ่มนี้ เป็นกลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ผลิตสินค้าเกษตรหลากหลายชนิด เช่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ผลไม้สด ผลไม้แห้ง ผัก กล้วย กาแฟ โกโก้ น้ำตาล น้ำมันพืช น้ำผึ้ง ฝ้าย และถั่ว อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ของกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทยที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ซึ่งมีประมาณ 12 กลุ่ม และรองลงมาจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ มะม่วง เสาวรส และสับปะรด ซึ่งมีประมาณ 5 กลุ่ม และส่วนใหญ่ของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อยในขบวนการการค้าที่

เป็นธรรมในประเทศไทยจะส่งสินค้าไปขายยังยุโรป อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ และผู้ค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศไทย พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยในประเทศไทยนั้น ยังถือว่ามีส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างน้อยมาก เมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ผลิตในทวีปแอฟริกาและตะวันออกกลาง ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีความสนใจว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อยในประเทศไทยควรที่จะมีข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจตลาดสินค้าที่เป็นธรรมในทวีปอื่น นอกจากตลาดสินค้าที่เป็นธรรมในทวีปยุโรปเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อขยายช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และเพื่อปรับยุทธศาสตร์การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการทางตลาดเพิ่มขึ้น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นหนึ่งในประเทศพัฒนาแล้วในทวีปเอเชีย ที่ปัจจุบันมีการรับซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากกลุ่มผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ แม้ว่าจากการทบทวนข้อมูลทางเอกสาร จะพบว่า ตลาดการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นยังคงมีสัดส่วนทางการตลาดคิดเป็นเพียงแค่ร้อยละ 1.7 ของตลาดสินค้าที่เป็นธรรมทั่วโลก แต่ Committee on Fair Trade Studies of Institute for International Trade and Investment (ITI) ของญี่ปุ่น ได้ให้ข้อมูลว่าตลาดการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นก็ยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2008 มูลค่าค้าปลีกโดยรวมของตลาดสินค้าการค้าที่เป็นธรรมอยู่ที่ 87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีอัตราการเติบโตของการค้าที่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 26 จากปี ค.ศ. 2007 ที่มีมูลค่าค้าปลีกโดยรวมของตลาดสินค้าการค้าที่เป็นธรรมอยู่ที่ 62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ในปี ค.ศ. 2011 เมือง Kumamoto ของญี่ปุ่น ได้ถูกประกาศให้เป็น Fair Trade Town ซึ่งถือว่าเป็นเมืองแรก และประเทศแรกในทวีปเอเชียที่มีการประกาศดังกล่าว และในปี ค.ศ. 2014 เมือง Kumamoto ยังได้เป็นเจ้าภาพในการประชุม International Fair Trade Towns Conference ครั้งที่ 8 ซึ่งถือเป็นครั้งแรก ที่การจัดประชุมถูกจัดภายนอกทวีปยุโรปด้วย ต่อมาญี่ปุ่นยังได้มีการประกาศ Fair Trade Town เพิ่มขึ้นอีกที่เมือง Nagoya และเมือง Zushi ในปี ค.ศ. 2015 และปี ค.ศ. 2016 ตามลำดับ โดยการประกาศว่าเป็น Fair Trade Town ของญี่ปุ่นนี้ จะส่งผลทำให้ตลาดสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นมีการขยายตัวและเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเป็น Fair Trade Town มีเงื่อนไขว่า นอกจากการจัดซื้อและการนำเข้าสินค้า

การค้าที่เป็นธรรมจากภาคเอกชนแล้ว ยังมีเงื่อนไขให้หน่วยงานภาครัฐของญี่ปุ่นต้องจัดทำนโยบายและดำเนินการในทางปฏิบัติในการจัดซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาด้วย

จากข้อมูลข้างต้น บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สำรวจ และทำความเข้าใจว่า ญี่ปุ่นในฐานะประเทศพัฒนาแล้ว มีสถานการณ์ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมอย่างไร และญี่ปุ่นมีกระบวนการจัดการทางการตลาดของการค้าสินค้าที่เป็นธรรมในประเทศอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทยได้มีความเข้าใจตลาดสินค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะพัฒนาสินค้า และยุทธศาสตร์การผลิต เพื่อการเข้าถึงตลาดที่เพิ่มขึ้น

บทความนี้ จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 บท ประกอบด้วย บทที่ 1 การอธิบายภาพรวมของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ซึ่งรวมถึงความเป็นมา กระบวนการทางการตลาด สถานการณ์ทางการตลาด มาตรฐานสินค้าและการรณรงค์ บทที่ 2 กล่าวถึงขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งรวมถึงการเกิดขึ้นและพัฒนาการของการค้าสินค้าที่เป็นธรรมทั้งในเรื่องการตลาด การนำเข้า และการสนับสนุนต่าง ๆ ผ่านการจัดตั้ง “เมืองการค้าสินค้าที่เป็นธรรม” บทที่ 3 การอธิบายถึงความสอดคล้องและความแตกต่างของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น เปรียบเทียบกับขบวนการดังกล่าวในระดับสากล และบทที่ 4 การอธิบายถึงโอกาสของการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศญี่ปุ่น โดยการเปรียบเทียบกับแหล่งนำเข้าอื่น ๆ ในแต่ละรายการสินค้า รวมทั้งข้อเสนอแนะแก่เกษตรกรไทยในการส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมไปยังตลาดญี่ปุ่นด้วย

วิธีการศึกษาที่ประยุกต์ใช้ในบทความนี้ จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์เป็นหลัก โดยการศึกษาเอกสาร จะศึกษาจากเอกสารทางราชการ อาทิ นโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่น ข้อมูลสถิติของขบวนการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และการสัมภาษณ์ จะให้ความสำคัญแก่ร้านค้าที่ค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในเมืองที่ประกาศเป็น Fair Trade Town และเมืองที่มีร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม แต่ไม่ได้เป็น Fair Trade Town

บทที่ 1
ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล: พัฒนาการ มาตรฐาน และการรณรงค์

1.1 พัฒนาการและความหมายของการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล

ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Movements) เป็นรูปแบบทางการค้าที่ถูกพัฒนามาจาก "การค้าแบบสมานฉันท์" (solidarity trade) ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยการค้าแบบสมานฉันท์ เริ่มขึ้นจากการที่กลุ่มเคลื่อนไหวทางศาสนา กลุ่มเคลื่อนไหวภาคประชาชน และกลุ่มองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ในแถบทวีปอเมริกาเหนือ ได้พยายามที่จะรวบรวมสินค้าโดยเฉพาะสินค้าหัตถกรรม จากกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจน และคนด้อยโอกาสในประเทศผู้แพ้สงคราม และประเทศด้อยพัฒนาไปขายให้กับกลุ่มผู้บริโภคในประเทศพัฒนาแล้ว โดยมีเป้าหมายเพื่อการให้ความช่วยเหลือ และการขจัดปัญหาความยากจน (Sylla, 2014; World Fair Trade Organization, 2004)

ต่อมา ในช่วงทศวรรษ 1960 รูปแบบการค้าแบบสมานฉันท์ได้ปรากฏขึ้นในทวีปยุโรป โดยเริ่มจากหน่วยงาน OXFAM เริ่มซื้อสินค้าหัตถกรรมจากลุ่มผู้อพยพในประเทศจีนมาขายที่ OXFAM shop ในประเทศอังกฤษ และในปี ค.ศ.1964 องค์กรระหว่างประเทศที่ไม่ใช่รัฐบาลต่าง ๆ ในทวีปยุโรป อาทิ OXFAM, AgroFair, TraidCraft, Alternativa3, Solidar'Monde, SERRV International ฯลฯ ก็ได้รวมตัวกันจัดตั้ง The Alternative Trading Organization-ATO หรือ First Fair Trade Organization ขึ้น รูปแบบการค้าแบบสมานฉันท์ (solidarity trade) จึงได้เริ่มถูกพัฒนาเป็นรูปแบบ "การค้าทางเลือก" (alternative trade) โดย ATO ที่ถูกจัดตั้งขึ้น ไม่ได้มีเป้าหมายเฉพาะที่จะช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและคนด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนาให้เข้าถึงตลาดเพิ่มมากขึ้น และการขจัดปัญหาความยากจนเท่านั้น แต่ ATO ยังถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างระบบการค้าที่มีความเป็นธรรมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และการสนับสนุนระบบการค้าที่เป็นธรรมมากขึ้นระหว่างกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาและกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วด้วย โดยที่หลักการการค้าของ ATO ไม่ได้ทำงานบนพื้นฐานของกลไกตลาด แต่เป็นระบบการค้าที่มุ่งเน้นการทำงานที่วางอยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือในการควบคุมตลาดโดยการใช้สิทธิและอำนาจอันชอบธรรมที่เป็นประชาธิปไตย นอกจากนี้ ในปี ค.ศ.1968 United Nations

Conference on Trade and Development-UNCTAD ยังได้ประกาศอีกด้วยว่า "การค้าไม่ใช่การให้ความช่วยเหลือ" (Trade not Aid) โดยมุ่งเน้นว่าควรที่จะมีการสร้างระบบการค้าที่มีความเป็นธรรมระหว่างกลุ่มประเทศโลกเหนือและกลุ่มประเทศโลกใต้ มากกว่าที่จะมุ่งเน้นการพัฒนาเฉพาะการค้าที่เอื้อผลประโยชน์ให้เฉพาะแก่กลุ่มประเทศโลกเหนือ และการสนับสนุนการให้ความช่วยเหลือเพื่อการค้าของกลุ่มประเทศโลกเหนือที่มีให้กับกลุ่มประเทศโลกใต้ ซึ่งการประกาศดังกล่าว ถือว่าเป็นการเน้นย้ำถึงการให้ความสำคัญของการสร้างระบบการค้าทางเลือกให้เกิดขึ้น (Sylla, 2014; World Fair Trade Organization, 2004)

ในช่วงทศวรรษ 1970 ในประเทศต่าง ๆ ในทวีปอเมริกาเหนือ และยุโรป เริ่มมีกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าของการค้าที่เป็นธรรม และเกิดร้านค้าปลีกสินค้าของการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกเรียกว่า Third World Shop หรือ Fair Trade Shop เพิ่มขึ้นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานี้ การค้าสินค้าหัตถกรรมในระบบการค้าที่เป็นธรรม เริ่มที่จะไม่ได้รับความสนใจ และมีสัดส่วนทางการค้าที่เสื่อมถอยลง เนื่องจาก สินค้าหัตถกรรมถูกมองว่ามีรูปแบบของสินค้าที่ล้าสมัย ประกอบกับในช่วงเวลาเดียวกันนั้น กลุ่มผู้สนับสนุนขบวนการการค้าที่เป็นธรรมเริ่มมีความกังวลต่อกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในประเทศกำลังพัฒนาที่กำลังปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและโครงสร้างการผลิตทางการเกษตรของประเทศเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม ดังนั้น ในช่วงเวลานี้เอง การค้าในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม จึงเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการค้าสินค้าหัตถกรรมมาเป็นการค้าสินค้าเกษตรและอาหาร โดยสินค้าเกษตรและอาหารที่เริ่มมีการค้าขายในระบบการค้าที่เป็นธรรมในช่วงต้น ก็คือ กาแฟ และชา และต่อมาก็ได้มีการขยายไปสู่สินค้าเกษตรและอาหารชนิดอื่น เช่น ผลไม้ น้ำตาล ข้าว ฝ้าย ถั่ว ฯลฯ โดยปัจจุบัน กาแฟ ถือว่าเป็นสินค้าที่ถูกรู้จักมากที่สุดในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม

แม้ว่า ในช่วงทศวรรษ 1970 ถึงทศวรรษ 1980 การค้าสินค้าของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมจะมีการเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งมีการเกิดขึ้นของกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และการเกิดขึ้นของร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมเป็นจำนวนมาก รวมถึงการขยายตัวของประเภทสินค้าของการค้าที่เป็นธรรมจากสินค้าหัตถกรรม ไปสู่สินค้าเกษตรและอาหาร แต่ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมก็ยังคงกระจุกตัวอยู่เฉพาะในแถบทวีปอเมริกาเหนือและยุโรป และการค้าสินค้าของการค้าที่เป็นธรรมใน Fair Trade Shop ที่เกิดขึ้นในชุมชนต่าง ๆ ก็ยังไม่สามารถที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้มากนัก

ในช่วงกลางทศวรรษ 1980 กลุ่มขบวนการการค้าที่เป็นธรรม โดยเฉพาะกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จึงเริ่มมีความคิดที่จะนำสินค้าของการค้าที่เป็นทั้งนี้ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภค และเพื่อเพิ่มยอดขายของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในระบบตลาดมากขึ้น ในช่วงเวลานี้เอง เพื่อที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และการจำแนกระหว่างสินค้าการค้าที่เป็นธรรมกับสินค้าในระบบการค้าทั่วไป กลุ่มขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศต่าง ๆ จึงเริ่มคิดค้นที่จะออกตรารับรองให้กับสินค้าการค้าที่เป็นธรรม เพื่อเป็นตรารับรองทั้งความเป็นธรรมตามหลักจริยธรรมของการทำงานของผู้ผลิต และตรารับรองในคุณภาพสินค้า โดยในปี ค.ศ.1988 องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ที่มีชื่อว่า Stichting Max Havelaar ได้ถูกจัดตั้งขึ้นที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งถือว่าเป็นองค์กรในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมองค์กรแรกที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและออกตรารับรองสินค้าในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม โดยเฉพาะการออกตรารับรอง “Max Havelaar” ให้กับสินค้ากาแฟ และต่อมากลุ่มขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศอื่น ๆ เช่นประเทศเบลเยี่ยม สวิสเซอร์แลนด์ เดนมาร์ค นอร์เวย์ และฝรั่งเศส ก็เริ่มปรับใช้ตรารับรอง “Max Havelaar” ในประเทศของตน นอกจากนี้ กลุ่มขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศอื่น ๆ ยังได้จัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมอีกมากมาย อาทิ การจัดตั้งองค์กร “Transfair” ในประเทศเยอรมนี ลักเซมเบิร์ก ออสเตรีย อิตาลี สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น การจัดตั้งองค์กร “Fairtrade Mark” ในประเทศอังกฤษและไอร์แลนด์ การจัดตั้งองค์กร “Rättvisemärkt” ในประเทศสวีเดน และการจัดตั้งองค์กร “Reilu kauppa” และ “Rejäl handel” ในประเทศฟินแลนด์

อย่างไรก็ตาม การออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จำเป็นต้องมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบ ในช่วงระยะแรกที่มีการกำหนดตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม สินค้าของผู้ผลิตในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมยังมีจำนวนไม่มาก องค์กรที่ออกตรารับรองต่าง ๆ จึงเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบมาตรฐานให้ แต่ต่อมา เมื่อสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่เข้าร่วมในขบวนการค้าที่เป็นธรรมมีจำนวนมากขึ้น ทำให้องค์กรที่ออกตรารับรองสินค้า เริ่มผลักภาระค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบให้กับกลุ่มผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาเป็นผู้รับผิดชอบ

การเกิดขึ้นของการออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จึงเริ่มส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในการที่จะนำสินค้าของตนเข้าสู่ตลาดในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม นอกจากนี้ การเกิดขึ้นขององค์กรที่ออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ยังก่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดของการแย่งชิงผู้ผลิตในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมขึ้น เนื่องจาก กลุ่มผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาไม่สามารถจ่ายค่าตรวจสอบมาตรฐานให้กับทุกองค์กรที่ออกตรารับรองได้ ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตจึงต้องตัดสินใจเลือกว่าจะนำสินค้าของตนเข้าผ่านมาตรฐานรับรองขององค์กรใด ของประเทศใด เพื่อที่จะเข้าสู่ตลาดและจำหน่ายสินค้าของตนให้ได้รายได้มากที่สุด ในช่วงเวลานี้เอง จึงถือได้ว่าเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมอีกครั้ง จากการเป็นการค้าทางเลือก (alternative trade) เปลี่ยนเป็น “การค้าตรารับรองทางจริยธรรม” (ethical label trade) อีกทั้ง ในช่วงเวลานี้ ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมก็เริ่มถูกตั้งคำถามจากกลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้สนับสนุนการค้าทางเลือกว่า ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ยังคงมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจน และด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนา และมีความเป็นธรรมทางการค้าจริงหรือไม่ หรือเอาเข้าจริงแล้ว ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมก็เป็นเพียงขบวนการหนึ่งที่ถูกครอบงำด้วยระบบการค้าเสรีตามแนวคิดเสรีนิยมใหม่ (Sylla, 2014)

จากปัญหาของการแข่งขันทางการตลาดในขบวนการ การค้าที่เป็นธรรม ทำให้เกิดการแข่งขันการค้าตรารับรองระหว่างองค์กรที่ออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศต่าง ๆ ประกอบกับความซ้ำซ้อนของมาตรฐานของสินค้าที่เป็นธรรม และความซ้ำซ้อนของการตรวจรับรองให้แก่กลุ่มผู้ผลิต องค์กรที่ออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศต่าง ๆ จึงมีความต้องการที่จะนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากกลุ่มผู้ผลิตด้วยคุณภาพและมาตรฐานเดียวกัน และต้องการที่จะรวมกลุ่มทางการค้าเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด ในช่วงทศวรรษ 1990 องค์กรที่ออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมและกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศต่าง ๆ จึงเริ่มมีการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ และร่วมมือกันเพื่อกำหนดตรารับรองมาตรฐานสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นมาตรฐานสากลขึ้น

อย่างไรก็ตาม มาตรฐานสากลในการรับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกกำหนดขึ้นโดยกลุ่มขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ยังคงถูกแบ่งออกเป็น

2 ระบบ คือ การจัดตั้งองค์กร The International Federation of Alternative Traders (IFAT) ในปี ค.ศ. 1989 ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานสากลในการรับรององค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรม (organization certification) และ การจัดตั้งองค์กร Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) ในปี ค.ศ. 1997 ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานสากลในการรับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม (product certification)

The International Federation of Alternative Traders (IFAT) ถูกจัดตั้งขึ้นจากความร่วมมือกันของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้นำเข้า และร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ประมาณ 324 หน่วยงาน ใน 70 ประเทศ IFAT เป็นองค์กรเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ ทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐานและออกตรารับรองให้กับองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรม (organization certification) โดย IFAT จะทำหน้าที่ในการประกันระบบ (guarantee system) มากกว่าการรับรองรายสินค้า องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมองค์กรใดที่เป็นสมาชิก ที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานและได้รับตรารับรองจาก IFAT แล้ว สินค้าที่ถูกผลิตและจำหน่ายภายใต้องค์กรนั้นทุกประเภท จะถือว่าได้รับการรับรองว่าเป็นสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และสามารถใช้ตรารับรองสินค้าจาก IFAT (ดูรูปที่ 1) ได้ทุกตัว โดยที่ไม่จำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบสินค้าอีก ต่อมาในปี ค.ศ. 2008 IFAT ได้เปลี่ยนชื่อเป็น The World Fair Trade Organization (WFTO) และในปี ค.ศ. 2013 WFTO ได้มีการกำหนดและประกาศใช้ตรารับรองของ WFTO แทนตรารับรอง IFAT (ดูรูปที่ 2)

รูปที่ 1 IFAT Mark

FAIR TRADE ORGANIZATION
IFAT • THE INTERNATIONAL FAIR TRADE ASSOCIATION

ที่มา: The Eco Fashion World

รูปที่ 2 WFTO Mark

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION

ที่มา: The World Fair Trade Organization

สำหรับ Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) องค์กรนี้ถูกจัดตั้งขึ้นจากการร่วมมือกันของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้นำเข้า และร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จำนวน 25 หน่วยงาน ใน 50 ประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานที่เคยใช้ตรารับรองของ “Max Havelaar” และ “Transfair” FLO เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐานสากลให้กับสินค้าการค้าที่เป็นธรรม (product certification) โดยมีหน่วยงาน FLOCERT ทำหน้าที่ในการตรวจสอบมาตรฐาน และออกตรารับรองให้กับสมาชิก โดยสินค้าที่ถูกผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย ภายใต้กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้นำเข้า และร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิกของ FLO จะต้องถูกตรวจสอบมาตรฐานตามกฎเกณฑ์ที่ FLO กำหนดเป็นรายสินค้า เมื่อสินค้าผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน ถึงจะสามารถใช้ตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของ FLO ได้ (ดูรูปที่ 3)

รูปที่ 3 The International Fairtrade Certification Mark

FAIRTRADE ®

ที่มา: Fairtrade International

แม้ว่า มาตรฐานสากลของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมร่วมกันแล้ว ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระบบ กล่าวคือ มาตรฐานของ WFTO และ FLO แต่ก็ยังคงมีกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้นำเข้า และร้านค้าสินค้าที่เป็นธรรมในประเทศต่าง ๆ อีกเป็นจำนวนมากที่ไม่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของทั้ง WFTO และ FLO และยังคงดำเนินการค้าที่เป็นธรรมตามรูปแบบและมาตรฐานการค้าของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็น การค้าสินค้าที่เป็นธรรมที่ไม่ใช้ตรารับรอง และการค้าสินค้าที่เป็นธรรมที่ใช้ตรารับรองที่ถูกกำหนดโดยองค์กรของตัวเอง

ปัจจุบัน การค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย และยังคงมีการแข่งขันกันระหว่างตรารับรองของมาตรฐานสินค้าโดยช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม สามารถแบ่งออกเป็น 4 ช่องทางหลัก ๆ ดังนี้ (ดูรูปที่ 4)

1) การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในประเทศพัฒนาแล้ว ที่ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางการค้าแก่กลุ่มผู้ผลิตชายขอบและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนา และดำเนินการการค้าที่เป็นธรรมโดยไม่ใช้ตรารับรองทางการค้า โดยที่การค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศกำลังพัฒนาจะเข้าเป็นสมาชิกขององค์กรการค้าทางเลือก และนำสินค้าที่ตนผลิตเพื่อจำหน่ายและส่งมอบให้แก่องค์กรการค้าทางเลือกโดยตรง เมื่อองค์กรการค้าทางเลือกรับซื้อและนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมแล้ว องค์กรการค้าทางเลือกอาจดำเนินการแปรรูปสินค้าเอง และจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงผ่านการค้าออนไลน์ หรือจำหน่ายผ่านร้านค้าการค้าที่เป็นธรรม หรือองค์กรการค้าทางเลือกอาจจะนำสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจำหน่ายไปยังกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเพื่อแปรรูปสินค้า เมื่อบริษัทผู้ผลิตแปรรูปสินค้าแล้ว บริษัทผู้ผลิตอาจจะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงผ่านการค้าออนไลน์ในนามของบริษัทเอง หรืออาจจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีก หรืออาจจะจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือก ไม่มีการใช้ตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จึงอาจจะไม่ค่อยมีความน่าเชื่อถือในกระบวนการผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และอาจไม่สามารถถูกจำแนกออกจากสินค้าในช่องทางขายปกติได้ ดังนั้น สินค้าการค้าที่เป็นธรรมในช่องทางนี้ ส่วนใหญ่จึงมักจะไม่ถูกนำไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือมีบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีกรับซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้มากนัก การนำสินค้าที่เป็นธรรมสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางนี้ส่วนใหญ่จึงมักจะดำเนินการโดยการค้าออนไลน์ในนามขององค์กรการค้าทางเลือก หรือบริษัทผู้แปรรูปสินค้า หรือร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ร่วมมือกับองค์กรการค้าทางเลือก และมีการมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์

เกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมขององค์กรตัวเอง ดังนั้น แม้ว่าการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือก จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สั้นกว่าช่องทางอื่น ๆ แต่ก็เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคอาจจะเข้าถึงสินค้าที่เป็นธรรมได้ยาก เนื่องจากผู้บริโภคอาจจะไม่รู้จักช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามากนัก

2) การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านการรับรองขององค์กรการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งมีการออกตรารับรองการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมโดยองค์กรของตัวเอง โดยการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศกำลังพัฒนาจะเข้าเป็นสมาชิก และนำสินค้าที่ตนผลิตเข้ารับการตรวจสอบมาตรฐานจากองค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมเป็นรายสินค้า เมื่อสินค้าผ่านมาตรฐานและได้รับตรารับรองแล้ว องค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมอาจจะรับซื้อสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตดังกล่าว และดำเนินการส่งออกสินค้านั้นให้กับกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิกหรือพันธมิตร หรือในกรณีที่องค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมไม่ได้ดำเนินการรับซื้อสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิต แต่ทำหน้าที่เป็นเพียงองค์กรที่ตรวจสอบมาตรฐานและออกตรารับรองเท่านั้น กลุ่มผู้ผลิตก็จะนำสินค้านั้นไปจำหน่ายให้กับกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมด้วยตัวเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกขององค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรม เมื่อกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกรับซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมมาแล้ว ก็จะจำหน่ายสินค้าไปยังบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วที่เป็นสมาชิกขององค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรม หลังจากนั้นกลุ่มบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมก็จะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมไปยังกลุ่มบริษัทผู้ผลิตที่เป็นสมาชิกขององค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมเพื่อแปรรูปสินค้า เมื่อบริษัทผู้ผลิตแปรรูปสินค้าแล้ว บริษัทผู้ผลิตอาจจะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับกลุ่มผู้บริโภคผ่านการค้าออนไลน์ในนามของบริษัทเอง โดยมีการใช้ตรารับรองสินค้าขององค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมควบคู่ไปด้วย หรืออาจจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีกที่ได้รับใบอนุญาตจากองค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรม หรืออาจจะจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และห้างสรรพสินค้า เพื่อการจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคก็ได้

เนื่องจาก การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ สินค้าการค้าที่เป็นธรรมจะมีตรารับรองสินค้า ซึ่งมีการประกันความน่าเชื่อถือของกระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ทำให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าของการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ มีโอกาสที่จะนำสินค้าเข้าไปขายให้แก่บริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีก ร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และห้างสรรพสินค้า ได้มากว่าช่องทางแรก ดังนั้น องค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมส่วนใหญ่ จึงมักจะไม่แปรรูปสินค้าและจำหน่ายสินค้าด้วยตัวเอง แต่จะทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐาน การตรวจสอบมาตรฐาน และออกตรารับรองเท่านั้น

3) การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านการรับรองของ WFTO ในการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศกำลังพัฒนา จะเข้าเป็นสมาชิกของ WFTO เมื่อองค์กรของกลุ่มผู้ผลิตได้รับตรารับรองจาก WFTO แล้ว สินค้าที่ถูกผลิตภายใต้องค์กรทั้งหมดจะถือว่า เป็นสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และกลุ่มองค์กรผู้ผลิตก็จะสามารถนำสินค้าที่ถูกผลิตภายใต้องค์กรทั้งหมดไปจำหน่ายให้กับกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิกและผ่านการรับรองจาก WFTO ได้ เมื่อกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิกของ WFTO รับซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมมาแล้ว ก็จะสามารถจำหน่ายสินค้าทั้งหมดภายใต้บริษัทไปยังบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วที่เป็นสมาชิกของ WFTO หลังจากนั้นกลุ่มบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิก WFTO ก็จะสามารถจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมไปยังกลุ่มบริษัทผู้ผลิตที่เป็นสมาชิก WFTO เพื่อแปรรูปสินค้า เมื่อบริษัทผู้ผลิตแปรรูปสินค้าแล้ว บริษัทผู้ผลิตอาจจะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคผ่านการค้าออนไลน์ในนามของบริษัทเอง หรืออาจจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้แก่บริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีก ที่ได้รับใบอนุญาตจาก WFTO หรืออาจจะจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และห้างสรรพสินค้า เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้

เนื่องจาก การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ สินค้าการค้าที่เป็นธรรมจะมีตรารับรองสินค้าของ WFTO ซึ่งเป็นตรารับรองที่เป็นมาตรฐานสากล ที่มีการประกันความน่าเชื่อถือของกระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และมีการประกันระบบขององค์กรที่เกี่ยวข้อง

กับการค้าที่เป็นธรรม ที่เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคได้มากกว่าช่องทางที่ 1 และ 2 ดังนั้น ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ จึงมีความสามารถที่จะนำสินค้าเข้าไปขายให้กับบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีก ร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และห้างสรรพสินค้า ได้มากกว่าช่องทางที่ 1 และ 2

4) การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านการรับรองของ FLO ในการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศกำลังพัฒนา จะเข้าเป็นสมาชิกของ FLO และนำสินค้าที่ตนผลิตเข้ารับการตรวจสอบมาตรฐานจาก FLO เป็นรายสินค้า เมื่อสินค้าได้รับตรารับรองจาก FLO แล้ว กลุ่มองค์กรผู้ผลิตก็สามารถนำสินค้าที่ได้รับการตรวจรับรองแล้วไปจำหน่ายให้กับกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิกกับ FLO ได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อกลุ่มผู้ผลิตต้องการผลิตและจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมประเภทอื่นเพิ่มเติม จะต้องลงทะเบียนกับ FLO ใหม่ และสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายก็จะถูกตรวจสอบใหม่เป็นรายสินค้า เมื่อกลุ่มผู้ผลิตจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกของ FLO แล้ว กลุ่มบริษัทผู้ส่งออกก็จะจำหน่ายสินค้าไปยังบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ที่เป็นสมาชิกของ FLO หลังจากนั้นกลุ่มบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมก็จะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมไปยังกลุ่มบริษัทผู้ผลิตที่เป็นสมาชิกกับ FLO เพื่อแปรรูปสินค้า เมื่อบริษัทผู้ผลิตแปรรูปสินค้าแล้ว บริษัทผู้ผลิตอาจจะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับกลุ่มผู้บริโภคผ่านการค้าออนไลน์ในนามของบริษัทเอง หรืออาจจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีก ที่ได้รับใบอนุญาตจาก FLO หรืออาจจะจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้

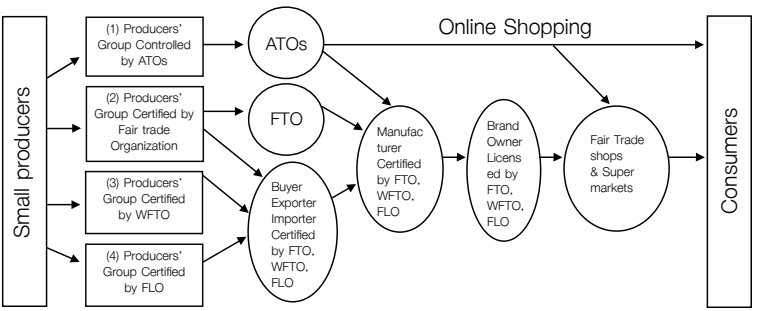
เนื่องจาก การจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ สินค้าการค้าที่เป็นธรรมจะมีตรารับรองสินค้าของ FLO ซึ่งเป็นตรารับรองที่เป็นมาตรฐานสากล ที่มีการประกันความน่าเชื่อถือของกระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับ WFTO แต่เนื่องจาก FLO มีความแตกต่างจาก WFTO ตรงที่การรับรองของ FLO เป็นการรับรองเฉพาะรายสินค้า มากกว่าที่จะเป็นการประกันระบบขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการค้าที่เป็นธรรมทั้งองค์กร ทำให้ระบบตรวจสอบของ FLO มีความยุ่งยากน้อยกว่า ดังนั้น ปัจจุบัน จึงมีกลุ่มองค์กรผู้ผลิต กลุ่มบริษัทผู้ส่งออกและนำเข้า

กลุ่มบริษัทผู้ผลิต และกลุ่มบริษัทจำหน่ายสินค้าปลีกจากทั่วโลก เข้าเป็นสมาชิก และขอใบอนุญาตการใช้ตรารับรองของ FLO มากกว่า WFTO และในปัจจุบัน การค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางของ FLO ก็เป็นที่ถูกรู้จักแพร่หลายมากที่สุดด้วย

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสังเกต ก็คือว่า การค้าสินค้าที่เป็นธรรมที่มีการใช้ตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็น องค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมโดยองค์กรตัวเอง หรือการค้าสินค้าที่เป็นธรรมที่ใช้ตรารับรองของ WFTO หรือ FLO นั้น หน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ อันได้แก่ กลุ่มองค์กรผู้ผลิต กลุ่มบริษัทผู้ส่งออกและนำเข้า กลุ่มบริษัทผู้ผลิต และกลุ่มบริษัทจำหน่ายสินค้าปลีก ที่อยู่ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด จะต้องเป็นสมาชิกขององค์กรที่ออกตรารับรอง และกลุ่มองค์กรผู้ผลิต กลุ่มบริษัทผู้ส่งออกและนำเข้า กลุ่มบริษัทผู้ผลิต และกลุ่มบริษัทจำหน่ายสินค้าปลีก อาจจะต้องได้รับการตรวจสอบตามมาตรฐาน และมีค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบรับรอง หรือค่าใช้จ่ายในการขอใบอนุญาตในการใช้ตรารับรองนั้น ดังนั้น แม้ว่าการค้าสินค้าที่เป็นธรรมที่มีการใช้ตรารับรองสินค้า อาจจะส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือ และการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงตลาดของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค แต่การค้าสินค้าที่เป็นธรรมที่มีการใช้ตรารับรองสินค้า อาจทำให้ต้นทุนการผลิตของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมเพิ่มสูงขึ้น อันเป็นผลให้สินค้าที่เป็นธรรมที่มีการใช้ตรารับรองสินค้ามีราคาสูงกว่าสินค้าที่เป็นธรรมที่ไม่ใช้ตรารับรองสินค้า ซึ่งก็อาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้ยากขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ สิ่งที่น่าสังเกตอีกอย่างก็คือ การค้าสินค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือกที่ไม่ใช้ตรารับรองสินค้า ส่วนใหญ่จะสนับสนุนการค้าทางตรง (direct trade) ที่มุ่งเน้นการลดจำนวนพ่อค้าคนกลางในห่วงโซ่อุปทาน และทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสั้นลง เพื่อสร้างประโยชน์แก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคมากที่สุด ขณะที่ การค้าสินค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรที่ออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็น องค์กรที่ออกตรารับรองมาตรฐานโดยองค์กรของตัวเอง หรือ องค์กรที่ออกตรารับรองมาตรฐานสากลโดย WFTO หรือ FLO องค์กรเหล่านี้ ไม่ได้มุ่งเน้นให้เกิดการค้าทางตรง หรือการลดจำนวนพ่อค้าคนกลางในห่วงโซ่อุปทาน แต่ต้องการสร้างความเป็นธรรมให้กับทั้งผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

รูปที่ 4 ห่วงโซ่อุปทานของการค้าสินค้าที่เป็นธรรม

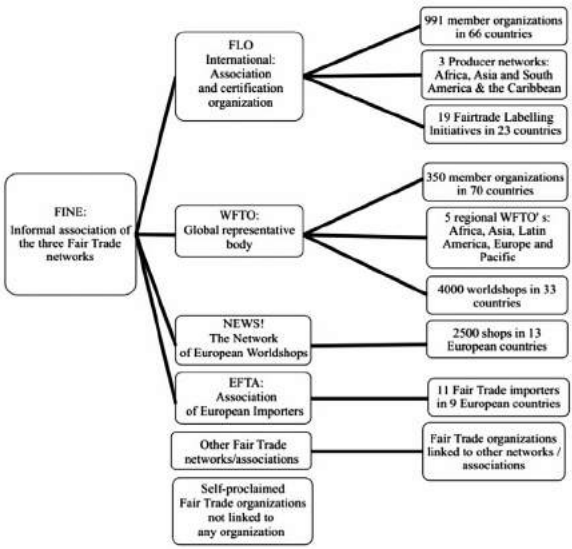


ที่มา: สร้างขึ้นมาจากข้อมูลของ Fairtrade South Africa, n.d.; Fair for Life, n.d.; Fair Trade USA, n.d.; Alter trade Japan, n.d.; Seiko, n.d.; Bezencon, 2009, p.62 as cited in Stefanska and Nestorowicz, 2015, p.38

นอกจาก การกำหนดมาตรฐานสากลของการค้าในขบวนการค้าที่เป็นธรรมแล้ว กลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในทวีปยุโรป ยังมีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมระหว่างประเทศขึ้นด้วย ได้แก่ การจัดตั้ง European Fair Trade Association ในปี ค.ศ.1990 และการจัดตั้ง The Network of European Worldshops (NEWS) ในปี ค.ศ. 1994 ซึ่งต่อมา FLO, IFAT, NEWS และ EFTA ได้ร่วมมือกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายการค้าที่เป็นธรรม ที่ถูกเรียกว่า FINE ขึ้นในปีค.ศ.1998 อันเป็นคณะทำงานอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่มีโครงสร้างการทำงาน และไม่มีอำนาจในการตัดสินใจใด ๆ แต่เป็นเครือข่ายที่ทำหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ผ่านการประชุมและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิก (ดูรูปที่ 4) โดยในปี ค.ศ. 2001 สมาชิกของ FINE ได้ร่วมกันกำหนดคำนิยามการค้าที่เป็นธรรม ว่าหมายถึง

"การเป็นหุ้นส่วนทางการค้า ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการเจรจา, ความโปร่งใส และการเคารพ ที่ค้นหาความเท่าเทียมทางการค้าระหว่างประเทศที่มากขึ้น การค้าที่เป็นธรรมจะช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการเสนอเงื่อนไขทางการค้าที่ดีกว่า และการประกันความมั่นคงในสิทธิของผู้ผลิตและแรงงานชายขอบ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา" (FINE, 2001)

รูปที่ 5 โครงสร้างสมาชิกของเครือข่ายการค้าที่เป็นธรรม หรือ FINE



ที่มา อ้างจาก Stefanska, M. and Renata Nestorowicz, 2015

ปัจจุบัน สถานการณ์ทางตลาดของการค้าที่เป็นธรรมได้ขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจากรายงานของ Fairtrade International (FLO) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010-2014 ให้ข้อมูลว่า ในปี ค.ศ. 2014 มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรมที่สมัครเป็นสมาชิกของ FLO เพิ่มขึ้นประมาณ 1,226 กลุ่ม คิดเป็นเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ประมาณ 1.65 ล้านคน จากปี ค.ศ. 2010 ที่มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ประมาณ 905 กลุ่ม คิดเป็นเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ประมาณ 1.2 ล้านคน โดยกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO มีทั้งหมด 74 ประเทศ ซึ่งประมาณร้อยละ 80 ของกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO อยู่ในประเทศที่มีรายได้ปานกลางขั้นต่ำ (lower middle-income countries-LMICs) และประเทศที่มีรายได้ต่ำ (low-income countries-LICs) ตามเกณฑ์ที่ World Bank กำหนด นอกจากนี้ กลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO มีประมาณร้อยละ 64 อยู่ในทวีปแอฟริกาและตะวันออกกลาง ขณะที่ ร้อยละ 20 อยู่ในทวีปอเมริกาใต้

และแคริเบียน และร้อยละ 16 อยู่ในทวีปเอเชียและแปซิฟิก โดย 10 อันดับของประเทศที่มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO มากที่สุด ได้แก่ 1. เคนยา 2. เอธิโอเปีย 3. แทนซาเนีย 4. อินเดีย 5. กานา 6. เปรู 7. โคลัมเบีย 8. อูกันดา 9. เม็กซิโก และ 10. มาลาวี (ดูตารางที่ 1) ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO ประมาณร้อยละ 49 เป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทกาแฟ (ดูตารางที่ 2) (Fairtrade International, 2015c)

ตารางที่ 1 รายชื่อ10 อันดับของประเทศที่มีกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย และกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของ FLO มากที่สุด ปีค.ศ.2014

ชื่อประเทศ	จำนวนสมาชิก (คน)
1. Kenya	415,400
2. Ethiopia	154,500
3. Tanzania	153,200
4. India	147,600
5. Ghana	110,400
6. Peru	65,400
7. Colombia	57,800
8. Uganda	54,400
9. Mexico	38,600
10. Malawi	37,800

ที่มา: Fairtrade International, 2015c

แม้ว่า ในปี ค.ศ. 2013-2014 รายได้โดยรวมจากการจำหน่ายสินค้าที่เป็นธรรมจะมีมูลค่าอยู่ที่ 951 ล้านยูโร ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพียงแค่ร้อยละ 1 จากปี ค.ศ. 2012-2013 ที่รายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่เป็นธรรม มีมูลค่าอยู่ที่ 946 ล้านยูโร แต่การจ่ายค่าธรรมเนียมพิเศษของสินค้าการค้าที่เป็นธรรม หรือการจ่ายเงินพรีเมียมให้กับองค์กรผู้ผลิตในปี ค.ศ. 2013-2014 มีมูลค่าอยู่ที่

106.2 ล้านยูโร ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากปี ค.ศ. 2012-2013 ที่การจ่ายเงินพรีเมียมให้กับองค์กรผู้ผลิตมีมูลค่าอยู่ที่ 95.2 ล้านยูโร โดยตลาดสินค้าการค้าที่เป็นธรรมส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในทวีปยุโรป และประเทศอังกฤษถือว่าเป็นตลาดการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ใหญ่ที่สุด นอกจากนี้ สินค้าการค้าที่เป็นธรรม 6 ชนิดหลัก ที่ได้รับการจำหน่ายมากที่สุดในปัจจุบัน ได้แก่ กาแฟ ชา โกโก้ น้ำตาล ฝ้าย และกล้วย โดยสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกผลิตและได้รับการจำหน่ายในปริมาณมากที่สุด ได้แก่ กล้วย อย่างไรก็ตาม สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ได้รับรายได้และเงินค่าพรีเมียมจากการจำหน่ายมากที่สุด ก็คือ กาแฟ (ดูตารางที่ 2) ยิ่งไปกว่านั้น สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ได้รับการรับรองโดย FLO ทั้งหมด มีประมาณร้อยละ 52 เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Fairtrade International, 2015c)

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ปริมาณสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่าย และจำแนกตามประเภทสินค้า ปี ค.ศ 2014

ประเภทสินค้า	จำนวนผู้ผลิต (คน)	จำนวนปริมาณที่จำหน่าย (ตัน)	รายได้จากการจำหน่าย (ล้านยูโร)
1. กาแฟ	812,500	150,800	469
2. ชา	364,100	12,200	14.7
3. โกโก้	179,800	70,600	111.6
4. น้ำตาล	62,700	219,700	44
5. ฝ้าย	54,700	19,300	9
6. ต้นไม้และดอกไม้	48,500	639 (ล้านเซลล์)	51.8
7. กล้วย	21,700	468,200	176.1
8. อื่น ๆ	107,800	-	-
• ผลไม้อบแห้ง	-	2,200	1.5
• ผลไม้สด	-	33,300	15.7
• เครื่องเทศ	-	22,800	13.5

ที่มา: Fairtrade International, 2015c

1.2 มาตรฐานของการค้าที่เป็นธรรม

แม้ว่ามาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมจะมีหลากหลายมาตรฐาน ตามความหลากหลายของช่องทางของขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็น การค้า

สินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือก หรือองค์กรที่ออกตรารับรองการค้าสินค้าที่เป็นธรรมโดยตัวเอง หรือ การค้าสินค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรที่ออกตรารับรองมาตรฐานสากล ผ่าน WFTO และ FLO ตามที่อธิบายไปแล้วข้างต้น อย่างไรก็ตาม มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน คือ มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO และ FLO ดังนั้น เนื้อหาส่วนนี้ จึงขออธิบายถึงมาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO และ FLO เพื่อเพิ่มความเข้าใจ ดังนี้

1) มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO

WFTO เป็นองค์กรเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐานและออกตรารับรองให้กับองค์กรและหน่วยงาน (organization certification) ที่เกี่ยวข้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรม โดย IFAT จะทำหน้าที่ในการประกันระบบ (guarantee system) มากกว่าการรับรองสินค้า (product certification) ดังนั้น มาตรฐานของ WFTO จึงมุ่งเน้นที่การจัดการและการดำเนินการขององค์กรที่เป็นสมาชิก ซึ่งจะต้องมีการปฏิบัติตามหลักการการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO 10 ประการ และการปฏิบัติตามอนุสัญญาขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organisation (ILO) Conventions)

หลักการการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO 10 ประการ ได้แก่

(1) การสร้างโอกาสสำหรับผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสในทางเศรษฐกิจ (Creating Opportunities for Economically Disadvantaged Producers)

(2) ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ (Transparency and Accountability)

(3) การปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trading Practices)

(4) การจ่ายราคาที่เป็นธรรม (Payment of a Fair Price)

(5) การไม่ใช้แรงงานเด็ก และแรงงานที่ถูกบังคับ (Ensuring no Child Labour and Forced Labour)

(6) การไม่เลือกปฏิบัติ การสร้างความเท่าเทียมทางเพศ การให้อำนาจทางเศรษฐกิจของผู้หญิง และการให้เสรีภาพของการรวมกลุ่ม (Commitment to Non Discrimination, Gender Equity and Women's Economic Empowerment, and Freedom of Association)

(7) การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย (Ensuring Good Working Conditions)

(8) การจัดหาความสามารถให้กับผู้ผลิต (Providing Capacity Building)

(9) การสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม (Promoting Fair Trade)

(10) การเคารพต่อสิ่งแวดล้อม (Respect for the Environment)

หลักการ 10 ประการนี้ จะถูกนำมาใช้กับสมาชิกของ WFTO ซึ่งประกอบไปด้วย สมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trading members-FTOs) และสมาชิกที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า (Non trading members - NTOs)

สมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trading members-FTOs) จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มองค์ผู้ผลิต (Producer FTOs -PO) และ 2. กลุ่มองค์กรการตลาด (Marketing FTOs-MO)

(1) กลุ่มองค์กรผู้ผลิต (Producer FTOs -PO) จะประกอบด้วยสมาชิก 4 รูปแบบ ได้แก่

(1.1) สหกรณ์ หรือสมาคมผู้ผลิตอย่างเป็นทางการที่ถูกควบคุมโดยกลุ่มผู้ผลิต

(1.2) บริษัท หรือองค์กรที่มีการจ้างงานลูกจ้างให้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรม

(1.3) บริษัทที่ทำสัญญากับผู้ผลิตแต่ละรายเพื่อให้ผลิตสินค้า และจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับบริษัท

(1.4) องค์กรร่วมใหญ่ขององค์กรผู้ผลิต ที่ประกอบไปด้วยสมาชิกกลุ่มองค์ผู้ผลิตจำนวนหลายกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นองค์กรผู้ผลิตหลากหลายรูปแบบตามข้อ 1.1-1.3 โดยองค์กรร่วมใหญ่จะทำหน้าที่ในเรื่องการตลาด และการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม

(2) กลุ่มองค์กรการตลาด (Marketing FTOs-MO) จะประกอบด้วยสมาชิก 3 รูปแบบ ได้แก่

(2.1) ผู้ค้าปลีก

(2.2) ผู้ค้าส่ง อาทิ ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และบริษัทที่มีตราสินค้าต่าง ๆ

(2.3) องค์กรการตลาด (เช่น ผู้ส่งออกระดับชาติ (national exporters)) ที่ซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากกลุ่มผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และทำการตลาดให้กับสินค้าของตัวเอง

สมาชิกที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า (Non trading members -NTOs) คือ องค์กรหรือเครือข่ายที่สนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม ที่เป็นองค์กรซึ่งไม่ได้ผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมเป็นกิจกรรมหลัก

สมาชิกของ WFTO ทั้งที่เป็นสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการค้า (FTOs) และสมาชิกที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า (NTOs) นอกจากจะต้องปฏิบัติตามหลักการการค้าที่เป็นธรรม 10 ประการของ WFTO ซึ่งจะมีรายละเอียดเพิ่มเติมที่ระบุไว้ว่าสมาชิกแต่ละประเภทจะต้องปฏิบัติตามอย่างไรแล้ว (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน WFTO Guarantee System Handbook: WFTO Fair Trade Standard) สมาชิกทั้งหมดจะต้องถูกประเมินองค์กรเพื่อประกันระบบ (guarantee system) ขององค์กรว่าเป็นไปตามหลักการการค้าที่เป็นธรรมจริงหรือไม่

การตรวจสอบเพื่อประกันระบบของ WFTO จะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

(1) การประเมินองค์กรโดยตัวเอง (Self assessment) ซึ่งเป็นการประเมินทุก 2-3 ปี

(2) การตรวจสอบการติดตามการทำงาน (Monitoring audit) เป็นการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบของ WFTO ซึ่งเป็นการตรวจสอบทุก 2-6 ปี ขึ้นอยู่กับประเภทของความเสี่ยงขององค์กร

(3) การตรวจสอบโดยผู้เยี่ยมชมที่เป็นสมาชิก WFTO (Peer visit) ซึ่งอาจจะถูกแต่งตั้งโดยสมาชิกทางด้านการค้า (FTOs) ซึ่งเป็นการตรวจสอบทุก 2-6 ปี ขึ้นอยู่กับประเภทของความเสี่ยงขององค์กร

การประเมินองค์กรเพื่อป้องกันระบบทั้ง 3 ระดับข้างต้นนั้น จะใช้เวลาประเมินอย่างน้อย 2-3 ปี โดยในปีแรก องค์กรผู้สมัครเป็นสมาชิกของ WFTO

ทั้งที่เป็นสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการค้า (FTOs) และสมาชิกที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า (NTOs) จะได้รับสถานะเป็นเพียงแค่สมาชิกชั่วคราว (provisional member) และเมื่อองค์กรผู้สมัครเป็นสมาชิกผ่านการประเมินในปีที่ 2 จึงจะได้รับสถานะการเป็นสมาชิก (member) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าองค์กรผู้สมัครเป็นสมาชิกจะได้รับสถานะการเป็นสมาชิก (member) ในปีที่ 2 แล้ว องค์กรผู้สมัครยังคงไม่สามารถที่จะใช้ตรารับรองการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO ได้ จนกว่าองค์กรผู้สมัครจะได้รับการตรวจสอบและอนุมัติรับรองการประกันระบบจาก WFTO's Board ให้มีสถานะเป็นสมาชิกที่ได้รับการรับรอง (guaranteed member) จึงจะสามารถใช้ตรารับรองของ WFTO ได้ โดยเมื่อองค์กรผู้สมัครได้รับอนุมัติเป็นสมาชิกที่ถูกรับรองแล้ว สินค้าการค้าที่เป็นธรรมทุกชนิดที่ถูกผลิตภายใต้องค์กรจะถือว่าเป็นสินค้าการค้าที่เป็นธรรม

2) มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมของ FLO

FLO เป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหาผลกำไร ที่ทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐานสากลและการรับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม (product certification) ดังนั้น มาตรฐานส่วนใหญ่ของ FLO แม้ว่าจะมีการกำหนดกฎเกณฑ์การปฏิบัติและข้อบังคับซึ่งเป็นมาตรฐานของสมาชิกแต่ละประเภทไว้เช่นเดียวกับ WFTO แต่มาตรฐานดังกล่าวไม่ได้มีวัตถุเพื่อประกันระบบหรือหน่วยงาน หากมีวัตถุประสงค์เพื่อประกันว่าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมถูกผลิตและถูกจำหน่ายตามหลักการการค้าที่เป็นธรรม นอกจากนี้ มาตรฐานของ FLO ที่แตกต่างจาก WFTO อย่างชัดเจน ก็คือ การกำหนดราคาขั้นต่ำ (fair trade minimum price) และการกำหนดราคาพรีเมียมของสินค้า (fair trade premium price) ของสินค้าแต่ละประเภทไว้ด้วย

สมาชิกของ FLO ทั้งหมดจะต้องปฏิบัติตามกฎบัตรหลักการการค้าที่เป็นธรรม (The Charter of Fair Trade Principles) ซึ่งเป็นกฎบัตรที่ FLO และ WFTO ประกาศใช้ร่วมกัน โดยกฎบัตรหลักการการค้าที่เป็นธรรม (The Charter of Fair Trade Principles) ประกอบด้วย หลักการ 5 ประการ ดังนี้

(1) การเข้าถึงตลาดของผู้ผลิตชายขอบ (Market access for marginalized producers)

(2) ความสัมพันธ์ทางการค้าอย่างเท่าเทียมและยั่งยืน (Sustainable and equitable trading relationships)

(3) การสร้างความสามารถและการให้อำนาจกับผู้ผลิต (Capacity building and empowerment)

(4) การสนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักเกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้น (Consumer awareness raising and advocacy)

(5) การค้าที่เป็นธรรมเป็นพันธะสัญญาทางสังคม (Fair Trade as a social contract)

หลักการ 5 ประการข้างต้น จะถูกนำไปใช้กับสมาชิกของ FLO ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มเครือข่ายผู้ผลิต (Producer Networks) องค์กรการค้าที่เป็นธรรมในระดับชาติ (National Fairtrade Organizations-NFO) องค์กรการตลาด (Fairtrade Marketing Organizations-FMO) และกลุ่มผู้ค้าต่าง ๆ

นอกจากนี้ FLO ยังได้มีการกำหนดมาตรฐานของการค้าที่เป็นธรรมที่จะถูกนำไปใช้กับสมาชิกแต่ละประเภทเพิ่มเติมด้วย โดยมาตรฐานของการค้าที่เป็นธรรมของ FLO จะแบ่งออกเป็น 3 มาตรฐานใหญ่ ๆ ได้แก่

(1) มาตรฐานสำหรับผู้ผลิต ถูกกำหนดขึ้นเพื่อนำไปใช้กับกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นสมาชิก โดยจะแบ่งออกเป็น 3 มาตรฐาน คือ

(1.1) มาตรฐานสำหรับองค์กรผู้ผลิตรายย่อย (standards for small producer organization)

(1.2) มาตรฐานสำหรับแรงงานรับจ้าง (standard for hired labor)

(1.3) มาตรฐานสำหรับการผลิตในรูปแบบสัญญา (standard for contract production)

(2) มาตรฐานสำหรับผู้ค้า ซึ่งถูกกำหนดขึ้นเพื่อนำไปใช้กับบริษัททุกบริษัทที่เป็นสมาชิก ซึ่งมีการซื้อและขายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม

(3) มาตรฐานของสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จะประกอบไปด้วย 2 มาตรฐาน ซึ่งถูกกำหนดขึ้นเพื่อนำไปใช้กับสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในแต่ละประเภท ได้แก่

(3.1) ราคาขั้นต่ำของสินค้า (minimum price) ถูกกำหนดขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อปกป้องผู้ผลิตจากความไม่แน่นอนของราคาตลาด โดยราคาขั้นต่ำจะถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิต

ใช้เป็นราคามาตรฐานในการต่อรองกับผู้ค้า หรือถูกบังคับใช้กับผู้ค้าเพื่อให้ผู้ผลิตรายย่อยได้รับราคาที่สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตจริง อย่างไรก็ตาม เมื่อราคาตลาดของสินค้ามีราคาสูงขึ้นกว่าราคาขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ผู้ผลิตก็ควรที่จะได้รับราคาตามราคาตลาด โดยราคาขั้นต่ำของสินค้าจะถูกกำหนดแตกต่างไปในแต่ละประเภทสินค้า และแต่ละประเทศของผู้ผลิตสินค้า เนื่องจาก มีต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกัน

(3.2) ค่าพรีเมียมของสินค้า (premium price) คือ เงินจำนวนหนึ่งที่ถูกจ่ายให้กับผู้ผลิต ซึ่งถูกจ่ายแยกจากราคาสินค้าการค้าที่เป็นธรรม หรือราคาขั้นต่ำ โดยค่าพรีเมียมของสินค้าจะถูกกำหนดขึ้นมาโดยมีเป้าหมายเพื่อการลงทุนสำหรับการพัฒนาการผลิต การพัฒนาธุรกิจ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ผลิตรายย่อยและผู้ใช้แรงงาน รวมถึงการพัฒนาชุมชนของเขา โดยค่าพรีเมี่ยมของสินค้าก็จะถูกกำหนดแตกต่างไปในแต่ละประเภทสินค้า และแต่ละประเทศของผู้ผลิตสินค้า เช่นเดียวกับราคาขั้นต่ำของสินค้า

มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมของ FLO ข้างต้น จะถูกนำไปใช้กับสมาชิกของ FLO ในแต่ละประเภท และสมาชิกจะของ FLO จะถูกตรวจสอบและรับรองมาตรฐานโดยหน่วยงานที่เรียกว่า FLOCERT ซึ่งจะถูกตรวจสอบอย่างน้อยปีละ 1-2 ครั้ง อย่างไรก็ตาม มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมที่ FLO กำหนด ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานของผู้ผลิต มาตรฐานของผู้ค้า และมาตรฐานของสินค้านั้น จะถูกนำไปใช้กับสินค้าแต่ละประเภทที่ผู้ผลิตและผู้ค้าลงทะเบียนไว้ตั้งแต่สมัครเป็นสมาชิกเท่านั้น ถ้าผู้ผลิตหรือผู้ค้าต้องการที่จะผลิตหรือจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมประเภทอื่นที่ไม่ได้ลงทะเบียนไว้ตั้งแต่แรก ผู้ผลิตหรือผู้ค้านั้นจะต้องนำสินค้าของตนสมัครเข้าสู่ระบบการค้าที่เป็นธรรมใหม่ และจะต้องถูกตรวจสอบและรับรองมาตรฐานของระบบการผลิต การรับซื้อ และการจำหน่ายเป็นรายสินค้าไป

1.3 การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์การค้าที่เป็นธรรม: เมืองการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Town)

แม้ว่า ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมจะมีพัฒนาการทางการค้ามา

อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แต่กลไกของมาตรฐานสากลของการค้าที่เป็นธรรมเพิ่งจะถูกกำหนดอย่างเป็นระบบชัดเจนในช่วงทศวรรษ 1990 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ไม่นาน ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมจึงยังคงไม่เป็นที่รู้จักโดยกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคมากนัก นอกจากนี้ ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมยังคงเป็นการค้าทางเลือกที่จำกัดเฉพาะการผลิตสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะในประเทศพัฒนาแล้ว จึงส่งผลให้ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมมีกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคจำนวนน้อย และช่องทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมก็มีจำนวนน้อยด้วยเช่นกัน ดังนั้น เพื่อที่จะทำให้ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น และเพื่อช่วยให้เกิดการขยายตัวของช่องทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และการเพิ่มขึ้นของการค้าของสินค้าการค้าที่เป็นธรรม การประชาสัมพันธ์และการรณรงค์เกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมจึงถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญ

การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์การค้าที่เป็นธรรม โดยส่วนใหญ่นอกจากจะถูกดำเนินการผ่านผู้ค้าและองค์กรทางการตลาดที่เป็นสมาชิกของ WFTO, FLO และองค์กรการค้าทางเลือกที่ออกตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมด้วยตนเอง ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความเป็นมาของการค้าที่เป็นธรรม หลักการการค้าที่เป็นธรรม และการโฆษณาสินค้าการค้าที่เป็นธรรมประเภทต่าง ๆ ในแผ่นพับ เว็บไซต์ วารสาร และการจัดนิทรรศการแสดงสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับกลุ่มผู้บริโภคในประเทศพัฒนาแล้วได้รู้จัก และมีการซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมมากขึ้นแล้ว การรณรงค์การค้าที่เป็นธรรมที่น่าสนใจอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวของช่องทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงการเพิ่มขึ้นของการค้าสินค้าที่เป็นธรรมเป็นอย่างมาก ก็คือ การจัดตั้ง “เมืองการค้าที่เป็นธรรม” (Fair Trade Town)

เมืองการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Town) เกิดขึ้นครั้งแรกที่เมือง Garstang ประเทศอังกฤษ จากการริเริ่มของ Bruce Crowther ผู้ก่อตั้ง The Garstang Oxfam Group (GOG) โดยเขาได้เริ่มประชาสัมพันธ์ และรณรงค์ให้คนในเมือง Garstang ได้รู้จักสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 ผ่านการจัดนิทรรศการและกิจกรรมต่าง ๆ แต่ผลของการดำเนินการดังกล่าวไม่ได้ประสบความสำเร็จมากนัก จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2000 เขาได้ริเริ่มเชิญ

นายกเทศมนตรี ผู้อำนวยการโรงเรียน ผู้นำศาสนา และเจ้าของธุรกิจมาประชุมเพื่อหารือเกี่ยวกับสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และขอร้องให้พวกเขาลงนามเพื่อซื้อและใช้สินค้าการค้าที่เป็นธรรม จากการประชุมในครั้งนั้นประมาณ 95% ของผู้เข้าร่วมประชุมได้ลงนามในสัญญา และผลจากการดำเนินการดังกล่าวทำให้สินค้าการค้าเป็นธรรมได้รับการกระจายไปทั่วเมือง Garstang สินค้าการค้าที่เป็นธรรมเป็นที่รู้จักและรับรู้โดยผู้บริโภคในเมืองเพิ่มขึ้น และมียอดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น ต่อมา ในปีค.ศ. 2001 ในการประชุมสภาตำบลประจำปีประชาชนในเมือง Garstang จึงได้ประกาศให้เมืองของเขาเป็น The World First's Fair Trade Town

จากความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ดังกล่าว Fairtrade Foundation ซึ่งเป็นองค์กรการค้าที่เป็นธรรมในระดับชาติ (National Fairtrade Organizations-NFO) ของประเทศอังกฤษ และเป็นสมาชิกของ FLO จึงได้เริ่มดำเนินการประกาศ Fair Trade Town Goals และ Action Guide รวมถึงการให้รางวัลกับเมืองที่ได้รับสถานะ Fair Trade Town ด้วย โดยวัตถุประสงค์ของการดำเนินการดังกล่าว ก็เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของ Fair Trade Town ไปยังเมืองอื่น ๆ ในประเทศอังกฤษ ต่อมาการดำเนินการดังกล่าวได้กระจายตัวไปยังประเทศและภูมิภาคต่าง ๆ จนกระทั่งเกิดการรวมตัวกันเป็น Fair Trade Towns International Network ขึ้น และ Fair Trade Town Goals และ Action Guide ที่ Fairtrade Foundation ที่ประกาศใช้ในประเทศอังกฤษ ก็ถูกนำไปปรับใช้เป็นหลักการของ Fair Trade Towns International Network ด้วย

Fair Trade Town Goals และ Action Guide ของ Fair Trade Towns International Network มีรายละเอียดดังนี้

เป้าหมายที่ 1: สภาท้องถิ่นต้องมีมติให้การสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรมและเห็นด้วยที่จะใช้สินค้าที่เป็นธรรม ซึ่งมีตัวชี้วัดดังนี้

❊ มติของสภาท้องถิ่น จะต้องเป็นคำแถลงการณ์ที่จะสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม

❊ คณะกรรมการสภาจะต้องดำเนินการตามมติที่จะสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม โดยการแนะนำสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในที่ทำงาน ที่ประชุม และโรงอาหาร

❊ สภาท้องถิ่นมีข้อผูกพันที่ต้องจะใช้สินค้าที่เป็นธรรม เมื่อไหร่ก็ตาม

ที่เป็นไปได้ ในที่ทำงาน ที่ประชุม และโรงอาหาร

❇ ต้องมีชื่อตัวแทนของสภาท้องถิ่นเป็นกลุ่มคณะทำงานอำนวยการการค้าที่เป็นธรรม

เป้าหมายที่ 2: สินค้าการค้าที่เป็นธรรมต้องมีเพียงพอพร้อมให้บริการในร้านค้าปลีก และร้านอาหารในพื้นที่ และท้องถิ่น ซึ่งมีตัวชี้วัดดังนี้

❇ จำนวนร้านค้าปลีก และร้านอาหารที่จำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม จะต้องขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรในพื้นที่และท้องถิ่นนั้น ๆ

- จะต้องมีร้านค้าปลีกจำนวน 1 ร้าน ต่อจำนวนประชากรในพื้นที่ประมาณ 2,500 คน และจะต้องมีร้านอาหารจำนวน 1 ร้าน ต่อจำนวนประชากรในพื้นที่ประมาณ 5,000 คน โดยทุก ๆ ในพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น 10,000 คน จะต้องมีการเพิ่มขึ้นของร้านค้าปลีกจำนวน 1 ร้าน และจำนวนร้านอาหารจะต้องมีจำนวนครึ่งหนึ่งของร้านค้าปลีก

❇ สินค้าการค้าที่เป็นธรรมต้องมีอย่างน้อย 2 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตรารับรอง Fairtrade Mark จาก FLO ถูกขายในร้านค้าปลีก และร้านอาหารในพื้นที่และท้องถิ่น

❇ ร้านค้าปลีก และร้านอาหารในพื้นที่และท้องถิ่น ต้องเปิดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมอย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์

เป้าหมายที่ 3: สินค้าการค้าที่เป็นธรรมต้องถูกใช้ในสถานที่ทำงานและองค์กรชุมชน อาทิ วัด โรงเรียน มหาวิทยาลัย ซึ่งมีตัวชี้วัดดังนี้

❇ สถานที่ทำงาน และองค์กรชุมชนต่าง ๆ ไม่สามารถขายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้พนักงานและลูกค้าได้

❇ นายจ้างในสถานที่ทำงานที่มีลูกจ้างมากกว่า 100,000 คน จะต้องแนะนำสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับลูกจ้างได้รู้จัก

เป้าหมายที่ 4: ต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดความสนใจและสนับสนุนการใช้สินค้าการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งมีตัวชี้วัดดังนี้

❇ บทความเกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรม และการรณรงค์การค้าที่เป็นธรรมต้องปรากฏในสื่อของท้องถิ่น และสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ เป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี

❇ การจัดกิจกรรมการค้าเป็นธรรมถูกจัดขึ้นทุก 2 สัปดาห์ เป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี

เป้าหมายที่ 5: ต้องมีการจัดตั้งกลุ่มคณะทำงานอำนวยการการค้าที่เป็นธรรมในท้องถิ่นเพื่อให้แน่ใจว่ามีการดำเนินงานตามข้อผูกพันที่จะเป็นเมืองการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งมีตัวชี้วัดดังนี้

❊ กลุ่มคณะทำงานอำนวยการการค้าที่เป็นธรรมต้องพบกันอย่างสม่ำเสมออย่างน้อย 1 ปี

❊ สมาชิกของกลุ่มคณะทำงานอำนวยการการค้าที่เป็นธรรมต้องเป็นตัวแทนของท้องถิ่น

❊ กลุ่มคณะทำงานอำนวยการการค้าที่เป็นธรรมต้องดำเนินงานตามเป้าหมายของการเป็น Fair Trade Town อย่างต่อเนื่อง และการต่ออายุสถานะการเป็น Fair Trade Town

❊ กลุ่มคณะทำงานอำนวยการการค้าที่เป็นธรรม ต้องแน่ใจว่า การจัดกิจกรรมการค้าเป็นธรรมถูกจัดขึ้นทุก 2 สัปดาห์

บทที่ 2
ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

2.1 พัฒนาการของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

แม้ว่าขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น จะเกิดขึ้นช้ากว่าในทวีปยุโรป กล่าวคือ เริ่มเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1970 แต่พัฒนาการของขบวนการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่น ก็มีพัฒนาการที่สอดคล้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล กล่าวคือ แบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา ช่วงระยะแรก ในช่วงทศวรรษ 1970-1980 การค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นเริ่มพัฒนามาจากรูปแบบการค้าแบบสมานฉันท์ (solidarity trade) ช่วงระยะที่ 2 ในช่วงทศวรรษ 1980-1990 การค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นมีการพัฒนาไปสู่การค้าทางเลือก (alternative trade) และช่วงระยะที่ 3 ในช่วงทศวรรษ 1990–ปัจจุบัน การค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นมีการพัฒนาไปสู่การค้าตรารับรองทางจริยธรรม (ethical label trade)

ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่น สันนิษฐานได้ว่าถูกพัฒนามาจากรูปแบบการค้าแบบสมานฉันท์ (solidarity trade) โดยเริ่มจากการที่กลุ่มองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในประเทศญี่ปุ่นต้องการที่จะให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาแก่กลุ่มคนยากจนและกลุ่มผู้ประสบภัยพิบัติในประเทศกำลังพัฒนา โดยในปี ค.ศ.1972 เยาวชนอาสาสมัครในประเทศญี่ปุ่นได้เดินทางไปช่วยฟื้นฟูและพัฒนาภาคเกษตรของประเทศบังคลาเทศ และได้พบว่าผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาดังกล่าว แท้จริงแล้วคือกลุ่มประชากรที่ร่ำรวย ขณะที่ประชากรที่ยากจนจำนวนมากยังคงไม่ได้รับความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ เยาวชนอาสาสมัครจึงกลับมาที่ประเทศญี่ปุ่นและรวมตัวกันจัดตั้งองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรชื่อว่า “Help Bangladesh Committee (HBC)” หรือที่ชาวบังคลาเทศเรียกว่า “Shapla Neer” เพื่อเปิดกล่องรับบริจาคเงินให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนที่ยากจนในบังคลาเทศ โดยในช่วงแรกของการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา เมื่อองค์กร Shapla Neer ได้รับเงินบริจาคมาแล้ว สมาชิกขององค์กรส่วนใหญ่ได้เลือกที่จะให้ความช่วยเหลือเพื่อพัฒนาทางด้านการศึกษาเป็นลำดับแรก โดยการนำเงินบริจาคไปซื้ออุปกรณ์การเรียนการสอน เช่น คอมพิวเตอร์ และดินสอ มอบให้แก่หมู่บ้านที่ยากจนในประเทศบังคลาเทศ เนื่องจากเห็นว่าการพัฒนาทางด้านการศึกษา จะช่วยให้เกิดการ

พัฒนาทางอาชีพและสร้างรายได้ อย่างไรก็ตาม หลังจากการให้ความช่วยเหลือในครั้งแรก องค์กร Shapla Neer กลับพบว่าประชาชนได้นำอุปกรณ์การเรียนการสอนไปจำหน่ายเพื่อให้ได้เงิน และนำเงินมาซื้ออาหาร เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงเผชิญกับปัญหาความหิวโหย จากความล้มเหลวในการให้ความช่วยเหลือดังกล่าว ต่อมา องค์กร Shapla Neer จึงได้ส่งสมาชิกขององค์กรไปยังหมู่บ้านที่ยากจนในประเทศบังคลาเทศ เพื่อเรียนรู้ถึงสภาพปัญหา และเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของประชาชนในหมู่บ้าน และพบว่า ผู้หญิงในหมู่บ้านส่วนใหญ่มีอาชีพในการทำสิ่งของหัตถกรรมจากปอกระเจา ในปี ค.ศ.1974 องค์กร Shapla Neer จึงได้เริ่มรับซื้อสินค้าหัตถกรรมของประชาชนชาวบังคลาเทศมาขายในประเทศญี่ปุ่น และต่อมาได้พัฒนาการค้าดังกล่าวไปสู่การค้าทางเลือก โดยเฉพาะการเสริมสร้างการค้าที่เป็นธรรม โดยการให้ความสำคัญในเรื่องของการจ่ายราคาที่เป็นธรรมและการจัดหาสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมให้กับผู้ผลิต โดยองค์กร Shapla Neer ถือว่าเป็นองค์กรแรกที่ดำเนินการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น (Shapla Neer, n.d.)

ต่อมา ได้มีองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่มีรูปแบบการดำเนินงานเช่นเดียวกับองค์กร Shapla Neer เกิดขึ้นอีก โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 1986 องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ชื่อว่า “Japan Committee for Negros Campaign (JCNC)” ถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือประชาชนในเกาะ Negros ประเทศฟิลิปปินส์ ที่ประสบปัญหาความหิวโหย เนื่องจากผลผลิตข้าวภายในประเทศไม่เพียงพอต่อการบริโภค ทำให้ราคาข้าวภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับราคาน้ำตาลในตลาดโลกมีราคาตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อประชาชนในเกาะ Negros ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้มีอาชีพปลูกอ้อย ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตของเขาในราคาที่สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตได้ ประชาชนในเกาะ Negros จึงขาดแคลนรายได้ และไม่สามารถเข้าถึงอาหารได้ JCNC จึงได้ให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนในเกาะ Negros โดยการจัดส่งอาหาร และอุปกรณ์การแพทย์ต่าง ๆ ไปให้ ต่อมา เมื่อปัญหาความไม่มั่นคงทางอาหารเริ่มทุเลาลง JCNC จึงคิดที่จะแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในเกาะ Negros ในระยะยาว และแก้ไขปัญหาความไม่มั่นคงทางอาหารจากสาเหตุของปัญหา JCNC จึงเริ่มให้ความช่วยเหลือทางการค้า (trade aid) โดยการจัดหาระบบการค้าทางเลือก (alternative trade) ให้กับประชาชนในเกาะ Negros โดยการรับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากผู้ผลิต และให้กองทุนสำหรับการฝึกอบรมการผลิต

ต่อมาในเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 1986 ประชาชนผู้ผลิตน้ำตาลในเกาะ Negros จึงรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มองค์กรทางการค้าที่เรียกว่า “Alter Trade Corporation (ATC)” เพื่อเป็นช่องทางในการดำเนินการค้าผลิตภัณฑ์น้ำตาลของเขาให้กับผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นผ่านความร่วมมือของ JCNC และต่อมาในปี ค.ศ. 1989 “Alter Trade Japan (ATJ)” ซึ่งเป็นบริษัทญี่ปุ่นที่ดำเนินการค้าทางเลือกได้ถูกจัดตั้งขึ้น ปัจจุบัน ATJ ถือเป็นหนึ่งในบริษัทที่ดำเนินการค้าที่เป็นธรรมที่ไม่ใช้ตรารับรองสินค้า แต่มุ่งเน้นการเสริมสร้างให้เกิดการค้าทางตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อลดจำนวนพ่อค้าคนกลางในห่วงโซ่อุปทาน และเพิ่มประโยชน์ทางการค้าให้กับผู้ผลิตและผู้บริโภคเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ATJ ยังมุ่งเน้นการสร้างระบบทางการค้าที่เอื้อให้ผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาสามารถเลือกอาชีพที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนได้ ปัจจุบัน ATJ ได้ขยายการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากกลุ่มผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ อีกหลายประเทศ อาทิ การนำเข้าน้ำตาลและกล้วยจากประเทศฟิลิปปินส์ การนำเข้ากุ้งจากประเทศอินโดนีเซีย การนำเข้ากาแฟจากประเทศเอกวาดอร์ เปรู เม็กซิโก แทนซาเนีย และลาว และการนำเข้าน้ำมันมะกอกจากปาเลสไตน์ เป็นต้น (Alter Trade Japan, n.d.)

จากการเกิดขึ้นขององค์กร Shapla Neer และ ATJ ที่มีการพัฒนาการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (development aid) ไปสู่การให้ความช่วยเหลือทางการค้า (trade aid) โดยเฉพาะการค้าในรูปแบบการค้าสมานฉันท์ (solidarity trade) ซึ่งเป็นการค้าที่ต้องการให้ความช่วยเหลือกลุ่มคนยากจนและประสบภัยพิบัติในประเทศกำลังพัฒนา และการพัฒนาการค้าดังกล่าวไปสู่รูปแบบการค้าทางเลือก (alternative trade) ที่มุ่งเน้นการสร้างการค้าที่เป็นธรรมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ประกอบกับในช่วงทศวรรษ 1990 ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ได้มีการกำหนดหลักการของการค้าที่เป็นธรรม การกำหนดมาตรฐานของสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และการออกตรารับรองให้กับสินค้าการค้าที่เป็นธรรม เพื่อที่จะนำสินค้าการค้าที่เป็นธรรมเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใหญ่ขึ้น โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภค และเพื่อเพิ่มยอดขายของการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในระบบตลาดมากขึ้น ในช่วงเวลานี้เอง ประเทศญี่ปุ่นจึงเริ่มมีการขยายตัวของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้น และเกิดการค้าที่เป็นธรรมที่ใช้ตรารับรองสินค้า

ในปี ค.ศ.1991 มีผู้ประกอบการทางสังคม (social entrepreneur) ชาวอังกฤษ ชื่อ Safia Minney ได้เดินทางเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น และได้จัดตั้งองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ที่ชื่อว่า “Global Village” ขึ้น เพื่อนำเสนอแนวคิดและหลักการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น และจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นผ่านทางแค็ตตาล็อกสินค้าที่เรียกว่า “Earth catalog” โดยไม่ได้มีการใช้ตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม

ต่อมา ในปี ค.ศ.1993 องค์กร “Transfair Japan” ซึ่งเป็นองค์กรแรกในประเทศญี่ปุ่นที่ทำหน้าที่ออกใบอนุญาตการใช้ตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้ถูกจัดตั้งขึ้น (ดูรูปที่ 6) และในปี ค.ศ. 1995 Global Village ได้จัดตั้งบริษัทที่ชื่อว่า “Fair Trade Company” ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้องค์กรที่ทำหน้าที่จำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในตราสินค้าที่เรียกว่า “People Tree” (ดูรูปที่ 7) ในปี ค.ศ. 1996 Fair Trade Company ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WFTO และในปี ค.ศ. 1997 สินค้าในตรา “People Tree” เริ่มใช้ตรารับรองมาตรฐานสากลของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของ WFTO (ดูรูปที่ 8) และเริ่มมีการจำหน่ายสินค้าดังกล่าวผ่านร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมทั่วประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันสินค้าในตรา “People Tree” ถือว่าเป็นตราสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น

รูปที่ 6 ตรารับรอง Transfair Japan

ที่มา: http://organicnetwork.biz/natural-and-organic-lifestyle/

รูปที่ 7 ตราสินค้า People Tree

People Tree

毎日の暮らしに物語を

ที่มา: http://www.peopletree.co.jp

รูปที่ 8 สินค้า People Tree ที่ใช้ตรารับรอง WFTO

ที่มา: http://www.peopletree.co.jp

ในปี ค.ศ. 1997 Transfair Japan ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากลและได้ร่วมก่อตั้ง Fairtrade Labelling Organization International หรือ FLO และในปี ค.ศ. 2002 เมื่อ FLO ได้มีการประกาศใช้ตรารับรอง The International Fairtrade Certification Mark แทนที่การใช้ตรารับรองของหน่วยงานที่ออกตรารับรองของประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิก และในปี ค.ศ. 2004 FLO ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานย่อย 2 หน่วยงาน ได้แก่ 1. FLO International หรือ FLO eingetragener Verein (FLO e.V.) ทำหน้าที่ในการกำหนดและทบทวนมาตรฐานสินค้าการค้าที่เป็นธรรม และให้คำปรึกษาแก่กลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้ค้าที่ประสงค์จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก และ 2. FLOCERT ทำหน้าที่ในการตรวจสอบมาตรฐาน และออกตรารับรองให้กับกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้ค้าที่เป็นสมาชิก Transfair Japan จึงได้มีการปรับเปลี่ยนจากการใช้ตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของตนเองมาเป็นการใช้ The International Fairtrade Certification Mark และ Transfair Japan เปลี่ยนชื่อเป็น Fairtrade

Label Japan (FLJ) โดย FLJ ถือเป็นองค์กรการค้าที่เป็นธรรมระดับชาติของญี่ปุ่นที่ทำหน้าที่อนุมัติการใช้ตรารับรองการค้าที่เป็นธรรม และการประสานงานกับกลุ่มบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกของ FLO ปัจจุบันสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นที่ใช้ตรารับรองของ FLO เริ่มเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น เนื่องจากสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ใช้ตรารับรองของ FLO ส่วนใหญ่จะถูกจำหน่ายโดยบริษัท AEON ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายสินค้าปลีกขนาดใหญ่และมีอยู่ทั่วประเทศญี่ปุ่น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้มากกว่าการค้าสินค้าที่เป็นธรรมผ่านร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรม

นอกจากการขยายตัวของการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม อันเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้นำเข้าต่าง ๆ และการเกิดขึ้นของร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมเป็นจำนวนมากแล้ว ในช่วงทศวรรษ 2000 เป็นต้นมา ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่น โดยเฉพาะกลุ่มองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรต่าง ๆ ยังมีความกระตือรือร้นอย่างมากในการสนับสนุนและส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น โดยการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมผ่านแผ่นพับ เว็บไซต์ วารสาร และการจัดนิทรรศการต่าง ๆ รวมทั้งมีความพยายามในการสร้างความเป็นสถาบันให้แก่ขบวนการการค้าสินค้าที่เป็นธรรมมากขึ้น โดยในปี ค.ศ. 2004 ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นได้จัดตั้ง The Fair Trade Student Network (FTSN) ซึ่งเป็นองค์กรที่ดำเนินการสนับสนุนส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยในเมืองต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น ต่อมาในเดือนเมษายน ปี ค.ศ.2011 กลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมที่เมือง Kumamoto ได้รวมตัวกันจัดตั้ง Fair Trade Town Japan (FTTJ) เพื่อรณรงค์และสนับสนุนให้เกิดเมืองการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น รวมถึงได้กำหนดมาตรฐานและหลักการปฏิบัติของการเป็นเมืองการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นขึ้น ต่อมาในเดือนมิถุนายน ปี ค.ศ. 2011 เมือง Kumamoto ถูกประกาศเป็น Fair Trade Town แห่งแรกของประเทศญี่ปุ่น และภูมิภาคเอเชีย และในปี ค.ศ. 2014 Fair Trade Town Japan (FTTJ) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Fair Trade Forum Japan (FTFJ) โดยในปัจจุบัน FTFJ นอกจากจะเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประกาศและรับรองการเป็น Fair Trade Town ในประเทศญี่ปุ่น รวมถึงสนับสนุนการดำเนินงานของ Fair Trade Town ในประเทศญี่ปุ่นแล้ว ยังมีการสนับสนุนการจัดตั้ง Fair Trade University ในประเทศญี่ปุ่นด้วย ต่อมา ญี่ปุ่นได้ประกาศ Fair Trade Town

เพิ่มขึ้นอีกที่เมือง Nagoya และเมือง Zushi ในปี ค.ศ.2015 และปี ค.ศ. 2016 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงเหตุการณ์ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

ปี ค.ศ.	เหตุการณ์
1972	องค์กร Help Bangladesh Committee (HBC) หรือที่เรียกว่า Shapla Neer ถูกจัดตั้งขึ้นในประเทศญี่ปุ่น
1974	องค์กร Shapla Neer รับซื้อสินค้าหัตถกรรมของประชาชนชาวบังคกลาเทศมาขายในประเทศญี่ปุ่น
1986	องค์กร Japan Committee for Negros Campaign (JCNC) ถูกจัดตั้งขึ้นในประเทศญี่ปุ่น
1986	บริษัท Alter Trade Company (ATC) ถูกจัดตั้งขึ้นที่ Negros ประเทศฟิลิปปินส์
1987	JCNC นำเข้าสินค้าน้ำตาลที่เป็นธรรม จาก ATC
1991	องค์กร Global Village ถูกจัดตั้งขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่น
1993	องค์กร Transfair Japan (TFJ) ถูกจัดตั้งขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่น
1995	บริษัท Fair Trade Company หรือ People Tree ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นหน่วยงานภายใต้ Global Village เพื่อจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรม
1996	บริษัท Fair Trade Company หรือ People Tree เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ IFAT หรือ WFTO
1997	บริษัท Fair Trade Company หรือ People Tree จำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่มีตรารับรองของ IFAT หรือ WFTO
1997	Fairtrade Labelling Organization International หรือ FLOถูกจัดตั้งขึ้น และ Transfair Japan ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
2004	ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม The Fair Trade Student Network (FTSN) ถูกจัดตั้ง
2004	AEON Company เริ่มนำสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ใช้ตรารับรองของ FLO มาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

ปี ค.ศ.	เหตุการณ์
2011	ขบวนการเมืองการค้าที่เป็นธรรม Fair Trade Town Japan (FTTJ) ถูกจัดตั้ง
2011	เมือง Kumamoto ถูกประกาศให้เป็น Fair Trade Town เมืองแรกของประเทศญี่ปุ่น
2014	Fair Trade Town Japan (FTTJ) เปลี่ยนชื่อเป็น Fair Trade Forum Japan (FTFJ)
2015	เมือง Nagoya ถูกประกาศให้เป็น Fair Trade Town
2015	ขบวนการการค้าที่เป็นธรรม NPO corporation Fair Trade Nagoya Network ถูกจัดตั้ง
2016	เมือง Zushi ถูกประกาศให้เป็น Fair Trade Town

ที่มา: แปลและสรุปความจาก Ikegami and Uyama, 2003

2.2 กระบวนการทางการตลาดของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

จากพัฒนาการของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นที่มีความสอดคล้องกับพัฒนาการของขบวนการดังกล่าวในระดับสากล ทำให้กลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นมีหลากหลายประเภท ทั้งกลุ่มผู้นำเข้าที่มีรูปแบบการดำเนินงานในลักษณะขององค์กรการค้าทางเลือกที่ไม่ใช้ตรารับรองสินค้า และกลุ่มผู้นำเข้าที่เป็นสมาชิกขององค์กรที่ออกตรารับรองสินค้าสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้นำเข้าที่เป็นสมาชิกของ WFTO และ FLO ดังนั้น กระบวนการทางการตลาดและการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศญี่ปุ่น จึงมีช่องทางการดำเนินการและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย อันมีลักษณะคล้ายคลึงกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ดังนี้

1) การนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือก (alternative trade organization-ATOs) โดยไม่ใช้ตรารับรองสินค้าการค้าที่เป็นธรรม การค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ กลุ่มผู้นำเข้า ที่เป็นองค์กรการค้าทางเลือก ไม่ว่าจะเป็น องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร หรือบริษัทผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่น จะรับซื้อและนำเข้าสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตในประเทศ

กำลังพัฒนา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าวัตถุดิบ และองค์กรการค้าทางเลือกก็จะดำเนินการแปรรูปสินค้า และจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมโดยตรงผ่านการค้าออนไลน์ในนามขององค์กร หรือร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นเครือข่ายกับองค์กร อย่างไรก็ตาม บางองค์กรการค้าทางเลือกก็อาจจะไม่ได้ดำเนินการแปรรูปสินค้าและจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในนามขององค์กรเอง แต่จะจำหน่ายสินค้าวัตถุดิบที่เป็นสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้แก่กลุ่มบริษัทผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่นเพื่อแปรรูปสินค้า เมื่อบริษัทผู้ผลิตแปรรูปสินค้าแล้ว บริษัทผู้ผลิตก็จะจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้แก่กลุ่มผู้บริโภคโดยตรงผ่านการค้าออนไลน์ในนามของบริษัท

องค์กรการค้าทางเลือกในญี่ปุ่นมีจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีการทำฐานข้อมูลรายชื่อของกลุ่มบริษัทเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม องค์กรการค้าทางเลือกที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดในญี่ปุ่น ได้แก่ Shapla Neer และ Alter Trade Japan Inc.

Shapla Neer เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่รับซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่แปรรูปแล้วจากกลุ่มผู้ผลิตในประเทศภูมิภาคตะวันออกกลาง เช่น สินค้าหัตถกรรม สบู่ และน้ำมันบำรุงผิว และจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของตนส่วนใหญ่ผ่านร้านค้าปลีกการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นเครือข่ายขององค์กร นอกจากนี้ Shapla Neer ยังจำหน่ายสินค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมให้กับองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่เป็นองค์กรการค้าทางเลือกอื่น และกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งนำสินค้าที่รับซื้อจาก Shapla Neer ไปขออนุญาตใช้ตรารับรองการค้าของ FLO ด้วย

ส่วน Alter Trade Japan Inc. จะจำหน่ายสินค้าของตนส่วนใหญ่ให้กับบริษัท APLA Shop (Alternative People's Linkage in Asia) และบริษัท APLA Shop ก็จะดำเนินแปรรูปสินค้าและจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมสู่ผู้บริโภคผ่านการค้าออนไลน์

2) การนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมโดยบริษัทที่ได้รับการรับรองการค้าที่เป็นธรรม (fair trade certified organization) ซึ่งเป็นสมาชิกของ WFTO โดยการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ บริษัทผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกของ WFTO จะถือว่าเป็นกลุ่มองค์กรทางด้านการตลาด (Marketing FTOs-MO) ที่ดำเนินการรับซื้อและนำเข้าสินค้าจากกลุ่มองค์กรผู้ผลิต

(Producer FTOs -PO) ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่เป็นสมาชิกของ WFTO โดยส่วนใหญ่บริษัทผู้นำเข้าที่เป็นสมาชิกของ WFTO ในประเทศญี่ปุ่น เมื่อนำเข้าสินค้ามาแล้ว นอกจากจะแปรรูปสินค้าเอง และจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงผ่านการค้าออนไลน์ในนามของบริษัทเองแล้ว ยังมีการจำหน่ายสินค้าวัตถุดิบของตนให้กับกลุ่มบริษัทผู้ผลิต บริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีก และร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมด้วย

บริษัทผู้นำเข้าที่เป็นสมาชิกของ WFTO ในญี่ปุ่น มี 2 บริษัท ได้แก่ Fair Trade Company Ltd. (People Tree) และ One Planet Café Ltd. (OPC)

Fair Trade Company Ltd. มีการจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มบริษัทผู้ผลิตและบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีกในประเทศญี่ปุ่นหลากหลายบริษัท ได้แก่ Urban Research Co., Ltd., Corporation mash Beauty Lab, Mash Style Lab Co., Ltd., Ryohin Keikaku Co., Ltd. (Muji), StylingLife Holdings Inc., Abba House International Inc., Actus Co.Ltd., Mitsukoshi Isetan Co., Tokyu Hands Co., Ltd., Aeon Retail Co., Ltd., Daichi-o-Mamoru-Kai (The Association to Preserve the Earth), Natural House Ltd., Yamishisonya Co., Ltd., Mitsubishi Food Co. , Ltd., Raccoon Co., Ltd., และจำหน่ายให้แก่ร้านค้าปลีกสินค้าที่เป็นธรรมอีกประมาณ 450 ร้าน

ส่วน One Planet Café Ltd. (OPC) ได้มีการจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มบริษัทผู้ผลิต และบริษัทที่จำหน่ายสินค้าปลีกในประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ Sony (Tokyo head office), Tokyo Disneyland, Epson, Fujitsu, Bandai (Toy Co.), Ricoh, Lush, Kao, Suruga Bank, Yamazakura & Kokuyo (paper Co.), Mainichi Newspapers, Lumine department stores, Asias 1st International Fair Trade Town conference, Reform Pro (housing Co.), Marche Group (restaurant chain), Roppongi Hills Breakfast business forum, Sweden Embassy และ British Embassy เป็นต้น

3) การนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมโดยบริษัทที่ได้รับการรับรองการค้าที่เป็นธรรม (fair trade certified organization) ซึ่งเป็นสมาชิกของ FLO โดยการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านช่องทางนี้ บริษัทผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกของ FLO จะรับซื้อและนำเข้าสินค้าจากกลุ่มองค์กรผู้ผลิต (small producer organization-SPO) ในประเทศกำลังพัฒนาที่เป็นสมาชิกของ FLO

เมื่อบริษัทผู้นำเข้าที่เป็นสมาชิกของ FLO ในประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสินค้ามาแล้ว ก็จะจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มบริษัทผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกของ FLO หรือ บริษัทจำหน่ายสินค้าปลีกที่ได้รับใบอนุญาตให้ใช้ตรารับรองสินค้าของ FLO เพื่อแปรรูปสินค้าและจำหน่ายสินค้าในนามของบริษัท โดยมีการใช้ตรารับรองของ FLO ควบคู่ไปด้วย หรือบริษัทผู้ผลิตอาจจะดำเนินการแปรรูปสินค้าและจัดจำหน่ายสินค้าให้กับห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

บริษัทผู้นำเข้าที่เป็นสมาชิกของ FLO ในญี่ปุ่น ประกอบด้วยหลายบริษัท ได้แก่ MAR Co., LTD., Mitsubishi Corporation, Tachibana & Co., Ltd., ITOCHU Corporation, Kanematsu Corporation, SC Foods Co., Ltd., Wataru & Co., Ltd., Marubeni Corporation Beverage Dept, Toyo Cotton (Japan) Co., Flower Auction Japan, S&B Foods Inc. และ S.ISHIMITSU & CO., LTD

บริษัทผู้ผลิต และบริษัทจำหน่ายสินค้าปลีกในประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับในอนุญาตให้ใช้ตรารับรองสินค้าของ FLO ได้แก่ Starbucks Coffee Japan Co., Ltd., Ogawa Coffee Co., Ltd., IE ehato Co., Ltd., Kyowaz Coffee Co., Ltd., Aeon Co., Ltd., Higuchichi Ltd., VLC International Co., Ltd., Ethicafe Co., Ltd., Ryohin Keikaku Co., Ltd. (Muji), Camel Coffee Co., Ltd. (Kaldi Coffee), Ministop Co., Ltd. Toho Marketing Support Co., Ltd., Universal Trading Co., Ltd., Smiles Co., Ltd., Poplife Co., Kyoei Tea Co., Ltd., Daiichi Coffee Co., Ltd., N. Harvest Co., Ltd., Select Inc., Makaibari Japan Ltd., Decorage Co., Ltd., Nova Co., Ltd., Rita trading Co., Ltd., Labotech Co., Ltd., French and Foreign Trade Co., Ltd., Japan New Tree Co., Ltd., Tomoe Co., Ltd., Mitoku Co., Ltd., Rita Trading Co., Ltd., Solar Eclipse Co., Ltd., Morinaga Seika Co., Ltd., Maruta Tanaka Ginkgo Processing Co., Ltd., S-BEE Food Co., Ltd., Seiyu Co., Ltd., Eleven International Co., Ltd., Kukiiki Sangyo Co., Ltd. Fair Trade Cotton Initiative Co., Ltd., First Textile Co., Ltd., Specified nonprofit corporation Oxfam Japan, Co-op Union Federation, และ Wakachi Aiki Project General Association

นอกจากช่องทางการตลาดที่กล่าวมาทั้งหมดแล้ว รายงานของ Institute for International Trade and Investment (ITI) ในปี ค.ศ. 2009 ยังอธิบายว่า

ช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าที่เป็นธรรมสู่ผู้บริโภคในญี่ปุ่น มีการดำเนินการผ่านกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เป็น ATOs คิดเป็นสัดส่วนของการจำหน่ายประมาณร้อยละ 82 ของการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมทั้งหมด ขณะที่ การดำเนินการผ่านกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ผ่านการรับรองโดย WFTO และ FLO คิดเป็นสัดส่วนของการจำหน่ายประมาณร้อยละ 18 ของการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมทั้งหมดเท่านั้น ซึ่งข้อมูลจากเอกสารดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เมือง Kumamoto ซึ่งพบข้อมูลว่า ปัจจุบัน ประเทศญี่ปุ่นมีกลุ่มบริษัทผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะขององค์กรการค้าทางเลือก (ATOs) เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก (Matsuike, Yukiko, personal interview, June 11, 2017; Tomoko, Kiyota, personal interview, June 12, 2017)

2.3 ประเภทของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น

จากรายงานของ Institute for International Trade and Investment (ITI) ในปี ค.ศ. 2009 อธิบายว่า ผลของการสำรวจตลาดค้าปลีกของสินค้าการค้าที่เป็นธรรม พบว่า ประเภทของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ได้รับการจำหน่ายมากที่สุด คือ สินค้าประเภทอาหาร โดยมีอัตราการจำหน่ายอยู่ที่ร้อยละ 79 ของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมทั้งหมด โดยกาแฟ ช็อคโกแลต และชา ถือว่าเป็นสินค้าอาหารที่ได้รับการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ ผลไม้แปรรูป ขณะที่สินค้าอาหารประเภทอื่น ๆ ยังไม่ค่อยถูกจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นมากนัก เนื่องจากบริษัทผู้นำเข้าและร้านค้าปลีกต่าง ๆ ยังคงไม่ต้องการที่จะแบกรับความเสี่ยงกรณีที่สินค้าหมดอายุ และเสียหายจากกรณีของการจำหน่ายสินค้าไม่ได้ตามกำหนดเวลา นอกจากนี้ ประเภทสินค้าที่ถูกจำหน่ายรองมากลงมาจากสินค้าประเภทอาหาร คือ เครื่องนุ่งห่ม โดยมีอัตราการจำหน่ายอยู่ที่ร้อยละ 10 ของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมทั้งหมด (ดูตารางที่ 4) ซึ่งข้อมูลจากเอกสารดังกล่าว สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เมือง Kumamoto และเมือง Hiroshima (ดูรูปที่ 9-14) (Institute for International trade and Investment, 2009) (En Shop, personal Interview, June 9, 2017; Yaki, Hiromitsu, personal interview, June 1, 2017; Akashi, Shoko, personal interview, June 12, 2017)

ตารางที่ 4 อัตราการจำหน่าย และส่วนแบ่งของประเภทสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ปี ค.ศ. 2007-2008

	อัตราการจำหน่าย		อัตราการเปลี่ยนแปลงของการเติบโต
	ปี ค.ศ. 2007	ปี ค.ศ. 2008	
ประเภทสินค้า	100.0	100.0	10.7
1. อาหาร	79.3	79.2	10.8
2. สินค้าหัตถกรรม	8.9	8.6	6.4
3. เครื่องนุ่งห่ม	10.7	10.7	11.6
4. อื่นๆ	1.1	1.5	46.3

ที่มา Institute for International Trade and Investment, 2009

รูปที่ 9 สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายใน Max Value ซูเปอร์มาร์เก็ตที่เมือง Hiroshima

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2560

รูปที่ 10 สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน En Shop ที่เมือง Hiroshima (1)

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2560

รูปที่ 11 สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน En Shop ที่เมือง Hiroshima (2)

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2560

รูปที่ 12 สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในร้านกาแฟ Link Cafe ที่เมือง Kumamoto

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2560

รูปที่ 13 สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน Loveland Shop ที่เมือง Kumamoto (2)

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560

รูปที่ 14 สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกจำหน่ายในที่ร้าน Loveland Shop ที่เมือง Kumamoto (2)

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560

แม้ว่า Institute for International Trade and Investment (ITI) จะรายงานว่าตลาดการค้าสินค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2008 มูลค่าการค้าปลีกโดยรวมของตลาดสินค้าที่เป็นธรรม อยู่ที่ 87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีอัตราการเติบโตของการค้าที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 26 จากปี ค.ศ. 2007 ที่มีมูลค่าค้าปลีกโดยรวมของตลาดสินค้าที่เป็นธรรมอยู่ที่ 62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่จากงานศึกษาของ Ikegami ปี ค.ศ. 2003 และปี ค.ศ. 2005 และข้อมูลของ Fairtrade Label Japan (FLJ) หรือ Fairtrade Japan ซึ่งเป็นสมาชิกของ FLO กลับให้ข้อมูลว่า การค้าสินค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นการค้าผ่านร้านค้าปลีกของสินค้าการค้าที่เป็นธรรม หรือการค้าผ่านห้างสรรพสินค้า มียอดจำหน่ายของสินค้าเพียงเล็กน้อย ซึ่งแทบจะไม่สามารถที่จะนำไปช่วยเหลือและพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนาได้ (Fairtrade Label Japan, n.d.; Ikegami and Uyama, 2003; Ikegami, 2005) โดย FLJ ให้ข้อมูลว่า สาเหตุที่ยอดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมมีเพียงเล็กน้อย เป็นเพราะผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นยังคงมองว่าการค้าที่เป็นธรรมเป็นเรื่องของการกุศล และการบริจาค แม้ว่าการเลือกซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจะเป็นความรับผิดชอบแบบหนึ่งที่ผู้บริโภคในประเทศพัฒนาแล้ว ควรจะให้ความช่วยเหลือต่อผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสและยากจนในประเทศกำลังพัฒนา แต่ความคิดนี้ก็ยังคงมีความสำคัญค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับการคำนึงถึงการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และมีราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ยังคงมีการตั้งคำถาม

ด้วยว่า เมื่อพวกเขาเลือกซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมแล้ว เขาจะมั่นใจได้อย่างไรว่า เงินจากการซื้อของเขาจะถูกส่งไปยังผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสและยากจนในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจริง และปริมาณเท่าใด (Fairtrade Japan, n.d.) ยิ่งไปกว่านั้น จากการสัมภาษณ์บริษัทที่นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เมือง Hiroshima ยังได้ข้อมูลว่า บริษัทไม่มีข้อมูล และไม่ทราบว่า เงินพรีเมียมของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่บริษัทจ่ายนั้น จะถูกจ่ายให้แก่กลุ่มผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาจำนวนเท่าใด และมีขั้นตอนกระบวนการดำเนินการอย่างไร บางส่วนของบริษัทผู้นำเข้าที่นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรม มองการค้าที่เป็นธรรมว่าเป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง และไม่ได้มองว่าเป็นการให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนในประเทศกำลังพัฒนา (Yamada, Hiroshi (personal interview, 13 June 2017) และจากการสัมภาษณ์ร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เมือง Kumamoto และเมือง Hiroshima ยังได้ข้อมูลอีกว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่ซื้อสินค้าการที่เป็นธรรมนั้น พวกเขาไม่รู้ว่าเขากำลังซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรม แต่พวกเขาตัดสินใจซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมตามความชื่นชอบในคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า (En Shop (personal interview, 9 June 2017); Akashi, Shoko (personal interview, 12 June 2017)

2.4 Kumamoto เมืองการค้าที่เป็นธรรม

การจัดตั้งเมืองการค้าที่เป็นธรรมของเมือง Kumamoto เริ่มจากกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมที่นำโดย Shoko Akashi โดยในปี ค.ศ. 1991 Shoko Akashi ได้มีโอกาสพบปะและรู้จักกับ Safia Minney ผู้ก่อตั้ง Global Village และ People Tree เธอจึงเริ่มตระหนักถึงปัญหาความยากจนของกลุ่มผู้ผลิตที่ด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนา และรู้จักกับการค้าที่เป็นธรรม ในปี ค.ศ. 1993 Shoko Akashi ได้จัดตั้งร้านค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมขึ้นโดยใช้ชื่อว่า Loveland shop ที่เมือง Kumamoto และเริ่มรับซื้อสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตดังกล่าวมาจำหน่ายในร้าน อย่างไรก็ตาม ยอดจำหน่ายของสินค้าที่เธอรับซื้อมานั้นมีจำนวนน้อย Shoko Akashi เลยพยายามที่จะคิดหาวิธีการที่จะขยายตลาดของสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้ช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนในประเทศกำลังพัฒนาเพิ่มขึ้น ในปี ค.ศ. 2003 Shoko Akashi และพันธมิตรที่เป็นกลุ่มเคลื่อนไหวการค้าที่เป็นธรรมของเธอ จึงเริ่มขบวนการประชาสัมพันธ์และรณรงค์เกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมผ่านแผ่นพับ การจัดนิทรรศการ และการพูดอภิปรายในงานสัมมนาต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคและหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในเมือง Kumamoto

ได้รู้จักการค้าที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้น และในปี ค.ศ. 2009 Shoko Akashi และและพันธมิตรที่เป็นกลุ่มเคลื่อนไหวการค้าที่เป็นธรรม ได้จัดตั้ง Fair Trade City Promotion Committee และเริ่มติดต่อและประสานงานกับนายกเทศมนตรีของเมือง Kumamoto เพื่อรณรงค์ให้เมือง Kumamoto ได้รับการจัดตั้งเป็น Fair Trade Town ต่อมาในเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2011 กลุ่มเคลื่อนไหวการค้าที่เป็นธรรมในเมือง Kumamoto ได้รวมตัวกันจัดตั้ง Fair Trade Town Japan (FTTJ) ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ประกาศและรับรองการเป็น Fair Trade Town ในประเทศญี่ปุ่น และได้กำหนดมาตรฐานและหลักปฏิบัติของการเป็นเมืองการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น ขึ้น ต่อมาในเดือนมิถุนายน ปี ค.ศ. 2011 เมือง Kumamoto ได้รับการประกาศให้เป็น Fair Trade Town แห่งแรกของประเทศญี่ปุ่น และภูมิภาคเอเชีย และเป็น Fair Trade Town ลำดับที่ 1,000 ของโลก และในเดือนตุลาคม ปี ค.ศ. 2011 Fair Trade City Kumamoto Promotion Committee ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนกิจกรรมเมืองการค้าที่เป็นธรรมของ Kumamoto ตามเงื่อนไขมาตรฐานและหลักการปฏิบัติของการเป็นเมืองการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นของ FTTJ ที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐยังได้สนับสนุนให้หน่วยงานภาคส่วนที่ 3 (Third party หรือ Daisan Sector) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ไม่ใช่ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน แต่เป็นหน่วยงานที่รับช่วงกิจกรรมจากหน่วยงานภาครัฐมาดำเนินการ ได้แก่ Kumamoto International Foundation เป็นหน่วยงานที่รับช่วงดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมเมืองการค้าที่เป็นธรรมของเมือง Kumamoto ด้วย

ต่อมาในปี ค.ศ. 2014 เมือง Kumamoto ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม Fair Trade Town International Conference ครั้งที่ 8 ซึ่งถือว่าเป็นครั้งแรกที่การจัดประชุมดังกล่าวถูกจัดภายนอกทวีปยุโรป ในปีเดียวกัน Fair Trade Town Japan (FTTJ) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Fair Trade Forum Japan (FTFJ) โดยที่ FTFJ ในปัจจุบัน นอกจากจะเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประกาศและรับรองการเป็น Fair Trade Town ในประเทศญี่ปุ่นแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการจัดตั้ง Fair Trade University ในประเทศญี่ปุ่นด้วย ต่อมาญี่ปุ่นได้ประกาศ Fair Trade Town เพิ่มขึ้นอีกที่เมือง Nagoya และเมือง Zushi ในปี ค.ศ. 2015 และปี ค.ศ. 2016 ตามลำดับ (Japan for Sustainability, 2011; Asia Nikkei, 2014; Fair Trade City Kumamoto Steering committee, n.d.) (Akashi, Shoko (personal interview, 12 June 2017)

การเป็น Fair Trade Town ของประเทศญี่ปุ่น นอกจากจะต้องยึดหลักปฏิบัติตาม Fair Trade Town Goals และ Action Guide ของ Fair Trade Towns International Network แล้ว FTFJ ยังได้กำหนดหลักปฏิบัติ ในการเป็น Fair Trade Town ของญี่ปุ่นเพิ่มเติมอีก 6 ข้อ ได้แก่

1. การจัดตั้งองค์กรสนับสนุนและการขยายภาคส่วนสนับสนุน (Establish of promotional organization and expansion of support sector)
2. การเพิ่มการตระหนักเกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรมของพลเมือง และการขยายตัวของขบวนการการค้าที่เป็นธรรม (Expanding the fair trade town movement and raising awareness of citizens)
3. การค้าที่เป็นธรรมจะต้องแทรกซึมไปสู่ภาคประชาสังคมท้องถิ่น (Permeating into local civil society)
4. การมีส่วนในการฟื้นฟูชุมชนท้องถิ่น (Contributing to revitalization of local community collaboration)
5. การทำให้สินค้าการค้าที่เป็นธรรมถูกวางจำหน่ายอย่างเพียงพอในร้านค้าท้องถิ่น (Making fair trade products available at local shops)
6. การมีหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม (Having local government support fair trade)

ขั้นตอนการสมัคร และการได้รับการรับรองการเป็นเมืองการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น มีดังนี้

1. ส่งแบบฟอร์มใบสมัครไปที่สำนักเลขาธิการของ FTFJ เพื่อชี้แจงว่าผู้สมัคร ซึ่งเป็นองค์กรส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมของเทศบาลเมืองประสงค์จะรับรองเมืองที่ตนสมัครให้เป็นเมืองการค้าที่เป็นธรรม และเมืองที่สมัครนั้นมีคุณสมบัติครบถ้วนตามมาตรฐาน 6 ข้อ รวมถึงผู้สมัครต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการสมัครการขอรับรองเมืองให้ครบถ้วย
2. สำนักเลขาธิการของ FTFJ จะตรวจสอบใบสมัครที่ส่งมาภายในหนึ่งเดือนและหากมีการพิจารณาว่าจำเป็นต้องมีข้อมูลและเอกสารเพิ่มเติม จำเป็นต้องยื่นคำขอจากผู้สมัคร

3. สำนักเลขาธิการ ของ FTFJ จะส่งใบสมัคร และเอกสารประกอบให้กับคณะกรรมการรับรองการจัดตั้ง Fair Trade Town ประเทศญี่ปุ่นพิจารณาและตรวจสอบ และคณะกรรมการรับรองจะต้องตรวจสอบพิจารณาให้แล้วเสร็จภายใน 3 เดือน
4. หากผลการพิจารณาและผลการตรวจสอบการรับรองเมืองการค้าที่เป็นธรรมเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน คณะกรรมการรับรองจะออกใบรับรองเมืองการค้าที่เป็นธรรมให้กับผู้สมัคร และแจ้งสถานะเมืองการค้าที่เป็นธรรมให้กับ Fair Trade Town International Network รับทราบ
5. หากคณะกรรมการรับรองพิจารณาว่าผู้สมัครยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน หรือเอกสารยังไม่ครบถ้วน ผู้สมัครจะได้รับการแจ้งถึงเหตุผลและเอกสารที่ยังไม่ครบถ้วนดังกล่าว รวมถึงการได้รับคำแนะนำที่จำเป็นจากสำนักเลขาธิการของ FTFJ เพื่อให้การสมัครของผู้สมัครเป็นไปตามหลักเกณฑ์
6. ผู้สมัครยังคงสามารถยื่นใบสมัครมาที่ FTFJ ได้อีกครั้งหลังจากที่ได้ปฏิบัติตามคำแนะนำของ สำนักเลขาธิการของ FTFJ แล้ว
7. ผู้สมัครสามารถร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับการรับรอง และสามารถยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการการรับรองได้ คณะกรรมการที่ถูกกล่าวหาจะจัดให้มีสถานที่เพื่อรับฟังคำร้องของทั้งผู้สมัครและคณะกรรมการรับรอง และจะพิจารณาตัดสินผลในขั้นสุดท้าย
8. ระยะเวลาของการรับรอง จะมีกำหนดระยะเวลา 2 ปี ผู้สมัครที่ประสงค์จะยื่นคำขอต่ออายุการรับรอง จะต้องยื่นคำขออย่างน้อยหกเดือนก่อนที่ระยะเวลาการรับรองจะหมดอายุ

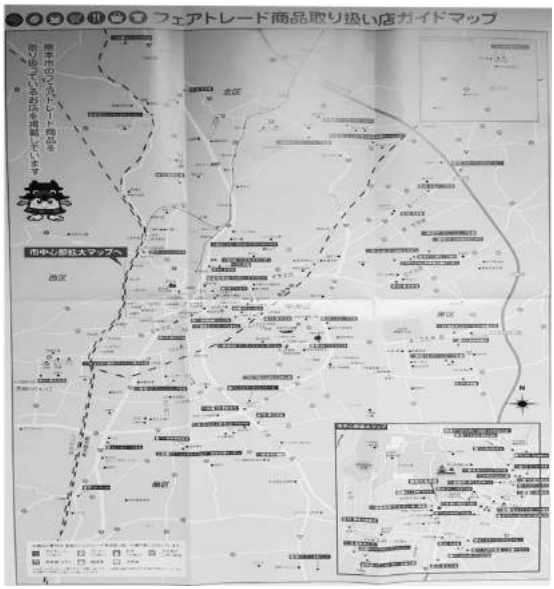
จากการสัมภาษณ์ และการศึกษาภาคสนามพบว่า การที่เมือง Kumamoto ถูกประกาศเป็น Fair Trade Town ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้มากกว่าเมืองที่ไม่ใช่ Fair Trade Town โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับเมือง Hiroshima เนื่องจาก พบว่า มีร้านค้าและร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรมมากกว่าที่เมือง Hiroshima โดยในเมือง Kumamoto มีร้านค้าและร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรม จำนวนมากถึง 78 ร้าน และเมือง Kumamoto

ก็มีการจัดทำแผนที่แสดงจุดที่ตั้งของร้านค้า และร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรม ทำให้ผู้บริโภคมีข้อมูลในการเข้าถึงสินค้าเพิ่มขึ้น (ดูรูปที่ 15-17) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ยังพบว่า มีผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในร้านค้า และร้านอาหารในเมือง Kumamoto ประมาณร้อยละ 50 เท่านั้น ที่รู้ว่าเขากำลังซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรม ขณะที่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่เหลือก็ยังคงตัดสินใจซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมตามความชื่นชอบในคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า (Akashi, Shoko (personal interview, 12 June 2017)

รูปที่ 15 รายชื่อร้านค้า และร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรม ที่เมือง Kumamoto

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560

รูปที่ 16 แผนที่ร้านค้า และร้านอาหารการค้าที่เป็นธรรม ที่เมือง Kumamoto



ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560

รูปที่ 17 ตัวอย่างรายชื่อร้านค้าที่มีชื่อเสียง ที่เมือง Kumamoto

SHOP PICK UP

おすすめのフェアトレード商品取扱ショップをご紹介

MAP 01

気がつけば、笑顔に貢献。世界とつながるカフェ

link Café

世界と熊本の生産者の方たちの笑顔を応援したいとフェアトレードや地産品の食材とグッズを取り扱っています。品質や味、デザインの良さで気に入ってもらいフェアトレードを知るきっかけに!

linkはwe like international kumamoto(世界に開かれた熊本がすき。世界とつながる)のメッセージを込めています。

●住所:中央区花畑町4-18 国際交流会館1階 ●営業時間:10:00〜18:30
●定休日:第2、4月曜日 ●お問合せ:096-359-4992

MAP 02

全ての生き物に配慮したライフスタイルの提案

フェアトレード ラブランド

1994年、「全ての生き物に配慮したライフスタイルを提案する」ことをテーマにラブランド(新屋敷)はスタートしました。20年が経ち、今では、フェアトレード専門店として、また、アジアで唯一のフェアトレードシティとして事務局を併設し、フェアトレードくまもと市を推進しています。今後も「市民がフェアトレードを応援する街」として着実に活動を続けていきます。

※トーテムポールが目印です。

●住所:中央区新屋敷1-9-7 ●営業時間:10:30〜18:30
●定休日:無 ●駐車場:10台 ●http://lovelandkuma.wix.com/home

MAP 03

愛と平和、ラブ&ピース。おいしいコーヒーとともに…

ナチュラルコーヒー

ナチュラルコーヒーのコーヒーや紅茶は、フェアトレード(公正・公平な貿易)や人の体と地球環境に優しい有機栽培にこだわっています。生産者と消費者、そして贈る人・贈られる人。顔と顔、心と心をつなぐ、優しい気持ちいっぱいのティータイムを、どうぞゆっくりとお楽しみください。

●住所:北区下硯川町1045-9 ●営業時間:10:00〜19:00
●定休日:日曜日、祝日 ●お問い合わせ:096-245-4555
●フリーダイヤル0120-510-315(コーヒーはサイコー)
●http://www.naturalcoffee.jp/

ที่มา: จากการศึกษาภาคสนาม เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560

บทที่ 3

ความสอดคล้องและความแตกต่างของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น เปรียบเทียบกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล

จากข้อมูลของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น และขบวนการการค้าที่เป็นธรรมระดับสากลข้างต้น จะเห็นได้ว่า ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่นมีทั้งความสอดคล้อง และความแตกต่างจากขบวนการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล กล่าวคือ ในด้านปรัชญาและหลักการ

ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น และขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล มีมุมมองที่สอดคล้องกันว่า การค้าที่เป็นธรรม อันเป็นการค้าทางเลือก (alternative trade) หมายถึง การที่กลุ่มผู้ค้าและผู้บริโภคซึ่งเป็นคนรวยควรให้ความช่วยเหลือทางการค้าแก่กลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาส ได้มีโอกาสการเข้าถึงตลาดเพิ่มขึ้น และมีรายได้เพิ่มขึ้น อันจะช่วยทำให้พวกเขามีโอกาสหลุดพ้นจากความยากจนมากขึ้น นอกจากนี้ ในปัจจุบัน ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น และขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ยังคงมุ่งเน้นเฉพาะการให้ความช่วยเหลือทางการค้าแก่กลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางขั้นต่ำ (lower middle-income countries-LMICs) และประเทศที่มีรายได้ต่ำ (low-income countries-LICs) ตามเกณฑ์ที่ World Bank กำหนดเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น และขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล จะมองว่าการค้าที่เป็นธรรม คือการให้ความช่วยเหลือทางการค้าแก่กลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนา แต่ในทางหลักการ ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นไม่ได้มีเป้าหมายที่จะแทรกแซงและควบคุมกลไกทางการตลาด ดังจะเห็นได้ว่า รูปแบบของการค้าที่เป็นธรรมส่วนใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น เป็นการค้าทางตรง (direct trade) ระหว่างผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาและผู้ค้าในประเทศพัฒนาแล้ว และการเจรจาตกลงทางการค้า ไม่ว่าจะเป็น เรื่องราคา หรือปริมาณการซื้อขาย ก็ยังคงอยู่บนเงื่อนไขของอุปสงค์และอุปทานของตลาด นอกจากนี้ ผู้ค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นยังมองว่า การค้าที่เป็นธรรมเป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจแบบหนึ่ง อันเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสนับสนุนการแข่งขันทางการค้าในระบบตลาดเสรีด้วย จากข้อมูลที่พบเหล่านี้ สันนิษฐานได้ว่า

ในทางหลักการแล้ว มุมมองความเป็นธรรมทางการค้าของญี่ปุ่นยังคงอยู่บนพื้นฐานของการค้าเสรี ที่ยังคงให้ความสำคัญแก่สิทธิพื้นฐานในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกัน และสินค้าการค้าที่เป็นธรรมเป็นสิ่งที่ช่วยในเรื่องการเข้าสู่ตลาดและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ

ในทางตรงกันข้าม ในทางหลักการของขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล นอกจากความต้องการจะสร้างระบบการค้าเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนาแล้ว ยังมีเป้าหมายเพื่อที่จะสร้างระบบการค้าที่ไม่ได้วางอยู่บนหลักการของการค้าเสรีด้วย เนื่องจาก เป้าหมายของขบวนการการค้าที่เป็นธรรม คือ การสร้างระบบการค้าที่จะเอื้ออำนวยให้กลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนได้รับโอกาสของการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียม ดังเห็นได้ว่า ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากลพยายามสร้างเงื่อนไขทางการค้าเพื่อแทรกแซงและควบคุมกลไกตลาดผ่านกระบวนการในการต่อรองเพื่อกำหนดราคา การสร้างตลาดเฉพาะของตัวเอง รวมถึงการสร้าง (กำหนด) มาตรฐานทางการค้าและการผลิตสินค้าของตนเอง เป็นต้น จากข้อมูลที่พบเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นว่า มุมมองความเป็นธรรมทางการค้าของระบบการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากลนั้น ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะสิทธิขั้นพื้นฐานในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกันเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการลดความไม่เท่าเทียมกันของความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต และมองว่าความเป็นธรรม คือการกระจายความเป็นธรรม (distributive justice) และการเสริมสร้างความสามารถให้กับบุคคล หรือกลุ่มคน เพื่อเป็นทางเลือกอันจะนำไปสู่การมีชีวิตที่ดีขึ้น

ในด้านของวิธีการดำเนินการ ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่นก็มีทั้งส่วนที่เหมือนและแตกต่างจากขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล กล่าวคือ ประการแรก ขบวนการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น มีจุดเริ่มต้นและพัฒนาการที่สอดคล้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล กล่าวคือ มีพัฒนาการแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงระยะแรกเริ่มพัฒนามาจากการ “การค้าแบบสมานฉันท์” (solidarity trade) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มผู้ผลิตที่ยากจนและด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนาได้มีโอกาสการเข้าถึงตลาดเพิ่มขึ้น และมีรายได้เพิ่มขึ้น ช่วงระยะที่ 2 การค้าแบบสมานฉันท์ได้พัฒนารูปแบบเป็น “การค้าทางเลือก” (alternative trade) ที่มุ่งเน้นการสร้างระบบการค้าที่มีความเป็นธรรมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

โดยผู้ผลิตมีหน้าที่ในการจัดหาสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และมีความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคก็มีหน้าที่ลดปัญหาความยากจนของผู้ผลิตโดยการซื้อสินค้าที่เป็นธรรม และช่วงระยะที่ 3 การค้าทางเลือกได้พัฒนาไปสู่ "การค้าตรารับรองทางจริยธรรม" (ethical label trade) โดยมีการกำหนดมาตรฐานสากลของการค้าสินค้าที่เป็นธรรม อาทิ มาตรฐานของผู้ผลิต มาตรฐานของผู้ค้า และมาตรฐานของสินค้า เป็นต้น และมีการตรวจสอบรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ซึ่งในช่วงเวลานี้ ถือว่าเป็นช่วงเวลาที่กลไกทางค้าของระบบการค้าที่เป็นธรรมถูกกำหนดอย่างชัดเจน

ผลจากการที่ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น มีจุดเริ่มต้นและพัฒนาการที่สอดคล้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล ดังนั้น กระบวนการทางการตลาดและการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศญี่ปุ่น จึงมีช่องทางการดำเนินการและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ได้แก่ 1. การนำเข้าและการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรการค้าทางเลือก (alternative trade organizations-ATOs) 2. การนำเข้าและการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรที่เป็นสมาชิกของ WFTO และ 3. การนำเข้าและการจัดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมผ่านองค์กรที่เป็นสมาชิกของ FLO นอกจากนั้น ประเภทสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ได้รับการจำหน่ายมากที่สุดทั้งในระบบการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล และระบบการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น คือ กาแฟ โกโก้ (สำหรับทำช็อคโกแลต) และชา ในเวลาเดียวกัน สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ได้รับการจำหน่ายในขบวนการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากลและขบวนการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น ถูกนำเข้ามาจากกลุ่มผู้ผลิตในทวีปแอฟริกาและตะวันออกกลางมากที่สุด และรองลงมาคือ จากทวีปอเมริกาใต้และแคริเบียน โดยสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ถูกนำเข้าจากทวีปเอเชียและแปซิฟิกยังคงมีสัดส่วนจำนวนน้อย

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น จะมีจุดเริ่มต้นและพัฒนาการที่สอดคล้องกับขบวนการการค้าที่เป็นธรรมระดับสากล แต่รูปแบบของการค้าที่เป็นธรรมที่มีมากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น ยังคงเป็นการค้าในรูปแบบของการค้าทางเลือก (alternative trade) ที่ไม่ใช้ตรารับรองสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะสนับสนุนการค้าทางตรง (direct trade) ที่มุ่งเน้นการลดจำนวนพ่อค้าคนกลางในห่วงโซ่อุปทาน และทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสั้นลง

เพื่อสร้างประโยชน์แก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคมากที่สุด นอกจากนี้ การค้าที่เป็นธรรมในรูปแบบการค้าทางเลือก ไม่ได้ให้ความสำคัญแก่การกำหนดกฎเกณฑ์และมาตรฐานการค้า อาทิ การกำหนดราคาขั้นต่ำที่ครอบคลุมต้นทุนการผลิต หรือการกำหนดค่าพรีเมียมของสินค้าอันเป็นจำนวนเงินพิเศษที่จ่ายให้แก่ผู้ผลิตเพื่อพัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค และรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ให้ความสำคัญกับการเจรจาต่อรองกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าในแต่ละราย และการทำตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ ขณะที่ ขบวนการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ไม่ได้มุ่งเน้นให้เกิดการค้าทางตรง และการทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสั้นลง แต่ต้องการสร้างระบบการค้าที่มีความเป็นธรรมให้แก่ทั้งผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค ตลอดห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ ขบวนการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ยังให้ความสำคัญกับการกำหนดกฎเกณฑ์และมาตรฐานทางการค้า ได้แก่ มาตรฐานของผู้ผลิต มาตรฐานของผู้ค้า และมาตรฐานของสินค้า ซึ่งรวมถึงมาตรฐานการกำหนดราคาขั้นต่ำ และค่าพรีเมียมของสินค้าอันเป็นเสมือนข้อบังคับที่ทั้งผู้ผลิตและผู้ค้าที่เป็นสมาชิกจะต้องปฏิบัติตาม ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินการทางการค้าที่เป็นธรรมมีแนวทางการปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน มีความน่าเชื่อถือ และเพื่อเพิ่มการเข้าถึงตลาดของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

ในด้านของประเภทสินค้า ในระบบการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ประเภทสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่ได้รับการจำหน่ายมากที่สุดรองลงมาจากกาแฟ โกโก้ และชา ก็คือ กล้วย ขณะที่ประเภทสินค้าที่ได้รับการจำหน่ายมากที่สุดรองลงมาในระบบการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น คือ ผลไม้แปรรูป และเครื่องนุ่งห่ม ส่วนในด้านของมูลค่าการค้า จากรายงานของ FLO ได้ให้ข้อมูลว่าในปี ค.ศ. 2010 ยอดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากลมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 4.36 พันล้านยูโร จากยอดจำหน่ายปี ค.ศ. 2009 ที่มีมูลค่า 3.44 พันล้านยูโร ขณะที่ในปี ค.ศ. 2010 ยอดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 14.4 ล้านยูโร จากยอดจำหน่ายปี ค.ศ. 2009 ที่มูลค่า 11.2 ล้านยูโร โดยของยอดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 2010 คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.3 ของยอดจำหน่ายสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล (Fairtrade, 2012) จากข้อมูลนี้ แสดงให้เห็นว่าการค้าที่เป็นธรรมในญี่ปุ่นยังคงมีอัตราการเติบโตเพียงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับการค้าที่เป็นธรรมในระดับสากล ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) การค้าที่เป็น

ธรรมในญี่ปุ่นส่วนใหญ่ เป็นการค้าในรูปแบบการค้าทางเลือกที่ไม่ใช้ตรารับรองสินค้า และไม่มีการกำหนดมาตรฐานของสินค้า ดังนั้น สินค้าการค้าที่เป็นธรรมจึงมีความน่าเชื่อถือน้อย และส่วนใหญ่ไม่ถูกนำไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเข้าถึงสินค้าการค้าที่เป็นธรรมได้ยาก และยังคงไม่รู้จักการค้าที่เป็นธรรมและสินค้าการค้าที่เป็นธรรมมากนัก 2) แม้ว่าการค้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จะถูกดำเนินการผ่านการค้าทางตรง โดยไม่ใช่ตรารับรองสินค้า แต่ราคาของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมก็ยังคงมีราคาสูงกว่าราคาตลาดของสินค้าโดยปกติ 3) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ยังคงไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการค้าที่เป็นธรรม แต่ให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และมีระดับราคาที่เหมาะสม และเลือกซื้อสินค้าตามความชื่นชอบในคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า

บทที่ 4

โอกาสการนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศญี่ปุ่น และข้อเสนอแนะแก่เกษตรกรไทย

แม้ว่ายอดจำหน่ายของสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นในปัจจุบันจะยังคงมีจำนวนน้อย แต่ขบวนการการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่นก็มีความพยายามอย่างมากที่จะประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้การค้าที่เป็นธรรมเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการจัดตั้งเมืองการค้าที่เป็นธรรมในประเทศญี่ปุ่น ดังนั้น ญี่ปุ่นจึงยังคงมีแนวโน้มที่จะนำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากกลุ่มผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ และประเภทสินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่มีโอกาสจะถูกนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นมากที่สุดก็คือ กาแฟ โกโก้ (สำหรับทำช็อคโกแลต) และชา โดยกาแฟ ส่วนใหญ่ถูกนำเข้ามาจากประเทศกัวเตมาลา เม็กซิโก โคลัมเบีย เปรู เอธิโอเปีย รวันดา อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลลิปปินส์ ไทย และพม่า โกโก้ ส่วนใหญ่ถูกนำเข้ามาจากประเทศกานา เคนยา และคอสตาริกา และชา ส่วนใหญ่ถูกนำเข้ามาจากประเทศศรีลังกาและอินเดีย

นอกจากสินค้าประเภทกาแฟ โกโก้ และชา แล้ว สินค้าการค้าที่เป็นธรรมที่มีโอกาสจะถูกนำเข้าไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นรองลงมา ก็คือ ผลไม้แปรรูป เช่น ผลไม้ในน้ำเชื่อมกระป๋อง ผลไม้อบแห้ง และแยมผลไม้ ซึ่งส่วนใหญ่ถูกนำเข้ามาจากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อูกันดา และมาดากัสการ์ และสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าฝ้ายอินทรีย์มาจากประเทศอินเดีย เปรู อียิปต์ และคาเมรูน

สำหรับประเทศไทย ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วมในขบวนการค้าที่เป็นธรรม 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นสมาชิกและได้รับการรับรองจาก WFTO และ 2. กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นสมาชิกและได้รับการรับรองจาก FLO โดยกลุ่มผู้ผลิตในประเทศไทยที่เข้าร่วมในขบวนการค้าที่เป็นธรรมที่เป็นสมาชิกของ WFTO ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกที่ได้รับการรับรอง (guaranteed member) เพียง 3 กลุ่ม (ดูตารางที่ 5) ขณะที่ กลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ FLO ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 22 กลุ่ม โดยประเภทของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศไทยที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มผู้ผลิต

ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ มีจำนวนถึง 12 องค์กร รองลงมาจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ มะม่วง เสาวรส และสับปะรด มีจำนวน 5 องค์กร (ดูตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้ค้าในประเทศไทย ที่เข้าร่วมในขบวนการค้าที่เป็นธรรม ภายใต้การรับรองของ WFTO

สมาชิกที่ได้รับการรับรอง (guaranteed member)	สมาชิกที่ยังไม่ได้รับการรับรอง (member)	สมาชิกชั่วคราว (provisional member)
1. Fair Trade Chiang Mai Co., Ltd. 2. Green Net Cooperative 3. Thai Tribal Crafts Fair Trade Co. Ltd.	1. Thai Craft Fair Trade Company Limited 2. WEAVE (Women's education for advancement and empowerment)	1. Lofty Bamboo 2. Soap-n-Scent 3. Y. Development Cooperation / YD Craft

ที่มา: http://wfto.com/find-supplier

ตารางที่ 6 กลุ่มผู้ผลิตรายย่อย และกลุ่มผู้ค้าในประเทศไทย ที่เข้าร่วมในขบวนการการค้าที่เป็นธรรม ภายใต้การรับรองของ FLO

ประเภทสินค้า	ชื่อกลุ่มผู้ผลิต	ชื่อกลุ่มผู้ค้า
1. ข้าว	1.1 สหกรณ์กรีนเนท จำกัด (Green Net Cooperative) 1.2 กลุ่มผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ จังหวัดอุบลราชธานี 1.3 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเอฟทีเอส จังหวัดอำนาจเจริญ 1.4 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์และแฟร์เทรดไทย (TOFTA) จังหวัดอำนาจเจริญ 1.5 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ 1.6 สหกรณ์เกษตรอินทรีย์เลิงนกทาและไทยเจริญจำกัด จังหวัดยโสธร 1.7 กลุ่มเกษตรกรทำนาบากเรือ จังหวัดยโสธร 1.8 กลุ่มเกษตรกรทำนานาโส่ จังหวัดยโสธร 1.9 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม จังหวัดยโสธร 1.10 ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง จังหวัดศรีสะเกษ 1.11 สหกรณ์เกษตรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 1.12 วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านปรือ จังหวัดบุรีรัมย์	1.1 Aden International Co., Ltd. จังหวัดกรุงเทพมหานคร 1.2 Riceland Foods Ltd. จังหวัดกรุงเทพมหานคร 1.3 Grace Bio Co., Ltd. จังหวัดกรุงเทพมหานคร 1.4 Herba Bangkok S.L. จังหวัดกรุงเทพมหานคร 1.5 K.R.S. Spicy Food จังหวัดปทุมธานี 1.6 Foodtech Solutions (Thailand) Co., Ltd. จังหวัดอำนาจเจริญ 1.7 Progressive Farmer Business Co., Ltd จังหวัดอุบลราชธานี 1.8 Thai Union Manufacturing Co. Ltd. จังหวัดเพชรบูรณ์ 1.9 Northern Food Complex Co., Ltd จังหวัดเชียงราย
2. กล้วย	2.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตกล้วยไข่และไม้ผลทุ่งเบญจา จังหวัดจันทบุรี	2.2 Blue River Products Limited จังหวัดราชบุรี

ประเภทสินค้า	ชื่อกลุ่มผู้ผลิต	ชื่อกลุ่มผู้ค้า
3. อ้อย	3.1 กลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลแฟร์เทรด นครเพชร จังหวัดกำแพงเพชร	3.1 Nakornphet Sugar Limited จังหวัดกรุงเทพมหานคร 3.2 K.R.S. Spicy Food จังหวัด ปทุมธานี 3.3 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี 3.4 Samroiyod Corporation Limited จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3.5 Northern Food Complex Co., Ltd จังหวัดเชียงราย
4. กาแฟ และโกโก้	4.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย	4.1 Doi Chaang Coffee Original Co.,Ltd. จังหวัดเชียงราย 4.2 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี
5. ผลไม้สด (ลิ้นจี่ มะม่วง เสาวรส และสับปะรด)	5.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตลิ้นจี่ขุนช่างเคียน จังหวัดเชียงใหม่ 5.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงชัยนาม จังหวัดพิษณุโลก 5.3 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเสาวรสบ้านดอกแดง เชียงใหม่ 5.4 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกสับปะรดแฟร์เทรด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 5.5 กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสับปะรดแฟร์เทรด จังหวัดตราด	5.1 Koerner Agro Export Center Co., Ltd จังหวัดกรุงเทพมหานคร 5.2 Blue River Products Limited จังหวัดราชบุรี 5.3 Dole Thailand Ltd จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 5.4 Samroiyod Corporation Limited จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 5.5 Saming Foods Corporation Ltd จังหวัดตราด
6. ผลไม้อบแห้ง	ไม่มีกลุ่มผู้ผลิต	6.1 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี
7. สมุนไพรและเครื่องเทศ (พริก, ตระไคร้, ขิง)	7.1 กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าแฟร์เทรด จังหวัดศรีสะเกษ	7.1 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี 7.2 K.R.S. Spicy Food จังหวัดปทุมธานี

ประเภทสินค้า	ชื่อกลุ่มผู้ผลิต	ชื่อกลุ่มผู้ค้า
8. น้ำผึ้ง	ไม่มีกลุ่มผู้ผลิต	8.1 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี
9. ถั่ว	9.1 Green Net Cooperative จังหวัดกรุงเทพมหานคร	9.1 Green Net Cooperative จังหวัดกรุงเทพมหานคร 9.2 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี
10. น้ำมันพืช	10.1 Green Net Cooperative จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10.2 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม จังหวัดยโสธร 10.3 ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง จังหวัดศรีสะเกษ	10.1 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี 10.2 K.R.S. Spicy Food จังหวัดปทุมธานี 10.3 Northern Food Complex Co., Ltd จังหวัดเชียงราย
11. ฝ้าย	ไม่มีกลุ่มผู้ผลิต	11.1 S&J International Enterprises Public Company Limited จังหวัดชลบุรี
12. ผัก	12.1 กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าแฟร์เทรด จังหวัดศรีสะเกษ 12.2 กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตมันสำปะหลังหนองยาง จังหวัดนครราชสีมา	12.1 K.R.S. Spicy Food จังหวัดปทุมธานี 12.2 Blue River Products Limited จังหวัดราชบุรี 12.3 Sanguan Wongse Industries Co., Ltd. จังหวัดนครราชสีมา

ที่มา: FLOCERT

ประเด็นที่น่าสังเกต คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมส่วนใหญ่ของประเทศไทยจะเป็นผลิตสินค้าประเภทข้าวหอมมะลิอินทรีย์ แต่ญี่ปุ่นไม่ใช่ตลาดสินค้าข้าวของไทย เนื่องจาก ข้าวเป็นอาหารหลักที่ญี่ปุ่นสามารถผลิตได้เอง และสามารถผลิตได้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ นอกจากนั้น คนญี่ปุ่นผลิตและบริโภคข้าวพันธุ์เฉพาะของตัวเอง ไม่นิยมที่จะบริโภคและนำเข้าข้าวพันธุ์อื่นจากประเทศอื่น ดังนั้น การขยายตลาดสินค้าการค้าที่เป็นธรรมประเภทข้าวในญี่ปุ่นจึงมีความเป็นไปได้น้อย อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ผลิตสินค้าการค้าที่เป็นธรรมในประเทศไทยก็ยังคงมีโอกาสที่จะส่งออกสินค้าการค้าที่เป็นธรรมประเภทอื่นเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นได้ โดยเฉพาะ สินค้าประเภทกาแฟ และผลไม้แปรรูปต่าง ๆ และญี่ปุ่นก็เคยนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากประเทศไทยมาแล้ว (ดูรูปที่ 18-19) เพียงแต่ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้ากาแฟ และผลไม้แปรรูปของไทย อาจจำเป็นต้องมีการทำการตลาด โดยการสร้างแบรนด์ด้วยเรื่องราว และการประชาสัมพันธ์ตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมจากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น เนื่องจาก สินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศไทยที่ถูกนำเข้าไปจำหน่ายในญี่ปุ่นยังคงมีสัดส่วนทางการตลาดน้อย ทำให้กลุ่มผู้นำเข้าสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของญี่ปุ่น และผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นยังคงไม่รู้จักสินค้าการค้าที่เป็นธรรมของประเทศไทยมากนัก

รูปที่ 18 กาแฟตราล้านนากาแฟที่ถูกเคยถูกนำเข้าไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น (ปัจจุบันไม่ได้ถูกจำหน่ายแล้ว)

ที่มา http://www.wakachiai.com/fairtrade/products/coffee/

รูปที่ 19 สับปะรดและมะม่วงแปรรูปจากบริษัท Samroiyod Food Corporation Ltd. ประเทศไทยที่ถูกนำเข้าไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

ที่มา: http://www.wakachiai.com/fairtrade/producers/samroiyod/

นอกจากขบวนการการค้าที่เป็นธรรม (fair trade movement) ซึ่งเป็นรูปแบบการค้าทางเลือกที่มีในประเทศญี่ปุ่นแล้ว ผู้เขียนประสงค์จะเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ในประเทศญี่ปุ่นยังมีรูปแบบการค้าทางเลือกอื่นที่มุ่งเน้นการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอีกหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ (organic trade) การค้าทางตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค (direct trade) และการค้าสินค้าของผู้ผลิตในท้องถิ่นให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่น (locally produce - locally consume trade) โดยเฉพาะการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ อาจเป็นรูปแบบการค้าทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่ง ที่กลุ่มผู้ผลิตไทยน่าจะมีโอกาสในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศญี่ปุ่นได้ เนื่องจาก ตั้งแต่ในปี ค.ศ. 2011 ที่ประเทศญี่ปุ่นได้รับผลกระทบจากกรณีแผ่นดินไหว และเกิดปัญหาโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ระเบิดที่เมือง Fukushima ส่งผลทำให้การผลิตทางการเกษตรในบางพื้นที่ของประเทศได้รับผลกระทบจากการปนเปื้อนของสารกัมมันตภาพรังสี ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงเริ่มไม่แน่ใจในสินค้าเกษตรและอาหารที่ผลิตในบางพื้นที่ของประเทศ ทำให้การนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารมีแนวโน้มสูงขึ้น นอกจากนี้ ในปัจจุบันเกษตรกรชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้สูงอายุ ทำให้ศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารและอัตราการพึ่งพาตนเองทางอาหารลดลง ประเทศญี่ปุ่นจึงมีแนวโน้มที่จะนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหาร

จากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ อย่างไรก็ตาม สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีโอกาสที่จะถูกนำเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทผักและผลไม้ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้เขียนมีความเห็นว่า รูปแบบการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ อาจจะเป็นรูปแบบการค้าทางเลือกที่ผู้ผลิตไทยมีแนวโน้มที่จะมีโอกาสในการทำตลาดได้มากกว่ารูปแบบการค้าที่เป็นธรรมด้วย เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นอาจมีความเต็มใจมากกว่าในการจ่ายเงินในราคาสูงให้แก่สินค้าอินทรีย์เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าการค้าที่เป็นธรรม เนื่องจาก สินค้าอินทรีย์มีความเกี่ยวข้องในเรื่องของคุณภาพของสินค้า และเป็นความต้องการของผู้บริโภคมากกว่า ในขณะที่ การซื้อสินค้าการค้าที่เป็นธรรมโดยส่วนใหญ่แล้วมีแรงจูงใจในการช่วยเหลือ (charity) มากกว่า แต่ในกรณีที่กลุ่มผู้ผลิตผักและผลไม้อินทรีย์ของไทยสามารถที่จะได้รับทั้งตรารับรองเกษตร และตรารับรองการค้าที่เป็นธรรมด้วย ก็อาจจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ผลิตไทยเพิ่มมากขึ้นไปอีกก็เป็นได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

<u>เว็บไซต์</u>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (เดือนมกราคม พ.ศ. 2557). http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/lfs57/reportJan.pdf

<u>สัมภาษณ์</u>

กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม. (26 พฤศจิกายน 2559). เลขที่ 27 หมู่ที่ 10 บ้านศิริพัฒนา ตำบลน้ำอ้อม อำเภอค้อวัง จังหวัดยโสธร. สัมภาษณ์แบบส่วนตัว

บริษัท Foodtech Solutions (Thailand) Co., Ltd. (27 พฤศจิกายน 2559). เลขที่ 152 ถนนชยางกูร ตำบลโคกกลาง อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ. สัมภาษณ์แบบส่วนตัว

ภาษาอังกฤษ

<u>หนังสือ และบทความ</u>

Committee on Fair Trade Studies. (July, 2009). *Japan's Fair Trade Market Survey Report 2008*. Institute for International trade and Investment.

Daniel Jaffee. (2007). *Brewing Justice: Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival.* University of California Press: London.

Fingal-Robinson, Chanelle. (2016). Globalization and Fair Trade Bananas in St Lucia: A Solution to Building Resilience?. In Beckford, Clinton L., Rhiney, Kevon (Eds.). *Globalization, Agriculture and Food in the Caribbean: Climate Change, Gender and Geography.* Palgrave Mcmillan: London.

Hutchens, Anna. (2009). *Changing Big Business: The Globalization of the Fair Trade Movement*. Edward Elgar Publishing Limited: Cheltenham

Nicholls, A. and Charlotte Opal. (2005). *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption.* Sage Publications: London

Raynolds, Laura T., Douglas Murray and John Wilkinson. (2007). *Fair Trade: The Challenges of Transforming Globalization*. Rutledge: London.

Stefanska, M.and RenataNestorowicz. (2015). *Fair Trade In CSR Strategy of Global Retailers.* Palgrave Macmillan: New York.

Sylla, Ndongo Samba. (2014). *The Fair trade Sandal: Marketing Poverty to Benefit the Rich.* Pluto Press: London.

<u>เว็บไซต์</u>

Agriculture and Agri-Food Canada. (2013). *Ethical Food Trend in Japan.* Retrieve from http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6473-eng.pdf

Alter Trade Japan. (n.d.). *The History of ATJ*. Retrieve from http://www.altertrade.co.jp/english/01/01_02_e.html

Center for fair and alternative trade. (2007). *"Fairtrade in Japan in Nutshell: Why and how it is so different" Koh Kitazawa.* Retrieve from http://cfat.colostate.edu/japanese-fairtrade-in-a-nutshell-why-and-how-it-is-so-different/

Eco Fashion World. (n.d.). *IFAT (The International Fair Trade Association).* Retrieve from http://www.ecofashionworld.com/Organizations/IFAT-The-International-Fair-Trade-Association.html

Fabel Naturals. (2014). *Fair Trade in Japan.* Retrieve from https://fablenaturals.com/fair-trade-in-japan/

Fair for Life. (n.d.). *Certification procedure.* Retrieve from http://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=application&lang_iso639=en

Fair Trade City Kumamoto Steering committee. (n.d.). *Activity Chronology.* Retrieve from fairtrade-kumamoto.com/

Fairtrade International. (n.d.). *History of Fairtrade.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/history-of-fairtrade.html

Fairtrade International.(2005a). *Fairtrade Standard for Small Producer Organizations.* Retrieve fromhttps://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/SPO_EN.pdf

Fairtrade International. (2005b). *Delivering Opportunities: Annual report 2004-2005.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_AR_2004_05.pdf

Fairtrade International. (2009a). *A Charter of Fairtrade Principles.* Retrieve from http://fairtrade-advocacy.org/images/Charter_of_Fair_Trade_principles_EN_v1.2.pdf

Fairtrade International. (2009b). *Fairtrade Standard for Contract Production.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/CP_EN.pdf

Fairtrade International. (2012). *Fairtrade by the Numbers.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-02_Fairtrade_ByTheNumbers_2009-11.pdf

Fairtrade International. (2014). *Strong Producers Strong Future: Annual Report 2013-2014.* Retrieve from http://www.fairtrade.org.za/uploads/files/Research/Facts_Figures/FLO_Annual_Report_2013_2014.pdf

Fairtrade International. (2011a). *Fair Trade Glossary.* Retrieve from http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf

Fairtrade International. (2011b). *Guideline for Estimating Costs of Sustainable Production.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/3.1_Guidance_COSP_EN_2011-11-21.pdf

Fairtrade International. (2015a). *Explanatory Document for the Fairtrade Standard for Hired Labour.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/EN_Explan_Doc_HL.pdf

Fairtrade International. (2015b). *Fairtrade Trader Standard.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/TS_EN.pdf

Fairtrade International. (2015c). *Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade - seventh edition 2015.* Retrieve from https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2015-Monitoring_and_Impact_Report_web.pdf

Fairtrade Japan. (n.d.). *Trends in Japan's Fair Trade certified product market.* Retrieve from http://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/000017.html

Fairtrade Resource. (n.d.). *Brief History of Fair Trade.* Retrieve from http://www.fairtraderesource.org/uploads/2007/09/History-of-Fair-Trade.pdf

Fairtrade South Africa. (n.d.). *Fairtrade Certification: How it works.* Retrieve from http://www.fairtrade.org.za/content/page/certification

Fair Trade Towns International. (n.d.). *Goals & Action Guides.* Retrieve from http://www.fairtradetowns.org/resources/goals-action-guides

Fair Trade USA. (n.d.). *Certification & Your Business.* Retrieve from http://fairtradeusa.org/certification

FLOCERT. (n.d.). *Fairtrade customer search.* Retrieve from http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fair-trade-customer-search/

Garstang Fairtrade. (n.d.) *Making Garstang a Fairtrade Town.* Retrieve from http://www.garstangfairtrade.org.uk/history/index.html

Ikegami, K. and M. Uyama. (2003). *Features and challenges of Fair Trade Movement in Japan.* Retrieve from http://fr.pekea-fr.org/Dakar/D-T/T-D-Ikegami.doc.

Ikegami, K. (2005). *Implication of Organic Agriculture Movement for Fair Trade Movement in Japan.* Retrieve from http://www.pekea-fr.org/doc/rennes2005/ikegamirennnove05.pdf.

Institute for International trade and Investment. (2009). *Japan's Fair Trade Market Survey Report 2008. Committee on Fair Trade Studies.* Retrieve from https://european-fair-trade-association.org/efta/Doc/FT-in-Japan2008.pdf.

Japan for Sustainability. (2011). *Kumamoto Accredited as Asia's First Fair Trade City.* Retrieve fromhttp://www.japanfs.org/en/news/archives/news_id031200.html

Japan for Sustainability. (October 27, 2013). *40% of Japanese Know about Fair Trade, Survey Says.* Retrieve from http://www.japanfs.org/en/news/archives/news_id034306.html

Kumamoto International Foundation. *About KIF.* Retrieve from http://www.kumamoto-if.or.jp/outline/kif.asp?LC=e&PageID=7

Kuhlmann, Heinz W. (n.d.). *Natural and Organic Lifestyle.* Retrieve from http://organicnetwork.biz/natural-and-organic-lifestyle/

Asia Nikkei. (2014). *Fair-trade champion helps bring world to Kumamoto.* Retrieve from http://asia.nikkei.com/Life-Arts/Milestone/Fair-trade-champion-helps-bring-world-to-Kumamoto

ShaplaNeer. (n.d.). *History of ShaplaNeer.* Retrieve from https://www.shaplaneer.org/english/about/history.html

Seiko, Ohashi. (n.d.) *Alternative Trade.* Retrieve from http://cca.org.hk/home/ctc/ctc94-02/7.seiko.htm

The World Fair Trade Organization. (n.d). *10 Principles of Fair Trade.* Retrieve from http://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade

The World Fair Trade Organization. (2004). *History of Fair Trade: 60 YEARS OF FAIR TRADE: A BRIEF HISTORY OF THE FAIR TRADE MOVEMENT.* Retrieve from http://wfto.com/about-us/history-wf-to/history-fair-trade

The World Fair Trade Organization. (2014). *WFTO Guarantee System Handbook: WFTO Fair Trade Standard.* Retrieve from http://wfto.com/sites/default/files/Ch-6-WFTO-Fair-Trade-Standard-draft-3.6-feb-14.pdf

World Bank. (2011). *Poverty headcount ratio at $3.10 a day (2011 PPP) (% of population).* Retrieve from http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.2DAY?locations=TH

<u>สัมภาษณ์</u>

En Shop. (June 11, 2017). Hiroshima Prefecture. Personalinterview.

Japan Fair Trade Committee (JFTC). (June 11, 2017). Kumamoto Prefecture. Personalinterview.

Kumamoto International Foundation.(June 11, 2017). Kumamoto Prefecture. Personalinterview.

LabotechCo.,Ltd. (June 13, 2017). Kumamoto Prefecture. Personalinterview.

Loveland Shop. (June 12, 2017). Kumamoto Prefecture. Personalinterview.

One Planet Paper. (June 12, 2017). Kumamoto Prefecture.Personalinterview.

พิมพ์ที่โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
โทร. 0-2218-3563 โทรสาร 0-2218-3551