



น้ำพริกฝีมือแม่ แบรนด์ในตำนาน

คอนนิจิวะ >> สวัสดีครับท่านผู้อ่าน ... ช่วงนี้กำลังเข้าสู่ฤดูใบไม้ร่วง ที่ญี่ปุ่น อากาศที่นี้เริ่มหนาว เหมือนภาคเหนือตอนบนๆ บ้านเราแล้ว ครับ :D ...นี่ก็ครบรอบหนึ่งปีแล้ว พี่ผมได้เขียนบทความมาให้ภาวสารคน สหกรณ์ในต่างแดน แต่คาดว่าผมก็ยังคงต้องทนหนาวที่นี้ ต่ออีกหนึ่งปีเพื่อสำเร็จภารกิจที่ตั้งไว้ หวังว่าผู้อ่านจะไม่เบื่อผมไปซะก่อน ช่วยกนผมกันต่อไปก่อนนะครับ -A-

เช้าวันหนึ่ง เมื่อเดือนที่แล้ว ในช่วงหน้าร้อน ผมได้มีโอกาสใช้เวลา “นอนหลับ” บนรถบัส เป็นเวลา 2 ชั่วโมง จากมหาวิทยาลัย เพื่อเดินทางไปยัง “มิชิโนะเอกิ” ถ้าจะให้เห็นภาพแล้ว ผมขอเรียกง่ายๆ ว่า “ที่พักข้างทาง” บ้านเค้า นำเข้ากับชื่อเรื่องเรามากกว่า

แดดส่องลูกตาพาให้ผมลืมตาตื่น มาหลังจากนิทราไป 2 ชั่วโมง ตื่นมาก็ได้

พบกับที่พักรถขนาดเท่าปั้มน้ำมันขนาดใหญ่บ้านเรา ที่มีซูเปอร์มาร์เกตตั้งอยู่ข้างถนน ระหว่างทางจากเมืองฮิโรชิม่า กับ เมืองชิมานะ ตัวซูเปอร์มาเกตมีทั้งผัก ผลไม้สดแปลก ๆ ที่หาซื้อตามห้างแถวบ้านไม่ค่อยจะได้ (เช่น พริก ผักบุง และ โหระพา) และรูปทรงดูไม่ค่อยจะดูรูปเหมือนเวลาที่ผมไปซื้อตามห้างแถวบ้าน รวมไปถึงผลผลิตเกษตรแปรรูป

ขนมปัง และ ไอศกรีม แต่ที่สำคัญคือ มีผู้ให้บริการอย่าง “คับคั่ง !!” แม้ว่าจะมีที่ตั้งอยู่ข้างทางอันไกลโพ้นความเจริญก็ตาม ... เดินมาซักรักก็เจอกับน้ำแอปเปิ้ล ซึ่งปกติผมจะซื้อในราคาประมาณ 200 - 300 เยน ที่นี้กลับตั้งราคาไว้ที่ 500 เยน !! แต่พบว่ามีคนซื้อจนแทบจะหยิบกันไม่ทัน เดินออกมาจากตัวซูเปอร์ เจอร้านอาหารเล็ก ๆ ร้านนี้ตั้งอยู่ข้าง ๆ กัน คนแน่นเอี้ยด -.- แถมมีสไลด์ผัดสดให้ทานได้ไม่อั้น ผมเลยจองที่นั่งไว้ เพื่อดูงานเสร็จ แล้วหิวแล้วจะได้มานั่งทานข้าวต่อ.... จองเสร็จแล้วก็เดินไปรอบๆ ก็เจอบ้านแปลก ๆ ด้านนอกเขียนไว้ว่า “ยูกิโมโระ” (บ้านหิมะ) เปิดเข้าไปก็เจอ



ช่วงฤดูใบไม้ผลิของประเทศญี่ปุ่น



มิชิโนะเอกิ:
ที่พักรถที่มี
ซูเปอร์มาเกต
ตั้งอยู่ริมถนน
ระหว่างเมือง
อิโรชิมากับเมืองชิ

(มาก) รวมกับเกษตรกรส่วนมากก็มีอายุ
ค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นผู้ที่เกษียณจาก
การทำงานประจำและใช้เวลาว่างแก่เบื้อ
โดยการปลูกผักเล็ก ๆ น้อย ๆ พื้นที่ทำ
เกษตรของเกษตรกรบ้านเค้าโดยเฉลี่ยก็
เลยเป็นพื้นที่เล็ก ๆ หากเทียบกับบ้านเรา
เกษตรกรส่วนมากก็เป็นเกษตรกรรายย่อย
สินค้าที่ผลิตได้จะนำไปขายผ่านสหกรณ์
จำเป็นต้องรวมกันกับเกษตรกรเพื่อนบ้าน

ห้องเก็บหิมะ ด้านในมีห้องเก็บของที่แช่
น้ำแอปเปิ้ลที่ผมเพิ่งเห็นเมื่อซักครู่ หลัง
จากนั้นก็เริ่มดูงานกับทางมหาวิทยาลัย
พร้อมกับคำถามในใจมากมาย

คำถามแรกคือ ทำไมที่พักรถข้าง
ถนนที่ตั้งในทำเลลักษณะนี้ กลับมีผู้มา
จ่ายตลาดผักผลไม้ได้เยอะขนาดนี้ แม้ว่า
ผักจะมีราคาถูกกว่าห้างซูเปอร์มาร์เกต
ทั่วไป แต่ลักษณะสินค้าก็ไม่ได้สวยงาม
แบบของในห้างพวกนั้น ของบางอย่าง
มีแค่ถุงสองถุง ... ฟังบรรยายไปซักพัก
ผมเลยได้คำตอบ ว่าคำตอบก็ไม่ได้แตกต่าง
กับสาเหตุที่ว่า ทำไมแม่บ้านไทยถึง
ชอบจ่ายตลาดสดมากกว่าเดินห้างเลย
ครับ คนญี่ปุ่นก็เหมือนกับคนบ้านเราครับ
อะไรถูก ๆ เยอะ ๆ ดี ๆ (ไม่ต้องคุณภาพ
ที่ 1) เค้าก็เลือกสินค้าประเภทนั้นก่อน

ครับ (เพียงแต่สินค้าแบบ
นี้ในญี่ปุ่นค่อนข้างหายาก)
... แต่ที่ฟังแล้วรู้สึกดีคือ
สินค้าที่ขายและใช้ในมิชิ
โนะเอกิแห่งนี้ทั้งหมด เป็น
ผลผลิตการเกษตรที่มาจาก
เมืองโซบาระ และเขต
เมืองทาคาโนทั้งหมด !! นั่น
แปลว่า หากคุณเข้ามาซื้อ
สินค้าที่ มิชิโนะเอกิแห่งนี้
เท่ากับคุณเป็นส่วนหนึ่งที่
ช่วยเกษตรกรในเมืองโซ
บาระนั่นเอง

อย่างที่ผมเคย
เกริ่นๆ ไว้ในบทความ
เล่มก่อนๆ ราคาที่ดินใน
ประเทศญี่ปุ่นนั้นค่อนข้างสูง



มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างคึกคักแม้ว่า
จะไกลจากเมืองมากก็ตาม





ให้ได้ขนาดที่เยอะระดับหนึ่ง อีกทั้งยังมีการกำหนดมาตรฐานที่ค่อนข้างสูง เดินทางก็ไกล และที่สำคัญ เพื่อบ้านก็ไม่ค่อยจะปลูกผักเหมือนกันด้วยซี -- ...

ด้วยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น “ที่พักร้างทาง” แห่งนี้ก็ได้ถือกำเนิดให้เกษตรกรได้มีช่องทางฝากจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น โดยมีชิโนะเอกิแห่งนี้เป็นเกษตรกรรายย่อยๆ สามารถนำสินค้าเกษตรทุกชนิด ... ขออ้ออีกครั้งครับว่า “ทุกชนิด” มาฝากขายไว้ที่มิชิโนะเอกิแห่งนี้ จะถูกเก็บค่านายหน้า 17% ของราคาสินค้าที่ขายได้ สินค้าเหลือเท่าไร เกษตรกรก็สามารถมารับคืนได้ ในเวลาที่ตกลงกันไว้ สินค้าที่ไม่สามารถขายได้ ก็จะถูกแปรรูปไว้ในร้านอาหารที่มีไว้ (โดยเฉพาะผักดองจะมีชื่อเสียงมากของมิชิโนะเอกิแห่งนี้ แม้ว่ารสชาติจะเต็มไปด้วยความเค็มของเกลือ แต่เพื่อนของผมกลับบอกว่า “เหมือนรสชาติที่แม่ทำให้ทานยามเด็ก” แกเลยชอบมาก

และดักเพิ่มซะเต็มจาน) ส่วน 83% ของราคาสินค้าที่เกษตรกรขายได้ ก็จะถูกโอนเข้าบัญชีของเกษตรกรทุกเดือน ลูกค้าส่วนมาก ก็เป็นชาวเมืองผู้อาศัยในเขตนี้ แต่คอนเซ็ปต์ที่ผมคิดว่า “โดนใจ” - - ผมมาก ซึ่งเป็นประเด็นที่ผมสนใจในวันนี้คือ สินค้าขายดีของที่พักร้างทางแห่งนี้ก็คือ การสร้างมูลค่าเพิ่ม



สินค้าจากเกษตรกรที่มามีวางจำหน่ายในมิชิโนะเอกิ

ให้กับสินค้าของเค้า เช่น ผักดอง และน้ำแอปเปิ้ล โดยการนำ แอปเปิ้ลสด สินค้าหลักที่เป็นของขึ้นชื่อของเมืองนี้ (แต่ขายไม่หมด) นำมาผลิตแปรรูปเป็นน้ำแอปเปิ้ล (อุตสาหกรรมแปรรูปภาคครัวเรือน) รวมกับการใช้ภูมิปัญญาในการเก็บรักษาคุณภาพของตัวสินค้าด้วยการนำไปเก็บรักษาอุณหภูมิในบ้านหิมะที่สร้างไว้เป็นพิเศษ ผสมเข้ากับความเข้าใจ

ในตัวผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นชาตินิยมที่ต้องการทดลองสินค้าใหม่ๆ ... ได้ออกมาเป็นน้ำแอปเปิ้ลใสในขวดที่แสนจะเดิมๆ (เน้นอีกครั้งว่า ธรรมดา) แต่สร้างมูลค่าเพิ่มจากน้ำแอปเปิ้ลธรรมดาได้สูงถึง 200 - 300% และขายดีด้วยอีก ผมมองว่าจุดนี้แหละครับ ที่เป็นประโยชน์ ที่น่าเรื่องราวครั้งนี้มาเล่าสู่กันฟัง

จุดเริ่มต้นของความสำเร็จของที่พักร้างทางแห่งนี้ มันเริ่มจากจุดง่ายๆเลยแหละครับ ค่านิยม “เราทำ เราใช้” ... ซึ่งเป็นหลักการที่ไม่แตกต่างกับสหกรณ์ของเรา เลยครับ ที่สมาชิกสวมหมวกสามใบ คือ “หมวกผู้ใช้บริการ ผู้บริหาร และผู้ได้รับผลตอบแทนของสหกรณ์” ชาวเมืองอุดหนุนสินค้าในฐานะลูกเมืองอย่างล้นหลาม ส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถดำรงธุรกิจ และเรียนรู้พัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพจนกลายมาเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านผลิตนั้นๆ เมื่อ

สินค้าได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ก็เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้ทั้งนั้นขอแค่เริ่มจากการใช้บริการจาก “คนวงใน” ก่อน เท่านั้นแหละครับ แต่ประเด็นต่อมาคือ “การสร้างมูลค่าให้กับตัวสินค้า” ครับ

ส่วนตัวผมตั้งแต่เล็กจนโต หากได้กลิ่นน้ำพริกปลาทุฟฝีมือคุณนิต (คุณแม่ของผมเองครับ) ก็เป็นต้องหิวข้าวทุกครั้ง แต่เวลาอยู่นอกบ้าน ไปหาน้ำพริกเจ้าอร่อย





การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแอปเปิ้ลที่จำหน่ายไม่หมดมาแปรรูปเป็นน้ำแอปเปิ้ล

เจ้าแล้วเจ้าเล่าที่เค้าล่ำลือว่าฝีมือสุดยอด ก็หาฝีมือแบบแม่ทานไม่ได้ และผมก็เชื่อ เหลือเกินว่าผู้อ่านหลายๆท่านก็ไม่แตกต่างกับผมหรอกมังครับ ... คำถามคือ “คุณคิดใส่อะไรลงไปใต้น้ำพริก”

ผมมีตัวอย่างซ้ำๆ จากมุมมองผู้บริโภคคนหนึ่งมาเล่าสู่กันฟังครับ

จากความที่ผมนั้นเป็นคนต้วน้อย (หน้อยๆ) ผมมักจะชอบไปเดินเที่ยวตามงานนิทรรศการ OTOP เพื่อหาอะไรแปลก ๆ ใหม่ทาน บางครั้งผมกลับพบ

ว่า อาหารที่วางอยู่แทบจะนับชนิดได้ เหลือบไปเจอร้านหนึ่ง ลูกค้านั้นร้านสินค้าจัดทำหีบห่อสวยงาม เขียนข้างกล่องว่า “Best Quality” แต่พอแกะออกมารสชาติก็ไม่ได้แตกต่างกับสินค้าชนิดเดียวกันที่ใส่ถุงก๊อบแก๊ปวางอยู่ข้างๆ เลย ... ผมมีคำถามว่า เดือนต่อมาถ้าผมเจอสินค้าชนิดนี้อีก ผมจะซื้อกินอีกรอบหรือไม่ครับ ? ผมเชื่อว่าหลายๆท่านเชื่อว่าผมคงตอบว่า “ไม่” และผมคงกลับไปซื้อสินค้าใส่ถุงก๊อบแก๊ปที่ขายข้างๆ แน่ๆ

เรื่องซ้ำๆ ที่เล่ามาแทบไม่มีอะไรต่างกับความพยายามแปรรูปสินค้าสหกรณ์ที่เราพยายามทำกันอยู่เลยครับ สินค้าสหกรณ์ในบริเวณใกล้เคียงกัน แทบไม่มีอะไรที่แตกต่างกันเลยครับ (อาจจะต่างกันที่ชื่อเสียงเรียงนาม) แต่เนื้อสินค้าแทบไม่มีอะไรที่แตกต่างกันไปเลยครับ ในมุมมองของผม คือ เราขาดส่วนผสมของ “การนำภูมิปัญญามาประยุกต์” หรือผมเรียกว่า “กลั่นไอ...น้ำพริกฝีมือแม่” ที่เปรียบเสมือนแบรนด์ในตำนานที่ไม่ต้องเปิดตำราทั้งห้องสมุด จ้างนักการตลาดมา นวัตกรรมที่อยู่ในกระบวนการผลิตที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นก็เปรียบเสมือนแบรนด์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยไม่รู้ตัวแหละครับ เหมือนกับกรณีของมิชิโนะเอกิ ที่สร้างเรื่องราวของ “น้ำแอปเปิ้ลธรรมดา” ให้กลายเป็น “น้ำแอปเปิ้ลในตำนาน” ได้อย่างง่ายดาย

.....แต่สิ่งสำคัญคือ “กลั่นไอ...น้ำพริกฝีมือแม่” ของเรา ต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน เอกลักษณ์นี้แหละครับ จะเป็นที่มาของเรื่องราว ที่เราจะใช้นำเสนอถึงความแตกต่างของตัวสินค้าเรา เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่า “ทำไมสินค้าเรา ถึงตั้งราคาแพงกว่าคนอื่น” ได้ ทั้งนี้ก็อย่าลืมนึกถึงกลุ่มเป้าหมายของเราด้วยนะครับ ว่าสินค้าเราจะเอาไปขายใคร?

วันนี้ผมสรุปเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าให้ผู้อ่าน อ่านกันจนเบื่อเลย ถ้ามีโอกาสจะเก็บเรื่องราวมาเล่าให้ฟังอีกนะครับ