

บทคัดย่อ

ในตลาดเครื่องตีประเภทแอลกอฮอล์ในญี่ปุ่นนั้นแม้ว่าจะมีสุราสมัยใหม่หลากหลายชนิดไม่ว่าจะเป็น เบียร์ บรันดี วิสกี้ ไวน์ แต่ว่าสุราพื้นบ้านอย่างเหล้าสาเกและเหล้าไซจูก็ยังคงได้รับความนิยมดีมาจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงต้องการศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้สุราพื้นบ้านญี่ปุ่นยังได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน โดยทำการศึกษาอุตสาหกรรมสุราของญี่ปุ่นในช่วง ค.ศ. 1960 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากในปี ค.ศ. 1960 เป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงผู้นำตลาดจากสุราพื้นบ้านมาเป็นเบียร์ จึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้สุราพื้นบ้านยังเป็นที่นิยมดีในช่วงเวลาดังกล่าว และจากการศึกษาแนวคิดการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัย 3 ปัจจัย คือ ความช่วยเหลือของรัฐบาล การปรับตัวของผู้ผลิตสุราพื้นบ้านญี่ปุ่น และวัฒนธรรมการดื่มสุราของคนญี่ปุ่น ดังนั้นจึงได้มุ่งเน้นศึกษา 3 ปัจจัยดังกล่าว

ผลการศึกษาพบว่าความช่วยเหลือของรัฐบาลเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญที่สุดใน 3 ปัจจัยที่ทำการศึกษา รัฐบาลให้ความช่วยเหลือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้านมาอย่างต่อเนื่อง โดยในทศวรรษที่ 1960-1970 นั้นรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการปกป้องและบ่มเพาะอุตสาหกรรมผ่านกฎหมายภาษี และกฎระเบียบในการให้ใบอนุญาตการผลิตและการจำหน่ายสุรา และต่อมาในทศวรรษ 1980 จนถึงปัจจุบันนั้นรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสุราโดยให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน การผลิต การบริหาร และการตลาด เพื่อสร้างพื้นฐานการดำเนินธุรกิจให้ผู้ผลิตสุราพื้นบ้านสามารถปรับตัวให้อยู่รอดอย่างเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต ซึ่งมีการดำเนินการตามกฎหมายส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลาง-ย่อมให้เป็นสมัยใหม่ กฎหมายการสนับสนุนการปฏิรูปการบริหารของอุตสาหกรรมขนาดกลาง-ย่อม และโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ ความช่วยเหลือดังกล่าวเป็นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตสุราพื้นบ้านขนาดกลาง-ย่อมและอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้านโดยรวม ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสุราพื้นบ้านให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

การปรับตัวของผู้ผลิตสุราพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญรองลงมาจากความช่วยเหลือของรัฐบาล เนื่องจากผู้ผลิตขนาดกลาง-ย่อมยังจำเป็นต้องพึ่งความช่วยเหลือรัฐบาลอยู่ แม้ว่าผู้ผลิตสุราพื้นบ้านขนาดใหญ่จะมีความสามารถในการปรับตัวโดยไม่ต้องพึ่งพาความช่วยเหลือของรัฐบาลก็ตาม โดยผู้ผลิตสุราพื้นบ้านขนาดใหญ่มีการดำเนินกลยุทธ์ที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เพื่อขยายตลาดกลุ่มใหม่ และการรักษาตลาดกลุ่มเดิมโดยใช้ความแตกต่างของสินค้าและการสร้างความเข้มแข็งด้านช่องทางจัดจำหน่าย ในขณะที่ผู้ผลิตขนาด

กลาง-ย่อมมีกลยุทธ์สำคัญคือการใช้เอกลักษณ์ของวัดอุทิศและวิธีการผลิตที่สืบทอดมาในท้องถิ่น ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า นอกจากการดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวบทบาทขององค์กรความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตทั้งสมาคมผู้ผลิตสุราพื้นบ้านส่วนกลางและสมาคมการผลิตสุราแห่ง ญีปุ่นต่างก็เป็นส่วนสำคัญต่อการปรับตัวของผู้ผลิตสุราพื้นบ้านให้สามารถสร้างนวัตกรรมและ ความหลากหลายในสินค้าซึ่งเป็นจุดเด่นของสุราพื้นบ้าน รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมการดื่ม สุราพื้นบ้านร่วมสมัยซึ่งทำให้มีการบริโภคสุราพื้นบ้านอย่างต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน

วัฒนธรรมการดื่มสุราของคนญี่ปุ่นนั้นมีบทบาทสำคัญรองลงมาจากความช่วยเหลือ ของรัฐบาลและการปรับตัวของผู้ผลิตสุราพื้นบ้าน เนื่องจากวัฒนธรรมการดื่มสุราของคนญี่ปุ่นเป็น ปัจจัยที่สนับสนุนความช่วยเหลือของรัฐบาลและการปรับตัวของผู้ผลิตสุราพื้นบ้านในการดำเนิน กลยุทธ์ต่างๆ โดยวัฒนธรรมการดื่มสุราในช่วงสมัยใหม่นั้นมีการแบ่งพื้นที่การอยู่ร่วมกันของ สุราพื้นบ้านและสุราสมัยใหม่ทั้งในแง่โอกาสในการดื่ม สถานที่ในการดื่ม วิธีการดื่ม อาหารที่ รับประทานร่วมกับสุรา วัฒนธรรมการดื่มสุราพื้นบ้านร่วมสมัยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือส่วนที่ เป็นวัฒนธรรมการดื่มสุราแบบดั้งเดิมซึ่งมีความผูกพันกับวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น และส่วนที่เป็น วัฒนธรรมการดื่มสุราพื้นบ้านแบบใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้สุราพื้นบ้านยังคงได้รับความนิยมบริโภคในญี่ปุ่นมาจนปัจจุบัน