



บทความวิจัย

เรื่อง การศึกษาอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า สาธารณรัฐประชาชนจีน

โดย

นางสาว กชกร แข็งขัน

รหัสนักศึกษา 05540521

เสนอ

อาจารย์ ดร.กัลยา เทียนวงศ์

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2557

ชื่อเรื่อง การศึกษาอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ประเทศจีน

ผู้วิจัย นางสาวกชกร แจ่มจัน รหัสนักศึกษา 05540521

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.กัลยา เทียนวงศ์

ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

เบียร์ชิงเต่า เป็นหนึ่งในเบียร์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน และได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในการศึกษารุ่นนี้ได้ทำการศึกษาถึงพัฒนาของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าตั้งแต่ ค.ศ. 1903 จนถึงปัจจุบันและปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าในประเทศ โดยการจัดทำแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการจัดลำดับจากปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิจัย ตลอดจนศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

ผลจากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ได้เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1903 จากการลงทุนของชาวเยอรมันและมีการเปลี่ยนผู้ครอบครองกรรมสิทธิ์หลายครั้ง จึงทำให้สถานะอุตสาหกรรมเบียร์ไม่มีเสถียรภาพ จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1949 อุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่ามีอัตราการผลิตโตอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่ามากที่สุด คือ ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ เนื่องจากน้ำที่ใช้ในการผลิตคือ น้ำจากเทือกเขาเหลาซานของมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า จึงทำให้เบียร์ชิงเต่ามีรสชาติที่แตกต่างจากเบียร์ยี่ห้ออื่น จากการศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าพบว่า เบียร์ชิงเต่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีคุณค่าทางสารอาหาร และเป็นเครื่องดื่มที่มีหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ที่ทำให้เบียร์ชิงเต่าเป็นเบียร์ที่ได้รับความนิยมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

คำสำคัญ

เบียร์ชิงเต่า ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
คำสำคัญ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
วิธีการวิจัย	3
ทบทวนวรรณกรรม.....	3
ผลการวิจัย	6
การศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าในประเทศจีน	6
การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งโรงงานเบียร์ชิงเต่า	21
การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า	35
สรุปและอภิปรายผล	42
ปัญหาและอุปสรรค	43
ข้อเสนอแนะ	43
อ้างอิงและภาคผนวก	44
เอกสารอ้างอิง	44
กิตติกรรมประกาศ	47

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต่าจากผู้ประกอบการของ อุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต่า	21
1 (ต่อ)	การจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต่าจากผู้ประกอบการของ อุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต่า	22

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 นครเมโสโปเตเมีย ในสมัยก่อนคริสตกาล	6
ภาพที่ 2 ภาพสลักบนแผ่นหินของสาวสุเมเรียน	7
ภาพที่ 3 กษัตริย์ฮัมมูราบี (Hammurabi)	7
ภาพที่ 4 หลักฐานการทำเบียร์ของชาวอียิปต์ในสมัยโบราณ	7
ภาพที่ 5 ลักษณะการดื่มเบียร์ของชาวอียิปต์โบราณ	8
ภาพที่ 6 การกลั่นเบียร์ยุคแรกในประเทศเยอรมนี	9
ภาพที่ 7 อุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าแห่งแรกที่มีการผลิตเบียร์ชิงเต่า	10
ภาพที่ 8 ขั้นตอนการบรรจุเบียร์ชิงเต่าของแรงงานในยุคแรก	10
ภาพที่ 9 เบียร์ชิงเต่าประเภท Light Beer	13
ภาพที่ 10 เบียร์ชิงเต่าประเภท Black Beer	14
ภาพที่ 11 เบียร์ชิงเต่าประเภท Dark Beer	14
ภาพที่ 12 เบียร์ชิงเต่าประเภท Ice Beer	14
ภาพที่ 13 เบียร์ชิงเต่าประเภท Dry Beer	15
ภาพที่ 14 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร	15
ภาพที่ 15 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร	15
ภาพที่ 16 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋อง รุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร	16
ภาพที่ 17 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 640 มิลลิลิตร	16
ภาพที่ 18 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 550 มิลลิลิตร	16
ภาพที่ 19 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋อง รุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 500 มิลลิลิตร	16
ภาพที่ 20 เบียร์ชิงเต่า TSINGTAO LUXURY SERIES ขนาด 450 มิลลิลิตร	17
ภาพที่ 21 เบียร์ชิงเต่า TSINGTAO BEER PREMIUM ขนาด 296 มิลลิลิตร	17
ภาพที่ 22 เบียร์ชิงเต่า TSINGTAO BEER PREMIUM ขนาด 480 มิลลิลิตร	17

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 24 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO LIGHT SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร	18
ภาพที่ 25 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO DRAFT SERIES ขนาด 640 มิลลิลิตร	18
ภาพที่ 26 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋องรุ่น TSINGTAO DARK SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร	19
ภาพที่ 27 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO DARK SERIES ขนาด 335 มิลลิลิตร	19
ภาพที่ 28 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋อง รุ่น LAOSHAN SERIES ขนาด 600 มิลลิลิตร	19
ภาพที่ 29 เบียร์ชิงเต่ารุ่น LAOSHAN SERIES ขนาด 600 มิลลิลิตร	20
ภาพที่ 30 ที่ตั้งของเมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ประเทศจีน	22
ภาพที่ 31 เส้นทางจากโรงงานเบียร์ชิงเต่าไปยังแหล่งวัตถุดิบน้ำจากเทือกเขาเหลาซาน	23
มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	
ภาพที่ 32 ที่ตั้งของท่าเรือ 4 แห่งของเมืองชิงเต่า ประเทศจีน	24
ภาพที่ 33 ท่าเรือต้ากัง (Dagang Port) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	24
ภาพที่ 34 ท่าเรือเฉียนกัง (Qiangang Port) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	25
ภาพที่ 35 ท่าเรือน้ำมันหวงเต่า (Huangdao Oil Port Area) เขตมณฑลซานตง	25
เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	
ภาพที่ 36 ดงเจียโข่ว (Dongjiakou Port Area) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	26
ภาพที่ 37 ถนนสายหลักของเมืองชิงเต่า บนแผนที่เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	26
ภาพที่ 38 แสดงแหล่งที่ตั้งของตลาดที่มีการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต่า มณฑลซานตง	27
เมืองชิงเต่า ประเทศจีน	
ภาพที่ 39 หม้อต้มเบียร์ขนาดใหญ่ของบริษัท Jinan Humber Equipment Technology	30
ที่ใช้ในการผลิตเบียร์ชิงเต่า	
ภาพที่ 40 แสดงระยะทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าถึงสนามบินนานาชาติเมืองชิงเต่า	31
ประเทศจีน	
ภาพที่ 41 แสดงเส้นทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าไปยังแหล่งปลูกคอกฮ็อพ	33

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 42 สัญลักษณ์สีแดงแสดงแหล่งปลูกดอกฮ็อพของบริษัท Yasheng Group ที่ใช้เป็นวัตถุดิบใน กระบวนการผลิตเบียร์ชิงเต่า ที่มณฑลกานซู เมืองจีววน เขตชูโจว ประเทศจีน	34
ภาพที่ 43 มอลต์ (Malt) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์	35
ภาพที่ 44 ฮ็อพ (Hops) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์	35
ภาพที่ 45 น้ำ (Water) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์	36
ภาพที่ 46 ยีสต์ (Yeast) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์	36
ภาพที่ 47 วัตถุดิบอื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์	36
ภาพที่ 48 กระบวนการการผลิตเบียร์ ตั้งแต่กระบวนการขึ้นต้น ถึง กระบวนการขึ้นสุดท้าย	37

1. บทนำ

เบียร์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดแรกที่เกิดขึ้นในอารยธรรมลุ่มแม่น้ำไนล์ ตั้งแต่ยุคก่อนคริสตจักร หรือราว 6,000 ปีมาแล้ว และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปัจจุบัน โดยเริ่มต้นจากประเทศในภูมิภาคยุโรป ที่มีวัฒนธรรมการบริโภคเบียร์มาอย่างยาวนาน และมีการผลิตเบียร์กันอย่างแพร่หลาย จึงนับได้ว่าประเทศในแถบภูมิภาคนี้ ถือเป็นต้นกำเนิดของกรรมวิธีการผลิตเบียร์ ตลอดจนรสชาติที่มีความโดดเด่น จึงทำให้เบียร์เริ่มกลายเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง

ปัจจุบัน เบียร์ ได้กลายเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายที่ไม่ใช่เฉพาะในภูมิภาคยุโรปเท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมในภูมิภาคเอเชียอีกด้วย โดยประเทศที่นิยมบริโภคเบียร์มากที่สุดคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีอัตราการบริโภคเบียร์มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว, 2556) โดยคิดเป็นร้อยละ 80 ของเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ที่ผลิตได้ทั้งหมดภายในประเทศ เป็นผลให้ตลาดเบียร์มีอัตราการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นถือเป็นตลาดเกิดใหม่ของธุรกิจเบียร์เมื่อเทียบกับประเทศในทวีปยุโรปที่มีการผลิตและบริโภคเบียร์มาอย่างยาวนาน แต่เนื่องจากอัตราการบริโภคเบียร์ที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีของประชากรจีนนั้น ส่งผลทำให้สาธารณรัฐประชาชนจีนได้กลายเป็นผู้ผลิตเบียร์อันดับหนึ่งของโลก และเป็นตลาดเบียร์ที่ใหญ่อันดับ 2 รองจากประเทศสหรัฐอเมริกา (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว, 2556) ด้วยสาเหตุเหล่านี้ จึงทำให้บริษัทผู้ผลิตเบียร์จากต่างประเทศสนใจเข้ามาลงทุนและจัดจำหน่ายตลาดเบียร์ที่นี้เพิ่มมากขึ้นและเกิดเป็นเบียร์ยี่ห้อต่างๆ มากมาย แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะเกิดบริษัทเบียร์ต่างประเทศเพิ่มขึ้นมากมาย แต่ปัจจุบันบริษัทเบียร์ที่ยังคงได้รับความนิยมทั้งในและนอกประเทศยังคงเป็นเบียร์ท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อว่าเป็นเบียร์ที่เก่าแก่ที่สุด นั่นคือ เบียร์ชิงเต่า โดยผู้ผลิตเบียร์ชิงเต่าหรือ Tsingtao Brewery มีการผลิตเบียร์เพื่อส่งออกประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ตลอดจนมีส่วนแบ่งในการส่งออกมากกว่า ร้อยละ 50 ของยอดส่งออกเบียร์ทั้งหมดของสาธารณรัฐประชาชนจีน (วารสารส่งเสริมการลงทุน, 2003) ซึ่งนอกจากบริษัทชิงเต่าจะเป็นผู้ผลิตเบียร์ท้องถิ่นรายใหญ่ที่สุดของสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้ว เบียร์ชิงเต่ายังถือเป็นเบียร์จากภูมิภาคเอเชียที่ขายดีที่สุดในตลาดเบียร์ของประเทศสหรัฐอเมริกาอีกด้วย (สำนักข่าวสารออนไลน์, 2553)

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาถึงพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าในประเทศจีนตลอดจน

โครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่าเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการผลิตเบียร์ของประเทศไทยต่อไป

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์เมืองชิงเต่าในประเทศจีน
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าในประเทศจีน
- 3) เพื่อศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

1.2 วิธีการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง อุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ผู้วิจัยจะกล่าวถึงขั้นตอนการศึกษาและวิธีการดำเนินงานวิจัย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยศึกษาการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน ด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า และศึกษาพื้นที่สภาพแวดล้อมโดยรอบของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าหลังจากมีการก่อตั้งอุตสาหกรรม ตลอดจนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า นั้นได้ทำการรวบรวมปัจจัยที่เกิดขึ้นกับที่ตั้งอุตสาหกรรมเพื่อนำปัจจัยมาตั้งเป็นแบบสอบถามและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า อีกทั้งรวบรวมข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์จากหนังสือ ตำรา สารนิพนธ์ บทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ประเทศจีน และศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ตั้งอุตสาหกรรม โดยใช้สื่อออนไลน์ในการศึกษาจากเว็บไซต์ Google Earth เพื่อนำมาใช้พิจารณาปัจจัยทางที่ตั้งของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน

1.3 การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าประเทศจีนสามารถแบ่งเอกสารและงานวิจัยออกเป็น 1) ทฤษฎีที่ตั้งที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า 2) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรม และ 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์

1.3.1 ทฤษฎีที่ตั้งที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

- 1) ทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรมของ Alfred Weber เรื่อง จุดหรือตำแหน่งที่มีค่าขนส่งรวมต่ำสุด

อัลเฟรดเวเบอร์ (Alfred Weber) นักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมันเป็นคนแรกที่สร้างทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรมขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1909 (Smith, David M., 1971) เวเบอร์ได้กล่าวไว้ว่า “โรงงานอุตสาหกรรม” (Manufacturing

Plants) จะตั้งอยู่ ณ “จุด” (Point) หรือ “ตำแหน่ง” ที่มี “ค่าขนส่งรวมต่ำสุด” (Total transport costs minimized.) (Lloyd and Dicken, 1972)

2) ทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรมของ Melvin Greenhut เรื่อง ปัจจัยทางด้านต้นทุน

เมลวินกรีนฮัท เริ่มด้วยการระบุว่า วัตถุประสงค์ของทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรม คือ การอธิบายว่าทำไมปัจจัยที่ตั้งตัวใดตัวหนึ่ง จึงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมบางประเภท แต่ไม่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น และทำการพิจารณาทฤษฎีกลุ่มต้นทุนและกลุ่มความเกี่ยวเนื่องด้านที่ตั้งอย่างละเอียด และพยายามผสมผสานทั้ง 2 กลุ่มเข้าด้วยกัน โดยมุ่งเน้นค่าขนส่งต่ำสุด กับทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรมที่เน้นการพึ่งพากันทางที่ตั้งเข้าเป็นทฤษฎีเดียวซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยต้นทุน (Cost Factor) และปัจจัยอุปสงค์ (Demand Factor) ดังนั้นทฤษฎีของกรีนฮัท

3) ทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรมของ Gorge Renner เรื่องการเข้าถึงปัจจัยในการผลิต

จอร์จเรเนอร์ เน้นการศึกษาสภาพความเป็นจริงต่างๆ ในการศึกษาการวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรม ได้เสนอว่า อุตสาหกรรมมีแนวโน้มที่จะตั้งอยู่ ณ จุดที่มีความสะดวกในการเข้าถึงส่วนประกอบของการผลิต ซึ่งกำหนดไว้ 6 ปัจจัยได้แก่ วัตถุดิบ ตลาด แรงงาน การขนส่ง ทุนและพลังงาน หากส่วนประกอบของการผลิตทั้งหมดปัจจัยนี้อยู่ใกล้เคียงกัน การพิจารณาที่ตั้งอุตสาหกรรมก็จะพิจารณาได้ง่าย แต่ถ้าปัจจัยในการพิจารณาที่ตั้งอุตสาหกรรมทั้งหมดปัจจัยอยู่กระจัดกระจาย การพิจารณาแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมก็จะทำได้ยากขึ้น จากปัจจัยต่างๆทั้งหมดปัจจัย เรเนอร์ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการขนส่ง ที่เป็นตัวกำหนดที่ตั้งอุตสาหกรรม ณ จุด หรือตำแหน่งที่มีความสะดวกในการเข้าถึงของปัจจัยทั้ง 6 ประการ (ภานุภัทร เทพประชา, 2546)

1.3.2 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรม

จากการศึกษาและวิจัยของ วิชัยศรีคำ (2552) เรื่อง การวิเคราะห์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย พบว่าประเภทอุตสาหกรรมอาหารมีหลากหลายประเภทโดยสามารถแบ่งออกได้ 5 สาขาและ 10 โครงสร้างการผลิตของภาคการเกษตรที่สำคัญโดยในบรรดาอุตสาหกรรม 10 กลุ่มดังกล่าวเป็นอุตสาหกรรมอาหารถึง 7 กลุ่ม โดยดังกล่าวจะตั้งโรงงานอยู่บริเวณแหล่งวัตถุดิบ เช่น อุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งวัตถุดิบของจังหวัดที่ปลูกผลไม้ เช่น อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องจะตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุดและอุตสาหกรรมลิ้นจี่และลำไยกระป๋องจะตั้งอยู่ในบริเวณภาคเหนือซึ่งมีการเพาะปลูกมาก จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยเรื่องของวัตถุดิบ

1.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์

จากการศึกษาและวิจัยของ สุรภี คุปตารักษ์ (2547) เรื่อง อุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศไทย จากการพบว่า อุตสาหกรรมเบียร์เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ประสบความสำเร็จ และมีกำลังการผลิตที่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ รวมถึงกำลังการผลิตที่จำหน่ายสินค้าส่งไปยังต่างประเทศอีกด้วย โดยความต้องการบริโภคเบียร์ของประชากรในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 16 ต่อปี โดยมีปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 24 ต่อปี ซึ่งการค้าเบียร์ภายในประเทศนี้มีลักษณะแบบ ผู้แข่งขันน้อยราย ผู้ผลิตจึงอาจกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์เบียร์ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากผู้ผลิตที่ครองตลาดเบียร์มีเพียง 2 รายเท่านั้น นั่นคือเบียร์ตราสิงห์ของบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดยมีการครองตลาดมากที่สุดถึงร้อยละ 90 ภายในประเทศ และอีกร้อยละ 10 ก็คือบริษัทไทยอมฤตบริวเวอรี่ จำกัด ผู้ผลิตเบียร์เองมักประสบปัญหาเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่มีราคาเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้ต้นทุนในการผลิตเบียร์เพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้ราคาเบียร์สูงขึ้นตามไปด้วย และอาจมีผลทำให้ความต้องการบริโภคเบียร์น้อยลง

2. ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง การศึกษาอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่า สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อคือ 1) การศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่าในประเทศจีน 2) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่าในประเทศจีน และ 3) การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่า โดยผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่า ในประเทศจีน

ในการศึกษาพัฒนาการดังกล่าวประกอบไปด้วยหัวข้อต่างๆ คือ ประวัติความเป็นมาของเบียร์โลก ประวัติความเป็นมาของเบียร์ในประเทศจีน และพัฒนาการของเบียร์ซึ่งเต่า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของเบียร์

ในการศึกษาประวัติความเป็นมาของเบียร์ ได้มีการศึกษาตั้งแต่จุดกำเนิดและวัฒนธรรมในการดื่มเบียร์ ตลอดจนหลักฐานและข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่ถูกรื้อค้นพบ โดยจะสามารถศึกษาพัฒนาการของเบียร์ในแต่ละช่วงเวลา ตั้งแต่สมัย 6,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึงปัจจุบัน

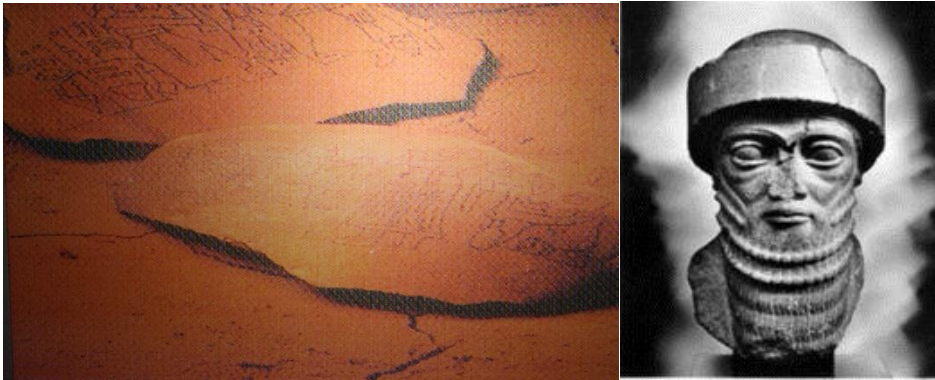
สำหรับประวัติความเป็นมาของเบียร์นั้น ได้มีพัฒนาการตั้งแต่ ในสมัย 6,000 ปีก่อนคริสตกาล ยุคเมโสโปเตเมีย (Mesopotamia) จากการค้นพบกรรมวิธีการหมักเบียร์โดยบังเอิญจากการหมักข้าวและขนมปัง ของชาวซูเมเรียน ที่อาศัยอยู่ในลุ่มแม่น้ำไทกริส-ยูเฟรติส ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 นครเมโสโปเตเมีย ในสมัยก่อนคริสตกาล

ในช่วงเวลา 4,000 ก่อนคริสตกาล ชาวซูเมเรียนมีการทำพิธีสวดขอพรแก่เทพเจ้า หรือที่เรียกว่า "Hymn to Ninkasi" ตามความเชื่อของชาวซูเมเรียน ซึ่งการสวดนี้ถูกนำไปใช้สำหรับการทำเบียร์ในช่วงเวลานั้น โดยรายละเอียดของกระบวนการทำเบียร์มีตั้งแต่ การเลือกข้าวบาร์เลย์ การหมักตลอดจนขั้นตอนการหมักบ่มต่างๆ จนกลายเป็นเบียร์ หรือที่ชาวซูเมเรียน เรียกว่า น้ำอมฤต โดยกระบวนการทำเบียร์จะถูกแกะสลักเป็น

ภาษาซูเมเรียนไว้บนแผ่นโบราณ ตามข้อบัญญัติที่บังคับใช้ของกษัตริย์ฮัมมูราบี (Hammurabi) แห่งแคว้นบาบิโลเนียน



ภาพที่ 2 ภาพสลักบนแผ่นหินของชาวซูเมเรียนเกี่ยวกับ ภาพที่ 3 กษัตริย์ฮัมมูราบี (Hammurabi) กรรมวิธีการผลิตเบียร์

ในช่วง 2,000 ปีก่อนคริสตกาล จักรวรรดิของชาวซูเมเรียนได้ล่มสลายลง จึงทำให้ชาวบาบิโลเนียนขึ้นเป็นผู้ปกครองนครเมโสโปเตเมียต่อจากชาวซูเมเรียน และวัฒนธรรมต่างๆ ของชาวซูเมเรียนได้ถูกส่งต่อมายัง ชาวบาบิโลเนียน รวมถึงกรรมวิธีการผลิตเบียร์ จากหลักฐานพบว่า ในช่วงเวลานี้มีการค้นพบพืชชนิดหนึ่งชื่อว่า "ฮ็อพ (Hops)" ที่ถูกผสมลงไปเบียร์ทำให้มีรสชาติขม กลิ่นหอมชวนดื่ม และยังทำให้สามารถเก็บเบียร์ไว้ได้นานขึ้น โดยชาวบาบิโลเนียนยุคนี้สามารถผลิตเบียร์ได้มากถึง 20 ชนิด โดยแต่ละชนิดมีรสชาติที่แตกต่างกันออกไป และถูกส่งต่อไปยังหลายพื้นที่ในประเทศอียิปต์ ซึ่งชาวอียิปต์สามารถพึ่งพากรรมวิธีการผลิตเบียร์แบบท้องถิ่น โดยใช้ส่วนผสมเป็นขนมปังที่ไม่ผ่านการอบในการผลิตเบียร์ และใช้วันเวลาในการกำหนดคุณภาพและรสชาติของเบียร์



ภาพที่ 4 หลักฐานการทำเบียร์ของชาวอียิปต์ในสมัยโบราณ

ต่อมาในช่วงประมาณ 1728-1686 ปีก่อนคริสตกาลในประเทศอียิปต์ เริ่มมีการทำเบียร์ จากข้าวบาร์เลย์ โดยนำเมล็ดข้าว (Grain) มาเพาะให้รากงอก และอบแห้ง จากนั้นบดให้ละเอียดแบบหยาบๆ ใส่ในถังผสมกับ ดอกฮ็อพ (Hops) แล้วเติมน้ำลงไปผสมหมักกับยีสต์ที่เป็นเชื้อรา ส่วนที่เหลือที่ได้จากแป้งที่ทำขนมปัง ที่ทิ้งไว้ข้ามคืน อากาศที่ร้อนในอียิปต์ทำให้เกิดกระบวนการที่เปลี่ยนแป้งเป็นน้ำตาล และเกิดแอลกอฮอล์มีการ ตกตะกอน จากนั้นจะกรองเอาแต่น้ำมาดื่ม โดยใช้กรรมวิธีการหมักคล้ายกับการทำไวน์ การดื่มเบียร์ของชาว อียิปต์ในยุคนี้ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง



ภาพที่ 5 ลักษณะการดื่มเบียร์ของชาวอียิปต์โบราณ

หลังจากที่ประเทศอียิปต์ประสบความสำเร็จและเจริญรุ่งเรืองโดยชาวกรีกและโรมัน เบียร์ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในจักรวรรดิโรมันก่อนที่จะมีการนำเข้าไวน์มายังกรุงโรม หลังจากนั้นไวน์กลายเป็น เครื่องที่พระเจ้าเบ็คคัส ซึ่งเป็นผู้ปกครองในสมัยนั้น โปรดปรานเป็นอย่างมาก จึงทำให้เบียร์ถูกลดความนิยม ลงและมีคำสั่งให้มีการผลิตเฉพาะนอกเขตพระราชวังเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามสำหรับชาวโรมันแล้ว เบียร์ ยังคงเป็นเครื่องดื่มที่ตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี

ในช่วง 5,000 ปีก่อน เริ่มจากประเทศอียิปต์ ที่ใช้เบียร์เพื่อเป็นค่าตอบแทน หรือรางวัล สำหรับการ ทำงานก่อสร้างพีระมิด จนกระทั่งการทำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เผยแพร่ไปยังภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย เปอร์เซีย กรีก-โรมัน ตามบันทึกของชาวโรมัน เบียร์ ถือเป็นเครื่องดื่มที่ สักดิ์สิทธิ์ ใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ โดยเฉพาะในยุโรปด้วยกัน พวกนักบวชในคริสตจักรใช้เบียร์ เพื่องานพิธีกรรม

ในช่วงศตวรรษที่ 15 พบว่า วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้ผลิตเบียร์ เริ่มมีปริมาณลดน้อยลง เนื่องจากผลกระทบ จากสภาพธรรมชาติทำให้การเก็บเกี่ยวข้าวบาร์เลย์ และดอกฮ็อพได้น้อย จึงเริ่มมีการใช้ธัญพืชชนิดอื่นแทน



ภาพที่ 6 การกลั่นเบียร์ยุคแรกในประเทศเยอรมนี

ในปี ค.ศ. 1516 จึงมีการตั้งกฎแห่งความบริสุทธิ์ (Purity Law) ขึ้นในประเทศเยอรมัน เพื่อกำหนดให้ ผู้ผลิตเบียร์ ต้องใช้เฉพาะข้าวมอลต์ ดอกฮ็อพ และน้ำ เท่านั้น สำหรับผลิตเบียร์ เพื่อรักษามาตรฐาน และ คุณภาพ รวมถึงควบคุมราคาด้วย และหลักการนี้ยังใช้จนถึงทุกวันนี้ กฎดังกล่าวนี้ ไม่ได้กำหนดบังคับใช้ใน ประเทศอื่นด้วย ดังนั้นจึงอาจจะมีการนำเอา ข้าวเจ้า ข้าวโพด มัน หรือน้ำตาลมาใช้เป็นส่วนผสมปนกับข้าว มอลต์ด้วย ในการผลิตเบียร์

2.1.2 ประวัติอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศจีน

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า ประเทศจีนได้เริ่มมีการผลิตเบียร์ตั้งแต่ 7,000 ปีก่อนคริสตกาล โดยชาวบ้านในหมู่บ้านเริ่มมีการผลิตเบียร์จากข้าว น้ำผึ้ง องุ่น และผลไม้ต่างๆ ทำให้เริ่มมีการบริโภคเบียร์ นับตั้งแต่ตอนนั้นเป็นต้นมา แต่เมื่อเวลาผ่านไป ความนิยมของเบียร์เริ่มลดลงและถูกแทนที่โดยเหล้า ฮวนจิ่ว (HUANJIU) จึงทำให้การบริโภคเบียร์ลดลง จนกระทั่งในศตวรรษที่ 19 ได้มีการก่อตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ขึ้น ที่เมืองฮาร์บิน โดยอุตสาหกรรมแห่งนี้ประกอบไปด้วยวัสดุและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ที่ใช้ในกระบวนการผลิต เบียร์ ตลอดจนวัตถุดิบที่สำคัญ เช่น ข้าวเจ้า ข้าวฟ่าง และข้าวบาร์เลย์ โดยมีเบียร์บางชนิดที่ใช้ผลมะระ เป็น ส่วนประกอบที่ให้รสชาติความขมของเบียร์แทนดอกฮ็อพที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในปัจจุบัน

โดยในปัจจุบัน ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีการบริโภคเบียร์มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยใน ปี ค.ศ. 2012 มีอัตราการบริโภคถึง 5 หมื่นลิตร อีกทั้งยังเป็นประเทศผู้ผลิตเบียร์อันดับ 1 ของโลกอีกด้วย ซึ่ง ในภูมิภาคต่างๆของประเทศมีเบียร์ท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อของตนเอง

2.1.2 พัฒนาการของเบียร์ชิงเต่าในประเทศจีน

บริษัทเบียร์ชิงเต่า ตั้งอยู่ในเมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศจีน ซึ่งต้น กำเนิดหรือที่มาของชื่อเบียร์ชิงเต่านี้ มาจากชื่อเมืองที่ผลิต โดยอุตสาหกรรมเบียร์แห่งนี้มีเรื่องราวทาง

ประวัติศาสตร์มากมายก่อนที่จะเกิดเป็นเบียร์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในระดับโลก ซึ่งสามารถศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเบียร์ชิงเต่า ในแต่ละช่วงเวลาได้ดังนี้



ภาพที่ 7 อุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าแห่งแรกที่มีการผลิตเบียร์ชิงเต่า

วันที่ 15 สิงหาคม ค.ศ. 1903 โรงงานเบียร์ชิงเต่าก่อตั้งขึ้นจากการลงทุน 400,000 มาร์ค ของพ่อค้าชาวเมืองเบียร์ ประเทศเยอรมนี ร่วมกับพ่อค้าชาวอังกฤษ โดยใช้ชื่อว่า บริษัทเบียร์เยอรมันิสเชส (Germanisches) แห่งเมืองชิงเต่าจำกัด และใช้เทคโนโลยีการหมักบ่มและวัตถุดิบจากประเทศเยอรมนี กิจการของพวกเขาดำเนินไปได้เพียง 13 ปี ได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 1

ค.ศ. 1916 โรงงานผลิตเบียร์แห่งนี้จึงถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของทหารญี่ปุ่นภายในระยะเวลา 29 ปี และเปลี่ยนชื่อเป็น อุตสาหกรรมผลิตเบียร์ไคนิปปอน คอร์เปอเรชั่น จนกระทั่งเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 จนประเทศญี่ปุ่นแพ้สงคราม



ภาพที่ 8 ขั้นตอนการบรรจุเบียร์ชิงเต่าของแรงงานในยุคแรก

ในปี ค.ศ. 1947 อุตสาหกรรมแห่งนี้ถูกยึดครองโดยรัฐบาลก๊กมินตั๋ง ของประเทศจีน และมีการนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเบียร์จากต่างประเทศ และใช้น้ำจากเทือกเขาเหลาซานในมณฑลชานตง เมืองชิงเต่า จนต่อมาเกิดสงครามเกาหลี และเกิดการถูกคว่ำบาตรจากประเทศตะวันตก ทำให้การผลิตเบียร์จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบภายในประเทศ เนื่องจากไม่สามารถนำเข้าสินค้าได้ รัฐบาลจึงสนับสนุนให้เกษตรกรในมณฑลชานตงเก็บเกี่ยววัตถุดิบที่จำเป็นด้วยตนเอง ซึ่งรัฐบาลได้ให้สิทธิประโยชน์แก่เกษตรกร เช่น เมล็ดพันธุ์ฟรี เพื่อให้ประเทศบรรลุเป้าหมายในกระบวนการผลิต

ในช่วงเวลานี้เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำลงถึงขีดสุด ทำให้ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต รวมถึงน้ำมันเชื้อเพลิง จึงทำให้มีความจำเป็นต้องลดกำลังการผลิตลงจากกำลังการผลิตเดิมที่ 28,000 ตัน เหลือเพียง 1,200 ตันต่อปีเท่านั้น จนกระทั่งทหารของพรรคคอมมิวนิสต์มีชัยชนะเหนือพรรคก๊กมินตั๋ง ในเมืองชิงเต่า เมื่อปี ค.ศ. 1949 และยึดอุตสาหกรรมเบียร์แห่งนี้เป็นวิสาหกิจของรัฐอย่างเต็มตัว จึงทำให้สถานการณ์ของการผลิตเบียร์เริ่มดีขึ้น และมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1959 เบียร์ชิงเต่าได้กลายเป็นเบียร์ยี่ห้อแรกของประเทศจีน ที่มีกำลังการผลิตเกิน 100,000 ตัน และเพิ่มมากขึ้นถึง 240,000 ตันต่อปี เบียร์ชิงเต่า ได้รับยกย่องให้เป็นเบียร์แห่งชาติยี่ห้อเดียวของจีน และเป็นต้นแบบของอุตสาหกรรมนี้บนแผ่นดินใหญ่เรื่อยมาจนปัจจุบัน

ในปี ค.ศ. 1990 เบียร์ชิงเต่าได้มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากสแตนเลส มาเป็นการใส่ถุงพลาสติก เพื่อทำให้เกิดเป็นประเพณีและความพิเศษในการดื่มเบียร์ชิงเต่าสำหรับลูกค้า จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1993 อุตสาหกรรมผลิตเบียร์แห่งนี้ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง เมื่อต้องปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ โดยเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทเบียร์ชิงเต่าจำกัด และเข้าสู่ตลาดทุนเป็นครั้งแรก ด้วยการปรากฏตัวทั้งในตลาดหลักทรัพย์เซี่ยงไฮ้และฮ่องกง และเมื่อประเทศจีนเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) เบียร์ชิงเต่าได้ใช้โอกาสนี้ เป็นพันธมิตรกับอันเฮาเซอร์ บุษ ผู้ผลิตเบียร์ บัคไวเซอร์ จากสหรัฐอเมริกา และมียอดขายส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปี ค.ศ. 2013

ปี 2013 ในอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศชะลอตัว ฉากหลังของชิงเต่าเบียร์เน้นทรัพยากรการขายตลาดขยายส่วนแบ่งตลาด และขอการจำหน่ายเบียร์ยังคงเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้ตระหนักถึงยอดขายเบียร์ตลอดทั้งปี จาก 870 ล้านลิตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.14 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 17.19 ตลอดจนตระหนักถึงรายได้ทั้งปีที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.73 และความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.20

ปัจจุบัน เบียร์ซึ่งแต่ได้มีการส่งออกไปยังหลายประเทศทั่วโลก เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ส่องกง และเกาะมาเก๊า และอีกหลายภูมิภาคทั่วโลก โดยเป็นเบียร์ประเทศจีนที่มีการจัดจำหน่ายมากที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา

2.1.3 ประเภทของเบียร์ในประเทศจีน

ในประเทศจีนมีการจำหน่ายเบียร์อย่างกว้างขวางทั่วทุกภูมิภาค โดยมีทั้งเบียร์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและเบียร์ที่ผลิตขึ้นเองในท้องถิ่น ซึ่งเบียร์แต่ละชนิดสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท โดยประเภทของเบียร์แต่ละยี่ห้ออื่นมีรายละเอียดดังนี้

1) เอล (Ales) เป็นเบียร์ที่มีสีเข้ม รสชาติเข้มข้น รสขมกว่าและคิกที่สูงกว่าลาเกอร์เบียร์ โดยทั่วไปคือ มีคิกประมาณ 5.5 -6.5 % โดยน้ำหนัก และหมักโดยใช้อุณหภูมิสูง

2) บิทเทอร์ เอล (Bitter Ale) เบียร์ประเภทนี้มีจุดเด่นที่ทำให้แตกต่าง จากเพลเอล (Pale Ale) ชนิดอื่นคือ ความขมของดอกฮ็อพและกลิ่นของดอกฮ็อพ ด้วยเหตุที่เกี่ยวข้องกับความขมของฮ็อพนี้ ในสหราชอาณาจักร จึงเรียกว่า บิทเทอร์ (Bitter)

3) สเตาต์เบียร์ (stout beer) ลักษณะเด่นของ Stout คือ มีรสชาติเข้มข้นที่สุด และมีฟองเข้มข้น มีกลิ่นหอมและรสชาติขมเล็กน้อยจนถึงขมฝาด น้ำเบียร์มีสีน้ำตาลเข้มออกไปทางสีดำและสีแดง หรือที่เรียกว่า Black Beer มีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.5 – 7.5 ดีกรี

4) ลาเกอร์เบียร์ (Lager beer) เป็นเบียร์ที่ผลิตขึ้นแล้วนำมาเก็บไว้หลายสัปดาห์ ก่อนการบรรจุขวดออกจำหน่าย แต่เอลจะเก็บไว้เพียง 2-3 วันเท่านั้นก่อนบรรจุขวด และคิกของแอลกอฮอล์ในลาเกอร์เบียร์จะต่ำกว่าเอล คิกแอลกอฮอล์จะไม่ปรากฏฉลากขวดหรือกระป๋องเนื่องจากกฎหมายมิได้ระบุไว้ การวัดปริมาณแอลกอฮอล์ในเบียร์มี 2 ชนิด คือ อาจจะวัดเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์โดยน้ำหนัก หรือจำนวนเปอร์เซ็นต์โดยปริมาตร

5) พิลเซนเนอร์ สไตล์ เบียร์ (Pilsner style beers) คำว่า Pilsner เป็นรูปแบบของเบียร์ที่มีลักษณะของรสชาติเฉพาะคือรสชาติอ่อนๆ รสหวานน้อย สีเหลืองอำพัน คมแล้วสดชื่น ปริมาณแอลกอฮอล์จะแตกต่างกันตามกฎหมายของประเทศและรัฐนั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะมีปริมาณระหว่าง 3.2 -4.5% โดยน้ำหนัก

6) เบียร์สด (Draft Beer) หรือ (Draught Beer) เป็นเบียร์ที่จะไม่ผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อระบบพาสเจอร์ไรส์ คือเบียร์จากถังหมักจะไม่บรรจุใส่ขวดหรือกระป๋อง และเบียร์ชนิดนี้จะมีวันหมดอายุที่สั้นกว่าเบียร์ชนิดอื่นๆ

2.1.4 การผลิตและจำหน่ายเบียร์ซิงเต่า

สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) เบียร์ขวดหรือเบียร์กระป๋อง เป็นเบียร์ที่ผ่านการพาสเจอร์ไรส์ เพื่อให้ได้เบียร์ที่มีคุณภาพดีและสามารถเก็บไว้ได้นาน

2) เบียร์สด (Draft Beer or Draught Beer) เป็นเบียร์ที่ไม่ผ่านการพาสเจอร์ไรส์ จึงมีอายุการเก็บสั้นสามารถเก็บได้ในระยะเวลาไม่เกิน 7 วัน แต่จะมีรสชาติดีกว่าเบียร์ขวดและเบียร์กระป๋อง โดยส่วนใหญ่จะบรรจุลงในถัง นิยมบริโภคมากโดยเฉพาะในเทศกาลเบียร์ฤดูหนาว

2.1.5 ประเภทของเบียร์ซิงเต่า

เบียร์แต่ละประเภททั่วโลกมีความแตกต่างกันอย่างมาก ตั้งแต่กระบวนการการผลิตถึงประเภทของเบียร์แต่ละชนิด โดยเบียร์ซิงเต่าจะสามารถแบ่งประเภทของเบียร์โดยการสังเกตจากสีของน้ำเบียร์ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทหลักๆ คือ Light Beer , Black Beer, Dark Beer และเบียร์รูปแบบใหม่อีก 2 ประเภทคือ Ice Beer และ Dry Beer ซึ่งแต่ละประเภทจะมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1) Light Beer



Light beer คือ Low Carbohydrate เนื่องจากมีปริมาณแป้งค่อนข้างน้อยกว่าเบียร์ทั่วไป ซึ่งไม่เกี่ยวกับปริมาณแอลกอฮอล์

ภาพที่ 9 เบียร์ซิงเต่าประเภท Light Beer

2) Black Beer



เบียร์ดำชิงเต่า เป็นเบียร์ที่มีชื่อเสียงอย่างมาก ลักษณะของเบียร์จะมี
สีดำ รสชาติเข้มข้น และมีปริมาณแอลกอฮอล์ค่อนข้างมาก ประมาณ
7.5%

ภาพที่ 10 เบียร์ชิงเต่าประเภท Black Beer

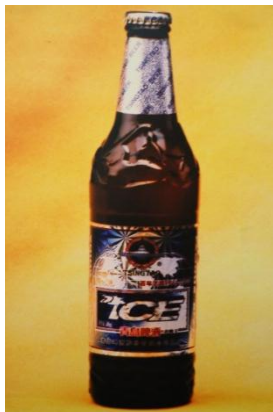
3) Dark Beer



เบียร์ที่มีสีน้ำตาลเข้มจนดำ หรือมีสีคล้ายน้ำโคล่า เนื่องจากใช้มอลต์ ที่คั่ว
จนเกรียม จึงทำให้กลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ โดยเบียร์ดำจะมีรสชาติอ่อนกว่าลา
เกอร์เบียร์ มีรสชาติดหวานและมีรสขมจางๆ และมีแอลกอฮอล์ที่ต่ำกว่า

ภาพที่ 11 เบียร์ชิงเต่าประเภท Dark Beer

4) Ice Beer



เป็นเบียร์ที่ได้หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการหมักแล้ว เบียร์จะถูกทำให้เย็นจน
น้ำเริ่มแข็งตัวเป็นเกล็ด ในขณะที่แอลกอฮอล์ จะมีอุณหภูมิของจุดเยือกแข็งที่ต่ำ
กว่า ยังคงอยู่ในสถานะของเหลว แล้วจึงกรองเอาเกล็ดน้ำแข็งออกเหลือส่วนที่เป็น
ของเหลว จึงได้เบียร์ที่มีแอลกอฮอล์เข้มข้นขึ้น แต่จะสูญเสียรสชาติไป เนื่องจาก
อีสต์และโปรตีน ต่างๆ นั้นจะถูกกรองออกไปด้วยพร้อมกับน้ำแข็ง

ภาพที่ 12 เบียร์ชิงเต่าประเภท Ice Beer

5) Dry Beer



Dry หรือ Super Dry Beer มีความคล้ายคลึงกับ Light Beer คือมีปริมาณแป้ง หรือ คาร์โบไฮเดรตต่ำ แต่ความแตกต่างคือ เบียร์ชนิดนี้ผลิตขึ้นจากน้ำตาลสูตรพิเศษ

ภาพที่ 13 เบียร์ชิงเต่าประเภท Dry Beer

2.1.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เบียร์ชิงเต่า

ผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต่า สามารถแบ่งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้ออกเป็น 6 รุ่น โดยแต่ละรุ่นจะมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) TSINGTAO CLASSIC SERIES



เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ขนาด 330 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-40 ปี

ภาพที่ 14 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร



เป็นเบียร์พาสเจอร์ไรซ์ประเภท Lager beer ขนาด 640 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-40 ปี

ภาพที่ 15 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร



เป็นเบียร์กระป๋องประเภท Lager beer ขนาด 330 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-40 ปี

ภาพที่ 16 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋อง รุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร



เป็นเบียร์พาสเจอร์ไรซ์แบบขวดประเภท Lager beer ขนาดขวดละ 640 มิลลิลิตร ซึ่งแต่ละขวดมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-40 ปี โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์นี้สำหรับลูกค้าที่นิยมดื่มกันเป็นกลุ่ม โดย 1 ก่อตั้งจะบรรจุ 6 ขวด

ภาพที่ 17 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 640 มิลลิลิตร



เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ขนาด 550 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าทั่วไป

ภาพที่ 18 เบียร์ชิงเต่ารุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 550 มิลลิลิตร



เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ขนาด 500 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 5 % มีลักษณะสีใส เป็นสินค้าระดับกลางและระดับสูง โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ผู้ที่มีการศึกษาดีอายุระหว่าง 24-40 ปี

ภาพที่ 19 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋อง รุ่น CLASSIC SERIES ขนาด 500 มิลลิลิตร

2) TSINGTAO LUXURY SERIES



เบียร์รูปแบบนี้มีชื่อว่า TSINGTAO BEER PREMIUM DRAFT ซึ่งจัดเป็นสินค้าระดับสูง โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ผู้ที่มีการศึกษาดีอายุ ระหว่าง 24-40 ปี เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ขนาด 450 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 5 % มีลักษณะสีใส

ภาพที่ 20 เบียร์ชิงเต่า TSINGTAO LUXURY SERIES ขนาด 450 มิลลิลิตร



เบียร์รูปแบบนี้มีชื่อว่า TSINGTAO BEER PREMIUM ซึ่งจัดเป็นสินค้าระดับสูง โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ผู้ที่มีการศึกษาดีอายุ ระหว่าง 24-40 ปี เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ขนาด 296 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % มีลักษณะสีใตอง

ภาพที่ 21 เบียร์ชิงเต่า TSINGTAO BEER PREMIUM ขนาด 296 มิลลิลิตร



เบียร์รูปแบบนี้มีชื่อว่า TSINGTAO BEER PREMIUM ซึ่งจัดเป็นสินค้าระดับสูง โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ผู้ที่มีอายุและผู้ที่มีการศึกษาดีอายุ ระหว่าง 30-40 ปี เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ขนาด 480 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 5 % มีลักษณะสีใส

ภาพที่ 22 เบียร์ชิงเต่า TSINGTAO BEER PREMIUM ขนาด 480 มิลลิลิตร

3) TSINGTAO LIGHT SERIES



เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อย มีขนาด 330 มิลลิลิตรต่อ 1 ขวด ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 3.3 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหรือผู้ที่เริ่มดื่มเบียร์ เนื่องจากมีรสชาติไม่ขมมาก และนิยมดื่มเป็นกลุ่ม โดยส่วนมากมีอายุระหว่าง 20-40 ปี

ภาพที่ 23 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO LIGHT SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร



เป็นเบียร์ประเภท Lager beer ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อย มีขนาด 330 มิลลิลิตรต่อ 1 ขวด ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 3.3 % มีลักษณะสีใส โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหรือผู้ที่เริ่มดื่มเบียร์ เนื่องจากมีรสชาติไม่ขมมาก โดยส่วนมากมีอายุระหว่าง 20-40 ปี

ภาพที่ 24 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO LIGHT SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร

4) TSINGTAO DRAFT SERIES



เบียร์รูปแบบนี้มีชื่อว่า TSINGTAO BEER DRAFT ซึ่งจัดเป็นสินค้า ระดับกลางที่ทุกคนสามารถดื่มได้ เป็นเบียร์สดที่ไม่ผ่านการพาสเจอร์ไรซ์ และเบียร์เป็นประเภท Lager beer ขนาด 640 มิลลิลิตร ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.3 % มีลักษณะสีใส

ภาพที่ 25 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO DRAFT SERIES ขนาด 640 มิลลิลิตร

5) TSINGTAO DARK SERIES



เบียร์กระป๋องรูปแบบนี้มีชื่อว่า TSINGTAO BEER STOUT เป็นเบียร์พาสเจอร์ไรซ์ประเภท Lager beer ขนาด 330 มิลลิลิตร เป็นเบียร์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มาก คือ 7.5 % มีลักษณะสีดำ

ภาพที่ 26 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋องรุ่น TSINGTAO DARK SERIES ขนาด 330 มิลลิลิตร



เบียร์ขวดรูปแบบนี้มีชื่อว่า TSINGTAO BEER STOUT/DARK BEER เป็นเบียร์ พาสเจอร์ไรซ์ประเภท Lager beer ขนาด 335 มิลลิลิตร เป็นเบียร์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มาก คือ 7.5 % มีลักษณะสีดำ โดยมีลักษณะพิเศษกว่ารูปแบบอื่น คือ มีมอลต์ดำเป็นส่วนผสมหลักในกระบวนการผลิต

ภาพที่ 27 เบียร์ชิงเต่ารุ่น TSINGTAO DARK SERIES ขนาด 335 มิลลิลิตร

6) LAOSHAN SERIES



เบียร์กระป๋องรูปแบบนี้มีชื่อว่า LAOSHAN BEER เป็นเบียร์พาสเจอร์ไรซ์ประเภท Lager beer ขนาด 600 มิลลิลิตร มีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % ซึ่งเป็นเบียร์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับเบียร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก

ภาพที่ 28 เบียร์ชิงเต่าประเภทกระป๋อง รุ่น LAOSHAN SERIES ขนาด 600 มิลลิลิตร



เบียร์ขวดรูปแบบนี้มีชื่อว่า LAOSHAN BEER เป็นเบียร์พาสเจอร์ไรซ์ประเภท Lager beer ขนาด 600 มิลลิลิตร มีปริมาณแอลกอฮอล์ 4.7 % ซึ่งเป็นเบียร์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับเบียร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก

ภาพที่ 29 เบียร์ชิงเต่ารุ่น LAOSHAN SERIES ขนาด 600 มิลลิลิตร

2.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งโรงงานเบียร์ชิงเต่า

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน ผู้วิจัยได้เดินทางไปศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ชิงเต่าที่ มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 โดยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งอุตสาหกรรมผลิตเบียร์ดังกล่าว โดยได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์ จำนวน 10 ปัจจัย โดยได้เรียงลำดับจากปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด โดยปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ที่ดินราคาถูกลง 2) ค่าจ้างแรงงานราคาถูกลง 3) อยู่ใกล้กับ โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง 4) อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบในการผลิต 5) อยู่ใกล้แหล่งน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์ชิงเต่า 6) ใกล้กับท่าเรือ 7) ใกล้ถนนสายหลัก 8) ใกล้สนามบิน 9) ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล และ 10) การสนับสนุนจากภาคเอกชน ดังตารางที่ 1 นอกจากนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการรายย่อยเกี่ยวกับปัจจัยข้างต้นเพื่อนำมาเป็นข้อมูลเพิ่มเติมโดยสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าจากผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

ปัจจัย	ลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านการผลิต	
1) ที่ดินราคาถูกลง	10
2) ค่าจ้างแรงงานราคาถูกลง	4
3) ใกล้กับ โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง	5
ปัจจัยด้านวัตถุดิบ	
4) ใกล้แหล่งวัตถุดิบในการผลิต	9
5) ใกล้แหล่งน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์ชิงเต่า	1
ปัจจัยด้านการขนส่ง	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

6) ใกล้กับท่าเรือ	2
7) ใกล้ถนนสายหลัก	3
8) ใกล้สนามบิน	6
9) ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล	7
10) การสนับสนุนจากภาคเอกชน	8



ที่มา: Asia Times Online

ภาพที่ 30 ที่ตั้งของเมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ประเทศจีน

จากการเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อที่ตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าทั้ง 10 ปัจจัย สามารถอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 อยู่ใกล้กับแหล่งน้ำ

น้ำ ถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ที่ทำให้เบียร์ชิงเต่ามีความโดดเด่น โดยแหล่งน้ำที่ใช้ในการผลิตมาจากเทือกเขาเหลาซาน ในมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน เป็นน้ำที่มีความบริสุทธิ์และอุดมไปด้วยแร่ธาตุที่สำคัญ

เทือกเขาเหลาซาน เป็นเทือกเขาที่มีชื่อเสียงของมณฑลซานตง ซึ่งอยู่ห่างจากเมืองชิงเต่าประมาณ 30 กิโลเมตร โดยยอดเขาหลวงของเหลาซานมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,133 เมตร ซึ่งเป็นภูเขาซึ่งติดอยู่

กับทะเล มีทิวทัศน์ที่สวยงามและเป็นแหล่งกำเนิดของน้ำแร่ธรรมชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์ชิงเต่า โดยระยะทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าถึงเทือกเขาเหลาซาน ผ่านถนน Ningxia รวมเป็นระยะทาง 13.2 กิโลเมตร (ดังภาพที่ 31)



ภาพที่ 31 เส้นทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าไปยังแหล่งวัตถุดิบน้ำจากเทือกเขาเหลาซาน มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน

ปัจจัยที่ 2 อยู่ใกล้กับท่าเรือ

มณฑลซานตง เมืองชิงเต่า เป็นมณฑลทางภาคตะวันออกและเป็นเมืองท่าที่สำคัญและใหญ่ที่สุดของประทศจีน บริเวณแนวชายฝั่งของมณฑลมีเมืองท่าเป็นจำนวนถึง 25 แห่ง โดยมีเมืองท่าที่สำคัญที่สุด 2 แห่งของซานตง ได้แก่ เมืองชิงเต่า (Qingdao) และ เมืองเถียนไถ่ (Yantai) โดยท่าเรือชิงเต่าเป็นศูนย์กลางที่สำคัญสำหรับการค้าระหว่างประเทศและการขนส่งในบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกและมีการจัดส่งสินค้าไปยัง 700 ท่าเรือ ใน 180 ประเทศทั่วโลก โดยมีเส้นทางเชื่อมต่อกับท่าเรือต่างๆ 450 ท่าเรือจาก 130 ประเทศทั่วโลก

บริษัทท่าเรือชิงเต่าอินเตอร์เนชันแนล จำกัด เป็นผู้ประกอบการหลักของการท่าเรือชิงเต่า การดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมพื้นที่ท่าเรือ 4 แห่ง คือ ท่าเรือต้ากัง (Dagang Port Area), ท่าเรือเทียนวาน (Qianwan Port Area), ท่าเรือน้ำมันหวงเต่า (Huangdao Oil Port Area) และ ตงเจียโข่ว (Dongjiakou Port Area) โดยแต่ละแห่งมีการขนส่งประเภทของสินค้าที่แตกต่างกันดังนี้



ภาพที่ 32 ที่ตั้งของท่าเรือ 4 แห่งของเมืองชิงเต่า ประเทศจีน

1) ท่าเรือต้ากัง (Dagang Port) มีอาคารในการดำเนินงาน 4 อาคาร 18 ท่าเรือ โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในการจัดการเหล็ก อะลูมิเนียมออกไซด์ ปูน แร่โลหะ ถ่านหิน สินค้าแช่แข็งและสินค้าทั่วไป ซึ่ง 1 ใน 4 อาคารเป็นการเช่าไว้สำหรับการจัดเก็บธัญพืชและการจัดการสินค้าที่มีขนาดใหญ่เพื่อการขนส่ง โดยมีที่ตั้งอยู่ที่หมายเลข 1 ดังภาพที่ 32



ภาพที่ 33 ท่าเรือต้ากัง (Dagang Port) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน

2) ท่าเรือเชียนกั่ง (Qiangang Port) คือ สาขาหนึ่งของท่าเรือเชียนกั่ง (Qiangang) ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทท่าเรือชิงเต๋ออินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดและWest United โดยมีการดำเนินการ 10 อาคารกับ 36 ท่าเรือที่บริเวณท่าเรือเชียนวาน (Qianwan Port Area) ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการบรรจุแร่โลหะ ถ่านหิน และเชื้อกระดาษ รวมถึงสินค้าทั่วไป โดยมีที่ตั้งอยู่ที่หมายเลข 2 ดังภาพที่ 32



ภาพที่ 34 ท่าเรือเชียนกั่ง (Qiangang Port) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต๋อ ประเทศจีน

3) Huangdao Oil Port ท่าเรือแห่งนี้เป็นการร่วมลงทุนผ่านบริษัท Qingdao Shihua โดยมีการดำเนินงาน 5 อาคารกับ 11 ท่าเรือที่บริเวณ Huangdao Oil Port Area สำหรับการขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ที่เป็นของเหลว โดยมีที่ตั้งอยู่ที่หมายเลข 3 ดังภาพที่ 32



ภาพที่ 35 ท่าเรือน้ำมันหวงเต๋อ (Huangdao Oil Port Area) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต๋อ ประเทศจีน

4) Dongjiakou Port ท่าเรือแห่งนี้เป็นการร่วมลงทุนผ่านบริษัท Huaneng Qingdao โดยมีการดำเนินงานเพียงแค่ 1 อาคารกับ 2 ท่าเรือที่บริเวณ Dongjiakou Port สำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป โดยมีที่ตั้งอยู่ที่หมายเลข 4 ดังภาพที่ 32



ภาพที่ 36 ตงเจียโข่ว (Dongjiakou Port Area) เขตมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน

จากปัจจัยด้านการขนส่งทางเรือมีความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า เนื่องจากเบียร์ชิงเต่าเป็นสินค้าที่มีน้ำหนัก และมีการขนส่งสินค้าในจำนวนมาก ดังนั้นการขนส่งทางเรือจึงมีความสำคัญในการขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักไปยังแหล่งตลาดต่างๆ ในแต่ละประเทศทั่วโลก

ปัจจัยที่ 3 อยู่ใกล้กับถนนสายหลัก



ภาพที่ 37 ถนนสายหลักของเมืองชิงเต่า บนแผนที่เมืองชิงเต่า ประเทศจีน

เมืองชิงเต๋ามีสถานที่สำคัญหลายแห่งที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากชาวต่างชาติ ซึ่งแต่ละสถานที่จะอยู่ติดเส้นทางสำคัญหลายแห่ง ที่เป็นทั้งย่านการค้าและสถานที่ท่องเที่ยว โดยถนนสายหลักประกอบไปด้วย 21 สายคือ ถนนก๊วยโจว (Guizhou Lu), ถนนไทปิง (Taiping Lu), ถนนไหลหยาง (Laiyang Lu), ถนนเหวินเติง (Wendeng Lu), ถนนจันซาน (Zhanshan Lu), ถนนจันหลิว กานชู (Zhanliu Ganlu), ถนนซาน (San Lu), ถนนไท่ตง (Taidong Lu), ถนนเว่ยไห่ (Weihai Lu), ถนนอันซาน (Anshan Lu), ถนนเหรินหมิน (Renmin Lu), ถนนหงโจว (Hongzhou Lu), ถนนฮวาหยาง เนย์เหมิงกู่ (Huayang Neimenggu Lu), ถนนย่าหนาน (Yanan Lu), ถนนเหลียวหนิง (Liaoning Lu), ถนนเติงโฮ่ว (Denghou Lu), ถนนเรื่อเหอ (Rehe Lu), ถนนเจียวโจว (Jiaozhou Lu), ถนนชางเหอ (Shanghe Lu), ถนนชาง (Shang Lu) และถนนกวานเซียน (Guanxian Lu) โดยถนนแต่ละสายมีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังสนามบินนานาชาติชิงเต๋า

อุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋าตั้งอยู่บนถนนหนิงไห่ (Ninghai Lu) ซึ่งอยู่ใกล้กับถนนเหลียวหนิง (Liaoning Lu) ซึ่งเป็นหนึ่งในถนนสายหลักของเมืองชิงเต๋า โดยถนนสายนี้สามารถเชื่อมต่อไปยังถนนไท่ตง (Taidong Lu) ซึ่งเป็นย่านการค้าที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของเมืองชิงเต๋า และถนนเว่ยไห่ (Weihai Lu)

ถนนเติงโจว (Dengzhou Lu) เป็นถนนที่มีเส้นทางเชื่อมต่อกับถนนไท่ตง (Taidong Lu) ที่เป็นถนนสายหลักและถนนหนิงไห่ (Ninghai Lu) ซึ่งเป็นถนนที่ตั้งของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋า โดยถนนเติงโจว (Dengzhou Lu) เป็นถนนที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับเบียร์ชิงเต๋าหรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ถนนเบียร์ โดยถนนสายนี้ถือเป็นถนนที่ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับเบียร์อย่างมากจากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเบียร์แห่งแรกขึ้นบนถนนสายนี้ ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมเบียร์แห่งนี้กลายเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ให้ความรู้ และเป็นสถานที่หลักในการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต๋า และของที่ระลึกของเบียร์ชิงเต๋าให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งภายในถนนเติงโจว (Dengzhou Lu) ประกอบไปด้วยร้านอาหารและบาร์เบียร์ประมาณ 70 แห่ง ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่มีการจำหน่ายเบียร์ชิงเต๋าให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนที่พักและโรงแรมที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มาเยี่ยมชมถนนเบียร์แห่งนี้ ประกอบกับการตกแต่งสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของเบียร์ชิงเต๋า ถนนเติงโจว (Dengzhou Lu) จึงกลายเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต๋าและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของเมืองนี้ โดยเส้นทางถนนสายหลักต่างๆ เชื่อมโยงกับเส้นทางการเดินทางไปยังสนามบิน โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากสนามบินมายังถนนสายหลักที่มีการจัดจำหน่ายเบียร์ หรือถนนเบียร์ประมาณ 1 ชั่วโมง และมีบริการรถโดยสารที่หลากหลาย ทั้งรถประจำทางและรถโดยสารส่วนบุคคล ดังนั้นนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังถนนเบียร์ และพิพิธภัณฑ์เบียร์ชิงเต๋าได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งถนนดังกล่าวยังเชื่อมต่อกับแหล่งตลาดอื่นๆ อีกด้วย ซึ่งจะอธิบายตำแหน่งของตลาดและรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากภาพที่ 38 แหล่งตลาดที่มีการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต่า บนถนนเต็งโจว (Dengzhou Lu) มณฑลซานตง เมืองชิงเต่าประเทศจีน โดยสัญลักษณ์วงกลมสีฟ้าจะแสดงถึงเส้นทางจากอุตสาหกรรม เบียร์ชิงเต่า ถึงบริเวณถนนที่มีการจำหน่ายเบียร์ชิงเต่า ซึ่งถนนสายนี้ประกอบไปด้วยร้านอาหารและบาร์เบียร์ที่สำคัญหลายแห่งที่มีการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต่า ทั้งในรูปแบบของเบียร์บรรจุกระป๋อง และเบียร์สด ประกอบไปด้วย Qingdao beer culture leisure business unit , Jinsheng jinshi , Haiweixian dumpling restaurant, Shunhefeng seafood Barbecue, Pijiu street restaurant, The birthplace of beer culture, Xinjiulong, The legend of Taibei, Tsingtao beer bar, Shangen bar, Shangen Pub, Yonglinyuan, Beihai fishing village, Jinxiangshun, Macau Dollar, Yilimi paigu mifan, Qianhe Sichuan เป็นต้น โรงแรมและที่พักที่สำคัญได้แก่ Haiyang Hotel, Rujiayuan Inn, Chuanbo Hotel, Home Inn เป็นต้น

จากภาพที่ 38 หมายเลข 1 แสดงที่ตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ถนนหนิงไฮ่ (Ninghai Lu) และหมายเลข 2 แสดงถึงพิพิธภัณฑ์เบียร์ชิงเต่า โดยภายในบริเวณพิพิธภัณฑ์ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมที่ยังคงมีการผลิตเบียร์ชิงเต่าบางส่วน และสถานที่ถ่ายรูปเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมเบียร์ชิงเต่า ตลอดจนสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึกและเบียร์ชิงเต่าแห่งเดียวที่มีสินค้าเกี่ยวกับเบียร์ชิงเต่ามากที่สุด และเนื่องจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าตั้งอยู่บนพื้นที่ที่ใกล้ตลาดมาก โดยระยะทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าหมายเลข 1 ไปยังถนนเบียร์ที่มีการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต่าตลอดเส้นทาง บนถนนเต็งโจว (Dengzhou Lu) ใช้เวลาในการเดินเท้าเพียงประมาณ 9 นาที และเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 5 นาที

ปัจจัยที่ 4 ค่าจ้างแรงงานราคาถูก

ปัจจัยด้านแรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการผลิต โดยแรงงาน คือ แรงขับเคลื่อนให้การผลิตบรรลุไปสู่เป้าหมาย โดยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของแต่ละเมืองจะมีอัตราที่แตกต่างกัน โดยเมืองที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงจะมีอัตราค่าแรงสูงกว่าเมืองอื่นๆ

มณฑลซานตงมีการจ้างแรงงานมากถึง 57 ล้านคน มากเป็นอันดับที่ 2 ของจีน โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานในภาคการเกษตร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44 รองลงมาได้แก่ ภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 28 เท่ากัน โดยมีอัตราค่าจ้างโดยเฉลี่ย 14,332 บาทต่อคน ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 15 ของจีน โดยอัตราค่าแรงคิดเป็น 13 หยวนต่อชั่วโมง หรือคิดเป็นประมาณชั่วโมงละ 65 บาท ซึ่งเมื่อเทียบกับเมืองเศรษฐกิจอื่นๆ แล้ว มณฑลซานตงมีอัตราค่าแรงถูกกว่า

ปัจจัยที่ 5 ใกล้เคียงโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง

อุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต๋าดั้งอยู่ในมณฑลซานตง เมืองซิงเต๋า โดยในมณฑลซานตงมีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต๋าอยู่หลายชนิด โดยแต่ละชนิดมีความเกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ซิงเต๋า ทั้งที่เป็นวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตเป็นต้น

บริษัท Jinan Humber Equipment Technology ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตเครื่องต้มและอุปกรณ์สำหรับโรงงานต่างๆ โดยอุตสาหกรรมแห่งนี้ตั้งอยู่ที่ มณฑลซานตง (Shandong) นครจีหนาน (Jinan) เมืองตงเจีย (Dongjia) เขตหลี่เจิง (Licheng) ซึ่งเป็นมณฑลเดียวกับอุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต๋า ระยะทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต๋าไปยังอุตสาหกรรมนี้มีระยะทาง 50 กิโลเมตร โดยอุตสาหกรรมเบียร์ซิงเต๋า ได้จัดซื้อหม้อต้มเบียร์ขนาดใหญ่จาก บริษัท Jinan Humber Equipment Technology เพื่อใช้ในขั้นตอนการต้มมอลต์และคอกฮ็อพในกระบวนการผลิตเบียร์



ภาพที่ 39 หม้อต้มเบียร์ขนาดใหญ่ของบริษัท Jinan Humber Equipment Technology ที่ใช้ในการผลิตเบียร์ซิงเต๋า

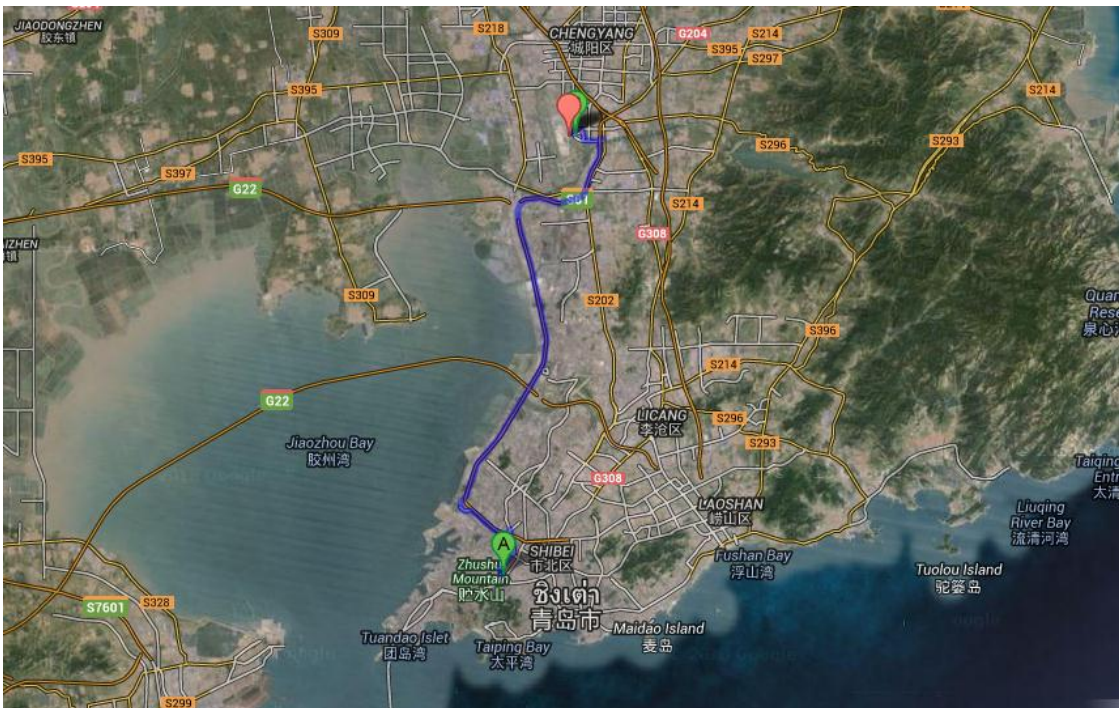
บริษัท Yansheng Group ตั้งอยู่บนถนนฮวาซาน (Huashan Lu) นครจีหนาน มณฑลซานตง เป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตอุปกรณ์ และวัตถุดิบสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมเบียร์ทั้งหมด โดยอุตสาหกรรมแห่งนี้ได้ทำการผลิตฮ็อพสำเร็จรูปหลายประเภท ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตเบียร์ เช่น ถังบรรจุเบียร์ อุปกรณ์ใส่เบียร์แบบกวดหรือ Beer Tower เป็นต้น

ปัจจัยที่ 6 ใกล้สนามบิน

ด้านการคมนาคมการขนส่งของเมืองซิงเต๋าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวมายังเมืองซิงเต๋า เพื่อการท่องเที่ยวและเข้าร่วมงานเทศกาลเบียร์ซิงเต๋าที่จัดขึ้นที่เมืองซิงเต๋า ประเทศจีน โดย

เมืองชิงเต๋ามีท่าอากาศยานนานาชาติเป็นของตนเอง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติชิงเต๋า (Qingdao International Airport) ซึ่งอยู่ห่างจากใจกลางเมือง 36 กิโลเมตร โดยให้บริการเส้นทางการบิน 58 เส้นทาง ซึ่งเป็นทางระหว่างมณฑลและระหว่างประเทศมากกว่า 10 เส้นทางด้วยบริษัทสายการบินทั้งหมด 13 สายการบิน ท่าอากาศยานนานาชาติชิงเต๋าสามารถรองรับผู้โดยสารได้มากกว่า 2.30 ล้านคน ซึ่งเป็นชาวต่างชาติ 450,000 คน ถือเป็นสนามบินที่มีขนาดใหญ่อีกหนึ่งแห่งหนึ่งของประเทศจีน

เส้นสีน้ำเงิน (ดังภาพที่ 40) แสดงระยะทางจากที่ตั้งของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋า ที่ถนนหนิงไห่ (Ninghai) มณฑลซานตง เมืองชิงเต๋ามาถึงสนามบินนานาชาติชิงเต๋า คิดเป็นเป็นระยะทาง 29.5 กิโลเมตร



ภาพที่ 40 แสดงระยะทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋าถึงสนามบินนานาชาติเมืองชิงเต๋า ประเทศจีน

สนามบินนานาชาติชิงเต๋า มีความเกี่ยวข้องและเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋า ในรูปแบบของการขนส่งผู้บริโภคมายังแหล่งตลาด คือ นักท่องเที่ยวที่โดยสารเครื่องบินมายังเมืองชิงเต๋า สามารถเดินทางต่อมายังแหล่งตลาดต่างๆ ที่มีการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต๋า หรือ ถนนเบียร์ ตลอดจนสถานที่สำคัญที่มีการจัดงานเทศกาลเบียร์นานาชาติได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย เนื่องจากระยะทางจากสนามบินนานาชาติชิงเต๋าไปยังแหล่งตลาดใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ดังนั้น ปัจจัยเรื่องความใกล้ของสนามบิน จึงเป็นรูปแบบของความสะดวกสบายของผู้บริโภคในการเข้าถึงแหล่งตลาดและเบียร์ชิงเต๋า

ปัจจัยที่ 7 ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล

ในปี ค.ศ. 1991 เป็นปีแรกที่มีการอนุมัติให้มีการจัดเทศกาลเบียร์นานาชาติเกิดขึ้นที่เมืองชิงเต่า และได้รับสนับสนุนจากเทศบาลเมืองชิงเต่าเป็นอย่างดี แม้กระทั่งเขตปริมณฑลต่างๆ ได้กลายมาเป็นผู้สนับสนุนหลักของเทศกาลนี้ ซึ่งเทศกาลนี้เกิดขึ้นครั้งแรก เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน ค.ศ. 1991 และถูกจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยชื่อของเทศกาลเบียร์นานาชาตินี้ ได้กลายมาเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามายังเมืองชิงเต่า ถึงแม้ว่าจุดประสงค์หลักของงานนี้ คือ การทำให้เบียร์ยี่ห้อชิงเต่ากลายเป็นที่นิยมมากขึ้นของผู้บริโภคในประเทศเองก็ตาม แต่ปัจจุบันเทศกาลนี้ได้กลายเป็นเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ชอบการดื่มเบียร์ ซึ่งเทศกาลเบียร์นี้จะจัดขึ้นในช่วงปลายเดือนสิงหาคมเป็นระยะเวลา 14 วัน

จากการสนับสนุนของรัฐบาลที่ทำให้เบียร์ชิงเต่ากลายเป็นเบียร์ประจำท้องถิ่น ทำให้ชาวต่างชาติรู้จักเมืองนี้ในฐานะเมืองเบียร์ของประเทศจีน ซึ่งนอกจากจะมีส่วนช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังเมืองชิงเต่าแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นยอดขายของตลาดเบียร์ในช่วงเทศกาลนี้อีกด้วย

ปัจจัยที่ 8 การสนับสนุนจากภาคเอกชน

เบียร์ชิงเต่า ถือเป็นสัญลักษณ์ของการมาเที่ยวเมืองชิงเต่าของนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเบียร์ชิงเต่าเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการนำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวยังเมืองชิงเต่าของบริษัทท่องเที่ยวต่างๆ โดยหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นจะประกอบไปด้วย พิพิธภัณฑเบียร์ชิงเต่า ซึ่งภายในมีการจัดแสดงประวัติความเป็นมา และสถานที่ถ่ายรูปลซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับเบียร์ชิงเต่าทั้งสิ้น และภายในพิพิธภัณฑมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต่าและของที่ระลึกที่ไม่เหมือนใคร ดังนั้นจากการสนับสนุนของบริษัทนำเที่ยวมายังพิพิธภัณฑเบียร์ชิงเต่าแห่งนี้ เป็นการส่งเสริมทางอ้อม ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักเบียร์ชิงเต่าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการโฆษณาสินค้าผ่านร้านอาหารต่างๆ ทั่วเมืองชิงเต่า ทำให้เบียร์ชิงเต่า กลายเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของเมืองนี้ และทำให้เบียร์ยี่ห้อนี้กลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการสนับสนุนของภาคเอกชนทางอ้อมนี้ได้เพิ่มจำนวนผู้ที่รู้จักเบียร์ชิงเต่าเพิ่มขึ้น ทำให้ปัจจุบันหลายประเทศได้มีการนำเข้าเบียร์ชิงเต่าเพื่อจัดจำหน่ายให้กับผู้ที่ชื่นชอบและสนใจเบียร์ชิงเต่าเพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่ 9 ใกล้เคียงวัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในกระบวนการผลิต เนื่องจากอุตสาหกรรมทุกประเภทจำเป็นต้องมีวัตถุดิบป้อนเข้าสู่โรงงานเพื่อทำการผลิตสินค้า โดยวัตถุดิบที่สำคัญของอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่าประกอบไปด้วย

ฮ็อพ หรือ ดอกฮ็อพ ถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญชนิดหนึ่งที่ทำให้เบียร์ซึ่งเต่ามีความแตกต่างจากเบียร์ยี่ห้ออื่น เนื่องจากดอกฮ็อพที่ใช้นั้นเป็นฮ็อพท้องถิ่นที่ปลูกขึ้นที่ประเทศจีน และมีคุณภาพสูง โดยชนิดที่ของดอกฮ็อพที่ใช้ในอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่า คือ Tsingtao Flower ซึ่งอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่าใช้ดอกฮ็อพที่ปลูกขึ้นที่มณฑลกานซู (Gansu) เมืองจีจววน (Jiuchuan) เขตซูโจว (Suzhou) ประเทศจีน ซึ่งเป็นแหล่งที่มีการผลิตดอกฮ็อพที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัท Yasheng group หรือ Xiaheqing Farm ซึ่งเป็นแหล่งปลูกฮ็อพที่ใหญ่ที่สุดของประเทศจีน ซึ่งบริษัท Yasheng group มีการส่งออกฮ็อพที่มีคุณภาพสูงให้กับอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่าแล้ว ยังส่งให้กับบริษัทเบียร์ขนาดใหญ่อื่นๆอีก เช่น Beijing Yanjing Group, Beijing Huarun, Snowflake Group, Shanghai Yingbo Group, Harbin Beer, Henan Jinxing และ Chongqing Beer ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นบริษัทเบียร์ที่ได้รับความนิยมทั้งสิ้น โดยระยะทางจากโรงงานเบียร์ซึ่งเต่า ถึง Xiaheqing Farm คิดเป็นระยะทางทั้งสิ้น 2,313 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะทางไกลมากสำหรับปัจจัยทางด้านวัตถุดิบของเบียร์ซึ่งเต่า ดังภาพที่ 41

บริเวณใกล้เคียงของ Xiaheqing Farm ยังประกอบไปด้วย ฟาร์มสำหรับปลูกมอลต์ หรือที่เรียกว่า (Ganxiaxiaheqingnongchangmaiychang) ของบริษัท Yasheng group เช่นกัน ดังภาพที่ 42



ภาพที่ 41 แสดงเส้นทางจากอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋อไปยังแหล่งปลูกดอกฮ็อพ ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตเบียร์ชิงเต๋อ ที่มณฑลกานซู เมืองจีววน เขตซูโจว ประเทศจีน



ภาพที่ 42 สัญลักษณ์สีแดงแสดงแหล่งปลูกดอกฮ็อพของบริษัท Yasheng Group ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตเบียร์ชิงเต๋อ ที่มณฑลกานซู เมืองจีววน เขตซูโจว ประเทศจีน

ปัจจัยที่ 10 ที่ดินราคาถูกลง

ปัจจัยเรื่องของที่ดินถือเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋อ เนื่องจากการก่อตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋อครั้งแรกที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากการยึดครองพื้นที่บริเวณพื้นที่แห่งนี้ของทหารชาวเยอรมัน ในช่วงที่เมืองชิงเต๋อตกเป็นเมืองขึ้นของประเทศเยอรมนี โดยทหารชาวเยอรมันได้มีการผลิตเบียร์ขึ้นครั้งแรกที่บริเวณ ถนนแดงโจว (Dengzhou Lu) ซึ่งปัจจุบัน คือ พิพิธภัณฑเบียร์ชิงเต๋อที่ยังมีการผลิตเบียร์อยู่บางส่วน ดังนั้นปัจจัยด้านที่ดินราคาถูกลงจึงเป็นปัจจัยที่มีผลกับการก่อตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋อน้อยมาก หรือแทบไม่มีผลเลยสำหรับการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์แห่งแรก

2.3 การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

ในด้านโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า จะพิจารณาในเรื่องของ วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์ กระบวนการผลิตเบียร์ การเก็บและรักษาเบียร์ คุณค่าทางสารอาหารของเบียร์ชิงเต่า และการตลาด โดยในแต่ละหัวข้อมียรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเบียร์

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเบียร์ประกอบไปด้วยดังนี้

มอลต์ (Malt) ได้จากข้าวบาเลย์ ซึ่งเป็นพืชที่เหมาะสมสำหรับใช้ทำเบียร์ชนิดหนึ่ง ตามปกติพืชที่เหมาะสมใช้ทำเบียร์มีหลายชนิด ได้แก่ ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโพด ข้าวสาลี ข้าวโอ๊ตเป็นต้น แต่มอลต์หมายถึง ข้าวบาร์เลย์เท่านั้น โดยได้จากการนำข้าวบาร์เลย์มาเพาะให้งอกจนเกิดราที่เรียกว่ามอลท์ หรือ ข้าวมอลท์



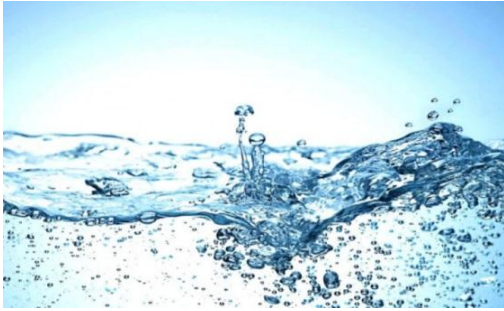
ภาพที่ 43 มอลท์ (Malt) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์

ฮ็อพ (Hops) เป็นพันธุ์ไม้เลื้อยชนิดหนึ่งที่ดอกมีลักษณะเป็นช่อชอน ผู้ผลิตเบียร์นิยมใช้ดอกฮ็อพผสมในการผลิตเพื่อให้เบียร์มีกลิ่นหอม รสชาติดีและมีคุณภาพทนทาน



ภาพที่ 44 ฮ็อพ (Hops) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์

น้ำ (Water) เป็นส่วนผสมหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์ และมีความสำคัญต่อรสชาติของเบียร์ น้ำตามธรรมชาติที่มีส่วนผสมของแคลเซียม เหมาะสำหรับการทำเบียร์รสเข้มข้น เช่น ประเทศอังกฤษ



ภาพที่ 45 น้ำ (Water) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์

ยีสต์ (Yeast) เป็นเชื้อที่นำมาหมักเลี้ยงขึ้น โดยจะทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงเปลี่ยนน้ำตาลที่ได้จากมอลต์ เป็น แอลกอฮอล์และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกระบวนการหมัก (Fermentation process) ซึ่งการทำยีสต์ยุคโบราณจะใช้ยีสต์ตามธรรมชาติที่มีในอากาศทั่วไป



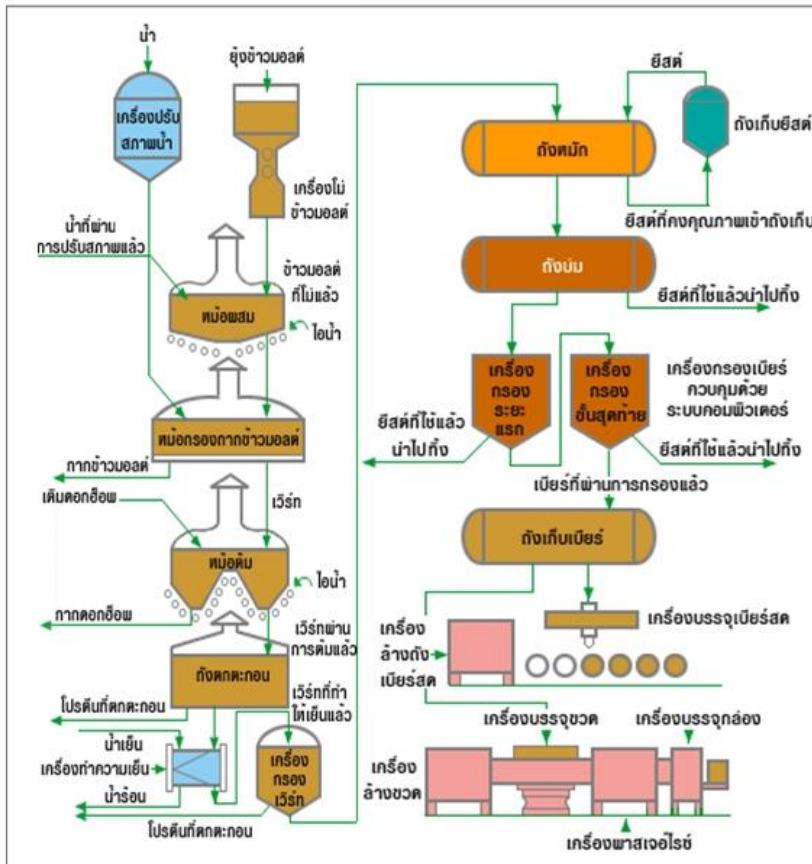
ภาพที่ 46 ยีสต์ (Yeast) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์

วัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ ธัญพืช เช่น ปลายข้าว ข้าวเจ้า ข้าวโพด



ภาพที่ 47 วัตถุดิบอื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์

2.3.2 กระบวนการผลิตเบียร์



ภาพที่ 48 กระบวนการการผลิตเบียร์ ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้น ถึง กระบวนการขั้นสุดท้าย

โดยกระบวนการการผลิตเบียร์ประกอบไปด้วย 4 กลุ่มขั้นตอน ดังนี้

1) การบดให้เป็นแป้ง (Mashing)

เริ่มต้นจากเพาะเมล็ดข้าวบาร์เลย์จนเริ่มงอก และเกิดเอนไซม์ เปลี่ยนแปลงเป็นน้ำตาล หรือที่เรียกว่า มอลท์ จากนั้นนำไปอบให้แห้ง และทำเป็นมอลท์บดละเอียด

2) ต้มเบียร์ (Brewing)

การนำเบียร์ไปต้มด้วยความร้อนต่ำกับน้ำที่รับสภาพจนได้ที่ จนเกิดกระบวนการแปรงเปลี่ยนเป็นน้ำตาล จากนั้นไปผ่านเข้าเครื่องกรอง เพื่อแยกกากข้าวมอลท์ออก ให้เหลือส่วนที่เป็นของเหลวที่มีน้ำตาลข้าวมอลท์ ละลายอยู่ เรียกว่า เวิร์ท (Wort) และจะนำของเหลวที่ได้มาผสมกับดอกฮอปส์ เพื่อสกัดกลิ่นหอม Essential Oil และสารรสขมหรือยาง Resins หรือกรดแอลฟาที่อยู่ในดอกฮอปส์ออกมาจากนั้นจะกรองเอาแต่น้ำของเหลวและปล่อยให้เย็น เพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการหมักต่อไป

3) การหมักบ่ม (Fermenting)

การเติมยีสต์เข้าไปจะทำให้เกิดการเปลี่ยนน้ำตาลให้เป็นแอลกอฮอล์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เมื่อหมักได้ที่แล้วจะนำไปบ่มในถังเก็บที่ควบคุมความดันในห้องที่เย็นจัด เพื่อให้ยีสต์และโปรตีนจากข้าวมอลต์ที่ไม่ละลายตกตะกอน

4) การเก็บบ่ม (Stroing)

หลังจากได้ปริมาณแอลกอฮอล์ตามที่ต้องการแล้ว จะนำของเหลวที่ได้มาถ่ายใส่ถังสแตนเลส เพื่อให้รสชาติกลมกล่อม มีกลิ่นหอมที่ดี และในช่วงนี้เองจะเกิดกระบวนการตกตะกอนเพื่อให้ได้น้ำเบียร์ที่ใส โดยเบียร์ที่ได้ในขั้นตอนนี้เรียกว่า เบียร์สด (Draft Beer) ส่วนหนึ่งจะบรรจุลงถังเพื่อส่งไปบริการให้กับผู้ที่นิยมเบียร์สด ในส่วนที่ต้องการทำเบียร์บรรจุขวด (Bottled Beer) หรือเบียร์บรรจุกระป๋อง (Canned Beer) จะเพิ่มขึ้นตอนอีกขั้นตอนหนึ่ง คือ การทำให้กลิ่นและรสชาติคงเดิม โดยการผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อ (Pasteurize) ด้วยความร้อนที่อุณหภูมิ 140-150 องศาฟาเรนไฮน์ ประมาณ 20-60 นาที เป็นการฆ่าเชื้อแบคทีเรียและยีสต์ที่เหลืออยู่ โดยการบรรจุขวดจะนิยมใช้ขวดสีชา หรือขวดที่มีสีอื่นนอกจากสีขาว เพื่อป้องกันแสงแดดที่เป็นตัวการที่ทำให้เบียร์เสื่อมสภาพเร็ว

2.3.3 การเก็บและรักษาเบียร์

เบียร์ขวดหรือกระป๋องถึงแม้ว่าจะผ่านการฆ่าเชื้อแล้วก็ตาม จะไม่สามารถเก็บไว้ได้นานนักหากเก็บไว้นานจะทำให้กลิ่นและรสน้อยลง การเก็บเบียร์จะต้องเก็บไว้ในที่เย็นเพื่อนำมาใช้ได้ทันที ควรรับจำหน่ายให้หมดภายในเวลา 3-4 เดือนหลังจากวันที่ผลิตจากโรงงาน ฉะนั้น เพื่อป้องกันการเก็บไว้ให้ได้นานเกินควรทางโรงงานจึงประทับวันที่ผลิตบนกล่องไว้เป็นที่สังเกต หรืออาจจะเป็นสัญลักษณ์ที่ฉลาก ฉะนั้นข้อควรระวังคือ การซื้อและการจำหน่ายเบียร์ที่ผลิตก่อนออกไปก่อนอุณหภูมิในการเก็บที่ดี คือ ระหว่าง 40-70 องศา หรือ 4.5-21 องศา หรือ ในตู้เย็นหากอุณหภูมิเกินกว่า 70 ฟาเรนไฮน์ หรือมากกว่า 21 องศา

ข้อควรระวังของการเก็บรักษาเบียร์ คือ ควรเก็บให้ห่างแสงแดดเพราะจะทำให้เบียร์เสื่อมคุณภาพลง ด้วยเหตุนี้เบียร์จึงบรรจุขวดสีน้ำตาลหรือสีเขียว หากเก็บไว้นานเกินไปจนเบียร์เป็นวุ้น Freeze จะทำให้เบียร์ตกตะกอนและเป็นเกล็ดน้ำแข็งเมื่อเปิดออกมาจะไหลพุ่งอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงมากเกินไปและบ่อยๆ เบียร์จะขาวขุ่นและเสียได้

2.3.4 คุณค่าทางสารอาหารของเบียร์ชิงเต่า

เบียร์ถูกกำหนดให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประกอบไปด้วยคุณค่าทางสารอาหาร ตามมติที่ประชุมองค์การอนามัยโลกครั้งที่ 9 ที่จัดขึ้นที่ประเทศแม็กซิโก เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 1972 ตามข้อกำหนดสำหรับสารอาหารที่จำเป็นต่อสุขภาพ ต้องประกอบไปด้วย 1) มีสารอาหารที่หลากหลายและกรดอะมิโนแอลลิก 2) อุดมไปด้วยไขมัน 3) เป็นสารอาหารที่ย่อยง่ายและสามารถดูดซึมได้โดยธรรมชาติ

ซึ่งจากการประเมินผลจากสถาบันผู้เชี่ยวชาญทางด้านสารอาหาร พบว่า เบียร์ชิงเต่ามีสารอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เป็นเบียร์ที่มีความโดดเด่นอย่างมากในวงการอุตสาหกรรมเบียร์ โดยเบียร์ชิงเต่าประกอบด้วยกรดอะมิโน 17 ชนิดในปริมาณ 236.74 มิลลิกรัมต่อลิตร และวิตามินอื่นๆ เช่น มอลโทส โพลีแซคเคอไรด์ โซเดียมและแมกนีเซียม ที่จำเป็นต่อร่างกาย โดยผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต่าแบบขวดสามารถสร้างแคลอรีได้ประมาณ 400-700 แคลอรี ซึ่งเท่ากับ ไข่ไก่ 4 ฟอง หรือ นม 1 ปอนด์ หรือเท่ากับ เนื้อหมู 300 กรัม

2.3.5 การตลาด

บริษัทเบียร์ชิงเต่าใช้กลยุทธ์ ของการผสมการวางแผนในการควบคุมองค์ประกอบของแผนการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่เรียกกันว่าเป็น 4Ps คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการโฆษณา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์

เป็นหัวใจสำคัญของดำเนินงานด้านการตลาดของบริษัทเบียร์ชิงเต่า โดยผู้ประกอบการจะมุ่งเน้นไปยังตัวผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลัก คือ สินค้าจะถูกซื้อในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของผู้บริหารบริษัทเบียร์ชิงเต่า โดยเบียร์ชิงเต่าถูกผลิตขึ้นจากความหลากหลายของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในสังคมที่มีความแตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคเบียร์ที่อาศัยอยู่ทางภาคใต้ของประเทศจีน นิยมเบียร์ที่มีรสชาติหวานและให้ความสดชื่น จึงเกิดเป็นเบียร์สดชิงเต่า หรือ Draft beer ขึ้น ซึ่งเบียร์ประเภทนี้ผลิตเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ทางภาคใต้ของประเทศจีน หรือ Gold beer ที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีคุณภาพชีวิตสูงและมีการศึกษาดี ซึ่งใช้เบียร์เป็นเครื่องดื่ม ระหว่างการสังสรรค์และการเจรจาต่อรองทางธุรกิจหรือการค้า ฉะนั้นเบียร์ประเภทนี้จึงมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ลักษณะพิเศษ คือ มีสีทองที่แสดงถึงความมั่งคั่ง เป็นต้น นอกจากนี้เบียร์ชิงเต่ายังมีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่เพื่อสร้างความโดดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเบียร์ชิงเต่า

2) ราคา

เบียร์ชิงเต๋ายใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาที่แตกต่างกัน โดยการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์มีความชัดเจน คือสินค้าที่แตกต่างกันก็จะมีราคาที่แตกต่างกัน โดยบริษัทเบียร์ชิงเต๋ายจะมีการจัดจำหน่ายเบียร์จากเบียร์ที่มีคุณภาพต่ำไปยังเบียร์ที่มีคุณภาพสูง เช่น เบียร์ Shanshui เป็นเบียร์ชิงเต๋ายประเภทหนึ่งที่มีคุณภาพต่ำกว่าเบียร์ประเภทอื่น ซึ่งกลยุทธ์ของเบียร์ประเภทนี้ คือ การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น เบียร์ชิงเต๋ายประเภทกระป๋องรุ่น Tsingtao beer จำหน่ายในราคา 3.50 หยวน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นจะมีราคาสูงกว่าประมาณ 0.5 ถึง 0.7 หยวน ในขณะที่สินค้าที่มีคุณภาพสูง เช่น Tsingtao Gold สามารถเพิ่มยอดขายของเบียร์ชิงเต๋ายได้และส่งผลกระทบต่อคู่แข่งบวกกับยี่ห้อสินค้า

3) สถานที่

บริษัทเบียร์ชิงเต๋ายใช้ช่องทางการขายแบบการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต๋ายจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

3.1) food straight channel

3.2) wholesale channel

3.3) different channels

ในประเทศจีน เบียร์ชิงเต๋ายเป็นเบียร์ที่ตอบสนองความต้องการกับผู้บริโภคหลายระดับ จึงมีการจัดจำหน่ายเบียร์ชิงเต๋ายตามสถานที่ต่างๆ ตั้งแต่ ห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร สถานบันเทิง ตลอดจนร้านค้าปลีกในชุมชนทั่วไป

4) การโฆษณา

เบียร์ชิงเต๋าย เป็นเบียร์ที่มีชื่อเสียงและมีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานของประเทศจีน เว็บไซต์ของเบียร์ชิงเต๋ายมีการออกแบบรูปแบบเว็บไซต์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้จะมีโฆษณาผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต๋ายประเภทต่างๆ แล้ว ยังสอดแทรกความสร้างสรรค์และความน่าสนใจไว้ด้วยเช่นกัน คือ มีการกล่าวถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต๋าย เช่น ขวดเบียร์จะให้ความรู้สึกถึงความอ่อนหวานและความสดชื่น สีทองของน้ำเบียร์จะแสดงให้เห็นถึงความหรูหราและคุณภาพของเบียร์ชิงเต๋าย การออกแบบนี้มีจุดประสงค์เพื่อเชิญชวนสำหรับผู้ที่ไม่เคยดื่มเบียร์ชิงเต๋าย

การประชาสัมพันธ์ของบริษัทเบียร์ชิงเต๋าย โดยส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ 'the government' marketing และ Olympic' marketing เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งภายหลังจากมีการตกลงเสนาอราคาระหว่างการเป็น

ผู้สนับสนุนหลักในการจัดงาน โอลิมปิก ที่จัดขึ้นที่เมืองปักกิ่ง ประเทศจีนในปี ค.ศ. 2006 ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต่าให้เป็นที่รู้จักกับต่างประเทศมากขึ้น ภายในเวลาต่อมาจึงเกิดเป็นเทศกาลเบียร์นานาชาติขึ้นที่เมืองชิงเต่า ประเทศจีน ซึ่งถือเป็นเทศกาลงานเบียร์ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศจีน ในขณะที่เดียวกันบริษัทเบียร์ชิงเต่าได้สร้างความน่าเชื่อถือให้กับภาพลักษณ์ของบริษัท โดยการสนับสนุนและช่วยเหลือการกุศลหลายอย่าง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เบียร์ชิงเต่า และ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้เบียร์ชิงเต่าได้รับความสนใจ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมสินค้าผ่านการช่วยเหลือองค์กรการกุศลด้วย

บริษัทเบียร์ชิงเต่าทำการส่งเสริมการขายเพิ่มยอดขายของการจำหน่ายเบียร์ชิงเต่าในแต่ละวัน โดยการมุ่งเน้นเรื่องของกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ผู้บริโภคที่ซื้อเบียร์ชิงเต่าเป็นจำนวนมากภายใน 1 ครั้งจะได้รับผลิตภัณฑ์ใหม่ของเบียร์ชิงเต่าเป็นของแถม ซึ่งวิธีนี้นอกจากจะเป็นการเพิ่มยอดขายแล้ว ยังสามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้กับลูกค้าอีกด้วย

3. สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาและวิเคราะห์การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าในประเทศจีน สามารถสรุปได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) ศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์เมืองชิงเต่าในประเทศจีน 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมชิงเต่าในประเทศจีน และ 3) ศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

3.1 การศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเบียร์เมืองชิงเต่าในประเทศจีน

ผลจากการศึกษาพบว่า เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ที่มีประวัติความเป็นมาตั้งแต่ 6,000 ปีก่อนคริสตกาล ซึ่งเกิดจากความบังเอิญของชาวสุเมเรียน ที่อาศัยอยู่ในลุ่มแม่น้ำไทกริส-ยูเฟรติส และปรากฏหลักฐานเกี่ยวกับพิธีกรรมหรือที่เรียกว่า "Hymn to Ninkasi" ตามความเชื่อของชาวสุเมเรียน ซึ่งการสวดนี้ถูกนำไปใช้สำหรับการทำเบียร์ หรือที่ชาวสุเมเรียน เรียกว่า น้ำอมฤต โดยกระบวนการทำเบียร์จะถูกแกะสลักเป็นภาษาสุเมเรียน ไว้บนแผ่นโบราณ ตามข้อบัญญัติที่บังคับใช้ของกษัตริย์ฮัมมูราบิ (Hammurabi) แห่งแคว้นบาบิโล โดยในปัจจุบัน ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคเบียร์มากที่สุดในโลก และมีการจัดจำหน่ายเบียร์อย่างกว้างขวางทั้งเบียร์ที่นำเข้าจากต่างประเทศและเบียร์ที่ผลิตในท้องถิ่น ซึ่งเบียร์ชิงเต่าเป็นเบียร์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาอย่างยาวนานและได้รับความนิยมอย่างมาก โดยมีการส่งออกไปยังหลายประเทศทั่วโลก และเป็นเบียร์ของประเทศจีนที่มียอดจัดจำหน่ายมากที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา

3.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิง โดยใช้แบบสอบถามพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าประกอบไปด้วย 10 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยที่ 1 อยู่ใกล้กับแหล่งน้ำ, ปัจจัยที่ 2 อยู่ใกล้กับท่าเรือ, ปัจจัยที่ 3 อยู่ใกล้กับถนนสายหลัก, ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านแรงงาน, ปัจจัยที่ 5 ใกล้กับโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง, ปัจจัยที่ 6 ใกล้สนามบิน, ปัจจัยที่ 7 ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล, ปัจจัยที่ 8 การสนับสนุนจากภาคเอกชน, ปัจจัยที่ 9 ใกล้แหล่งวัตถุดิบในการผลิต และปัจจัยที่ 10 ที่ดินราคาถูก โดย 3 ปัจจัยแรกที่มีผลต่อการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่ามากที่สุด คือ ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำ เนื่องจาก น้ำเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า ที่ทำให้เบียร์ชิงเต่ามีความโดดเด่น โดยใช้น้ำจากเทือกเขาเหลาซาน ในมณฑลซานตง เมืองชิงเต่า ประเทศจีน เป็นน้ำที่มีความบริสุทธิ์และอุดมไปด้วยแร่ธาตุที่สำคัญ โดยเทือกเขาเหลาซาน ปัจจัยที่ 2 คือ อยู่ใกล้กับท่าเรือ เนื่องจากเมืองชิงเต่าเป็นเมืองท่าที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศจีน และมีการขนส่งสินค้ามากที่สุด โดยท่าเรือชิงเต่าแบ่งออกเป็น 4 ท่าตามพื้นที่ต่างๆ เพื่อกระจายการขนส่งสินค้าไปยังประเทศต่างๆ โดยเบียร์เป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมาก จำเป็นต้องใช้การขนส่งทางเรือ และปัจจัยที่ 3 คือตั้งอยู่ใกล้กับถนนสายหลัก เมืองชิงเต่ามีสถานที่สำคัญหลายแห่งที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากชาวต่างชาติ ซึ่งแต่ละสถานที่จะอยู่ติดเส้นทางสำคัญหลายแห่ง ที่เป็นทั้งย่านการค้าและสถานที่ท่องเที่ยว

3.3 การศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า

จากการศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า มีความเกี่ยวข้องกับ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเบียร์ กระบวนการผลิตเบียร์ การเก็บและรักษาเบียร์ คุณค่าทางสารอาหารของเบียร์ชิงเต่า และการตลาด

3.3.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเบียร์ ประกอบไปด้วย มอลต์ (Malt) ฮ็อพ (Hops) น้ำ (Water) ยีสต์ (Yeast) วัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ ธัญพืช เช่น ปลายข้าว ข้าวเจ้า ข้าวโพด

3.3.2 กระบวนการผลิตเบียร์ ประกอบไปด้วย 4 กลุ่มขั้นตอน คือ

- 1) การบดให้เป็นแป้ง (Mashing)
- 2) ถังต้มเบียร์ (Brewing)
- 3) การหมักบ่ม (Fermenting)
- 4) การเก็บบ่ม (Stroing)

3.3.3 การเก็บและรักษาเบียร์ คือ ควรเก็บให้ห่างแสงแดดเพราะจะทำให้เบียร์เสื่อมคุณภาพลง ด้วยเหตุนี้เบียร์จึงบรรจุขวดสีน้ำตาลหรือสีเขียว หากเก็บไว้นานเกินไปจนเบียร์เป็นวุ้น Freeze จะทำให้เบียร์ตกตะกอน

และเป็นแก๊สน้ำแข็ง เมื่อเปิดออกมาจะไหลพุ่งอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงมากเกินไปและบ่อยๆ เบียร์จะขาวขุ่นและเสียได้

3.3.4 คุณค่าทางสารอาหารของเบียร์ชิงเต่า คือ มีสารอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ที่จำเป็นต่อร่างกาย โดยผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต่าแบบขวด สามารถสร้างแคลลอรี่ได้ประมาณ 400-700 แคลลอรี่

3.3.5 การตลาดของบริษัทเบียร์ชิงเต่าใช้กลยุทธ์ การผสมการวางแผนในการควบคุมองค์ประกอบของแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ที่เรียกกันว่าเป็น 4Ps คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการโฆษณา

3.4) ปัญหาและอุปสรรค

- 1) ข้อมูลที่นำมาศึกษาและวิเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องใช้เวลาในการแปลข้อมูลและเอกสาร
- 2) ข้อมูลบางส่วนมีเนื้อหาไม่ต่อเนื่อง ดังนั้นจึงยากต่อการนำมาจัดเรียงข้อมูล

3.5) ข้อเสนอแนะ

- 1) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเบียร์ของประเทศจีน ตลอดจนเบียร์ชิงเต่าในเชิงลึก เพื่อนำข้อดีของการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมของเบียร์ชิงเต่ามาเป็นต้นแบบในการพัฒนาเบียร์ไทย ให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

นพพล สุกิจปาณีนิจ. การวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรมรองท่าในประเทศไทย. สาขาวิชาภูมิศาสตร์
อุตสาหกรรม ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.

นโรดม ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. ภูมิศาสตร์อุตสาหกรรม : แนววิเคราะห์ระดับจุลภาค. ภาควิชา
ภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ปิยาณี สมคิด. อุตสาหกรรมเบียร์ไทยและทางเลือกทางกลยุทธ์ กรณีศึกษา: กลยุทธ์การโฆษณา.
หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544.

พงษ์ศักดิ์ วงศ์นาค. โครงสร้างการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทย. คณะพัฒนาการ
เศรษฐกิจ หลักสูตรเศรษฐศาสตรธุรกิจสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2541.

ณัย วิริยตระกูลชัย. รายงานการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมเบียร์ไทยกับการผูกขาดธุรกิจ
(กรณีศึกษาการบังคับขายสุราฟว่งเบียร์). คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ หลักสูตรเศรษฐศาสตรธุรกิจ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2541.

วศวรรณ ฐีร์กดี. โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมเบียร์. คณะพัฒนาการ
เศรษฐกิจ หลักสูตรเศรษฐศาสตรธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538.

อเนก สุรเสวี. วิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศไทย. หลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์อุตสาหกรรม ภาควิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร,
2550.

อนันต์ จันทร์เพชร. โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศไทย
ไทย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

สื่อออนไลน์

การผลิตเบียร์ [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 13 ตุลาคม 2557.

เข้าถึงได้จาก : http://www.baanjommyut.com/library_2/extension1/beer_production/index.html.

การวิเคราะห์ทางการตลาดของสถานการณ์ทางการตลาดเบียร์ชิงเต่า [ออนไลน์]. (2556). เข้าถึงวันที่ 13

มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก : <http://www.crownimportsllc.com/ourbrands/tsingtao.html>.

การสนับสนุนผลิตภัณฑ์เบียร์ [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 20 มกราคม 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.beeradocate.com/beer/profile/281/?view=beers&show=all>.

ความรู้เกี่ยวกับเบียร์ [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 12 ตุลาคม 2557.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.bartendercocktail.net>.

ชุมชนแห่งการเรียนรู้เพศศึกษา [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.teenpath.net/content.asp?ID=4346#.VUiJryHtmkp>.

ตลาดเศรษฐกิจของเบียร์ในประเทศจีน [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.beeradocate.com/beer/profile/281/?view=beers&show=all>.

บริษัทนำเข้าเบียร์ชิงเต่า [ออนไลน์]. (2556). เข้าถึงวันที่ 1 มีนาคม 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.crownimportsllc.com/ourbrands/tsingtao.html>.

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2556). เบียร์จีน : ตลาดร้อนแรง...ธุรกิจท้าทาย. [ออนไลน์]. เข้าถึงวันที่

13 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thailand-china.com/getdoc/0efd759d-177b-4a15-b16f2620540ac1cc/page3.aspx?lang=th-TH>.

เบียร์จีน “ชิงเต่า” รุกลงทุนไทย ทุ่ม 5 พันล้านร่วมทุน “นามยง” ตั้งโรงงาน [ออนไลน์]. (2554). เข้าถึง

วันที่ 13 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th/content/210105>.

เบียร์ที่ได้รับความนิยมที่สุดในประเทศจีน [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 13 มกราคม 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://firstwefeast.com/drink/the-most-popular-beer-in-the-world-is-chinese/>.

ผลิตภัณฑ์เบียร์ชิงเต่า [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 18 เมษายน 2558.

เข้าถึงได้จาก : http://www.ikemitsu.co.jp/en/item/new_item_tsingtao.php.

มารู้จักเบียร์กันเถอะ [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2557.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.vcharkarn.com/vblog/37020>.

รายงานสถานะทางเศรษฐกิจของตลาดเบียร์ประเทศจีน [ออนไลน์]. (2556). เข้าถึงวันที่ 28

กุมภาพันธ์ 2558. เข้าถึงได้จาก : http://www.researchandmarkets.com/research/mg9bp5/global_and.

เวลาทางการเงิน [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.ft.com/home/asia>.

หนึ่งร้อยปีพิพิธภัณฑ์เบียร์ชิงเต่า [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). เข้าถึงวันที่ 13 มกราคม 2558.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.tsingtaomuseum.com/index.html>.

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยจากความเสียสละ และความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัยฉบับนี้คือ อาจารย์ ดร.กัลยา เทียนวงศ์ เป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำการศึกษาประเด็นต่าง ๆ ตลอดจนการแนะนำแนวทางในการศึกษาหาความรู้ในรอบด้าน พร้อมทั้งช่วยตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องในส่วนต่าง ๆ อย่างละเอียด ให้กำลังใจทั้งเรื่องการเรียนรู้ และการใช้ชีวิต จนทำให้บทความวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์อย่างราบรื่น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณพี่ๆ ห้อง อ.ย. คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศิลปากรทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนการทำบทความวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคณาจารย์ประจำภาควิชาภาษาปัจจุบันตะวันออก ที่คอยให้คำปรึกษาและสนับสนุนในการเดินทางไปหาข้อมูลศึกษาวิจัยที่ประเทศจีน

บทความวิจัยฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยจากความเสียสละ และความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัยฉบับนี้คือ อาจารย์ ดร.กัลยา เทียนวงศ์ เป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำการศึกษาประเด็นต่างๆ ตลอดจนการแนะนำแนวทางในการศึกษาหาความรู้ในรอบด้าน พร้อมทั้งช่วยตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องในส่วนต่างๆ อย่างละเอียด ให้กำลังใจทั้งเรื่องการเรียนรู้ และการใช้ชีวิต จนทำให้บทความวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์อย่างราบรื่น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณห้องสมุดต่างๆ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการเขียนภาคนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณพ่อ แม่ และพี่น้องที่ให้การสนับสนุนตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ในคณะอักษรศาสตร์ ที่คอยให้กำลังใจและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันมาตลอด

ผู้เขียนหวังว่าภาคนิพนธ์ฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย หากผิดพลาดประการใด ต้อง
ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

