



การศึกษารูปแบบของขนมในสาธารณรัฐเกาหลี

โดย

นางสาวอัญชิสา หลีบุตร

รหัสนักศึกษา 05550539

เสนอ

อาจารย์ ดร. กัลยา เทียนวงศ์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

ชื่องานวิจัย การศึกษารูปแบบขนมในสาธารณรัฐเกาหลี
ชื่อผู้วิจัย นางสาวอัญชิสิตา หลีนบุตร รหัสประจำตัว 05550539
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. กัลยา เทียนวงศ์
ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การศึกษาการพัฒนาารูปแบบขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว 2) การศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว และ 3) การศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากงานเอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า

การศึกษารูปแบบการพัฒนาารูปแบบขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยวในปัจจุบัน คือ ในรูปแบบขนมพื้นเมืองมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ด้านสังคม ที่สามารถหาซื้อรับประทานได้ง่ายขึ้น มีความสะดวก ส่วนด้านกายภาพ คือ รูปแบบการผลิต รูปลักษณะของขนมมีความทันสมัย และเป็นที่ยอมรับเรื่องการมีคุณค่าด้านโภชนาการสูง เป็นที่รู้จักทั้งในและนอกประเทศ และยังคงมีความสำคัญต่อวัฒนธรรมของเกาหลี สำหรับขนมขบเคี้ยวภายใต้บริษัทลอตเต้ได้มีการพัฒนาอย่างไม่สิ้นสุด เป็นผู้นำของการผลิตและการจัดจำหน่ายขนม มีโรงงานทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ เป็นที่ยอมรับทั้งคุณภาพสินค้าและความมีมาตรฐาน

สำหรับการศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว คือ พื้นที่ตั้งโรงงานขนมพื้นเมือง มีปัจจัยทางด้านที่ตั้ง ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยส่วนบุคคล และมีปัจจัยด้านการคมนาคม โดยการกระจายสินค้า ไปยังกรุงโซลได้สะดวก สำหรับพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมขบเคี้ยว (ลอตเต้) มีโรงงานทั้งในและนอกประเทศ พื้นที่ตั้งมีปัจจัยหลัก คือ พื้นที่ตั้ง ปัจจัยด้านการมีการคมนาคมที่สะดวกทั้งทางถนนและทางทะเล ปัจจัยด้านแรงงาน และปัจจัยด้านวัตถุดิบ ในการลดต้นทุนการผลิตสินค้า โดยการใช้วัตถุดิบภายในประเทศที่ตั้งโรงงาน

และการศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว พบว่า การผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต และวัตถุดิบเป็นอย่างมาก มีความประณีต และการผลิตอย่างเป็นขั้นตอนมาตั้งแต่อดีต และในโครงสร้างการผลิตขนมขบเคี้ยว พบว่า บริษัทลอตเต้ มีสินค้ามากกว่า 200 ชนิด ทั้งยังให้ความสำคัญกับการตลาดของสินค้า โดยมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ทั้งนี้บริษัทลอตเต้เกาหลีได้เอง ได้มีพิพิธภัณฑ์ขนมหวานลอตเต้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้กับเยาวชนหรือผู้ที่สนใจ

คำสำคัญ : ขนมพื้นเมือง ขนมขบเคี้ยว ฮันกวา บริษัทลอตเต้ เกาหลี

กิตติกรรมประกาศ

การทำบทความวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบของชนมในสาธารณรัฐเกาหลี สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทั้งนี้เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.กัลยา เทียนวงศ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าและคอยให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำ ทั้งยังคอยตรวจและแก้ไขงานไม่ให้บกพร่อง แก่ผู้ศึกษามาตลอด จนบทความวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์แบบ ผู้ศึกษารู้สึกสำนึกในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ บุคคลอันเป็นที่รักยิ่งของผู้ศึกษาที่ให้ความรัก และความห่วงใย คอยเป็นกำลังใจ และคำแนะนำแก่ผู้ศึกษาอยู่เสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ชาวเกาหลี ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับชนมพื้นเมือง และคอยให้คำปรึกษา ทั้งยังเสียสละเวลาซื้อหนังสือเกี่ยวกับชนมพื้นเมืองเกาหลีมาให้ยังประเทศไทย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ศึกษา อีกทั้งผู้ศึกษาขอขอบคุณงามความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้กล่าวชื่อและไม่ได้กล่าวชื่อ หากมีข้อผิดพลาดประการใดในบทความวิจัยเล่มนี้ ผู้ศึกษาต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

แบบโอนลิขสิทธิ์บทความวิจัย

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า นางสาวอัญชิสา หลีบุตร
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี
ชื่อบทความวิจัย การศึกษารูปแบบของขนมในสาธารณรัฐเกาหลี

ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังจบการศึกษา 197/3 หมู่ที่ 4 ตำบลเทพกระษัตรี อำเภอดงตาล จังหวัดอุบลราชธานี 83110

หมายเลขโทรศัพท์ 086 - 942 - 6499

ลิขสิทธิ์ของบทความวิจัยอันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน

(นางสาวอัญชิสา หลีบุตร)

ลงนามผู้รับโอน

()

วันที่ 6 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2558

สารบัญภาพประกอบ

รูปที่		หน้า
1	ขนมยักกวาในรูปแบบของขวัญ	6
2	ขนมยูกวา	7, 28, 30
3	ขนมยักกวา	7, 29, 30
4	ขนมทาชิก	8, 31
5	ขนมแมจักกวา	8
6	ตราสัญลักษณ์บริษัทชินกุง	9
7	ตราสัญลักษณ์บริษัทของอิน	10
8	ตราสัญลักษณ์บริษัทธานีลกา.....	10
9	ขนมขบเคี้ยวผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ลอตเต้เกาหลีใต้	13
10	ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมลอตเต้ภายใต้แบรนด์ลอตเต้เกาหลีใต้	13
11	ไอศกรีมแบรนด์ Natuur pop	14
12	อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ.....	14
13	กราฟแสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	15
14	ธงชาติของสาธารณรัฐเกาหลี	24
15	ขนมทาชิกและแม่พิมพ์ไม้ขนมทาชิก	29
16	แม่พิมพ์ขนม	31
17	ชุดทำขนมทาชิกสำเร็จรูป	31
18	ผลิตภัณฑ์หมากฝรั่งในปัจจุบัน	33

รูปที่	หน้า
19	ผลิตภัณฑ์หมากฝรั่งในปัจจุบัน 34
20	ขนมแปเป้โร 34
21	ผลิตภัณฑ์ชอกโกแลตกาน่า 35
22	ผลิตภัณฑ์ชอกโกแลตในปัจจุบัน 35
23	ขนมโกกัลลอน 36
24	ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวในปัจจุบัน 36
25	เว็ลไอศกรีมโคน 37
26	ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมหลอดเต้ในปัจจุบัน..... 37
27	ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมหลอดเต้ในปัจจุบัน 38
28	แพคนยอนโซ 44
29	ขั้นตอนการทำงานมยูกวา 45
30	ขั้นตอนการทำงานมฮันกวา 46
31	ขั้นตอนการทำงานมทาชิก 47
32	เว็บไซต์ออนไลน์ของบริษัทชินกุง 47
33	ขนมฮันกวาจำหน่ายที่ธนาคารนงฮยอบ 48
34	งานประชาสัมพันธ์บริษัทหลอดเต้ วันวาเลนไทน์ พ.ศ.2549..... 49
35	ผลิตภัณฑ์หลอดเต้ในละคร 49
36	พิพิธภัณฑ์ขนมหวานหลอดเต้ 50

สารบัญตาราง

รูปที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการศึกษา	4
2	กลุ่มบริษัทจดทะเบียนต่างประเทศ	12
3	พัฒนาการของการผลิตจากบริษัทจดทะเบียน	32-33

สารบัญแนบที่

รูปที่		หน้า
1	ประเทศเกาหลีใต้	23
2	ที่ตั้งโรงงานชินกุง	39
3	ที่ตั้งโรงงานลอตเต้ภายในประเทศเกาหลีใต้	40
4	ที่ตั้งโรงงานลอตเต้ภายนอกประเทศ	42

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ-ช
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญแผนที่.....	จ
บทที่	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1-2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
นิยามศัพท์.....	3
กรอบแนวความคิดการวิเคราะห์รูปแบบขนม.....	4
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ประวัติขนมดั้งเดิม (ฮันกวา) ในเกาหลีใต้.....	5-6
ประเภทของฮันกวา.....	6-8
สีของฮันกวา.....	8-9
คุณค่าของฮันกวา.....	9
ประวัติบริษัทชินกุง.....	9
กลุ่มบริษัท.....	9-10
ประวัติบริษัทลอตเต้และบริษัทลอตเต้ในเกาหลีใต้.....	10-11
ปรัชญาบริษัท.....	11

บทที่	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
กลุ่มบริษัทต่างประเทศ.....	11-12
ประเภทขนม.....	12-15
ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับรูปแบบขนม.....	15-19
ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์รูปแบบขนมและที่ตั้งอุตสาหกรรม.....	19-23
ข้อมูลพื้นที่ศึกษาสาธาณรัฐเกาหลี.....	23-25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการ.....	26-27
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28-50
การศึกษาพัฒนาการรูปแบบขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้.....	28-38
ขนมพื้นเมือง.....	28-32
ขนมขบเคี้ยว.....	32-38
การศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว	
.....	38-43
แหล่งที่ตั้งโรงงานผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองแบบดั้งเดิม.....	38-40
พื้นที่แหล่งผลิตขนมขบเคี้ยว (บริษัทลอตเต้).....	40-43
การศึกษารูปแบบโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว.....	43-50
โครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลี.....	43-48
โครงสร้างการผลิตขนมขบเคี้ยวภายใต้บริษัทลอตเต้.....	48-50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย.....	51-53
ข้อเสนอแนะการศึกษา.....	53
เอกสารอ้างอิง.....	54-56
ประวัติผู้ศึกษา.....	57

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สาธารณรัฐเกาหลี หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่า เกาหลีใต้ เป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดด เป็นหนึ่งในประเทศเขตเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกที่พัฒนาแล้วแม้จะเป็นประเทศอุตสาหกรรมแต่ยังคงมีการทำเกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวเจ้า ข้าวบาร์เลย์ แอปเปิล มันฝรั่ง ถั่วเหลือง และข้าวสาลีซึ่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญนี้เองได้มาเป็นส่วนประกอบหลักในขนมพื้นเมืองเกาหลีแบบดั้งเดิมโดยชาวเกาหลีเชื่อกันว่าวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารทุกชนิดล้วนมีสรรพคุณทางยา การเลือกรับประทานอาหารสำหรับชาวเกาหลีจึงไม่ใช่เพียงการทำให้อิ่มท้องเท่านั้น แต่รวมถึงการมีสุขภาพที่ดีด้วย

ขนมพื้นเมืองเกาหลีเรียกว่าฮันกวา (한과) เป็นขนมที่มีความสำคัญกับชาวเกาหลีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ในอดีตมักทำขึ้นเพื่อมอบให้ญาติผู้ใหญ่ในการเฉลิมฉลองเฉพาะในเทศกาลสำคัญเท่านั้น เช่น ในเทศกาลวันเคารพบรรพบุรุษและวันปีใหม่ เป็นต้น ฮันกวาจัดได้ว่าเป็นขนมชั้นสูงมีรูปลักษณะ สี สันที่ หลากหลาย การตกแต่งที่สวยงามมีด้วยกันหลายชนิด เช่น ขนมกวางจอง ขนมทาจิกขนมยูกวาและขนมยักกวา เป็นต้น ขนมเหล่านี้ไม่ได้มีเพียงรูปลักษณะที่สวยงามเท่านั้น แต่ยังผลิตมาจากวัตถุดิบที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพ (Kyu-HeunKim,2015) ส่วนประกอบหลักมาจากข้าว และธัญพืชผ่านกระบวนการผลิตวิธีต่างๆ เช่น นึ่ง ทอดและอบทั่วไปนิยมรับประทานขนมคู่กับชาซึ่งเป็นเครื่องดื่มพื้นเมืองในปัจจุบันชาวเกาหลีได้พัฒนารูปแบบของขนมให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้รสชาติอร่อยเหมาะกับคนรุ่นใหม่และเด็ก ๆ มีการพัฒนารสชาติเดิมที่มาจากธรรมชาติ เช่น รสข้าว รสผักทอง รสถั่ว โดยเพิ่มรสชอคโกแลต รสชาเขียวและรสสตอเบอร์รี่ เป็นต้น (YangKo,2013) และการพัฒนาขนมพื้นเมืองเกาหลีที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ให้ความสำคัญกับการบรรจุภัณฑ์ของขนมฮันกวาโดยการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของขนมใส่กล่องที่สวยงาม มีรูปลักษณะที่เหมาะสมแก่การมอบเป็นของขวัญ โดยเฉพาะใช้มอบให้กับผู้ใหญ่ หรือใช้เป็นของฝากให้ทั้งคนในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันนี้ขนมฮันกวามีการจัดจำหน่ายทั่วไปสามารถหาซื้อได้จากร้านขายขนมพื้นเมือง ร้านน้ำชาที่อินชางและห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป (Visitkorea,2015)

จากการพัฒนาแบบไม่หยุดนิ่งทำให้เกาหลีใต้ได้มีการเปิดรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศ โดยเฉพาะวัฒนธรรมตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อเกาหลีใต้ การศึกษา ความคิด วิถีชีวิตและการบริโภคแบบตะวันตก ส่งผลให้เกิดการพัฒนาารูปแบบอาหารและการบริโภคแบบใหม่ขึ้น ขนมรับประทานเล่นขนมขบเคี้ยวหรือภาษา

ทางการเรียกว่า อาหารว่าง (Snack) จัดได้ว่าเป็นอาหารว่างประเภทหนึ่งที่มีมาตั้งแต่โบราณ พบเริ่มแรกในวัฒนธรรมตะวันตกเป็นรูปแบบของอาหารที่ไม่ได้รวมถึงอาหารที่เป็นมื้อหลักของวัน แต่หมายถึงอาหารที่มีไว้รับประทานเพื่อระงับความหิวของคนระหว่างมื้อ ในยามพักผ่อน และให้พลังงานแก่ร่างกายได้เล็กน้อย มักทำจากมันฝรั่ง ข้าว ข้าวโพด ถั่ว ธัญพืช เนื้อ หรือปลา นำมาปรุงรสผ่านกรรมวิธีการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอบหรือทอด มีลักษณะเป็นเส้น หรือแผ่นบางๆ เช่น ขนมขบเคี้ยวอบกรอบ ถั่วอบกรอบลูกอม ช็อกโกแลต ลูกก๊ี้ หมากฝรั่ง (Bangkoksync,2015) นอกจากนี้ เกาหลีได้กำลังจะเป็นผู้นำการส่งออกขนมขบเคี้ยวอันดับหนึ่งของเอเชียในปี 2018 โดยกลุ่มบริษัทลอตเต้ในประเทศเกาหลีใต้ ภายใต้บริษัท LOTTE Confectionery ซึ่งเป็นผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมการผลิตและจัดจำหน่าย หมากฝรั่ง ขนม และ ไอศกรีมครบวงจร ที่ไม่เพียงแต่ผลิตหมากฝรั่งเท่านั้นแต่รวมไปถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ช็อกโกแลต บิสกิตและขนมปัง เป็นต้นในปี 2013 มียอดจำหน่าย 1,610,077 ล้านบาท (Lotteconf, 2015) กลุ่มบริษัทลอตเต้มีการพัฒนาก้าวข้ามจากผู้ผลิตด้วยการ ขยายโรงงานไปยังประเทศต่างๆ เช่น เวียดนาม รัสเซีย อินเดียและจีน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับภูมิภาคนั้นๆและจัดจำหน่ายออกไปยังประเทศต่างๆ ผลิตภัณฑ์ของลอตเต้ซึ่งมีหลากหลายกว่า 200 ชนิดนั้น ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก รวมทั้งยุโรปและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศในภูมิภาคอื่นๆ (Lotte,2015)

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษากรณีของการพัฒนารูปแบบซึ่งการดำรงไว้ของขนมพื้นถิ่นเกาหลีแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยวเกาหลีในปัจจุบัน เพื่อให้เห็นการพัฒนารูปแบบของขนมและที่ตั้งของการผลิตและกระบวนการผลิต เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาและพัฒนาของขนมไทยให้ยั่งยืนต่อไป

2.วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบขนมพื้นเมืองเกาหลีแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้
- 2.2 เพื่อศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว
- 2.3 เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว

3.ขอบเขตของการวิจัย

- 3.1 ศึกษารูปแบบของขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้
- 3.2 ศึกษาพื้นที่ของแหล่งผลิตและกระบวนการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้
- 3.3 การศึกษาการพัฒนารูปแบบของขนมพื้นเมืองดั้งเดิมกรณีศึกษาเฉพาะบริษัทชินกุง (Shin Kung) และขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันกรณีศึกษาเฉพาะบริษัท LOTTE Confectionery ของเกาหลีใต้

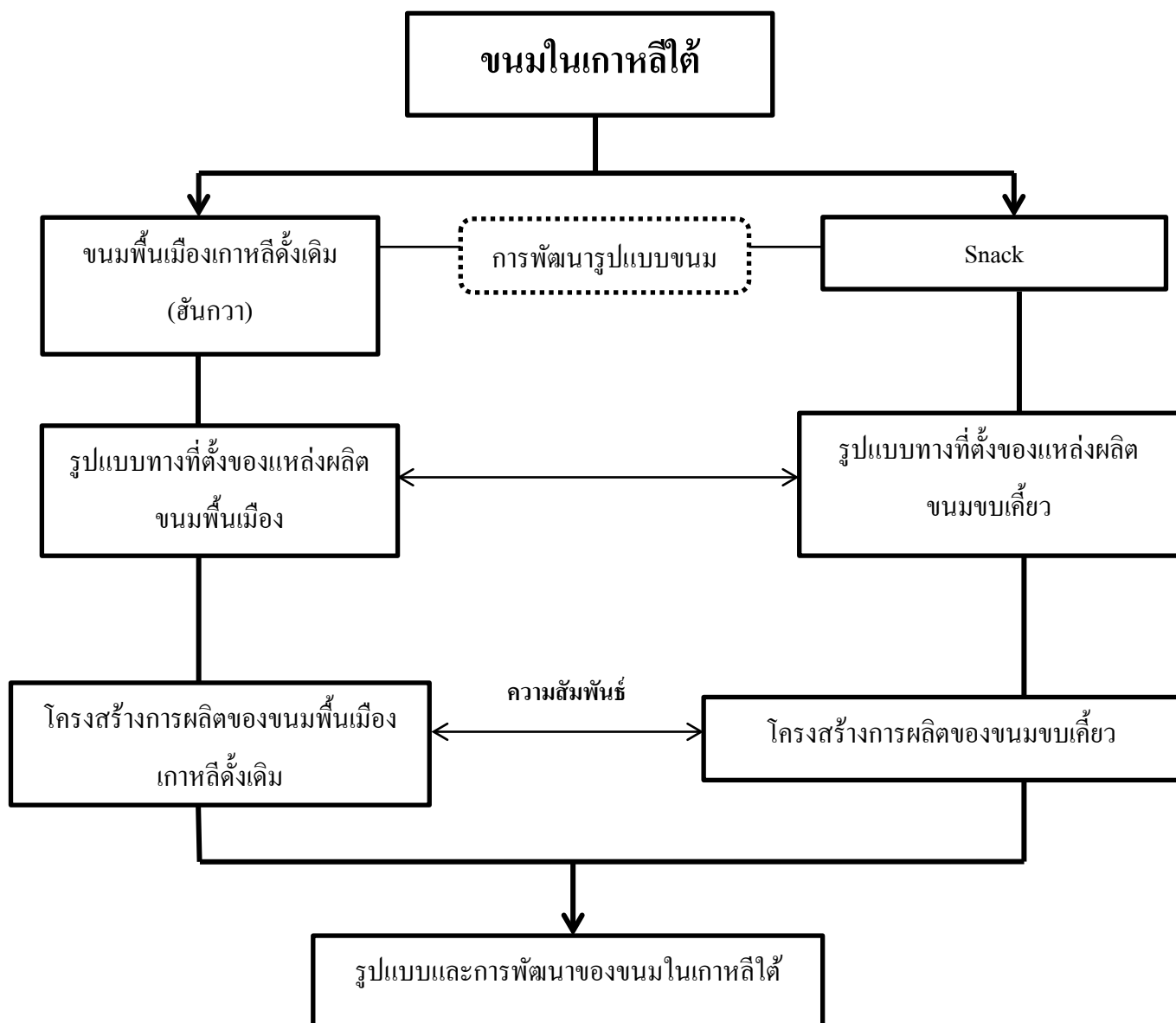
4.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1 ทราบถึงความสำคัญ รูปแบบ ของขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว
- 4.2 ทราบถึงการพัฒนารูปแบบขนมพื้นเมืองดั้งเดิมเกาหลีจนถึงขนมขบเคี้ยวในเกาหลีได้
- 4.3 ทราบถึงโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว
- 4.4 ข้อมูลสามารถเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ที่สนใจ และ เป็นแนวทางการพัฒนาขนมไทยให้ยั่งยืนต่อไป

5.นิยามศัพท์

- 5.1 ฮันกวา หมายถึง ขนมพื้นเมืองดั้งเดิมของเกาหลี ในอดีตจะจัดทำขึ้นเฉพาะในโอกาสสำคัญ ๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันไหว้บรรพบุรุษ วันเกิด หรือใช้มอบให้เป็นของขวัญแก่ญาติผู้ใหญ่ เป็นขนมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสวยงาม และมีประโยชน์ต่อร่างกาย เพราะทำมาจากธัญพืชที่ได้จากธรรมชาติ
- 5.2 ขนมขบเคี้ยว หมายถึง ขนมที่ใช้เป็นอาหารว่างรับประทานในแต่ละมื้อในปัจจุบัน ที่ผ่านกระบวนการผลิตจากวิธีต่าง ๆ เช่น อบหรือทอดกรอบ มักทำมาจากมันฝรั่ง แป้ง ซอคโกแลต และน้ำตาล เป็นผลิตภัณฑ์ที่เด็ก ๆ หรือคนทุกวัยชื่นชอบ
- 5.3 ลอตเต้ (Lotte) หมายถึง ชื่อบริษัทผลิตขนมขบเคี้ยวในปัจจุบัน ตั้งอยู่ในเกาหลีใต้เป็นบริษัทย่อยของบริษัทลอตเต้ญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลในการบริโภคของเกาหลีใต้

6.กรอบแนวความคิดการวิเคราะห์รูปแบบขนม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดทางการศึกษา

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษารูปแบบของขนมในสาธารณรัฐเกาหลีประกอบด้วย 1) ประวัติขนมดั้งเดิม (ฮันกวา) ในเกาหลีใต้ 2) ประวัติบริษัทชินนุง 3) ประวัติบริษัทลอตเต้และบริษัทลอตเต้ในเกาหลีใต้ 4) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารูปแบบขนม 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ 6) พื้นที่การศึกษา

2.1 ประวัติขนมดั้งเดิม (ฮันกวา) ในเกาหลีใต้

ในอดีตเกาหลีเป็นประเทศเกษตรกรรม ชาวเกาหลีเพาะปลูกข้าวเป็นอาหารหลักมาตั้งแต่โบราณ โดยส่วนใหญ่จึงรับประทานข้าวกับเครื่องเคียงเป็นเมนูหลัก แต่ละม่อมจะมีอาหารตั้งแต่ 3 ชนิด ไปจนถึง 12 ชนิด สำหรับราชวงศ์หรือเศรษฐี ซึ่งประกอบด้วยข้าวหรือ โจ๊ก หุงพร้อมกับธัญพืชต่างๆ หรือเนื้อสัตว์ และจะมีซูป สตว์ ผักและเนื้อสัตว์ โดยคนเกาหลีในสมัยโบราณเชื่อว่า อาหารนอกจากทำให้อิ่มท้องแล้ว อาหารยังเป็นยาในชีวิตประจำวัน ถ้าหากกินอาหารไม่สอดคล้องกับร่างกายจะทำให้เจ็บป่วยได้ ลักษณะอาหารเกาหลีจึงมีแนวคิดแบบ หยิน-หยาง ตามศาสตร์การแพทย์แผนจีน เพื่อช่วยรักษาสมดุลให้กับร่างกาย เช่นเดียวกับกับอาหารในวังหลวง โดยอาหารราชสำนักเป็นเรื่องราวของความพิถีพิถัน มีการปรุงแต่งให้สวยงาม และเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง สมัยก่อนพระราชินีเกาหลีจะเสวยวันละ 5 มื้อ มื้อเช้าที่สุดประมาณ 5 ถึง 6 เรียกว่า “มือรุ่งอรุณ” ส่วนมื้อเช้าประมาณสิบโมงเช้า ตามด้วยมือเที่ยง มือเย็น และสุดท้ายคือมือดึก ส่วนใหญ่เป็นผลไม้ เกี้ยวหรือขนมหวาน

ขนมหรืออาหารยามว่าง มีจุดกำเนิดมาจากวัฒนธรรมของตะวันตกที่มีการรับประทานขนมหลังจากอาหารมื้อหลัก โดยส่วนใหญ่จะมีรสหวานและเป็นสิ่งที่ทุกคนชื่นชอบ ได้ปรากฏการรับประทานขนมในยุคแรกที่มีการทำการค้ากับตะวันตก ขนมกับชาวเกาหลีในอดีตมีบทบาทสำคัญแค่เพียงในราชสำนัก และเพื่อชนชั้นสูงเท่านั้น เกาหลีได้มีวัฒนธรรมการดื่มชา และมีการร่วมกับการรับประทานขนมเริ่มขึ้นในยุคนั้น ในปัจจุบันนอกจากจะขนมจะมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานแล้ว ขนมของเกาหลียังมีความสำคัญต่อทุกพิธีกรรมของชาวเกาหลีอีกด้วย

ฮันกวา เป็นขนมพื้นเมืองของชาวเกาหลี ที่มีรูปลักษณ์ สี สันที่สวยงาม นิยมรับประทานคู่กับเครื่องดื่มพื้นเมืองและดีต่อสุขภาพ ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า และแป้งสาลี ผสมกับน้ำผึ้ง และน้ำตาล ผ่านกรรมวิธีการต่างๆ ในอดีตมีความสำคัญคือเป็นขนมสำหรับชนชั้นสูง หรือเป็นอาหารในราชสำนักเท่านั้น

แต่ในปัจจุบันสามารถหาซื้อรับประทานได้สะดวกจากร้านขายขนมพื้นเมืองหรือตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไปในเกาหลี และสามารถใช้เป็นของขวัญหรือมอบให้กับผู้ใหญ่



ภาพที่ 2.1 ขนมฮันกวาในรูปแบบกล่องของขวัญ

ที่มา : Gmarket, 2558

สันนิษฐานว่า ฮันกวา ได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อในยุคสามอาณาจักร เพราะในยุคนั้นเริ่มมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันระหว่างอาณาจักร โดยมี ข้าวสาร เหล้า น้ำผึ้ง น้ำมัน และอื่น ๆ ซึ่งเกือบทั้งหมดนี้เป็นส่วนผสมหลักในการทำขนมฮันกวาจึงเริ่มมีการทำขนมฮันกวาเกิดขึ้น และในยุคนี้ยังมีประเพณีการดื่มชากันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ขนมสามารถเข้ากับชาพื้นเมืองได้ดีจึงเกิดการพัฒนาขนมที่หลากหลายขึ้น

2.1.1 ประเภทของฮันกวา

1) ยูกวาหรือ คังจอง (유과/강정) ยูกวาทำมาจากผงถั่ว น้ำเชื่อม และแป้งที่ผ่านการหมัก และมานวดรวมจนเป็นแป้งที่พร้อมสำหรับแบ่งและตัดให้มีขนาดพอดีคำและนำไปทอดจนสุก ยูความีสีส้มที่หลากหลายโดยส่วนใหญ่จะพบยูกวาในพิธีเกี่ยวกับการไหว้บรรพบุรุษ



ภาพที่ 2.2ขนมยูกวาหรือกังจอง

ที่มา : Naver, 2558

2) ยักกวา (약과) ยักกวาเป็นตัวแทนของลูกก็เกาหลี่ ที่เป็นขนมยามว่างของราชตระกูลในยุคโครยอ(918-1392) มีรสชาติหวาน นุ่ม ทำมาจากแป้ง น้ำผึ้ง น้ำมันงา และไวน์ นำมานวดรวมกันจนกลายเป็นแป้งที่พร้อมจะทำเป็นยักกวา นำไปใส่ในแม่พิมพ์ และนำไปทอด



ภาพที่ 2.3ขนมยักกวา

ที่มา : naver, 2558

3) ทาซิก (다식) ทาซิกมีลักษณะเป็นเหมือนลูกก็ มีสีส้มที่หลากหลาย และเป็นทีสะอาดตา ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า ผสมกับสมุนไพร (ตามแบบดั้งเดิม) ผงดอกไม้อ และน้ำผึ้ง จากนั้นนำแป้งที่นวดแล้วมาผสมกับส่วนผสมต่างๆนำไปเทใส่แม่พิมพ์ เพื่อให้ได้รูปร่างที่เหมือนกันออกมา ปกติทาซิกมักจะเสิร์ฟพร้อมด้วยน้ำชาพื้นเมือง



ภาพที่ 2.4ขนมทาจิก

ที่มา : Naver, 2558

4) แมจ๊กกวา (매작과) แมจ๊กกวาเป็นคุกกี้แบบกรอบกรอบมีรสหวาน ทำมาจากแป้งนวดผสมรวมกับเกลือและน้ำจึงจนกลายเป็นก้อนมีลักษณะ เหนียวนุ่ม จากนั้นนำแป้งมารีดให้แบนแล้วตัดให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมเล็ก นำมีดมากรีดตรงกลางของแผ่นแป้ง แล้วบิดให้เป็นเกลียว แล้วนำไปทอดจนกรอบเคลือบด้วยน้ำผึ้ง



ภาพที่ 2.5 ขนมแมจ๊กกวา

ที่มา : King940, 2558

2.1.2 สีของฮันกวาสีของขนมฮันกวาทั้งหมดเป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติเพื่อการยืดอายุของขนม

- 1) สีแดง : โอมิจา บีทรูท ผงสตอเบอร์รี่ สตอเบอร์รี่สด และจิโซ
- 2) สีม่วง: ผลแพกนยอนโซ จอกเซ ผงมันฝรั่งสีแดง และธัญพืชสีดำ
- 3) สีเหลือง:ดอกพุทซ้อน ฟักทอง ดอกชงฮวา
- 4) สีเขียว: โบงา โบไผ่ ปวยเล้งโบซุก ผงพาแร และ ผงชาเขียว
- 5) สีดำ : งาดำ

2.1.3 คุณค่าของฮันกวา

1) ความสำคัญของฮันกวา : นอกจากฮันกวาจะเป็นอาหารว่างหลังจากมื้ออาหารหลักแล้ว กว่าครึ่งชีวิตของชาวเกาหลีในพิธีกรรมต่างๆ จำเป็นต้องมีฮันกวาหรือขนมเกาหลีพื้นเมืองเป็นส่วนประกอบพิธีกรรม ไม่เพียงแค่นั้นในพิธีกรรม 4 อย่าง (พิธีบรรลุนิติภาวะ พิธีสมรส พิธีศพ และพิธีเซ่นไหว้) นี้เท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจการทั้งหมด เทศกาลสำคัญ และในทุกฤดู ฮันกวายังเป็นสิ่งจำเป็นในวัฒนธรรมการดื่มชาของเกาหลีอีกด้วย

2) การเก็บรักษาได้นาน : ข้อดีของฮันกวาคือการไม่มีส่วนผสมของสารกันบูด และผงชูรส เพราะผ่านกระบวนการผลิตหลายขั้นตอน และส่วนผสมของน้ำเชื่อม น้ำผึ้งที่ผ่านการเคี่ยวมานาน ถ้าเก็บฮันกวาไว้ในที่แห้งและเย็น จะสามารถเก็บได้นาน 3 ถึง 6 เดือน โดยรสชาติไม่เปลี่ยน

3) เป็นงานศิลปะที่มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม : ฮันกวาได้ใช้สีจากธรรมชาติมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ขนมและการใช้แม่พิมพ์ของขนมทาสึกและขนมยักกวาในการทำงานทำให้มีรูปร่างที่สวยงามเปรียบเหมือนงานศิลปะของเกาหลี เช่น ลักษณะของยูกวา ที่นำแป้งมาทอดแล้วมันพองขึ้นเปรียบเหมือนการผลิบานของดอกไม้

2.2 ประวัติบริษัทชินกุง

ตลอดระยะเวลา 35 ปีที่ผ่านมา บริษัทชินกุงได้มีการพัฒนาขนมฮันกวาของเกาหลีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกสนุกสนานในการรับประทานสินค้าและเพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อบริษัทโดยให้ มีรสชาติที่เด็ดๆชอบจนถึงรสชาติที่ผู้ใหญ่ประทับใจ และการพัฒนาเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจัดซื้อและรับประทานขนมฮันกวาอย่างไร้ขอบเขตจึงมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างหลากหลาย และในปี ค.ศ.2000 ที่ผ่านมทางบริษัทได้เข้าร่วมการประชุม ASEM เป็นการประชุมเอเชีย-ยุโรปว่าด้วยเรื่องเศรษฐกิจ บริษัทชินกุงได้เข้าร่วมลงนามในการส่งออกสินค้า (ในด้านผลิตภัณฑ์ขนมและอาหาร)

2.2.1 กลุ่มบริษัท

1) บริษัทชินกุง(Shin Kung Tradition Food)โดยมีผู้บริหารคุณคิมคยูฮินที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านขนมฮันกวา (ยูกวาและยักกวา) ของประเทศเกาหลีในลำดับที่ 26 ซึ่งเป็นผู้ที่คลั่งไคล้ในรสชาติของขนมฮันกวา และต้องการเผยแพร่ขนมฮันกวาเกาหลีให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

ภาพที่ 2.6 ตราสัญลักษณ์บริษัทชินกุง

ที่มา : Shin Kung., 2558

2) บริษัทมยองอิน (Myung in) บริษัทย่อยของบริษัทชินกุง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากบริษัทชินกุงและเป็นขนมอันกวาที่มีความหรูหราเพิ่มขึ้น ใช้วัสดุดิบที่ได้รับความคัดสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพสูงสุด



ภาพที่ 2.7 ตราสัญลักษณ์บริษัทมยองอิน

ที่มา : Shin Kung, 2558

3) บริษัทฮานึลกา (Hanueka) สินค้าภายในบริษัทเป็นสินค้าที่ได้รับการพัฒนาให้รสชาติและรูปแบบมีความเรียบง่าย แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของขนมอันกวา วัตถุดิบชั้นดีในการผลิต และการบรรจุหีบห่อที่พิถีพิถันเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพสูงสุด เหมาะกับการมอบให้เป็นของขวัญชิ้นเยี่ยมแก่ผู้ใหญ่หรือบุคคลสำคัญต่างๆ



ภาพที่ 2.8 ตราสัญลักษณ์บริษัทฮานึลกา

ที่มา : Shin Kung, 2558

2.3 ประวัติบริษัทลอตเต้และบริษัทลอตเต้ในเกาหลีใต้

ลอตเต้ (LOTTE) มีที่มาจากตัวละคร ชื่อ Chlotte ซึ่งเป็นวีรสตรีในบทประพันธ์ ชื่อเรื่อง The Sorrows of Young Werther เขียนโดย Johan Wolfgang Von Goethe ซึ่งเป็นกวีเอกชาวเยอรมัน ที่เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีทั่วโลก โดยชื่อของบริษัทก็แสดงให้เห็นถึงจุดประสงค์ในการที่จะดูแลใส่ใจผู้บริโภคอย่างเต็มกำลัง เหมือนกับวีรสตรีนามว่า Chlotte ดังในปัจจุบันนี้ บริษัทสามารถเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคไปทั่วโลก สมกับคำว่า “Your palate’s sweet heart, LOTTE” หรือ “ลอตเต้เพื่อคู่ปาก” ซึ่งบริษัทเป็นผู้ผลิต Confectionery แบบครบวงจร ไม่เพียงแต่ผลิตหมากฝรั่งเท่านั้น แต่รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น บิสกิตชอคโกแลต เป็นต้น ทางบริษัทลอตเต้ได้ดำเนินการขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจต่างๆเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการขยาย

การลงทุนไปยังต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นประเทศในเอเชียตะวันออกและสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศเกาหลีได้นั้นบริษัทตลอดได้ประสบผลสำเร็จทางธุรกิจทางด้านอุตสาหกรรม รวมไปถึงกลุ่มธุรกิจด้านอาหารที่มีความเชี่ยวชาญด้วย

2.3.1 บริษัท

1) แนวคิดมาจากสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอันดับแรกคือต้องคิดว่าสิ่งไหนที่สำคัญสำหรับผู้บริโภค จากนั้นทางบริษัทจะจัดดำเนินการจัดหาสินค้าและบริการที่ดีที่สุด และเต็มไปด้วยคุณภาพ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค

2) ดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์การสร้างความท้าทายให้กับองค์กรในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการ ให้คงความเป็นเอกลักษณ์ โดยที่จะคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อการก้าวไปสู่ตลาดธุรกิจใหม่ ๆ ทั่วโลก

3) ประารถนาที่จะคงไว้ซึ่งความมีคุณภาพในผลิตภัณฑ์ของบริษัททุกๆชิ้นเนื่องจากบริษัทสร้างสรรค์สินค้าบนพื้นฐานทางปรัชญาขององค์กร ที่ยึดมั่นไว้ซึ่งคุณภาพภายใต้ สโลแกนที่ว่า “สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้จากวัตถุดิบคุณภาพดีเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าและบริการอย่างมีความสุข” บริษัทตลอดได้คงยืนยันทันทีผลิตสินค้าที่เต็มไปด้วยคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสุข และพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเต็มที่

2.3.2 กลุ่มบริษัทต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทตลอดได้ มีวัตถุประสงค์ที่จะเป็นบริษัทที่ตอบสนองต่อทุกๆไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค โดยการพัฒนาก้าวข้ามจากผู้ผลิต Confectionary ทั่วไปด้วยการ ขยายโรงงานไปยังภูมิภาคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศอื่นๆ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับภูมิภาคนั้น และจัดจำหน่ายออกไปยังประเทศต่างๆ สมกับการเป็นกลุ่มบริษัทที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ผลิตภัณฑ์ของตลอดได้ซึ่งมีหลากหลายกว่า 200 ชนิดนั้นได้รับการ ยอมรับและเป็นรู้จักของผู้บริโภค กว่า 70 ประเทศทั่วโลกรวมทั้งยุโรปและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศในภูมิภาคอื่นๆดังตาราง 2.1

ตารางที่ 2.1 กลุ่มบริษัทต่างประเทศ

ชื่อบริษัท	ปีผลิต	สถานที่	ประเภทธุรกิจ
กลุ่มบริษัท ลอตเต้ในประเทศเกาหลีใต้	เมษายน 2310	กรุงโซล	ผลิตและจัดจำหน่าย เครื่องดื่ม และ ไอศกรีม / ร้านค้าปลีก / ร้านอาหาร / โรงแรม / ธุรกิจปิโตรเคมี / ก่อสร้าง / เทคโนโลยี / บริการ / ธุรกิจบันเทิง
บริษัท ลอตเต้ อเมริกา จำกัด	กันยายน 2521	โรงงาน: มิชิแกน สำนักงานขาย: ชิคาโก	ผลิต นำเข้าและจัดจำหน่ายหมากฝรั่ง และบิสกิต(Koala's March)
บริษัท ไทยลอตเต้ จำกัด	มกราคม 2532	กรุงเทพมหานคร	ผลิตและจัดจำหน่ายหมากฝรั่งและ ลูกอม
บริษัท พีที ลอตเต้ อินโดนีเซีย	มิถุนายน 2536	จาการ์ตา	ผลิตและจัดจำหน่ายหมากฝรั่งและ ลูกอม
บริษัท ลอตเต้ ไชน่าฟู้ด จำกัด	สิงหาคม 2537	ปักกิ่ง	ผลิตและจัดจำหน่ายหมากฝรั่ง บิสกิต (Koala's March) และชอว์กั๊ก
บริษัท ลอตเต้ ฟิลิปปินส์ จำกัด	กันยายน 2538	มนิลา	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของลัตเต้ และบะหมี่สำเร็จรูป
บริษัท ลอตเต้เวียดนาม จำกัด	กุมภาพันธ์ 2539	โฮจิมินห์	ผลิตและจัดจำหน่ายหมากฝรั่ง

ที่มา : <http://www.lotteconf.co.kr/eng/>

(1) บริษัทลอตเต้ในเกาหลีใต้

ภายใต้ชื่อบริษัท LOTTE Confectionery โดยมีบริษัทแม่คือ กลุ่มบริษัทลอตเต้ ที่ได้รวมตัวกันจัดตั้งขึ้นในปี 1967 ทางบริษัทลอตเต้ในเกาหลีใต้มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 ในด้านเป็นผู้นำทางธุรกิจด้านอาหาร ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า และระบบการขนส่งที่มีมาตรฐานและครอบคลุม โดยมีฐานโรงงานผลิตอยู่ที่ยองดิงโพ ยังชันยองแทก และแดจอนซึ่งทางบริษัทมีการจัดผลิตสินค้า Confectionery มากกว่า 200 ชนิดรวมทั้งไอศกรีม และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพต่าง ๆ บริษัทลอตเต้เองยังเป็นผู้นำการผลิตและจำหน่ายสินค้าหมากฝรั่ง ลูกกวาด บิสกิตชอกโกแลต และไอศกรีมที่มียอดขายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในเกาหลีใต้ อีกทั้งยังมีการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น ในเวียดนาม รัสเซีย อินเดีย และจีนอีกด้วย

2.3.3 ประเภทขนม

ขนมของบริษัทลอตเต้เกาหลีใต้ แบ่งได้เป็น 3 หมวดใหญ่ ๆ ดังนี้

1) Confectionery

ทางบริษัทลอตเต้เกาหลีใต้ได้มีการจัดจำหน่ายและผลิตขนม หมากรฝรั่ง ลูกกวาด บิสกิตและช็อกโกแลต ซึ่งผลิตภัณฑ์หมากรฝรั่ง Juicy fresh Spearmint Freshmint และช็อกโกแลต Ghana ได้รับความนิยมมาตลอดมากกว่าสี่ทศวรรษ ในขณะที่หมากรฝรั่ง Xylitol ได้รับความนิยมอย่างมากหลังจากการเปิดตัว



ภาพที่ 2.9 ขนมขบเคี้ยวผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ลอตเต้เกาหลีใต้

ที่มา : Gmarket, 2558

2) ไอศกรีม

จัดจำหน่ายไอศกรีมหลากหลายรสชาติ โดยแตกต่างกันที่รูปแบบของไอศกรีมและเรียงลำดับจากความนิยม ไอศกรีมแบบแท่ง โคน ถ้วย ด้ามและแบบถัง และล่าสุดบริษัทได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ไอศกรีมรูปแบบใหม่ที่ทำมาจากส่วนผสมจากธรรมชาติ ชื่อแบรนด์ Natuur pop เป็นร้านไอศกรีมที่ผลิตสินค้าวันต่อวันและมีความพิเศษคือรสชาติที่มีคุณภาพสูง



ภาพที่ 2.10 ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมภายใต้แบรนด์ลอตเต้เกาหลีใต้

ที่มา : Gmarket, 2558



ภาพที่ 2.11 ไอศกรีมแบรนด์ Nàtuur pop

ที่มา : Nàtuur-pop, 2558

3) อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ

บริษัทลอตเต้ได้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ Health1 (롯데 हे 스원) ที่มีส่วนผสมของ วิตามิน แร่ธาตุ โสมแดงสกัด และสารสกัดของพืชและสัตว์ สิ้นค้า ประกอบไปด้วย วิตามินซี ซาโสมเพื่อสุขภาพ ไปจนถึงอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ



ภาพที่ 2.11 อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ

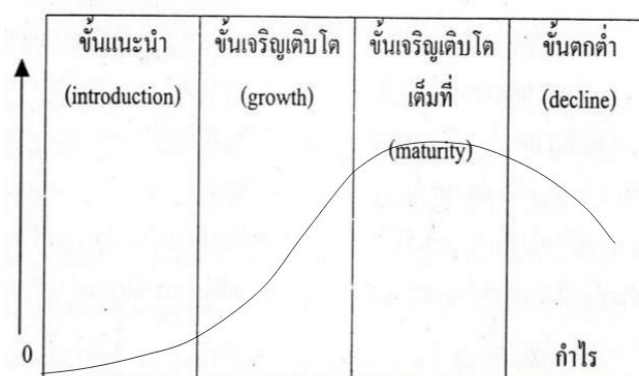
ที่มา : Lotte, 2558

2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบขนม

2.4.1 ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมืออีกตัวหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยในการพยากรณ์แนวโน้มของธุรกิจในอนาคต สาเหตุมาจากผู้บริโภคมีความต้องการและรสนิยมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทำให้ผู้ผลิตต้องมีการพัฒนาสินค้าอยู่อย่างต่อเนื่องลักษณะของเส้นวงจรชีวิตสามารถจำลองขบวนการพัฒนาด้วยเส้นที่มีรูปร่างคล้ายกับตัวอักษร “S” ซึ่งมีขั้นตอนของวงจรผลิตภัณฑ์ดังนี้

ภาพที่ 2.12 กราฟแสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ที่มา : กาญจนา จิทธิกาญจน์, 2558



ระยะ 1 ระยะแนะนำของสินค้าใหม่อาจไม่จำเป็นต้องคิดค้นขึ้นเอง ผลิตในบริษัทแม่และขายในประเทศแม่สินค้าส่วนที่เหลือส่งไปยังประเทศต่างๆ เพื่อประหยัดต้นทุนในการผลิตสินค้าใหม่เป็นสินค้าที่ต้องแข่งขันกับสินค้าเดิมที่มีอยู่ในตลาดแล้ว ดังนั้นยังขึ้นการแนะนำสินค้าใหม่ยังเป็นประโยชน์

ระยะ 2 ระยะของการเจริญเติบโตของสินค้าสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศได้รับความนิยมเป็นอย่างดีเพราะชื่อเสียงและคุณภาพของสินค้าของบริษัทแม่

ระยะ 3 ระยะที่สินค้ามีการพัฒนาอย่างเต็มที่ธุรกิจจะเริ่มลงทุนการผลิตในต่างประเทศเพื่อสนองความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในระบนี้การรักษาการวางตลาดสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปได้ยากและการแข่งขันทางด้านราคาสินค้ามักเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเสมอ

ระยะ 4 ระยะถดถอยที่เคยส่งสินค้าออกอาจจะกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าดังกล่าวเนื่องจากการสูญเสียการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเหตุผลหลักคือการเข้ามาของสินค้าใหม่ ประกอบกับการลดความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้านี้ ดังนั้นการรักษาสินค้าเอาไว้ผู้ผลิตอาจใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่าการรีดนมวัว คือ ยังผลิตสินค้านี้โดยไม่ทำการส่งเสริมการตลาดต่อไปตราบเท่าที่ยังสามารถขายได้ระดับหนึ่ง

จุดมุ่งหมายของธุรกิจคือการสร้างกำไรสูงสุดให้กับกิจการซึ่งจะทำได้โดยการเพิ่มยอดขายให้กับกิจการดังนั้นเมื่อธุรกิจใดๆพบว่าตลาดภายในประเทศของตนเองถึงจุดอิ่มตัวซึ่งไม่สามารถขยายตลาดได้อีกต่อไปอาจเนื่องมาจากการแข่งขันภายในประเทศหรือระยะอิ่มตัวของผลิตภัณฑ์บริษัทนั้นๆต้องพยายามแสวงหาตลาดใหม่ในประเทศอื่นๆ

2.4.2 ทฤษฎีรูปแบบการพัฒนาของผลิตภัณฑ์

สาเหตุเนื่องจากสภาพปัจจัยต่างๆเช่นการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงการพัฒนาสินค้าที่ต้องมีทั้งคุณภาพและปริมาณอีกทั้งการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในการประชุมทำความตกลงร่วมกันทางการค้าการชะลอตัวของเศรษฐกิจและขาดความคล่องตัวของประเทศคู่แข่งเช่น

เศรษฐกิจในประเทศญี่ปุ่นและประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรปรวมทั้งประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีผลให้รัฐบาลกำหนดนโยบายลดภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอันเนื่องจากเหตุการณ์ก่อการร้ายเป็นต้นนอกจากนี้มีการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของผู้บริโภคสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นกระบวนการที่ทำให้ได้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพดีขึ้นปลอดภัยต่อการบริโภคและเป็นที่ต้องการของตลาดซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ดังกล่าวอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีในตลาดหรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพดีขึ้น

2.4.3 แนวคิดทฤษฎีการเลือกทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง สิ่งสำคัญที่เจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการ นักลงทุน หรือรัฐบาลต้องคำนึงถึงอย่างมาก เพื่อลดต้นทุนการผลิต การขนส่ง การติดต่อค้าขาย การส่งมอบสินค้า การหาวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรที่อยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจรองจากเงินทุน

แหล่งที่ตั้งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดต้นทุนและโอกาสประสบความสำเร็จทางการตลาดของหน่วยผลิต ดังนั้นหน่วยผลิตจึงต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งที่ตั้งรวมทั้งศึกษาถึงแนวทางในการเลือกทำเลที่ใดเหมาะสมในการเป็นแหล่งที่ตั้ง โดยมีปัจจัยหลัก 2 ประการคือ ทำเลที่ตั้งมีผลต่อการดำเนินการขององค์กรในระยะยาว และการเลือกทำเลที่ตั้งจะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต

1) แนวคิดการเลือกแหล่งที่ตั้งเพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำสุด

อัลเฟรด เวเบอร์ (Alfred Weber) นักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมัน ได้ใช้แบบจำลองของโจฮันน์ ไฮน์ริช วอน ทุเนนเกี่ยวกับแหล่งที่ตั้งทางการเกษตรกรรมเป็นแนวทางวิเคราะห์ทฤษฎีที่ตั้งทางอุตสาหกรรมตามแบบจำลองของทุเนนลักษณะทางกิจกรรมทางเกษตรกรรมที่เป็นวงแหวนล้อมรอบศูนย์กลางตัวเมืองนั้นก่อให้เกิดลักษณะของแหล่งที่ตั้ง ในลักษณะต่าง ๆ

เวเบอร์ เริ่มต้นตั้งข้อสมมุติฐาน โดยมุ่งที่จะขจัดลักษณะที่สลับซับซ้อนของโลกความเป็นจริงไว้ 3 ประการ (ข้อสมมุติฐานของเวเบอร์มีลักษณะตรงข้ามกับข้อสมมุติของทุเนน) คือ

(1) พื้นฐานทางภูมิศาสตร์ว่าด้วยวัตถุนั้นเป็นสิ่งที่ถูกกำหนด หมายความว่าวัตถุดิบนานชนิด รวมทั้งน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีอยู่ในธรรมชาตินั้น มีปริมาณที่ไม่สมดุลง

(2) สภาพการณ์ตลอดจนถึงขนาดของจุดรวมของการบริโภค (Consumption point) นั้นถูกกำหนดโดยมีตลาดหลายตลาดแยกออกจากกันเป็นหลายจุด ภาวะของตลาดตามข้อสมมุติของเวเบอร์ คือ เป็นภาวะ

ตลาดที่มีการแข่งขัน โดยสมบูรณ์ ผู้ผลิตแต่ละรายสามารถจำหน่ายผลิตผลได้โดยไม่จำกัด (Unlimited market) ภาวะผูกขาดและความได้เปรียบในเรื่องของแหล่งที่ตั้ง เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ในทัศนะของเวเบอร์

(3) ปัจจัยทางด้านแรงงานเป็นปัจจัยที่เคลื่อนย้ายไม่ได้ เป็นปัจจัยที่ดำรงอยู่หลาย ๆ จุดอุปทานของปัจจัยดังกล่าวมีอยู่อย่างไม่จำกัด ณ อัตราค่าจ้างแรงงานที่กำหนดไว้ในอัตราหนึ่ง

ในด้านค่าผลิตเวเบอร์ ใช้ค่าผลิตซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 ตัวในการวิเคราะห์ ค่าผลิตจะเปลี่ยนแปลงในกรณีแหล่งที่ตั้งของโรงงานเปลี่ยนแปลง ค่าผลิต 3 ตัวได้แก่

ก. ค่าขนส่ง (Transport cost)

ข. ค่าแรงงาน (Labour cost)

ค. ค่าวัตถุดิบและเชื้อเพลิง (Raw material and fuel cost)

เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์เวเบอร์ ได้นำเอาค่าผลิตของวัตถุดิบและเชื้อเพลิงรวมเข้ากับค่าขนส่ง ดังนั้น ถ้าหากว่าค่าใช้จ่ายทางด้านวัตถุดิบและเชื้อเพลิง ณ แหล่งหนึ่งมีค่าสูงกว่านั้นจะมีค่าส่งที่แพงกว่า หมายความว่ามิมีระยะไกลกว่าแหล่งที่มีค่าต่ำกว่า การรวมเอาค่าผลิตสองตัวเข้าด้วยกัน มีผลทำให้กำหนดต้นทุนการผลิตนั้นเหลือเพียง 2 ตัวเท่านั้น คือค่าขนส่งและค่าแรงงาน ค่าผลิต 2 ตัวดังกล่าวรวมเรียกว่า “ปัจจัยภูมิภาคโดยทั่วไป” (General regional factors) นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้วเวเบอร์ยังรวมเอา “พลังของการรวมตัวทางอุตสาหกรรม” เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรม วิธีการที่เวเบอร์ใช้ในการวิเคราะห์คือ ใช้เครื่องมือที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมต่าง ๆ เป็นเครื่องมือ ได้แก่ รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม รวมทั้งรูปแบบอื่นที่สลับซับซ้อนกว่านั้น จุดใหญ่ใจความของการใช้รูปสี่เหลี่ยมในการวิเคราะห์คือ เป็นการแสดงถึงความขัดแย้งที่สืบเนื่องมาจากแรงดึงระหว่างปัจจัยสองตัว คือ จุดรวมของการบริโภค และแหล่งวัตถุดิบกับเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิต

2) แนวคิดทฤษฎีแหล่งที่ตั้งว่าด้วยอาณาบริเวณตลาด

ทอร์ด พาแลนเดอร์ (Tord Palander) นักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน ได้พิจารณาเรื่องของแหล่งพื้นที่ตั้งทางอุตสาหกรรมภายใต้โครงสร้างแบบดุลยภาพทั่วไปตามรูปแบบเก่า โดยตั้งข้อสมมุติฐานไว้ว่า ทุกอย่างเกี่ยวกับแหล่งที่ตั้งและโครงสร้างการผลิตเกิดขึ้น ณ จุด ๆ หนึ่งภายในอาณาบริเวณหนึ่ง ประเด็นปัญหาแรกที่พาแลนเดอร์ ได้หยิบยกขึ้นมาพิจารณาคือเรื่องตลาด พาแลนเดอร์ได้เปรียบเทียบหน่วยผลิตสองแห่ง ซึ่งนำการผลิตสินค้าชนิดเดียวกันสำหรับจำหน่ายแก่ตลาดที่มีลักษณะเดียวกันแต่อยู่คนละแหล่งที่ตั้ง โดยสมมุติองค์ประกอบต่อไปนี้สำหรับการวิเคราะห์

ก. แหล่งที่ตั้งของหน่วยผลิต (Place of production)

ข. ภาวะการแข่งขันของหน่วยผลิต (The competitive condition)

ค. ค่าผลิต (Factory costs)

ง. อัตราค่าขนส่ง (Transport rates)

ปัญหาที่พาแลนเคอร์พิจารณาก็คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาจะมีผลอย่างไรต่อปริมาณขาย เมื่อพิจารณาในแง่ของอาณาบริเวณ ตามองค์ประกอบที่สมมุติไว้พาแลนเคอร์ได้ชี้ให้เห็นว่าเราสามารถทราบถึงอาณาบริเวณตลาดของหน่วยผลิตแต่ละแห่งได้

พาแลนเคอร์ได้มุ่งวิเคราะห์เรื่องอาณาบริเวณตลาดมาทำการวิเคราะห์กับเรื่องแนวโน้มเข้าสู่ค่าขนส่ง รวมทั้งเสนอแนะว่า แนวทางว่าด้วยจุดบริโภคที่มีจำนวนหลายจุดตามแบบฉบับเวเบอร์นั้น ควรจะนำมาวิเคราะห์ต่อ ดังนั้นพาแลนเคอร์จึงเริ่มต้นกำหนดรูปแบบของการวิเคราะห์ ดังนี้

ก. จุดเว้นที่จะพิจารณาถึงการประหยัดอันเกิดจากการรวมตัวของแหล่งที่ตั้งทางอุตสาหกรรม รวมทั้งไม่พิจารณาถึงความผันแปรทางด้านราคาของปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์เนื่องมาจากสภาพทางภูมิศาสตร์ ยกเว้นผลของค่าขนส่งที่มีต่อสินค้าและวัตถุดิบซึ่ง ณ ที่นี้มีเพียง 2 ชนิดเท่านั้น

ข. อัตราค่าขนส่งที่เป็นอัตราเดียวโดยตลอด ไม่ว่าจะพิจารณาจากจุดใดไปยังทิศทางใดก็ตาม

3) ทฤษฎีทั่วไปว่าด้วยแหล่งที่ตั้งตามแนววิเคราะห์ของกรีนฮัท (Greenhut)

กรีนฮัท พยายามหาภาวะดุลยภาพของแหล่งที่ตั้ง โดยมีเงื่อนไขว่าหน่วยผลิตจะแสวงหากำไรสูงสุดในขณะที่หน่วยผลิตแต่ละหน่วยจะมีความแตกต่างทางด้านค่าผลิตและในขณะเดียวกันก็หิบบกเอาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ตั้งมาพิจารณาว่ามีผลต่ออุปสงค์อย่างไรบ้าง กรีนฮัทเริ่มต้นด้วยรูปแบบของเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้วรูปแบบหนึ่ง โดยสมมุติว่ามีผลผลิตชนิดหนึ่งออกสู่ตลาด และสมมุติต่อไปว่า ค่าผลิต ณ ที่ใด ๆ มีค่าเท่ากับศูนย์โดยมีอุปสงค์เหมือนกันทุกแห่งหน หน่วยผลิตใหม่มีแหล่งที่ตั้งที่ศูนย์กลางของอาณาบริเวณตลาด ข้อสมมุติดังกล่าวกำหนดขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับกฎที่ว่า $MR = MC = 0$ หมายความว่าผู้ผลิตจะจำหน่ายผลิตผลภายใต้ขอบเขตของอาณาบริเวณตลาดโดยให้เป็นเส้นรายรับส่วนเหลือม แทนจะมาแตะกับแกนอน ราคา ณ ที่ตั้ง ของหน่วยผลิตจะมีค่ามากกว่าศูนย์ และจะมีปัจจัยที่จะมีผลต่อดุลยภาพ คือ

ก. การเปลี่ยนแปลงในด้านอุปสงค์ และ ข. การเปลี่ยนแปลงทางด้านค่าผลิต

การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์จะมีต่อจำนวนหน่วยผลิต และในขณะเดียวกันก็มีผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งด้วย ด้วยเหตุนี้เองอุปสงค์จึงเป็นตัวกำหนดสำคัญในเรื่องของแหล่งที่ตั้ง การเปลี่ยนแปลงทางด้านค่าผลิตนี้ก็มีผลต่อดุลยภาพในลักษณะที่ว่า ค่าผลิตเป็นตัวที่จะมีผลต่ออุปสงค์โดยทางอ้อม เพราะค่าผลิตเปลี่ยนแปลงย่อมมีผลต่อราคา ราคาที่เปลี่ยนแปลงย่อมมีผลต่ออุปสงค์ แต่ถ้าทั้งอุปสงค์และค่าผลิตไม่เปลี่ยนแปลงแล้ว ก็ไม่มีปัจจัยใด ๆ จะมีผลกระทบต่อภาวะดุลยภาพของแหล่งที่ตั้ง

2.5 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์รูปแบบขนมและที่ตั้งอุตสาหกรรม

บทความและงานวิจัยที่ใช้เป็นกรอบคิดที่ใช้วิจัย ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวกับขนมพื้นเมืองของเกาหลี (ฮันกวา) เอกสารเกี่ยวกับขนมพื้นเมืองเกาหลีผ่านสื่อออนไลน์ เอกสารเกี่ยวกับบริษัทลอตเต้และงานวิจัย

(1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชกร แฉียงชัน (2557) เรื่อง การศึกษาอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่า สาธารณรัฐประชาชนจีน จากการศึกษาวิจัย พบว่า อุตสาหกรรมเบียร์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้ประสบความสำเร็จในประเทศจีน ชาวจีนเป็นผู้บริโภคเบียร์มากที่สุดในโลก แต่สามารถผลิต และจัดจำหน่ายทั้งในและส่งออกไปยังต่างประเทศ มีปัจจัยในการตั้งอุตสาหกรรมเบียร์ชิงเต่าคือ การที่มีการสร้างอุตสาหกรรมใกล้แหล่งน้ำ ทำให้เบียร์อุดมไปด้วยแร่ธาตุ และชิงเต่ายังเป็นเมืองท่าที่สำคัญ ทำให้เอื้อต่อการขนส่ง กระจายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ

ทิพากร เพียรประเสริฐ (2556) เรื่องวิวัฒนาการขนมหวานญี่ปุ่นและสาเหตุการเปลี่ยนแปลงของขนมหวานญี่ปุ่นตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยศึกษาความเป็นมาและวิวัฒนาการของขนมญี่ปุ่นตั้งแต่สมัยยุคแรกหรือยุคหินเก่าจนถึงยุคปัจจุบันจากการศึกษางานวิจัยพบว่าขนมหวานญี่ปุ่นมีความแตกต่างกันไปในแต่ละสมัย โดยในความแตกต่างนั้นคือลักษณะขนมหวานญี่ปุ่นรูปร่างรูปแบบรสชาติของขนมหวานญี่ปุ่นและวัตถุดิบที่ใช้ในการทำขนม และสาเหตุการเปลี่ยนแปลง การพัฒนารูปแบบของขนมก็มีปัจจัยทั้งภายในภายในประเทศและปัจจัยภายนอก เมื่อเปรียบเทียบขนมพื้นเมืองเกาหลีกับขนมหวานของประเทศญี่ปุ่น มีวิวัฒนาการที่ใกล้เคียงกัน ขนมหวานของญี่ปุ่นผลิตมาจากแป้งข้าว และวัตถุดิบจากธัญพืช จุดกำเนิดและรับประทานมาจากการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ และทั้งสองประเทศต่างมีวัฒนธรรมการชงชาจึงเกิดการพัฒนาขนมเป็นเครื่องเคียงเหมือนการรับประทานดื่มชาในประเทศจีน ในยุคโบราณขนมหวานญี่ปุ่นเป็นอาหารว่างที่สามารถบริโภคได้แค่ในชนชั้นสูง หรือเพื่อใช้เป็นของขวัญมอบให้แก่แขกบ้านแขกเมือง และสามารถรับประทานได้แค่ในโอกาสสำคัญเท่านั้นเช่นเดียวกับขนมพื้นเมืองของเกาหลี

สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง (2556) เรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนกรณีศึกษาขนมไทยภาคกลางศึกษากระบวนการบริหารจัดการตลอดกระบวนการโซ่อุปทานของสินค้าชุมชนที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมองว่าธุรกิจขนมไทยส่วนใหญ่กำเนิดจากธุรกิจครัวเรือนที่มีการถ่ายทอดความรู้ทักษะและเทคนิคจากรุ่นสู่รุ่นจำเป็นต้องพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องด้วยการหารสชาติแปลกใหม่หรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับตัวสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างจากยี่ห้ออื่นๆ ในกลุ่มเดียวกันรวมถึงเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของผู้บริโภคที่ชอบสินค้าแนวรักษ์สุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเช่นข้าวหอมสุตรแกงเขียวหวานหรือข้าวตังผสมสมุนไพรเป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของสินค้า คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยเห็นว่าการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชุมชนพัฒนาคุณภาพสินค้าขนม (อาหาร) ของตนเองอย่างต่อเนื่องให้ได้มาตรฐาน

และคงที่จึงยังคงเป็นนโยบายที่ควรดำเนินการต่อไปอย่างต่อเนื่อง ขนมไทยเป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคมไทยแต่ยังไม่ได้มีการนำมาใช้เกิดประโยชน์มากนักสาเหตุสำคัญเบื้องต้นเพราะไม่มีการรวบรวมเรื่องราวเหล่านั้นไว้อย่างเป็นระบบแต่ที่สำคัญกว่าคือผู้ประกอบการยังไม่รู้หรือไม่มีทักษะในการนำเรื่องราวมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของตนเองและการสนับสนุนของภาครัฐเพื่อพัฒนาช่องทางจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการชุมชน ซึ่งการมี Modern Trade หรือห้างสรรพสินค้าไม่สามารถเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่สร้างกำไรให้กับผู้ประกอบการชุมชนได้เพราะอำนาจและความสามารถในการเจรจาต่อรองของผู้ประกอบการชุมชนมีน้อยกว่ามากแต่ได้ผลมากเฉพาะในแง่การประชาสัมพันธ์ดังนั้นจึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องมีช่องทางการจำหน่ายของตัวเองเป็นช่องทางจำหน่ายหลักที่สอดคล้องกับตำแหน่งในตลาดของสินค้าเช่น ศูนย์จำหน่ายสินค้างานแสดงสินค้าหรือหน้าร้าน

Nielsen (2557) เรื่อง Snack attack : What consumers are searching for around the world ในปัจจุบันนี้ทั่วโลกมียอดขายขนมและขนมขบเคี้ยว สูงถึง 374 ร้อยล้านเหรียญในปี 2557 และมียอดขายเพิ่มขึ้นทุก 2% ในแต่ละปี เป็นโอกาสดีในการเติบโตของธุรกิจขนมที่พัฒนาให้สามารถรับประทานแทนมื้ออาหาร วัตถุประสงค์ 1) เพื่อหาประเภทขนมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในแต่ละภูมิภาค โดยการให้ความสำคัญกับสุขภาพ รสชาติ หรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อทราบเหตุผลของผู้บริโภคว่าทำไมถึงรับประทานขนม และเพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารประเภทขนม โดย The Nielsen Global ได้ทำการสำรวจผู้บริโภคขนมผ่านสังคมออนไลน์ 30,000 คน ใน 60 ประเทศ

มียอดขายขนมประจำปี 2557 ยุโรป (167 ล้านเหรียญสหรัฐ) อเมริกาเหนือ (124 ล้านเหรียญสหรัฐ) เอเชียแปซิฟิก (46 ล้านเหรียญสหรัฐ) ตามลำดับ ในปัจจุบันนอกจากรูปลักษณ์ภายนอกของขนมแล้ว ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ขนมที่ไม่มีน้ำตาล นวัตกรรมของขนมเพื่อสุขภาพที่พัฒนาให้สามารถพกพาได้และรับประทานแทนมื้ออาหารหลักได้รับความสนใจและกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จากผลสำรวจพบว่า ขนมที่ได้รับความนิยมในการบริโภคทั่วโลกนั้นขึ้นอยู่กับสถานที่ที่อาศัย ณ ขณะนั้น ในยุโรป ขนมประเภท Confections ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากน้ำตาล เช่น ชอคโกแลต คุกกี้ ฝรั่ง ลูกกวาด มียอดขายสูงกว่าขนมทุกประเภท ในเอเชียแปซิฟิกนั้น ขนมที่สามารถทำยอดขายมากที่สุดคือ ขนมแช่เย็น เช่น โยเกิร์ต ขนมประเภทชีส และพุดดิ้ง และจากการสำรวจเหตุผลว่าทำไมคนถึงเลือกบริโภคขนมนั้น สาเหตุพื้นฐานมาจากขนมมีรสชาติอร่อยและการบริโภคเพื่อความเพลิดเพลิน ผลสำรวจมากกว่า 1 ใน 3 (76%) ของผู้บริโภคบ่อยครั้งหรือในบางเวลา มักเลือกรับประทานขนมเพื่อระงับความหิวระหว่างมื้ออาหาร หรือเพื่อระงับความอยากรับประทานอาหาร

(2) บทความที่เกี่ยวข้อง

ผู้จัดการออนไลน์ (2552) บทความเรื่องนักวิจัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ปรุงขนมขบเคี้ยวรูปแบบใหม่ เอาใจคนรักสุขภาพพบว่าอาหารที่รับประทานในปัจจุบันนี้เป็นอาหารที่มีปริมาณน้ำตาล ไขมัน และโซเดียม (เกลือ) สูงซึ่งการบริโภคที่มากเกินไปทำให้เกิดความไม่สมดุลและเกินปริมาณความต้องการของ

ร่างกาย ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคหัวใจ ฯลฯ จึงได้มีการพัฒนาขนมให้เหมาะสมกับผู้บริโภคปรับปรุงสูตรโดยการลดไขมัน น้ำตาล และโซเดียมให้ต่ำลง “บิสกิตถั่วเขียว” และ “สแนคเบญจรงค์ข้าว 5 สี” โดยทำมาจากธัญพืช ถั่ว และข้าว ที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพเพื่อให้ขนมที่ผลิตมีคุณภาพทางโภชนาการดีขึ้นเหมาะสำหรับผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เป็นเด็ก และเยาวชน

Chad Meyer (2551) เรื่อง Uniqueness of Korean Cuisine (Foods, Desserts) อาหารเกาหลีมีการพัฒนาและปรากฏมาตั้งแต่ในสมัยโชซอน โบราณ เมื่อ 4,300ปีที่ผ่านมา อาหารเกาหลีมีความเรียบง่าย เน้นรับประทานผักและผลไม้ตามฤดูกาล และการรับประทานเพื่อสุขภาพที่ดี แทนไม่สามารถแยกอาหารเกาหลีจากอาหารจีนและญี่ปุ่นได้ ทั้ง 3 ประเทศมีความคล้ายกันทั้ง สภาพภูมิศาสตร์ สภาพอากาศ และวัฒนธรรม ประเทศเกาหลีเองมีมรดกทางวัฒนธรรมทางอาหาร มีความเป็นเอกลักษณ์

จากการศึกษาพบว่า อาหารเกาหลีจะมีคุณค่าทางโภชนาการ เมื่อรับประทานไปแล้วต้องมีสุขภาพที่ดีด้วย เช่นเดียวกับการรับประทานของหวาน หรืออาหารว่างของเกาหลี จะรับประทานเพื่อความเพลิดเพลิน สัมผัสกลิ่นและรส ขนมเกาหลีดั้งเดิมจึงมีแคลอรีต่ำ และมีประโยชน์ อันกว่าเป็นขนมดั้งเดิมของเกาหลีที่มีชื่อเสียงมาก มีหลายชนิดที่เป็นขนมและคุกกี้ ซึ่งทำมาจากข้าวเจ้า น้ำผึ้ง และผลไม้ โดยอันกว่าจะประกอบไปด้วยส่วนผสมจากทำธรรมชาติ และสีสันทึที่ได้จากธรรมชาติที่ไม่ผ่านการปรุงแต่ง จึงทำให้สามารถมีอายุเก็บรักษาที่ยาวนาน เนื่องจากอันกว่ามีการผลิตที่ซับซ้อน ทำให้มีราคาสูงมากกว่าขนมชนิดอื่นๆ ชาวเกาหลีจะใช้อันกว่ามอบให้เป็นของขวัญในแก่ครอบครัวหรือผู้ใหญ่ในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันแต่งงาน วันปีใหม่ วันเคารพบรรพบุรุษสามารถหาซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป หรือตลาดอินชางคังที่มีความนิยมของโซล และสามารถหาซื้ออันกว่าได้ตามร้านขายขนมทั่วไปของที่นี่

Kim Gyuheun (2558) เรื่อง 한국의 전통 과자 Korean traditional sweets จากการศึกษาพบว่าอันกว่าเป็นขนมที่มีความสำคัญ และประวัติศาสตร์มายาวนาน วิธีการทำขนม ส่วนประกอบ และอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำขนมอันกว่า ผู้เขียนมีความรู้เกี่ยวกับอันกว่ามาตลอด 34ปี ได้พัฒนาขนมอันกว่ามากกว่า 150 ชนิด และได้เปิดพิพิธภัณฑน์ขนมอันกว่าเพื่อต้องการให้ทุกคน ได้รู้จักขนมพื้นเมืองของเกาหลี ผู้เขียนหวังว่าการมีพิพิธภัณฑน์ให้ความรู้และหนังสือเกี่ยวกับอันกว่า จะสามารถเป็นความรู้เพื่อสามารถบันทึกให้อันกว่าเป็นขนมของชาติในการบันทึกเป็นมรดกทางอาหารของยูเนสโกได้ และหวังว่าอันกว่าจะมีคุณค่าและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกเหมือนกับ ขนมมาการองของฝรั่งเศส และขนมวาฟเฟิลของญี่ปุ่น เมื่อนำขนมวาฟเฟิลของญี่ปุ่นมาเปรียบเทียบกับขนมอันกว่าของเกาหลีจะพบว่า ทั้งสองประเภทมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันมาก ญี่ปุ่นและเกาหลีมีจุดเริ่มต้นจากการรับขนมบางชนิดมาจากจีนและยุโรปในยุคแลกเปลี่ยนสินค้า พร้อมกับพิธีชงชา จึงเกิดการพัฒนาขนมร่วมกับการดื่มชาขึ้น ขนมอันกว่าของเกาหลีโดยส่วนใหญ่จะทำด้วยมือ และมีลักษณะพิเศษที่รูปร่างของขนม และสีสันทึที่สวยงาม และได้รับการยอมรับของชาวเกาหลีเองต่างกับขนมประเทศญี่ปุ่นที่ ชาวญี่ปุ่น โดยส่วนใหญ่จะมีความภูมิใจในการทำอาหารมือหลักมากกว่า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ไม่มีการพัฒนาขนมญี่ปุ่นที่หลากหลายและการแพร่หลายของขนมเหมือนประเทศเกาหลี

Lotte Confectionary (2557) บทความเรื่อง Investorrelation เขียนการขยายธุรกิจและการเติบโตของบริษัทในปี 2557 โดยมีการขยายฐานการผลิตของโรงงานลอตเต้ประเภทขนมและ Confectionary ไปยัง 9 ประเทศในเอเชียและยุโรป เช่น จีน สิงคโปร์ เวียดนาม อินเดีย ปากีสถาน เบลเยียม และรัสเซีย เป็นต้น ยอดขาย Confectionary เฉพาะภายในประเทศในปี 2557 เป็น 60% (1,705 ร้อยล้านบาท) ของสินค้าทั้งหมด บริษัทลอตเต้ยังเป็นผู้ผลิตขนมและสินค้าที่นำกระแสความนิยม การผลิตผลิตภัณฑ์ระดับสูง และการพัฒนาขนมให้มีความหลากหลายมากขึ้น ในด้านสินค้าเบเกอรี่ พัฒนาให้สินค้านี้มีลักษณะหรูหราเพื่อเหมาะวางขายในห้างสรรพสินค้า และการพัฒนาขนมให้มีรูปแบบใหม่แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของขนมเดิมอยู่ และสินค้าเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในปัจจุบัน จัดช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อ ซอปปิงผ่านสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

Kang Min-Soo (2558) บทความเรื่อง 한과맛에 빠져 보아요 เสนอ ความสำคัญของขนมพื้นเมืองเกาหลี ที่เป็นส่วนประกอบไปเกือบทุกเทศกาลในปัจจุบัน และยังมีความหมายแฝงในการมอบขนมอันกว่าให้เป็นของขวัญแก่ผู้ใหญ่ สื่อความหมายคือการมอบเพื่อแสดงความจริงใจในการมาร่วมงานหรือการเยี่ยม อันกว่ามีประวัติศาสตร์ยาวนานร่วมกับวัฒนธรรมของชาวเกาหลี ซึ่งในอันกว่าแต่ละชนิดล้วนทำมาจากธัญพืชหรือข้าว และส่วนผสมอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ดังนั้นการรับประทานอันกว่ายังให้โภชนาการที่ดีเยี่ยม เพราะผลิตจากวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ผ่านการกระบวนการผลิตแบบธรรมชาติ ไม่ปรุงแต่งผงชูรสหรือสารกันบูด แต่สามารถเก็บได้นานและรสชาติไม่เปลี่ยน แต่เป็นที่น่าเสียดาย เพราะในปัจจุบันนี้ขนมพื้นเมืองเกาหลี (อันกว่า) เป็นสิ่งจำเป็นในทุกเทศกาลของเกาหลี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับขนมทางตะวันตก เช่น มาการอง บราวนี และของหวานต่างๆ กลับไม่มีพื้นที่สำหรับขนมอันกว่า โดยผู้บริโภคได้ให้เหตุผลว่า อันกว่าหาซื้อไม่ได้ง่าย ๆ ถึงแม้จะอยากกิน แต่ก็มีความสูงและหาสินค้าที่วางใจได้ยาก ซึ่งปัญหานี้หากไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลง อาจทำให้ผู้บริโภคทั้งหลายมองข้ามขนมอันกว่าในที่สุด

Technology and INNO mag (2558) เรื่อง “แม่เอย ส่งต่อวัฒนธรรมไทยผ่านขนมไทย” โดยเริ่มต้นธุรกิจการส่งออกขนมไทย เพราะเห็นว่าประเทศไทยยังมีการเกาะกลุ่มธุรกิจส่งออกอาหาร ประเภทอาหารแปรรูป และอาหารแช่แข็ง แต่ขนมไทยยังมีปริมาณน้อย เนื่องจากยังมีข้อจำกัดในเรื่องอายุในการเก็บรักษา (shelf-life) ที่สั้น “ขนมแม่เอย” โดยบริษัทขนมแม่เอยเป็ยะแอนด์พาย (2003) จำกัดเป็นเอสเอ็มอีที่มีแนวความคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและต่อยอดขนมไทยเพื่อการส่งออก โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของขนมไทย

จากการศึกษาพบว่า นอกจากสินค้าที่ดี ผลิตแบบมีคุณภาพแล้วผลิตภัณฑ์ของสินค้านี้มีความสำคัญในการทำการค้าเป็นอย่างมาก ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีการพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทขนมแม่เอ๋ย มีดังนี้

1) การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ให้ถนอมอาหารที่สามารถเก็บยี่ตอายุการเก็บรักษาของขนมหวาน เช่น ขนมข้าวต้มมัด กลิ้วยบวชชี และข้าวเหนียวทุเรียน ที่สามารถเก็บไว้ได้นานถึง 1 ปีโดยรสชาติไม่เปลี่ยน ต้องยังคงรสชาติของขนมและกลิ่นยังคงใกล้เคียงกับอาหารที่ปรุงสดใหม่

2) การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ยังคงเป็นอัตลักษณ์ของไทย โดยการใส่บรรจุภัณฑ์ที่มีลายไทย

3) การพัฒนาสูตรใหม่ของขนมเปียะ และขนมพาย เช่น ใส้ชาเขียว งาดำ ใบเตย ใส้เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และใส้เมล็ดทานตะวัน เป็นต้น

2.6 ข้อมูลพื้นที่ศึกษาสาธารณรัฐเกาหลี(Republic of Korea)



ภาพที่ 2.13 และ 2.14 ธงชาติของสาธารณรัฐเกาหลี และแผนที่ของประเทศเกาหลีใต้

ที่มา : สำนักการเกษตรต่างประเทศ, 2558

ที่ตั้ง ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของคาบสมุทรเกาหลี โดยมีเส้นขนานที่ 38 แบ่งกั้นระหว่างสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี (เกาหลีเหนือ)

เมืองหลวง โซล

สภาพพื้นที่ 99,392 ตารางกิโลเมตร (ลำดับที่ 108 ของโลก) ตั้งอยู่ในคาบสมุทรเกาหลี ทอดตัวไปทางทิศใต้ทางด้านตะวันออกของทวีปเอเชีย มีความยาว 1,020 กิโลเมตร (612 ไมล์) และกว้าง 715 กิโลเมตร (105 ไมล์) ณ จุดที่แคบที่สุดของคาบสมุทร พื้นที่ 70% ของประเทศเป็นเทือกเขา จึงจัดเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศเป็นเทือกเขามากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของแผ่นดินที่เป็นหินแกรนิตและหินปูนทำให้เกิดภูมิประเทศที่สวยงาม ประกอบด้วย เทือกเขาและหุบเขา เทือกเขาตลอดชายฝั่งด้านตะวันออกสูงชันและทอดตัวลงสู่ทะเลตะวันออก ในขณะที่ชายฝั่งทางด้านใต้ และตะวันตก เทือกเขาค่อย ๆ ลาดลงสู่ต่ำที่ราบชายฝั่ง ซึ่งเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในสาธารณรัฐเกาหลี โดยเฉพาะการผลิตข้าว คาบสมุทรเกาหลีแบ่งเป็น 2 ส่วน ที่บริเวณเหนือเส้นขนานที่ 38 คือ ประเทศระบอบ

ประชาธิปไตย คือ สาธารณรัฐเกาหลีอยู่ทางใต้ และประเทศระบอบคอมมิวนิสต์ คือ สาธารณรัฐเกาหลีเหนือ โดยถูกคั่นกลางโดยเขตปลอดทหาร

สภาพภูมิอากาศ สภาพอากาศอยู่ในเขตอบอุ่น มี 4 ฤดูที่แตกต่างกันคือ

1) ฤดูใบไม้ผลิ ปลายเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม อุณหภูมิประมาณ 5-15 องศาเซลเซียส เป็นช่วงเวลาที่ต้นไม้ดอกไม้แตกใบดกงาม เหมาะแก่การชมธรรมชาติ

2) ฤดูร้อน เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม อุณหภูมิประมาณ 20 องศาเซลเซียสอาจมีฝนตกตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายนจนถึงปลายเดือนกรกฎาคม เป็นช่วงที่พืชผลเจริญงอกงามชุ่มฉ่ำ อากาศร้อนสุดในเดือนสิงหาคม ประมาณ 25 องศาเซลเซียส

3) ฤดูใบไม้ร่วง ปลายเดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายน เป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดของปี เพราะเย็นสบาย และใบไม้ตามไม้ต่าง ๆ จะเริ่มเปลี่ยนเป็นสีแดงสวยงาม อุณหภูมิช่วงต้นฤดูประมาณ 18 องศาเซลเซียส และจะต่ำลงในปลายฤดูประมาณ 5 องศาเซลเซียส

4) ฤดูหนาว เดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ อากาศหนาว มีหิมะสลับกับมีฝนประปรายเป็นช่วงเวลาแห่งความสนุกสนานสำหรับคนรักสกี อุณหภูมิอยู่ระหว่าง 5-10 องศาเซลเซียสหรืออาจจะต่ำกว่านั้นในบางปี

ประชากร 51,034,494 (2556)

ความหนาแน่น มีประชากรอาศัยอยู่ในประเทศ 511 คนต่อตารางกิโลเมตร เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2555 เกาหลีใต้ทำลายสถิติมีประชากรถึง 50 ล้านคนเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ ประชากรมีคุณภาพ มีการศึกษาสูง มีความสามารถในการใช้และประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศ ทั้งด้านอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม

ข้อมูลด้านการเกษตร

พื้นที่เกษตร ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี มีพื้นที่ประมาณ 9,960,000 เฮกเตอร์ พื้นที่ของประเทศประมาณ 70% เป็นที่ราบสูงและภูเขา พื้นที่ที่สามารถทำการเพาะปลูก มีเพียง 22% ของพื้นที่ทั้งหมด แบ่งเป็น

1. พื้นที่ปลูกข้าว 1,115,000 เฮกเตอร์
2. พื้นที่ปลูกพืชผลต่าง ๆ 721,000 เฮกเตอร์

ผลิตผลหลักทางการเกษตร ได้แก่ ข้าวซึ่งเป็นอาหารหลักของประชากรในประเทศ และเป็นพืชที่ทำรายได้หลักให้แก่เกษตรกร โดยประมาณ 75% มีอาชีพทำนาปลูกข้าวซึ่งรายได้ของเกษตรกรจากการทำนาคิดเป็น 52% ของรายได้ภาคเกษตรกรรมทั้งหมด

การเพาะปลูก : พืชที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวเจ้า ข้าวบาร์เลย์ แอปเปิล มันฝรั่ง ถั่วเหลือง ข้าวสาลี

การเลี้ยงสัตว์ : สัตว์เลี้ยงสำคัญ ได้แก่ สุกร โค สัตว์ปีก และตัวไหม

การประมง : ผลผลิตทางการประมงของเกาหลีได้มีเหลือใช้ในประเทศจนสามารถส่งเป็นสินค้าส่งออก ที่สำคัญอย่างหนึ่ง เกาหลีใต้สามารถจับปลาได้เป็นอันดับที่ 10 ของโลก (ไทยเป็นอันดับ 9)

การทำเหมืองแร่ : เภาหลีใต้ขาดแคลนถ่านหินและน้ำมันปิโตรเลียม แต่มีแร่ธาตุอื่น ๆ อีกหลายชนิด ได้แก่ แกรไฟต์ ดินเกาสิน และทังสแตน

อุตสาหกรรม : อุตสาหกรรมในเกาหลีใต้ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมเบา ผลผลิตทางอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า สิ่งทอ รถยนต์ ปิโตรเคมี และเรือเดินสมุทร

บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน

บทนี้กล่าวถึงวิธีการดำเนิน แหล่งที่มาของข้อมูล อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ศึกษา และวิธีการดำเนินงานโดยจะอธิบายตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาารูปแบบขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้ 2) เพื่อศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว 3) การศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งวิชาการต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ห้องสมุดพระราชวังสนามจันทร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชสนามจันทร์
- 2) จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ตข้อมูลทั้งในภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี

3.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ศึกษา

- 1) เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา รุ่น Acer Aspire 4752G
- 2) Microsoft Word2010
- 3) Google Chrome
- 4) เครื่องพิมพ์

3.3 วิธีการศึกษา

3.3.1 การศึกษาการพัฒนาารูปแบบของขนมพื้นเมืองเกาหลีแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้

- 1) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลของขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว
- 2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจำแนกถึงการพัฒนารูปแบบของขนมพื้นเมือง
- 3) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจำแนกถึงการพัฒนารูปแบบของขนมขบเคี้ยว
- 4) วิเคราะห์การพัฒนาของขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว
- 5) สรุปผลการศึกษา

3.3.2 การศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว

- 1) ศึกษาข้อมูลสถานที่และที่ตั้งของบริษัทที่เป็นแหล่งผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีจากเว็บไซต์
- 2) ศึกษาข้อมูลสถานที่และที่ตั้งของบริษัทที่เป็นแหล่งผลิตขนมขบเคี้ยวจากเว็บไซต์
- 3) จากการศึกษาข้อ 1,2 จึงนำข้อมูลที่ได้ มากระทำในรูปแบบของความสัมพันธ์เชิงพื้นที่
- 4) ทำการวิเคราะห์รูปแบบทางที่ตั้งของแหล่งผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว
- 5) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของที่ตั้งกับปัจจัยการผลิตและปัจจัยที่ตั้งของบริษัทขนมพื้นเมืองเกาหลี

และขนมขบเคี้ยว

- 6) สรุปผลการศึกษา

3.3.3การศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว

- 1) ศึกษาข้อมูลโครงการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว ซึ่งประกอบไปด้วย แหล่งวัตถุดิบ กระบวนการแปรรูป และวิธีการตลาด จากเว็บไซต์และหนังสือเกี่ยวกับขนมพื้นเมืองเกาหลี
- 2) ทำการจำแนกโครงการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีดั้งเดิม
- 3) ทำการจำแนกโครงการผลิตขนมขบเคี้ยว
- 4) ศึกษาวิธีการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศของขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยว
- 5) สรุปผลการศึกษา

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะอธิบายการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ คือ 1) การศึกษาการพัฒนา รูปแบบขนมพื้นเมืองของเกาหลีและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีได้ 2) การศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนม เกาหลีพื้นเมืองแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว และ 3) การศึกษา โครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและ ขนมขบเคี้ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การศึกษาพัฒนาการรูปแบบขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้

ในการศึกษาพัฒนาการของขนมในเกาหลีใต้จะทำการอธิบายขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยว โดยมี รายละเอียด คือ

4.1.1 ฮันกวา

ฮันกวา (Korea traditional sweet) เป็นขนมพื้นเมืองของเกาหลีดั้งเดิม มีรูปลักษณะ สี สันสวยงาม ฮันกวาใช้ส่วนผสมที่ได้มาจากธรรมชาติ ทำให้มีประโยชน์ต่อสุขภาพ นิยมรับประทานคู่กับเครื่องดื่ม พื้นเมือง มีความสำคัญต่อเกาหลีใต้มายาวนาน ฮันกวามีด้วยกันหลายชนิด ประกอบด้วย ยูกวา (유과) ยัก กวา (약과) ทาชิก(다식) กังจอง (강정) แมจ๊กกวา (매작과) จองกวา (정과) กวาพยอน (과편) เป็นต้น โดยขนมสามชนิดที่สำคัญและเป็นที่นิยมคือ ยูกวา ยักกวา และทาชิก โดยมีความเป็นมาตั้งแต่อดีตในช่วงยุค ราชวงศ์โครยอและราชวงศ์โชซอนจนถึงปัจจุบัน ดังนี้

1. ฮันกวาในอดีต

ฮันกวา (한과) ในอดีตทำจากแป้งรวมกับน้ำผึ้งและน้ำตาล และส่วนผสมอื่นที่มาจากธรรมชาติ เช่น กล้วยพืช เกาลัด พุทรา ถั่ว งา และวอลนัท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสูตรของฮันกวาแต่ละประเภท และฮันกวายังมี ความหลากหลายทางรสชาติ รูปร่าง

1.1) ยูกวา (유과) ในอดีตยูกวาเป็นอาหารว่างของราชวงศ์และขุนนางชั้นสูงของโครยอและ ราชวงศ์โชซอน ทำจากแป้งข้าวทอดมีรสหวานและน้ำเชื่อมข้าว มีลักษณะกรอบนอกและเนียนนุ่มภายใน ทำขึ้นในช่วงฤดูหนาว จะไม่ทำช่วงฤดูร้อนที่มีอากาศร้อน เพราะอุณหภูมิสูงจะทำให้เกิดความชื้นสูงส่งผล ให้ขนมเปียกได้



ภาพที่ 4.1 ขนมยูกวา

ที่มา : Naver, 2559

1.2) ยักกวา (약과) เป็นอาหารว่างของราชวงศ์ในช่วงยุคราชวงศ์โครยอ ทำมาจากแป้งสาลี น้ำผึ้งน้ำมันงา และนำไปทอด มีส่วนผสมจากน้ำจิงและกลิ่นของพริกไทย ยักกวาเป็นขนมที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานพร้อมกับเกาหาลี โดยใช้ชื่อมาจากรสชาติที่หวานและรูปทรงที่เป็นดอกไม้ ใช้ในโอกาสเฉลิมฉลองพิธีการต่าง ๆ ยักกวามีลักษณะคล้ายกับคุกกี้แต่มีความมันวาว



ภาพที่ 4.2 ขนมยักกวา

ที่มา : En.wikipedia, 2559

1.3) ทาชิก (다식) ทำมาจากแป้งธัญพืช หรือจากเกสรดอกสน โดยนำมาผสมกับน้ำผึ้งและนำไปใส่ในพิมพ์ ส่วนผสมที่ได้มาจากธรรมชาติเมื่อนำมาผสมกับน้ำผึ้งทำให้เข้ากันได้อย่างลงตัวและมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มีลักษณะพิเศษ คือ ทาชิกเป็นขนมที่จำเป็นต้องใช้แม่พิมพ์ในการสร้างรูป โดยต้องใช้ความประณีต ให้ขนมที่มีรูปร่างสวยงาม ลายดอกไม้เป็นลายที่นิยมมากที่สุด ข้อความ ตัวอักษร และมีลายฮวันจา (문) ที่เป็นเอกลักษณ์ของเฉพาะถิ่น โดยลายแต่ละลายบนขนมจะมีความหมายที่ต่างกันไป เช่น ลายนก แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ ลายผีเสื้อ แสดงถึง ฤดูร้อน หรือการอาศัยอยู่ร่วมกันของสามภรรยา ลายปลา มีความหมายคือ การอวยพรให้สอบผ่าน และลายหงส์ หมายถึง เครื่องราชบรรณาการหรือการแต่งงาน เป็นต้น



ภาพที่ 4.3 ขนมทาชิกและแม่พิมพ์ไม้ขนมทาชิก

ที่มา : Naver, 2559

สำหรับธรรมเนียมการรับประทานขนมดั้งเดิมเกาหลีนั้นจะมีความอร่อยมากขึ้นเมื่อจับคู่กับชาแบบดั้งเดิมเช่น ชาเขียว ชามะนาว ชามะตูม หรือเต่งงานจินซาเถา ซิกฮเย Sikhye (식혜 เครื่องดื่มหวานข้าว) หรือซูองกวา (수정과 ชาลูกพลับ) เป็นเครื่องดื่มที่เน้นรสชาติที่อร่อยของขนมดั้งเดิมเกาหลี

2. ฮันกวาในปัจจุบัน

2.1) ยูกวา ปัจจุบันนี้เป็นขนมที่จำเป็นต้องนำมาประกอบโอกาสพิเศษหรือในพิธีระลึกถึงบรรพบุรุษ มีบรรจุภัณฑ์ต่อชิ้น ที่ไม่ต้องกังวลถึงปัญหาเมื่อการรับประทานเหลือแล้วต้องทิ้ง เพื่อง่ายต่อการรับประทานของผู้บริโภค สามารถหาซื้อได้ง่ายตามห้างสรรพสินค้า และสามารถรับประทานได้ตลอดทั้งปี



ภาพที่ 4.4 ขนมยูกวา

ที่มา : Shinkung, 2559

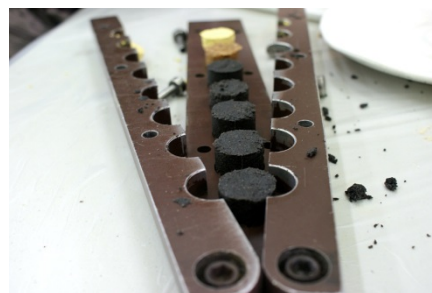
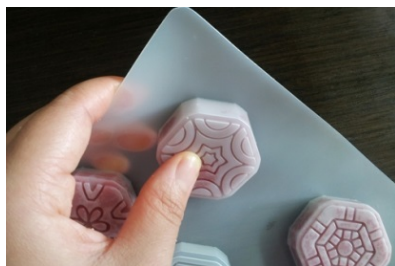
2.2) ยักกวา รูปแบบของขนมที่เปลี่ยนไป จากลักษณะกลมที่มีรูปร่างคล้ายกับดอกไม้ ขนาดชิ้นใหญ่ ได้เปลี่ยนเป็นขนาดชิ้นเล็กลง และมีรูปแบบที่หลากหลาย มีความทันสมัยมากขึ้น เช่น รูปหัวใจ ดาว ไบพัต ดอกไม้หลายชนิดเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 4.5 ขนมยักกวา

ที่มา : Naver, 2559

2.3) ทาซิก รูปแบบของการผลิตที่เปลี่ยนไป จากแม่พิมพ์ขนมที่ทำจากไม้ เปลี่ยนเป็นแบบอลูมิเนียมและพลาสติก ขนาดที่เล็กลง เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ง่ายต่อการพกพา และสามารถดูแลอุปกรณ์ได้ง่าย



ภาพที่ 4.6 แม่พิมพ์ขนม

ที่มา : Naver, 2559

ส่วนผสมที่ทำมาจากธรรมชาติได้เพิ่มเป็น สีสังเคราะห์ เช่น ช็อกโกแลต ชาเขียว และสตอร์เบอร์รี่ และมีการเพิ่มรสชาติใหม่ๆ เช่น การใช้ถั่วอัลมอนด์



ภาพที่ 4.7 ขนมทาซิก

ที่มา : Naver, 2559

วิธีทำที่เรียบง่ายขึ้น มีสินค้าที่จัดขายเป็นชุดวัตถุดิบสำเร็จรูป สามารถนำไปทำเองง่ายๆ ได้ที่บ้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



ภาพที่ 4.8 ชุดทำขนมทาซิกสำเร็จรูป

ที่มา : Youtube, 2559

จากที่กล่าวถึงขนมพื้นเมืองดั้งเดิมกับขนมในปัจจุบันทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบัน คือ

1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ปัจจุบันขนมอันกวาสามารถรับประทานได้ในทุกเทศกาล มีการจัดจำหน่ายตามร้านน้ำชา ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ และห้างสรรพสินค้ามากมาย และขนมอันกวานั้นไม่ได้เป็นเพียงอาหารว่างสำหรับราชวงศ์หรือคนชนชั้นสูงอีกต่อไป บุคคลธรรมดาสามารถรับประทานได้อย่างแพร่หลายเช่นกัน

2) การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ รูปแบบของการผลิตขนมอันกวา มีความหลากหลายมากขึ้น การเปลี่ยนรูปแบบการผลิตให้ง่ายขึ้นจากผลิตภัณฑ์แปรรูปสำเร็จรูป และขนาดขนมที่มีขนาดเล็กลง เพื่อให้สะดวกในการรับประทานต่อชิ้น รูปแบบมีความทันสมัย เพื่อการเข้าถึงของบุคคลทุกประเภท สีของขนมที่ตอบรับต่อเด็ก ๆ จากสีที่ได้จากธรรมชาติอย่างเดียว ได้เพิ่มสีสังเคราะห์ เช่น ช็อกโกแลต สตอร์เบอร์รี่ เป็นต้น

3) ขนมพื้นเมืองเกาหลีแบบดั้งเดิมเหล่านี้ได้รับความนิยมอย่างมาก ทั้งในและต่างประเทศ ขนมอันกวาที่มีรสชาติอร่อย จากการผลิตและมีส่วนผสมที่ได้มาจากธรรมชาติโดยตรง มีความแปลกใหม่ และแคลอรีต่ำ ปัจจุบันผู้คนได้ให้ความสนใจในการเป็นอยู่ที่ดี well-being เช่น การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการดำเนินชีวิตที่ดี ซึ่งขนมแบบดั้งเดิมของเกาหลีนี้เป็นของหวานเพื่อสุขภาพที่สมบูรณ์แบบจึงได้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับประทานของหวานแต่ยังมีประโยชน์เพื่อสุขภาพอีกด้วย

4.1.2 ขนมขบเคี้ยวในปัจจุบัน

ปัจจุบันขนมขบเคี้ยวรูปแบบใหม่จะทำการผลิตจากบริษัทตลอดเต้ โดยบริษัทตลอดเต้เป็นผู้นำการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าขนมขบเคี้ยว ขนมหวาน หมากฝรั่ง ลูกกวาด บิสกิต ช็อกโกแลต และไอศกรีมที่มียอดขายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในเกาหลีใต้ทั้งนี้บริษัทตลอดเต้มีการผลิตขนมทั้ง โรงงานในประเทศและต่างประเทศ และได้จัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศด้วยซึ่งข้อมูลจะแสดงถึงการพัฒนาการของการผลิตจากบริษัทตลอดเต้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 พัฒนาการของการผลิตจากบริษัทตลอดเต้ตั้งแต่ พ.ศ.2543 ถึง พ.ศ.2558

ปี	การผลิต
พ.ศ.2543 - 2541	2513 ผลิตหมากฝรั่ง
	2518 ผลิตช็อกโกแลต
	2532 ผลิตสินค้าส่งออกด้วยมูลค่ากว่า 10 ล้านบาท
	2538 ผลิตสินค้าส่งออกด้วยมูลค่า 50 ล้านบาท
	2540 ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ISO 9001
	2541 เปิดตัวสินค้าไอศกรีม ‘나뚜루 นาตุรู’
	2541 เปิดตัวสินค้าหมากฝรั่ง

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) พัฒนาการของการผลิตจากบริษัทตลอดตั้งแต่ พ.ศ.2543 ถึง พ.ศ.2558

ปี	การผลิต
พ.ศ.2543 - 2558	<p>2547 ผลิตภัณฑ์หมากฝรั่งและลูกอม</p> <p>2550 ร่วมมือกับบริษัท HERHEY ของอเมริกา ด้านผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลต</p> <p>2551 เปิดตัวผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตระดับพรีเมียม Guylian ผ่านทางสังคมออนไลน์</p> <p>2553 ได้รับการรองรับมาตรฐานวัตถุดิบจาก HACCP</p> <p>2553 ผลิตสินค้าช็อกโกพาย</p> <p>2554 เปิดธุรกิจผลิตขนมหวาน KOLSON ที่ปากีสถาน โดยผลิตขนมอบกรอบ บิสกิต และพาสต้า</p> <p>2557 ได้รับการรับรองจาก FSSC 22000</p> <p>2557 ร่วมมือกับ Lotte Boulangerie ผลิตขนมปัง เบเกอร์รี่</p> <p>2558 ส่งออกผลิตภัณฑ์ ช็อกโกพายและแปเปโร (ช็อกโกแลต อัลมอนด์) พร้อมทั้งได้รับการรับรองจากองค์กร iTQi (International Taste and Quality Institute) ด้านการมีสินค้าที่มีคุณภาพ</p>

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคภายใต้แบรนด์ตลอดเต้

1) หมากฝรั่งตลอดเต้ไซลิทอล (Lotte Xylitol gum)



หมากฝรั่งในอดีต



หมากฝรั่งในปัจจุบัน

ภาพที่ 4.9 รูปแบบหมากฝรั่งในอดีตและปัจจุบัน

ที่มา : Lotte, 2559

บริษัทตลอดเต้ได้เริ่มธุรกิจมาจากการผลิตหมากฝรั่ง ตลอดกว่า 40 ปีที่ผ่านมาบริษัทตลอดเต้ได้ผลิตหมากฝรั่งเพื่อการป้องกันฟันผุที่ทำมาจากไซลิทอล

Gum

Good day. Have a happy time. With Lotte Confectionery



ภาพที่ 4.10 ผลิตภัณฑ์หมากฝรั่งในปัจจุบัน

ที่มา : Lotte, 2559

บริษัทลอตเต้ในช่วงแรกมีผลิตภัณฑ์หมากฝรั่งไซลิทอลเพื่อการป้องกันฟันผุ มีลักษณะเป็นแบบแผ่น ห่อกระดาษ แต่รูปแบบหมากฝรั่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีความหลากหลายทางรูปลักษณะ เปลี่ยนจากแผ่นเป็นเม็ด จัดจำหน่ายในรูปแบบขวด เพื่อสะดวกสบายต่อการบริโภคและการลดปริมาณขยะของเปลือกกระดาษห่อหมากฝรั่ง และเจาะจงกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ID (I'm different) หมากฝรั่งเพื่อสุขภาพสตรี มีหลายรสชาติและบรรจุภัณฑ์สีอันสวยงาม หรือ Arabica Coffee gum สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบดื่มกาแฟ

2) แปเปเปโร (Pepero 꾀꾀로)

แปเปเปโร เปิดตัวในปี.ศ. 1983 ด้วยคุณสมบัติที่มีรูปลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์และสามารถรับประทานได้อย่างสนุกสนานจึงทำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง



ภาพที่ 4.11 ขนมแปเปเปโร

ที่มา : Lotte, 2559

ในทุกปีวันที่ 11 เดือน 11 ได้จัดให้เป็นวันแปเปโร “Pepero’s day” ซึ่งได้ใช้แปเปโรเป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายด้วยรักและไมตรี ในปีค.ศ. 1990 ที่จังหวัดยองนัม เหล่าเด็กผู้หญิงมัธยมต้นได้ให้ขนมแปเปโรเป็นของขวัญให้แก่เพื่อนๆ ในวันที่ 11 เดือน 11 โดยมีความหมายว่าให้หุ่นดี สวยขึ้นและสูงเหมือนกับขนมแปเปโร นับจากนั้นเป็นต้องมาในทุกๆปีจึงมีการเริ่มมอบของแปเปโรเป็นของขวัญให้แก่เพื่อนทั้งผู้ชายและผู้หญิง และได้มีการจัดเทศกาลขึ้นมาโดยใช้ขนมเป็นสื่อกลาง

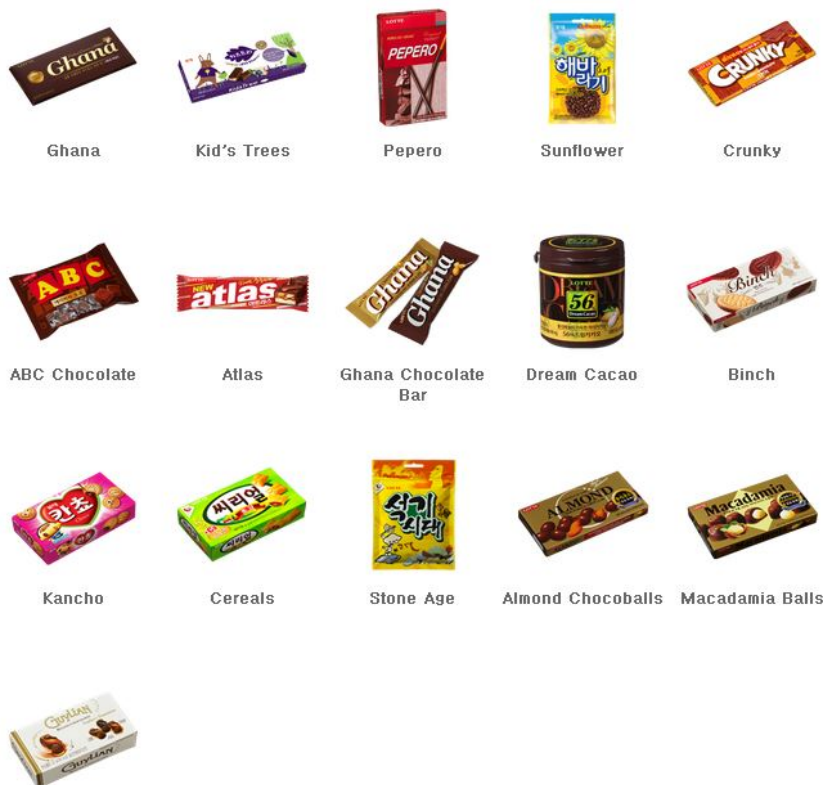
3) ชอกโกแลต Ghana (가나)



ชอกโกแลตกาน่าเริ่มมาจากประเทศแอฟริกาโดยใช้วัตถุดิบโกโก้จากภูเขากาน่าในแอฟริกา นำมาผลิตเป็นชอกโกแลตแท่ง เพื่อให้มีคุณภาพที่ดีที่สุดและรสชาติที่อร่อยทางบริษัทจึงได้ใช้สูตรลับที่เป็นหนึ่งเดียวคือ BTC (Better Taste Chocolate) ในการควบคุมการผลิต

ภาพที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์ชอกโกแลตกาน่า

ที่มา : Lotte, 2559



ภาพที่ 4.13 ผลิตภัณฑ์ชอกโกแลตในปัจจุบัน

ที่มา : Lotte, 2559

ผลิตภัณฑ์ชอกโกแลตในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างจากในช่วงแรก ไม่มีเพียงสินค้าชนิดแท่งเท่านั้น แต่ยังมีในรูปแบบขนม บิสกิต แบบเม็ด จนกระทั่งลูกอมชอกโกแลต และอีกทั้งยังมีชอกโกแลตแบบพรีเมียมคุณภาพสูง ภายใต้แบรนด์ Guylian รูปแบบที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ทำให้เจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่

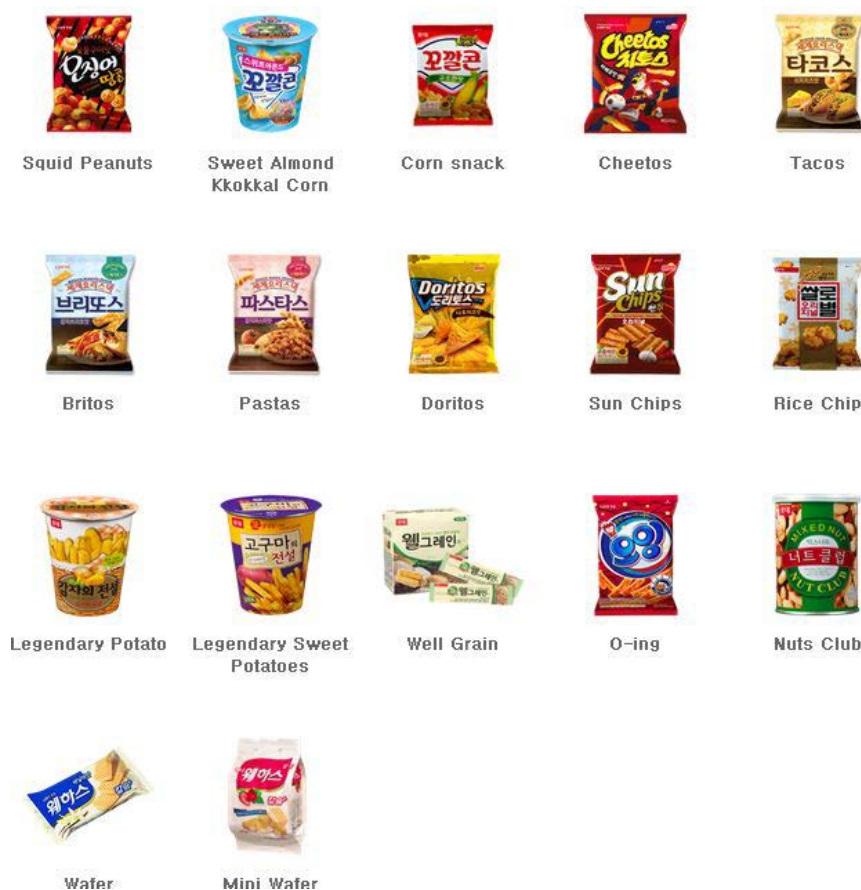
4) โกกัลคอน (꼬깔콘)



โกกัลคอน เปิดตัวในปีค.ศ.1983 ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมาขนมโกกัลคอนได้เป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคมาตลอด ด้วยรูปลักษณะที่เป็นหมวกเหมือนกับโกกัล (고깔) และส่วนผสมจากข้าวโพด (씨, Corn) จึงเป็นที่มาของชื่อขนม

ภาพที่ 4.14 ขนม กอกัลคอน

ที่มา : Lotte, 2559



ภาพที่ 4.15 ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวในปัจจุบัน

ที่มา : Lotte, 2559

ขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภค มีหลากหลายตัวเลือกต่อความชอบของแต่ละคน หลากรสชาติ รสชีส รสปลาหมึก มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ง่าย สะดวกต่อการพกพาและการรับประทาน ทั้งแบบห่อและแบบถ้วย และการผลิตสินค้าที่ทำมาจากวัตถุดิบที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค เช่น มันหวาน และธัญพืชรวม ถั่ว ผ่านกระบวนการผลิตจากการอบแทนการทอด เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

5) World ice-cream cone (월드콘)



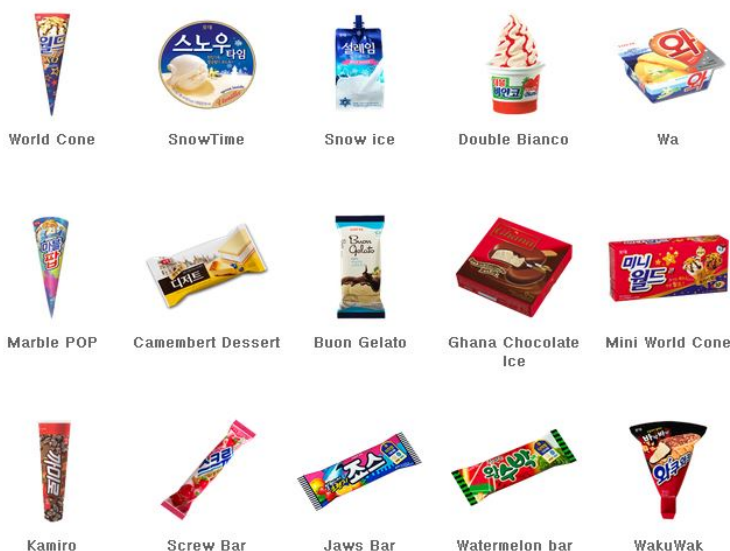
ภาพที่ 4.16 เวิลด์ไอศกรีมโคน

ที่มา : Lotte, 2559

เดือนมีนาคม ปีค.ศ.1983 เปิดตัวสินค้าและได้วางขายมาตลอด 30 ปีที่ผ่านมาเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค เวิลด์ไอศกรีมโคนชนิดนี้มีคุณลักษณะพิเศษ คือ ด้านบนของไอศกรีมราดชอสชอกโกแลตและมีถั่วเป็นทอปปิ้ง ภายใต้อิศกรีมยังมีชอกโกแลตทำให้สามารถสนุกกับการรับประทานได้หมดตั้งแต่ด้านบนไปยังด้านล่าง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังง่ายต่อการแกะ ไม่ว่าจะเมื่อไหร่สามารถรู้สึกสนุกกับการรับประทาน

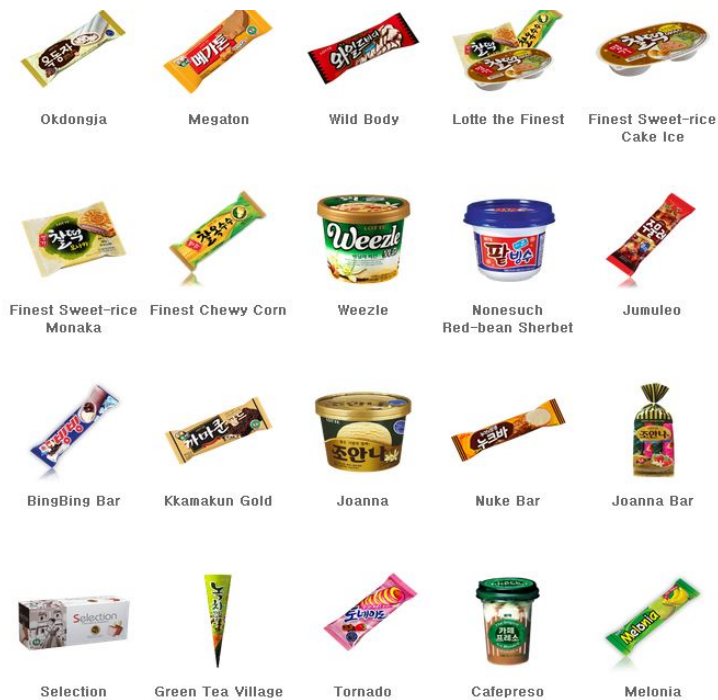
Icecream

Good day, Have a happy time. With Lotte Confectionery



ภาพที่ 4.17 ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมลอตเต้ในปัจจุบัน

ที่มา : Lotte, 2559



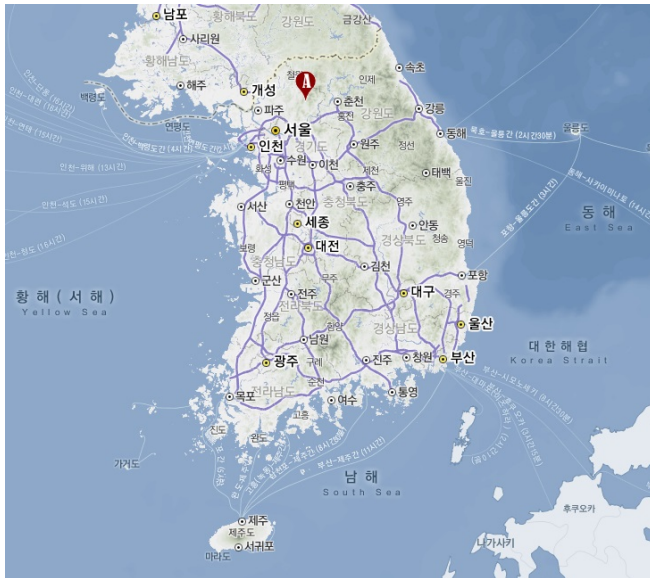
ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมลอตเต้ในปัจจุบัน
ที่มา : Lotte, 2559

ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมภายใต้บริษัทลอตเต้ในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบเพื่อสนองต่อผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ขนาดและรูปแบบที่ต่างไป มีทั้งแบบแท่ง โคน ชื่น ถ้วย ถัง ของรสชาติกว่า 10 รส เช่น ชาเขียว ชอกโกแลต สตอร์เบอร์รี่ กาแฟ รสผลไม้ต่างๆ เมลอน แดงโม และข้าวโพด เป็นต้น ลอตเต้ยังได้ผลิตไอศกรีมในรูปแบบขนมหวาน ขนมวาฟเฟิล ขนมต็อก (ขนมเกาหลี่) จนกระทั่งน้ำแข็งไส (พัท빙ซู) โดยมีไอศกรีมเป็นส่วนประกอบ ทำให้สามารถรับประทานได้ง่ายและเข้าถึงได้ทุกคนทั้งเด็กและผู้ใหญ่

4.2 การศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลี่พื้นเมืองแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว

4.2.1 แหล่งที่ตั้งโรงงานผลิตขนมเกาหลี่พื้นเมืองแบบดั้งเดิม

ที่ตั้งโรงงานผลิตขนมเกาหลี่พื้นเมืองดั้งเดิมหรือฮันกวา คือบริษัทชินกุง ตั้งอยู่ บ้านเลขที่ 62 ถนนมอนแจ ของจุงมยอน เมืองโพซอน จังหวัดคยองกี ทางตอนเหนือของกรุงโซล ตำแหน่ง A ดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 ที่ตั้งโรงงานชินกุง

ที่มา : Shinkung, 2559

ปัจจัยที่ตั้งของโรงงานชินกุง

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารของโรงงานดังกล่าวพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการก่อตั้งโรงงาน คือ

1) ปัจจัยด้านที่ตั้ง

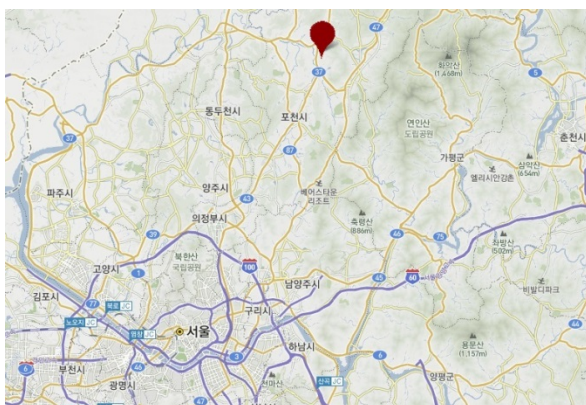
โรงงานผลิตขนมฮันกวาของบริษัทชินกุงตั้งอยู่ในจังหวัดคยองกี ซึ่งเป็นเมืองหลวงและเมืองใหญ่ที่สุดของประเทศ ทั้งยังมีเมืองอินซอน ตั้งอยู่บริเวณริมชายฝั่งทะเลตะวันตกของทะเลจีนใต้ของจังหวัดคยองกี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปัจจัยเอื้อต่อการทำธุรกิจ

2) ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลนี้คือเป็นกิจการที่ต่อเนื่องของครอบครัวมาแต่อดีตนมีความชำนาญในการผลิตและทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน

2) ปัจจัยด้านการคมนาคม

พื้นที่ตั้งโรงงานตั้งใกล้กับกรุงโซล ซึ่งเป็นแหล่งกระจายสินค้าหลัก ทั้งยังใกล้กับเมืองอินซอนที่เป็นท่าเรือขนส่ง ทำให้สามารถขนส่งที่สะดวกทั้งทางบกและทางทะเล โรงงานตั้งอยู่บนถนนมอนแจ ซึ่งทิศใต้ติดกับเมืองย็องจูและอีย็องจู ซึ่งเป็นทางผ่านเข้าสู่กรุงโซล ส่งผลต่อความสะดวกในการจำหน่ายและการกระจายสินค้าไปยังที่อื่น ๆ ดังภาพที่ 4.20, 4.21



ภาพที่ 4.20, 4.21 ที่ตั้งโรงงานชินกุง

ที่มา : Naver, Google map, 2559

3) ปัจจัยด้านแรงงาน

ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดคยองกีซึ่งเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศเกาหลีใต้ ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมโดยส่วนใหญ่จะเป็นฝีมือของมนุษย์โดยตรง พร้อมทั้งโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่เดิมของกิจการครอบครัวที่สืบต่อเนื่องกันมา การผลิตต้องการความชำนาญและประสบการณ์เป็นส่วนประกอบด้วย และในความคิดเห็นของผู้วิจัย มีความเห็นว่าส่งผลให้โรงงานจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีประสบการณ์เป็นจำนวนมาก การมีโรงงานอยู่ในพื้นที่เดิม ทำให้สินค้ามีคุณภาพและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์

4.2.2 พื้นที่แหล่งผลิตขนมขบเคี้ยว (บริษัทลอตเต้)

บริษัทลอตเต้ มีโรงงานผลิต 2 แบบ คือ โรงงานภายในประเทศเกาหลีใต้ และ โรงงานภายนอกประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) รูปแบบทางที่ตั้งของโรงงานลอตเต้ภายในประเทศ

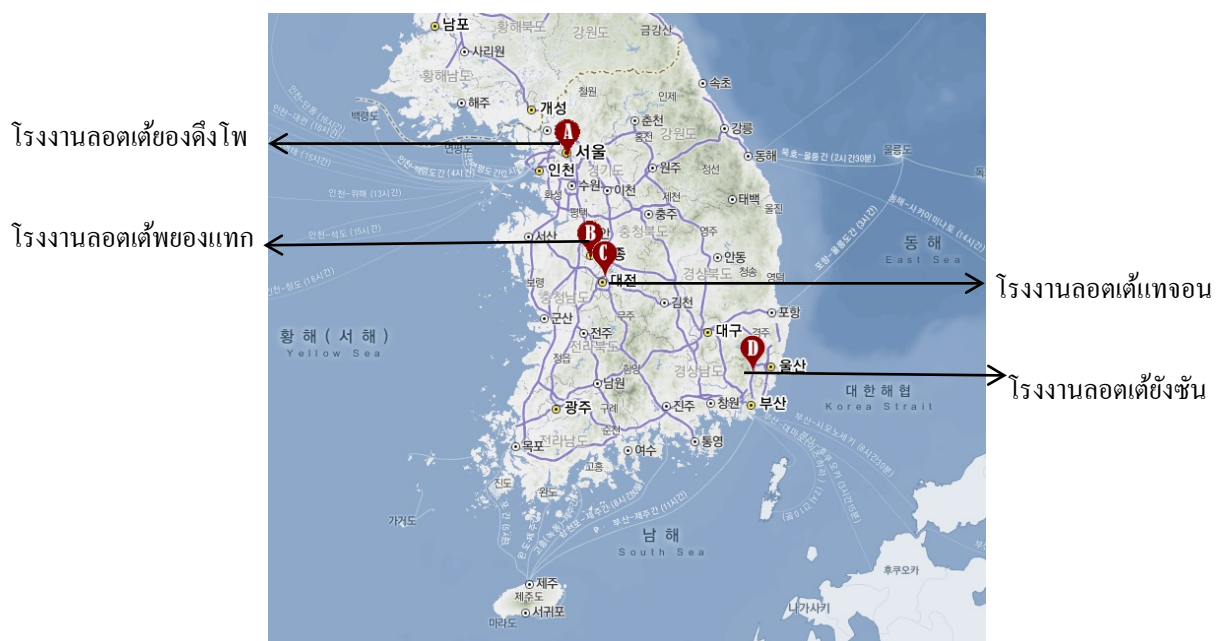
โรงงานลอตเต้ภายในประเทศ มีด้วยกัน 4 โรงงาน คือ

1) โรงงานลอตเต้ของดิงโพ ผลิตหมากฝรั่ง ลูกอม บิสกิต ชอกโกแลตและไอศกรีม (สาขาที่ของดิงโพเป็นโรงงานผลิตขนมที่ใหญ่แห่งแรกของลอตเต้และเป็นโรงงานใหญ่ที่สุดในกรุงโซล) ตั้งอยู่ในเขตของดิงโพ กรุงโซล จังหวัดคยองกี

2) โรงงานลอตเต้พยองแทก ผลิตขนมขบเคี้ยว บิสกิตและลูกอม ตั้งอยู่ในเมืองพยองแทก จังหวัดคยองกี

3) โรงงานลอตเต้ยั้งชั่น ผลิตชอกโกแลต บิสกิต พายและไอศกรีม ตั้งอยู่ในเมืองยั้งชั่น จังหวัดคยองชัณนัม

และ 4) โรงงานลอตเต้แทจอน ผลิตบิสกิตและไอศกรีม ตั้งอยู่ในเขตแทจอนกวางยอก จังหวัดแทจอน ดังภาพที่ 4.23



ภาพที่ 4.22 ที่ตั้งโรงงานลอตเต้ภายในประเทศเกาหลีใต้

ที่มา : Lotte, 2559

ปัจจัยที่ตั้งของโรงงานลอตเต้ภายในประเทศเกาหลีใต้

1) ปัจจัยด้านที่ตั้ง

พื้นที่ตั้งของโรงงานทั้ง 4 โรงงานนั้นจะอยู่ใกล้กับเมืองใหญ่ โดยโรงงานลอตเต้ของดิงโป ติดกับกรุงโซล โรงงานลอตเต้ของแทก ติดกับจังหวัดแทจอน และโรงงานลอตเต้ยังชันติดกับเมืองปูซาน และพื้นที่ตั้งของโรงงานใกล้กับทะเลจีนใต้ทางตะวันตกและตะวันออก โดยในโรงงานลอตเต้ที่ของดิงโปเป็นโรงงานลอตเต้แห่งแรกและใหญ่ที่สุด ซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัด คยองกี มีเมืองหลวงคือกรุงโซล และที่ตั้งยังติดกับท่าเรืออินซอน ทำให้สะดวกสำหรับการขนส่งสินค้า ทั้งการนำเข้าวัตถุดิบ และการส่งสินค้าออกตลาดไปยังที่ต่าง ๆ

2) ปัจจัยด้านการคมนาคม

โรงงานลอตเต้ของแทกและโรงงานลอตเต้แทจอน ทั้งสองโรงงานมีปัจจัยที่สำคัญในการคมนาคมทางบก ลอตเต้ของแทก มีถนนคยองบู ที่สามารถเดินทางไปได้ทั้งโซล ปูซาน และชวอน ในขณะที่โรงงานลอตเต้แทจอน ตั้งอยู่ในเมืองแทจอน ซึ่งเมืองแทจอนเป็นศูนย์กลางการเดินทางของประเทศเกาหลีใต้ ทำให้สะดวกต่อการกระจายสินค้าไปยังที่ต่างๆได้ง่าย

3) ปัจจัยด้านแรงงาน

ปัจจัยการตั้งโรงงานลอตเต้ยังชัน เพราะยังชันเป็นเมืองอุตสาหกรรมทั้งเบาและหนัก มีปัจจัยทางด้านจำนวนแรงงานมาก ทำให้มีการจ้างแรงงานในราคาถูก อีกทั้งยังชันเป็นเมืองที่ติดกับปูซานที่เป็นเมืองใหญ่อันดับสองรองจากโซล มีประชากรมากเป็นอันดับสองของเกาหลีใต้ ทำให้สามารถกระจายสินค้าและจัดจำหน่ายไปยังปูซานได้สะดวก และปูซานมีท่าเรือที่เอื้อต่อการคมนาคมขนส่งทางทะเล ที่จะส่งสินค้าไปยังที่อื่นอีกด้วย

2) รูปแบบทางที่ตั้งโรงงานลอตเต้ภายนอกประเทศ

โรงงานผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าลอตเต้ภายนอกประเทศมีด้วยกัน 9 ประเทศ และในอีก 4 เมือง โดยมีประเทศเบลเยียม สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ปากีสถาน อินเดีย เวียดนาม ใต้หวัน จีน (ในเขตมณฑลเซียงไฮ้ ซิงเต่า ชานดง และปักกิ่ง) รัสเซีย และประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 4.23 ที่ตั้งโรงงานลอตเต้ภายนอกประเทศ

ที่มา : Lotte, 2559

กลุ่มบริษัทลอตเต้ มีวัตถุประสงค์ที่จะเป็นบริษัทที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยการพัฒนาก้าวข้ามจากผู้ผลิต Confectionary ทั่วไปด้วยการขยายโรงงานไปยังภูมิภาคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย เวียดนาม และประเทศอื่นๆ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับภูมิภาคนั้น และจัดจำหน่ายออกไปยังประเทศต่างๆ เพื่อให้สมกับการเป็นกลุ่มบริษัทที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ผลิตภัณฑ์ของลอตเต้ซึ่งมีหลากหลายกว่า 200 ชนิด ซึ่งได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค กว่า 70 ประเทศทั่วโลก รวมทั้งยุโรปและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศในภูมิภาคอื่นๆ (Lotte, 2559)

1. เบลเยียม ที่ตั้ง โรงงานลอตเต้ Chocolaterie Guylian เมืองซินต์-นิกลาส ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นจัตุรัสการค้าที่ใหญ่ที่สุดในเบลเยียม
2. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ที่ตั้ง ถนนมัทมูม เมืองคูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เมืองคูไบถือได้ว่าเป็นเมืองท่าที่สำคัญแห่งหนึ่งบนโลก
3. ปากีสถาน ที่ตั้งอยู่ในเมืองการาจี ประเทศปากีสถาน ซึ่งตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลอาหรับ
4. อินเดีย ที่ตั้ง เมืองเจนไน ประเทศอินเดีย ตั้งอยู่ติดริมชายฝั่งโคโรมันเดลของอ่าวเบงกอล เศรษฐกิจของเมืองเจนไน ได้แก่ การผลิตรถยนต์ เทคโนโลยี และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีท่าอากาศยานนานาชาติ 1 แห่ง และท่าเรือหลักอีก 2 แห่ง
5. เวียดนาม ที่ตั้ง ตำบลดานบิन्ह นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ซึ่งนครโฮจิมินห์ตั้งอยู่บริเวณสามเหลี่ยมแม่น้ำโขง และยังเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเวียดนาม
6. ไต้หวัน ที่ตั้ง ถนนหนานจิง เขตจงซาน เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน
7. จีน ที่ตั้ง ถนนถึงเวย เขตจงซาน เซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน
8. จีน ที่ตั้ง เขตอุตสาหกรรมชั้นสูงเหล่าซาน เมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ประเทศจีน
9. จีน ที่ตั้ง เขตอุตสาหกรรมใหม่เว่ยไห่ มณฑลซานตง ประเทศจีน

10. รัสเซีย ที่ตั้ง เมืองมอสโก ประเทศรัสเซีย

11. ญี่ปุ่น ที่ตั้ง นิชิ-ชินจูกุ เขตชินจูกุ ประเทศญี่ปุ่น

เป็นที่น่าสังเกตว่าบริษัทลอตเต้ภายใต้การบริหารของลอตเต้เกาหลีใต้ได้มีการขยายโรงงานไปยังภายนอกประเทศโดยที่ตั้งของโรงงานส่วนใหญ่จะมีการกระจายตัวในพื้นที่ทวีปเอเชียโดยส่วนใหญ่ และจะมีที่ตั้งในยุโรปบ้าง แต่จะเห็นได้ว่าไม่มีโรงงานลอตเต้เกาหลีใต้ขยายโรงงานไปยังพื้นที่ในเขตทวีปอเมริกา จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร พบว่ากิจการภายใต้แบรนด์ลอตเต้มีด้วยกันหลากหลายสาขา และภายใต้การบริหารจากหลายประเทศ บริษัทลอตเต้ในอเมริกาเป็นการลงทุนจากลอตเต้ญี่ปุ่นบริษัทแม่โดยตรง

ปัจจัยที่ตั้งของโรงงานลอตเต้ภายนอกประเทศ

1) ปัจจัยด้านที่ตั้ง

จากการศึกษาเอกสารและผลงานที่เกี่ยวข้องพบว่าโรงงานลอตเต้ภายนอกประเทศส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของทวีปเอเชีย และมีโรงงานในทวีปยุโรป เช่น รัสเซียและเบลเยียม ในความคิดเห็นของข้าพเจ้า เนื่องจากในประเทศที่กล่าวมาทั้งหมดนี้มีจำนวนประชากรแรงงานอยู่มาก และเป็นแหล่งที่ตั้งหลักของโรงงานอุตสาหกรรม โดยที่ในประเทศจีนและรัสเซีย นั้น เป็นพื้นที่ใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่จำนวนมากและแตกต่างกัน มีภูมิประเทศที่แตกต่าง ทำให้เอื้อต่อการขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำ ทั้งยังมีวัตถุดิบจำนวนมาก ซึ่งปัจจัยสำคัญสำหรับเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (EENI, 2559) บริษัทลอตเต้มองเห็นความสำคัญในการตั้งโรงงานผลิตสินค้าในพื้นที่เหล่านี้ เพื่อปัจจัยการจ้างแรงงานที่มีราคาถูกและเพื่อการลดต้นทุนการผลิตสินค้า ทำให้สามารถนำไปจัดจำหน่ายไปยังประเทศต่าง ๆ ได้ต่อไป

2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ

โรงงานลอตเต้ภายในประเทศเบลเยียม สร้างขึ้นเพื่อการผลิตสินค้าช็อกโกแลตในแบรนด์ Guylian ซึ่งเป็นสินค้าภายใต้บริษัทลอตเต้ โดยใช้วัตถุดิบช็อกโกแลตภายในประเทศเบลเยียมเองในการผลิต ทำให้สามารถลดต้นทุนการในการนำเข้าสินค้าจากที่อื่นและสามารถลดต้นทุนการผลิต สินค้าจึงมีราคาถูก และเมื่อสำเร็จจึงจัดจำหน่ายสินค้าช็อกโกแลตนี้ไปจัดจำหน่ายยังประเทศอื่น (Lotte, 2559)

3) ปัจจัยด้านแรงงาน

ภายใต้กลุ่มบริษัทลอตเต้ประเทศเกาหลี มีโรงงานทั้งในและต่างประเทศ จำเป็นต้องมีแรงงานที่มีคุณภาพเพื่อผลิตสินค้าให้ตรงตามมาตรฐานและมีคุณภาพ เพราะในประเทศญี่ปุ่น ได้หวัน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีประชากรที่มีคุณภาพสูง และเป็นประเทศที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นพื้นที่ที่เอื้อต่อการพัฒนาสินค้า และการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพภายใต้การผลิตจากแรงงานที่มีคุณภาพ และถึงแม้การผลิตส่วนใหญ่จะมีการนำเครื่องจักรเป็นแรงงานแทนการใช้แรงงานคน แต่การควบคุมและการตรวจความถูกต้องของคุณภาพสินค้าทั้งหมดก็เป็นการใช้แรงงานจากคน

4.3 การศึกษารูปแบบโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว

4.3.1 โครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลี

ขนมฮันกวา เป็นขนมที่ผลิตมาจากวัตถุดิบที่ได้มาจากธรรมชาติโดยตรง ทำให้ฮันกวาไม่จำเป็นต้องใส่สารกันบูดหรือวัตถุกันเสีย หากมีการเก็บรักษาไม่ให้อากาศสัมผัสอากาศโดยตรงจะทำให้ระยะเวลาการรับประทานมีเวลานาน และกระบวนการผลิตขนมได้ปฏิบัติตามธรรมเนียมเดิมที่มีมาอย่างยาวนาน

1) วัตถุดิบการผลิตขนมฮันกวาและสรรพคุณของวัตถุดิบ

(1) ข้าวเหนียว เป็นส่วนผสมในการทำขนมฮันกวา

สรรพคุณ : มีสารอะไมโลเพกทิน ที่ช่วยดูดซึมและช่วยในการย่อยอาหาร

(2) ข้าวเจ้า เป็นส่วนผสมในการทำขนมฮันกวาและฮักกวา

สรรพคุณ : ข้าวเป็นธัญพืชที่สำคัญที่สุดในด้านโภชนาการและการรับแคลลอรี่ มีวิตามินบีต่างๆ ข้าวสาลีและข้าวโพด

(3) เมล็ดสน เป็นส่วนผสมในการทำขนมทาชิก

สรรพคุณ : มีคาร์โบไฮเดรต โปรตีน โพลีแซคคาไรด์ ไฟเบอร์ จัดว่าเป็นอาหารที่ใช้สำหรับควบคุมน้ำหนักได้ ถึงแม้ว่าจะเป็นธัญพืชที่มีแคลลอรี่สูงแต่ชบขบยังมีสารอาหารมากมายเช่นกัน

(4) เมล็ดทานตะวัน เป็นส่วนผสมในการทำขนมฮักกวา

สรรพคุณ : ประกอบด้วยวิตามินเอ วิตามินดี วิตามินอี และวิตามินเค สามารถช่วยลดคอเลสเตอรอลที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด ช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจ และโรคมะเร็ง

(5) เมล็ดพืชทอง เป็นส่วนผสมในการทำขนมฮักกวา

สรรพคุณ : มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ประกอบด้วย โปรตีน ไขมัน สังกะสี เหล็ก ฟอสฟอรัส แคลเซียม โยอาหาร วิตามิน

(6) งาขาว งาดำ และงาป่า เป็นส่วนผสมในการทำขนมฮันกวาและทาชิก

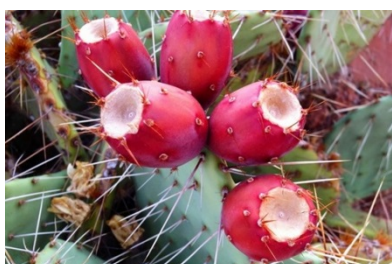
สรรพคุณ : มีโปรตีน กรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย ทั้งยังมีวิตามินและแร่ธาตุที่สำคัญซึ่งดีต่อระบบประสาท ช่วยทำให้ผ่อนคลาย ร่างกายกระฉับกระเฉง พร้อมกันนั้นยังมีสารบำรุงประสาทด้วย

(7) น้ำผึ้ง เป็นส่วนผสมของขนมฮันกวา ฮักกวาและทาชิก

สรรพคุณ : น้ำผึ้งมีแร่ธาตุและวิตามินอยู่หลากหลาย สามารถช่วยบำรุงประสาท ลดไขมันโลหิต ช่วยในระบบขับถ่าย

(8) แพคนยอนโซ (백련초) เป็นพืชในป่าจากเกาะเจอ

สรรพคุณ : ช่วยลดไข้ ลดอาการท้องร่วง และช่วยรักษาอาการหอบหืด



ภาพที่ 4.24 แพนคกอนโช (백년초)

ที่มา : Naver, 2559

2) รูปแบบการผลิต

1. ยูกวา

วิธีทำ

- 1) นำข้าวเหนียวที่ล้างสะอาดเรียบร้อยแล้ว แช่ไว้ในน้ำประมาณหนึ่งอาทิตย์โดยไม่ต้องเปลี่ยนน้ำ
- 2) เมื่อผ่านไปหนึ่งอาทิตย์แล้ว นำข้าวเหนียวมาล้างให้สะอาด นำไปปั่นให้ละเอียด หลังจากนั้นก็นำมาผสมกับซึ้งจู (เหล้าขาวทำมาจากข้าวเจ้ามีแอลกอฮอล์ต่ำ) น้ำตาล และน้ำถั่ว ค่อย ๆ ใส่ส่วนผสมให้เข้ากัน แล้วนวดจนเป็นก้อน
- 3) นำแป้งข้าวที่ได้ห่อผ้าขาวแล้วนำไปนึ่งในซึ้ง
- 4) นำแป้งข้าวที่นึ่งเสร็จแล้วมาวางไว้บนเชียง รอจนแป้งเย็น จึงนำไม้ขนาดแผ่นแป้งให้บางและตัดให้ได้ขนาดเท่ากับ 4x4x0.4 เซนติเมตร
- 5) นำแป้งที่ตัดเรียบร้อยแล้ว ไปวางทิ้งไว้ยังพื้นห้องที่มีอุณหภูมิอุ่น หรือถ้าเป็นเขตหนาวให้วางทิ้งไว้ในพื้นห้องประมาณ 2 ถึง 3 วัน และหมั่นพลิกแผ่นแป้งบ่อย ๆ
- 6) เมื่อตั้งอุณหภูมิน้ำมันได้จนถึง 100 องศาแล้ว ให้นำแป้งที่เตรียมไว้ลงทอดอย่างช้า ๆ (ทอดครั้งแรก)
- 7) เมื่ออุณหภูมิถึง 160 องศา ให้พลิกและทอดจนเหลือง (ทอดครั้งที่สอง)
- 8) ยูกวาที่ทอดเสร็จแล้วนั้นจะนำมาเคลือบด้วยน้ำผึ้งหรือโซซ็อง (น้ำตาลเม) และขั้นตอนสุดท้ายคือนำมาคลุกกับเกล็ดข้าวหรือสิ่งที่เตรียมไว้ เป็นอันเสร็จสิ้น



เตรียมแป้ง



ตัดตามขนาด



นำลงทอด



เคลือบด้วยน้ำผึ้ง



คลุกเกล็ดข้าว

ภาพที่ 4.25 ขั้นตอนการทำขนมยูกวา

ที่มา : Shinkung, 2559

2. ยักกวา

วิธีทำ

- 1) ขั้นตอนแรกคือการทำน้ำเชื่อม โซซ็อง เตรียมหม้อตั้งไฟโดยใส่ โซซ็อง น้ำ จิงที่หั่นเป็นแผ่นบาง ๆ และคน เปิดไฟเบาต้มประมาณ 3-4 นาที ปิดไฟแล้วตั้งให้เย็น
- 2) ก่อนจะนวดแป้ง ให้ใส่น้ำมันลงในกระทะแล้วเปิดไฟเบา
- 3) นำแป้งที่เตรียมไว้ทั้งหมดมาผสมกับเกลือ ทาน้ำมันงาบาง ๆ ที่มือ และจึงผสมให้เป็นเนื้อแป้งเดียวกัน โดยผสมให้เข้ากันจนมีความรู้สึกเหมือนแป้งทำขนมปัง
- 4) จากนั้นใช้ที่กรองแป้งให้เป็นเนื้อละเอียดเดียวกัน ผสมโซจุกกับน้ำผึ้งใส่ลงไปนวดในแป้งที่พักไว้แล้ว จึงนวดให้เป็นเนื้อเดียวกัน แต่การนวดแป้งไม่ควรใช้เวลานานเกินไป เพราะจะทำให้แป้งแข็งตัวและไม่สามารถฟูขึ้นเป็นรูปได้
- 5) นำแป้งที่ผสมจนนวดได้เป็นก้อนเดียวกันขึ้นมาวางบนเจียงที่เตรียมนวดต่อไป นำไม้ขนาดประมาณ 1 นิ้ว นวดแป้งพร้อมพลิกสลับไปมาสัก 2-3 ครั้ง
- 6) เมื่อได้ขนาดแผ่นความบางที่ต้องการแล้ว นำไม้มาตัดเป็นชิ้นขนมยักกวาประมาณ 3-3.5 เซนติเมตร (รูปสี่เหลี่ยมจตุรัส) และจึงใช้ส้อมจิ้มลงตรงกลางบนแป้งให้เกิดรู
- 7) เมื่ออุณหภูมิน้ำมันอยู่ที่ 100 องศาเซลเซียส ให้นำแป้งที่ได้ตัดไว้ลงทอด และเมื่ออุณหภูมิน้ำมันขึ้นสูงถึง 140-150 องศาเซลเซียส ขนมยักกวาก็จะเริ่มเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทองนำขึ้นมาพักไว้
- 8) แป้งที่ทอดเสร็จแล้วเมื่อพักจนเย็น จึงนำไปแช่ในโซซ็อง(น้ำตั้งเม) ที่ได้เตรียมไว้ประมาณ 30 นาที และเมื่อครบเวลาที่กำหนดค่อย ๆ นำขึ้นมาทีละชิ้นเพื่อให้ น้ำที่เคลือบตัวขนมได้อย่างทั่วถึง



ผสมแป้ง



นวดจนเป็นเนื้อเดียวกัน



ตัดตามขนาด



นำลงทอด



พักไว้จนเย็นและราดน้ำผึ้ง

ภาพที่ 4.26 ขั้นตอนการทำขนมยักกวา

ที่มา : Shinkung, 2559

3. ทาชิก

วิธีทำ

- 1) การทำแป้งเกสรต้นสน ขั้นตอนแรกคือการนำน้ำใส่ถ้วยและนำดอกของเกสรต้นสนใส่ถ้วย และจึงนำทัพพิมากวนกับแป้ง เมื่อได้ที่จึงยกใส่บนกระดาษไข การทำขนมทาชิกนั้นจำเป็นต้องมีแม่พิมพ์ขนม
- 2) นำแป้งเกสรต้นสนมาผสมกับน้ำผึ้งหรือโซซ็อง และนำมานวดให้เป็นเนื้อเดียวกัน

3) นำก้อนแป้งที่ได้มาอัดใส่แม่พิมพ์ทาชิกที่เตรียมไว้ในแต่ละหลุมค่อย ๆ ใสแป้งและน้ำผึ้งครึ่งละเล็กน้อยแล้วจึงอัดลงใส่แม่พิมพ์ และน้ำผึ้งที่จะมาผสมนั้นต้องเป็นน้ำผึ้งที่มีสีขาวเพื่อให้รสชาติและกลิ่นเดิมของขนมทาชิกได้คงอยู่



เตรียมแป้งเกสรต้นสนกับน้ำผึ้ง



ผสมแป้งกับน้ำผึ้ง



นวดจนเป็นเนื้อเดียวกัน



นำแป้งที่ได้อัดใส่พิมพ์



พร้อมเสิร์ฟ

ภาพที่ 4.27 ขั้นตอนการทำขนมทาชิก

ที่มา : Naver, 2559

3) การตลาด

บริษัทชินกุงจะส่งสินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายไปยังกรุงโซล ในด้านการตลาดการจัดจำหน่ายสินค้าขนมอันกวางของบริษัทชินกุง ได้มีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางด้วยกัน และผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ทั้งออนไลน์ หรือซื้อจากหน้าร้าน จากห้างสรรพสินค้า ร้านกาแฟและในธนาคารนงฮยอบ ทั้งนี้ทางบริษัทได้จัดกิจกรรมในวันเทศกาลสำคัญ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของคนยุคใหม่และเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น ในวันคริสต์มาส ทางบริษัทได้จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้า ลูกค้าที่ได้จัดซื้อสินค้าไปให้มีการลงทะเบียนและจะมีการคัดเลือกผู้โชคดี มอบของขวัญเป็นชุดขนมอันกวางให้แก่ผู้โชคดี สำหรับลูกค้าที่ต้องการหาซื้อสินค้า สามารถหาซื้อสินค้าได้ดังนี้

1. ออนไลน์ โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเว็บไซต์ www.shinkung.co.kr

ภาพที่ 4.28 เว็บไซต์ออนไลน์ของบริษัทชินกุง

ที่มา : Shinkung, 2559

2. วางหน้าร้าน ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้โดยตรง และสามารถรับสินค้าได้ทันที

- 1) ห้างสรรพสินค้าชินเซเก (Shinsegae) มีด้วยกันทั้งหมด 8 สาขา เช่น สาขากังนัม ซองดัมดง และแฮอนแด เป็นต้น
- 2) ธนาคารนงฮยอบ (Nonghyup) สาขาอังแจ ซังดง และสาขาซองนัม ดังภาพที่ 4.29
- 3) ร้านอื่น ๆ เช่น ร้านขายน้ำแข็งไสชอลบิง



ภาพที่ 4.29 ขนมอันกวาจำหน่ายที่ธนาคารนงฮยอบ

ที่มา : Shinkung, 2559

3. พิพิธภัณฑ์ขนมอันกวา ตั้งอยู่ที่เดียวกับโรงงานผลิตขนมอันกวา เป็นศูนย์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับขนมอันกวาทุกรูปแบบในเกาหลี ซึ่งเป็นศูนย์ให้ความรู้อันกวาแห่งเดียวที่มีในเกาหลีได้ และได้รับการควบคุมภายใต้การบริหารแบบครอบครัว เมื่อมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ทำให้ได้ความรู้เรื่องอันกวา และยังสามารถทำขนมได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ขนมอันกวาจำหน่ายด้วย

4.3.2 โครงสร้างการผลิตขนมขบเคี้ยวภายใต้บริษัทลอตเต้

บริษัทลอตเต้เป็นผู้นำทางการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าขนมขบเคี้ยวที่เป็นอันดับหนึ่งของเกาหลีใต้ โดยมีการจัดผลิตสินค้า Confectionery มากกว่า 200 ชนิดรวมทั้งหมากฝรั่ง ลูกกวาด บิสกิต ชอคโกแลต ไอศกรีม และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ที่เป็นที่ยู้งักและเป็นที่ยอมรับกันมากในปัจจุบัน

1) การตลาด

ตลาดของบริษัทลอตเต้จะกระจายสินค้าไปยังร้านมินิมาร์ทในเครือบริษัท และห้างสรรพสินค้าชั้นนำในเครือลอตเต้ และห้างชั้นนำอื่นๆ ทั้งนี้ลูกค้ายังสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ในเว็บไซต์ และขนมในเครือบริษัทลอตเต้ยังได้ส่งไปขายยังประเทศต่างๆที่มีบริษัทลอตเต้เป็นฐานโรงงาน เช่น ไทย จีน และเวียดนาม เป็นต้น บริษัทลอตเต้มีการตลาดแบบหลากหลาย จากการโฆษณาทั้งในรูปแบบแผ่นป้าย โฆษณา รูปแบบผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ลอตเต้ได้จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการโฆษณาบริษัทในงานเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น วันคริสมาสต์ วันปีใหม่ และวันวาเลนไทน์ เมื่อวาเลนไทน์ที่ผ่านมาลอตเต้ได้จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมกิจกรรม คือ ให้ลูกค้าซื้อชอคโกแลตและถ่ายรูปคู่กัน ตัดสินจากคู่ใดมีความโรแมนติกมากที่สุดจะได้รับรางวัลเป็นของขวัญจากลอตเต้ เป็นต้น และนอกจากนั้นบริษัทลอตเต้เองได้วางแผนใช้กระแสโลกออนไลน์ในการโฆษณาสินค้า เช่น ฉากละครในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เมื่อปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมามีละคร 응답하라 1988 Reply 1988 เป็นละครที่ได้รับความนิยมมาก และได้มีฉากในละครนำผลิตภัณฑ์ลอตเต้ในยุคนั้นร่วมการประกอบฉาก และได้นางเอกของละครมาเป็นนางแบบโฆษณาขนมอีกทางหนึ่ง ผลจากกระแสตอบรับทำให้ขนมมียอดขายจากปกติเพิ่มขึ้นถึง 12% (Lotte, 2559)



ภาพที่ 4.30 งานประชาสัมพันธ์บริษัทลอตเต้ เมื่อวาเลนไทน์ ปีพ.ศ.2559
ที่มา : Lotte, 2559



ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์ลอตเต้ในละคร Reply 1988
ที่มา : Lotte, 2559

ทั้งนี้บริษัทลอตเต้ได้มีกิจกรรมร่วมกับภาครัฐบาลในการเข้าร่วมกิจกรรมป้องกันการร่งวงนอนจากการขับรถยนต์ระยะไกลของผู้บริโภค โดยมีการแจกแผ่นพับพร้อมกับหมากฝรั่งและขนม ในช่วงงานเทศกาลสำคัญวันปีใหม่หรือเทศกาลชูช็อก เพื่อความปลอดภัยบนถนน และลดการร่งวงนอนระหว่างการขับรถของผู้ขับขี่ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 หมากฝรั่งกลายเป็นที่รู้จักกันว่ามีผลดีต่อสมองและช่วยลดอาการร่งวงนอน ทั้งยังสามารถช่วยป้องกันฟันผุ โดยเมื่อปีทีพ.ศ.2558 หมากฝรั่งลอตเต้ไซลิทอลมียอดขายเพิ่มขึ้นมา 10% และมีการยอดขายตลาดหมากฝรั่งเพิ่มขึ้นเป็น 3% ในรอบห้าปีที่ผ่านมา (Lotte, 2559)

บริษัทลอตเต้จัดทำนายสินค้าโดยการส่งสินค้าไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตของลอตเต้ และห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป รวมทั้งการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ชาวเกาหลีเป็นประเทศที่นิยมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากห้างสรรพสินค้ามากกว่าการเลือกซื้อตามห้างสรรพสินค้า ทำให้สามารถเห็นการจำหน่ายสินค้าทุกประเภทผ่านบนเว็บไซต์

2) พิพิธภัณฑ์ขนมหวานลอตเต้

บริษัทลอตเต้ที่เป็นผู้นำเรื่องขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันได้สร้างพิพิธภัณฑ์ขนมหวานลอตเต้ ที่ของคิงโพอ เพื่อให้เด็กๆ สามารถเรียนรู้ความรู้ใหม่ๆ สามารถพบสินค้าในเครือลอตเต้ที่จัดไว้เป็นหมวด เช่น โชนชอกโกแลต ไอศกรีม ลูกกวาด และห้องฉายภาพยนตร์ รวมทั้งเครือข่ายบริษัทลอตเต้และประวัติของบริษัท โดยในแต่ละหมวดให้ความรู้ถึงขั้นตอนการผลิต จำลองการทำงานภายในโรงงาน และให้ความรู้เรื่องวัตถุดิบของการผลิต เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ๆของเด็กๆ



ภาพที่ 4.32 พิพิธภัณฑ์ขนมหวานลอตเต้

ที่มา : Naver, 2559

บทที่ 5

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะอธิบายผลการศึกษจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ คือ 1) การศึกษา การพัฒนารูปแบบขนมพื้นเมืองของเกาหลีและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้ 2) การศึกษารูปแบบพื้นที่ของ แหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองแบบดั้งเดิมและขนมขบเคี้ยว และ 3) การศึกษาโครงสร้างการผลิตขนม พื้นเมืองเกาหลีและขนมขบเคี้ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ผลการศึกษาการพัฒนารูปแบบขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยวในเกาหลีใต้

ในการศึกษาการพัฒนารูปแบบขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยว พบว่า

1) การพัฒนาการของรูปแบบขนมพื้นเมือง

แม้ขนมฮันกวาจะมีประวัติศาสตร์คู่กับประเทศเกาหลีมานาน แต่ฮันกวยังคงมีความสำคัญต่อ วัฒนธรรมของเกาหลีเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าขนมฮันกวมี่มีความสำคัญมากในงานพิธีมงคลต่าง ๆ ซึ่งเป็น สิ่งที่ขาดไปไม่ได้ รูปแบบขนมจากอดีตถึงปัจจุบันยังคงไว้ซึ่งแบบเดิมจากอดีต ขั้นตอนการผลิตขนมแต่ละ ขั้นตอน ผลิตด้วยความพิถีพิถันและความใส่ใจของรายละเอียด แต่มีการเพิ่มเติมของความทันสมัยคือ รูปลักษณะที่เพิ่มขึ้นให้มีความหลากหลาย ขนมยักกวา ในอดีตเป็นขนมชิ้นใหญ่เป็นรูปดอกไม้ เปลี่ยนเป็น ขนาดชิ้นเล็ก และมีรูปต่าง ๆ ผีเสื้อ พัด กลิ่น และสีส้ม แต่ยังคงความเป็นจุดเด่นของขนมแต่ละชนิดไม่ให้ หายไป รวมถึงการจัดซื้อสามารถซื้อได้ง่าย จากการซื้อจากห้างสรรพสินค้า หรือสามารถเลือกซื้อได้โดยตรง จากในเว็บไซต์ของร้าน

2) การพัฒนาการของรูปแบบขนมขบเคี้ยว

ขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันในกรณีศึกษาของบริษัทลอตเต้เกาหลีใต้ ได้มีการพัฒนารูปแบบให้มี่ ความหลากหลายมากขึ้นจากในอดีต จากการผลิตหมากฝรั่ง จนสู่การพัฒนาจนถึงการครอบคลุมขนมหวาน ขนมขบเคี้ยวทั้งหมด อาทิ ลูกอม ชอกโกแลต พาย ไอศกรีม และขนมอบกรอบ ที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ทั้งในและต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าลอตเต้เองไม่ได้หยุดการพัฒนาารูปแบบของขนม โดยได้ให้ความสำคัญ กับการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น การพัฒนาสินค้าให้มีคุณค่าทางโภชนาการ วัตถุประสงค์ จากธัญพืช และขนมเพื่อสุขภาพ

5.2 ผลการศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยว

ในการศึกษารูปแบบพื้นที่ของแหล่งผลิตขนมเกาหลีพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยว พบว่า พื้นที่ตั้งของ โรงงานผลิตขนมทั้งสองชนิด ขนมฮันกวาและขนมขบเคี้ยวจากบริษัทลอตเต้ ที่ตั้งนั้นมีส่วนสำคัญในการตั้ง

บริษัทมาจนถึงปัจจุบันนี้ จะเห็นได้ว่าพื้นที่ตั้งของโรงงานเอื้อต่อการขนส่งทั้งทางบกและทางทะเล เอื้อต่อการขนส่งวัตถุดิบในการผลิต และการขนส่งสินค้าต่อการจัดจำหน่าย และพื้นที่ตั้งยังมีปัจจัยในอีกหลายด้าน ทั้งด้านแรงงาน วัตถุดิบ และอื่น ๆ

1) แหล่งที่ตั้งโรงงานผลิตขนมเกาหลิปื้นเมือง

พบว่าปัจจัยหลักในการตั้งเมืองโรงงานที่โพซอน จังหวัดคยองกี คือปัจจัยด้านที่ตั้งที่เอื้อต่อการขนส่ง การกระจายสินค้า ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านแรงงาน

2) แหล่งที่ตั้งโรงงาน โรงงานผลิตขนมขบเคี้ยว (ลอตเต้)

พบว่าบริษัทลอตเต้มีโรงงาน 2 ประเภท คือ โรงงานภายในประเทศ 4 โรงงาน และโรงงานภายนอกประเทศทั้งหมด 12 โรงงาน ซึ่ง ปัจจัยในการตั้งโรงงานภายในประเทศ มีปัจจัยทางด้านพื้นที่ตั้ง ปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยทางด้านแรงงาน ส่วนโรงงานภายนอกประเทศ มีปัจจัยทางด้านพื้นที่ตั้ง ปัจจัยทางด้านแรงงาน และปัจจัยเรื่องวัตถุดิบร่วมด้วย

5.3 ผลการศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลิและขนมขบเคี้ยว

ในการศึกษาโครงสร้างการผลิตขนมพื้นเมืองเกาหลิและขนมขบเคี้ยว พบว่า

1) ขนมพื้นเมืองเกาหลิ หรือฮันกวา มีโครงสร้างการผลิต ประกอบด้วย วัตถุดิบการผลิตขนมฮันกวาแต่ละชนิด และรูปแบบการผลิตขนมฮันกวา คือ ยูกวา ยักกวาและทาชิก รวมไปถึงการตลาดของบริษัทชินกุง และทางบริษัทเองได้มีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับฮันกวาทุกชนิด โดยได้มีการสร้างพิพิธภัณฑ์ฮันกวา เพื่อเป็นการรักษาขนบธรรมเนียมของฮันกวาในทุกรูปแบบไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา

2) ขนมขบเคี้ยว บริษัทลอตเต้ได้เป็นผู้นำทางการผลิตและการจำหน่ายสินค้าขนมในทุกรูปแบบและเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและภายนอกประเทศ บริษัทได้มีการตลาดที่หลากหลาย เช่น การเข้าร่วมรณรงค์โครงการกับทางรัฐบาล การประชาสัมพันธ์ขนม ทั้งในสื่อที่แตกต่างกัน และการมีพิพิธภัณฑ์ขนมหวานลอตเต้ เป็นอีกหนึ่งทางประชาสัมพันธ์บริษัท ซึ่งสามารถไว้ให้ความรู้ทางการผลิตและการควบคุมโรงงาน ในแต่ละแผนก แก่เยาวชนและผู้ที่มีความสนใจ

ข้อเสนอแนะในการศึกษา

จากการศึกษา ผู้ศึกษาได้วางกรอบการศึกษารูปแบบของขนมพื้นเมืองและขนมขบเคี้ยวในสาธารณรัฐเกาหลี เป็นเพียงการศึกษาในบริษัทใดบริษัทหนึ่งเท่านั้น อาจทำให้ข้อมูลของเนื้อหา หรือข้อมูลเกี่ยวกับตัวขนมมีความไม่ครอบคลุมทั้งหมด รวมทั้งข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเอกสารออนไลน์ที่ผู้

ศึกษาได้นำมาอ้างและศึกษาข้อมูลนั้น พบเกือบทั้งหมดเป็นข้อมูลภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลี จึงเกิดอุปสรรคในความเข้าใจ และอาจทำให้มีข้อมูลบางอย่างที่ไม่ชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. (2530). **เศรษฐศาสตร์ภูมิภาคและเมือง**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- วิทย์ สัตยรักษ์วิทย์. (2542). **เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก
- อาธิ ครุสาถกยวงศ์. (2553). **เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เอกจิต วงศ์ศุภชาติกุล. (2526). **เศรษฐศาสตร์ภูมิภาคเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: O.S.Printing house.
- Kim Gyuheun. (2015). **한국의 전통과자**. 2nd ed. Seoul: (Ju) Hyohaksa.

บทความ

- แม่เอย ส่งต่อวัฒนธรรมไทยผ่านขนมไทย. (2015). **Technology and INNO mag** 42, 240 (เมษายน-พฤษภาคม): 25-28.
- Chad Meyer. (2008). "Uniqueness of Korean Desserts." **The Korea Times**. (October): 12-14
- Nielsen. (2014). "Snack Attack." **Nielsen Global Snacking report**. (September): 1-21

วิทยานิพนธ์

- กชกร แจ่มจันทร์. (2557). "การศึกษาอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งเต่า สาธารณรัฐประชาชนจีน." ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประเสริฐ ปราศรี. 2556. "ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร." ปริญาญตรี สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปิยะวรรณ เพชรหมี. 2556. "การพัฒนาขนมกระยาสารทสินค้าของฝากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนางั่วอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับสู่ประชาคมอาเซียน." มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ทิพากร เพียรประเสริฐ. 2556. "วิวัฒนาการขนมหวานญี่ปุ่นและสาเหตุการเปลี่ยนแปลงของขนมหวานญี่ปุ่นตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน." ภาควิชาภาษาตะวันออกคณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วุฒิสุขเจริญ. 2557. "แนวทางการพัฒนาขนมไทยเป็นขนมขบเคี้ยวสำหรับตลาดวัยรุ่น." คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง. 2556. "การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนกรณีศึกษาขนมไทยภาคกลาง." สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กาญจนา จิทธิकरण. (2015). **ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์**. เข้าถึงเมื่อ 18 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

<http://slideplayer.in.th/slide/3191549/>

ไทยลอตเต้. (2553). **บริษัทลอตเต้**. เข้าถึงเมื่อ 15 กันยายน. เข้าถึงได้จาก

http://www.lotte.co.th/about_th.php

ผู้จัดการออนไลน์. (2552). **นักวิจัย มก.ปรับปรุงขนมขบเคี้ยวรูปแบบใหม่ เอาใจคนรักสุขภาพ**. เข้าถึงเมื่อ 18

กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Campus/ViewNews.aspx?News>

ID=9520000109274

สำนักงานเกษตรต่างประเทศ. (2555). **ข้อมูลทั่วไปของสาธารณรัฐเกาหลี**. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน.

www.opsmoac.go.th/download/korea.pdf

เอสเอ็มมีเดีย. (2556). **ขนมขบเคี้ยว**. เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://goo.gl/Bv3GCG>

Ho Jeong-Ka. (2015). **한과의 유래와 색**. Accessed 12 November . Available from

http://www.hojeongfood.com/shop/goods/goods_view.php?&goodsno=54&category=001004

JIN CORPORATION. (2013). **About Korea – Foods**. Accessed 2 September. Available from

http://www.freestylekorea.com/aboutkorea/v_foods/250/

Kang Min-Soo. (2015). **이번 설엔 달콤하고 고소한“한과 맛에 빠져 보아요”**. Accessed 2 February.

Available from <http://www.igoodnews.or.kr/news/articleView.html?idxno=4287>

KOREA TOURISM ORGANIZATION.(2015).**Korean Traditional Snacks**.Accessed 19 November.

Available from <http://english.visitkorea.or.kr/enu/SH/whatToBuy/whatToBuy.jsp?>

[action=item&cid=995833](http://english.visitkorea.or.kr/enu/SH/whatToBuy/whatToBuy.jsp?action=item&cid=995833)

Korean Foods Foundation.(2013). **한과**. Accessed 10 October. Available from

http://archive.hansik.org/hansik/story/item/story_storytelling/339/1245/#origin

Lotte Confectionary. (2015). **Lotte company**. Accessed 20 August. Available from

<http://www.lotteconf.co.kr/>

Seoul Café. (2557). **มารู้จักขนมพื้นเมืองเกาหลี 10 ชนิดกัน**. เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน

<http://seoulcafe2013.blogspot.com/2014/11/10.html>

Shin Kung. (2015). **Korean Traditional Snacks**. Accessed 22 September . Available from

<http://www.shinkung.co.kr/shop/main/index.php>

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Shin Kyong-Ho. (2014). **한과는 유네스코에 등재될 자격을 갖춘 위대한 명품 과자**. Accessed 10 October. Available from <http://www.powerkoream.co.kr/news/articleView.html?idxno=1098214>

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล นางสาวอัญชิสา หลีบุตร

วัน เดือน ปีเกิด วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ.2537

ที่อยู่ 197/3 หมู่ที่ 4 ตำบลเทพกระษัตรี อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต 83110

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. 2553 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ศิลป์คำนวณ
คณิตศาสตร์-ภาษาอังกฤษ จากโรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์
ภูเก็ต

ปี พ.ศ. 2554 ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร