



การยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานครต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย The Acceptance of Thai Consumers in Bangkok towards Korean Food using local sauce

สราวุธ เนียรวิฑูรย์

Sarawoot Nienvitoon

สาขาวิชาศิลปะและเทคโนโลยีการประกอบอาหาร วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต
Culinary Arts and Technology Program, College of Tourism and Hospitality, Rangsit University.
Corresponding author, E-mail: sarawoot.n@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทำการศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย ทำการประเมินประสาธน์สัมผัสทั้ง 5 คุณลักษณะโดยวิธี Hedonic Scaling 9 point โดยประกอบอาหารเกาหลี ที่เป็นที่นิยมจำนวน 3 เมนู และควบคุมวัตถุดิบในการประกอบอาหารแต่ละจาน ได้แก่ 1) ซอสปรุงรสเกาหลี สำหรับอาหารประเภทซุ๊ป (Korean soy sauce for soup) ทำการทดแทนด้วย ซีอิ๊วขาวตราเต็กสมบูรณ์ ในเมนู Kkotge Tang (Crab soybean paste soup) พบว่า การปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี ผู้บริโภค มีคะแนนความชอบ ด้านรสชาติ และความชอบรวม มากกว่า ปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศไทยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ.05 2) ซอสปรุงรสเกาหลีจิน (Korean Jin soy sauce) ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสฝาเขียว (ภูเขาทอง) ในเมนู Dukjjim (braised chicken in soy sauce) พบว่า การปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี ผู้บริโภค มีคะแนนความชอบ ด้านลักษณะปรากฏมากกว่า ปรุงด้วยซอส ที่ผลิตในประเทศไทย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ซอสปรุงรสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสภูเขาทองผสม ในเมนู Cho Ganjang (soy sauce with vinegar) พบว่า การที่ปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศไทย ผู้บริโภค มีคะแนนความชอบ ด้านรสชาติ และความชอบรวม มากกว่าปรุง ด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: การยอมรับ อาหารเกาหลี ซอสปรุงรสเกาหลี ซอสปรุงรสในประเทศไทย



ABSTRACT

The purpose of this research was to study the acceptance of Thai consumers in Bangkok towards Korean food using local sauces. Evaluated of all 5 sensory characteristics by 9-point Hedonic Scaling test by using 3 popular Korean dishes and controlling the ingredients for each dish : 1) Korean soy sauce for soup dishes (Korean soy sauce for soup) which is substituted by Deksomboon soy sauce in the Kkotge Tang menu (crab soybean paste soup) found that the sauce imported from Korea Consumers have taste scores for taste and the overall liking more than seasoned with local sauce. There are significant .05. 2) Korean Jin soy sauce which is substituted by Golden Mountain Seasoning sauce-green cap in the Dukjjim menu (braised chicken in soy sauce) found that the sauce imported from Korea. Consumers have appearance scores for appearance more than seasoned with local sauce. There are significant .05. 3) Korean 501 soy sauce, which is substituted by Golden Mountain Cooking Sauce in Cho Ganjang Menu (soy sauce with vinegar) found that the preparation with local sauce Consumers have taste scores for taste and the overall liking is more than seasoned with imported sauce from Korea. There are significant .05.

Keywords: Acceptance; Korean food; Korean sauce; Local sauce

บทนำ

ปัจจุบันอาหารเกาหลี ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการสำรวจพฤติกรรมการรับประทานอาหารของคนกรุงเทพฯ พบว่า อาหารเกาหลีเป็นอาหารต่างชาติที่คนกรุงเทพฯ ชื่นชอบมากเป็นอันดับที่ 4 รองลงมาจากอาหารจีน อาหารญี่ปุ่น และอาหารไทย (สถาบันวิจัยและบริหารวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2560) ประกอบกับอัตราการเติบโตของร้านอาหารเกาหลี มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ถึง 15 ทุกปี (หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, 2561) นอกจากนี้ อาหารเกาฬียังมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมต่อเนื่องไปอีกในอนาคต เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ จากผลการวิจัย ที่เผยแพร่โดยสมาคมวัฒนธรรมอาหารเกาหลี (Kim, 2016) พบว่า ประเด็น การรับรู้ของผู้บริโภคต่างชาติที่มีต่ออาหารเกาหลีสูงสุด ก็คือ อาหารเกาหลีมีคุณค่าทางโภชนาการ และดีต่อสุขภาพ

จากปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้ ส่งผลให้ความต้องการใช้วัตถุดิบ และส่วนผสมในการปรุงอาหารเกาหลีเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย โดยวัตถุดิบ และส่วนผสมของอาหารเกาหลีส่วนใหญ่ในประเทศไทย

จะนำเข้าจากประเทศเกาหลี จึงทำให้วัตถุดิบ และส่วนผสมมีราคาสูง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตอาหารเกาหลีสูงขึ้นตาม อีกทั้งแหล่งขายวัตถุดิบอาหารเกาหลี ยังมีอยู่เพียงไม่กี่แห่งในกรุงเทพมหานคร โดยจะสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าปลีก สมัยใหม่เท่านั้น ทั้งนี้แหล่งขายวัตถุดิบอาหารเกาหลีที่ครบถ้วน และใหญ่ที่สุด ตั้งอยู่ที่สุขุมวิทพลาซ่า โคเรียนทาวน์ ซอยสุขุมวิท 12 ซึ่งการเดินทางเข้าไปในตัวเมืองอาจทำได้ไม่สะดวกนัก จึงส่งผลให้ต้นทุนในการปรุงอาหารเกาหลีแต่ละครั้งมีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น

เครื่องปรุงรสหลักของอาหารเกาหลีเกือบทุกชนิดที่ขาดไม่ได้ ก็คือ ซอสปรุงรส ยกตัวอย่าง เช่น bapsang ซึ่งเป็นอาหารชุดแบบดั้งเดิมของเกาหลี ประกอบด้วย ส่วนประกอบสำคัญ 4 อย่าง ได้แก่ 1) bap หรือ ข้าวสวย ซึ่งให้แคลอรี และเป็นแหล่งพลังงานหลัก 2) kuk หรือ น้ำซุป ที่ช่วยการย่อยอาหาร 3) banhan หรือ เครื่องเคียงเกาหลี ที่ช่วยเพิ่มรสชาติอาหาร และ 4) jang หรือ ซอส ซึ่งช่วยเพิ่มรสชาติในการรับประทานที่ดีขึ้น ดังนั้นซอสจึงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญของอาหารเกาหลี เพราะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความอยากอาหาร (Meilgaard, 2007)



ซอสสำเร็จรูปที่ใช้ในการปรุงอาหารเกาหลี มีด้วยกันหลากหลายชนิด ซึ่งชนิดที่นิยมใช้ปรุงอาหารเกาหลี ได้แก่ 1) ซอสปรุงรสสำหรับอาหารประเภทซุปร (Korean soy sauce for soup) เหมาะกับการปรุงอาหารประเภทซุปรโดยซอสมีสีที่อ่อนเมื่อนำมาประกอบอาหาร ประเภทซุปรจะไม่ทำให้น้ำซุปรเปลี่ยนสี 2) ซอสถั่วเหลืองจิน (Korean jinsoy sauce) เหมาะกับการปรุงอาหารประเภทผัดโดยซอสมีสีที่เข้ม และรสเข้มทำให้เสริมรสชาติอาหารได้ดี และ 3) ซอสถั่วเหลืองธรรมชาติ 501 (Korean 501 naturally brewed soy sauce) เหมาะกับการปรุงน้ำจิ้มโดยมีรสที่เข้ม และมีกลิ่นรสที่โดดเด่นทำให้อาหารรสชาติของน้ำจิ้มได้ดีโดยซอสทั้ง 3 ชนิดนี้ต้องนำเข้าจากประเทศเกาหลี ทำให้มีราคาค่อนข้างสูง ราคาขวดละประมาณ 120 บาท (1 ขวด มีปริมาตร 930 มิลลิลิตร) เมื่อเปรียบเทียบกับราคาซอสถั่วเหลือง ที่หาซื้อได้ภายในประเทศ ที่มีราคาถูกกว่า 3 ถึง 5 เท่าหากมองคุณสมบัติของซอสดังกล่าว ในประเทศไทยพบว่า ซอสที่มีส่วนประกอบของการผลิต รส กลิ่น สี ใกล้เคียงกับซอสเกาหลีดัง คือ 1. ซอสปรุงรสเกาหลี สำหรับอาหารประเภทซุปร (Korean soy sauce for soup) ทำการทดแทนด้วย ซีอิ้วขาวตราเด็กสมบูรณ์ 2. ซอสปรุงรสเกาหลีจิน (Korean Jin soy sauce) ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสฝาเขียว (ภูเขาทอง) 3. ซอสปรุงรสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสอาหารภูเขาทองฝาส้ม

จากเหตุผล ด้านราคา และแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบอาหารเกาหลีนำเข้าที่มีจำกัดดังกล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทดลองปรุงอาหารเกาหลี โดยใช้ซอสปรุงรสที่หาได้ง่ายในท้องตลาดในประเทศไทย มาทดแทนซอสปรุงรสที่นำเข้าจากประเทศเกาหลี เพื่อศึกษาถึงการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสที่หาได้ในประเทศไทยมาทดแทนซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี

ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาในเขตกรุงเทพฯ ณ มหาวิทยาลัยรังสิต ศูนย์ศึกษาวิภาวดี เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผู้บริโภคชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ ที่มีความชื่นชอบรับประทานอาหารเกาหลี
 - 2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการยอมรับของผู้บริโภคต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ในการศึกษานี้ครั้งนี้ คือ ชาวไทยผู้บริโภคอาหารเกาหลีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน เกณฑ์การคัดเลือก กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบรับประทานอาหารเกาหลี โดยการสัมภาษณ์เบื้องต้นเป็น กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทย ในกรุงเทพมหานครต่ออาหารเกาหลีใช้วัตถุดิบเปรียบเทียบ 3 ชนิด โดยวิธี Hedonic Scaling 9 point (Meilgaard, 2007) จากผู้บริโภค 50 คน โดยผู้บริโภค แต่ละคนจะทดลองชิมอาหารคนละ 2 ตัวอย่างต่อหนึ่งชนิดอาหาร เพื่อประเมินประสาทสัมผัสแบบหาอัตราความชอบ (Hedonic Scaling 9 point) ซึ่งมี 9 ระดับคะแนน ได้แก่ 1 = ไม่ชอบมากยิ่งขึ้น 2 = ไม่ชอบมาก 3 = ไม่ชอบปานกลาง 4 = ไม่ชอบเล็กน้อย 5 = เฉยๆ 6 = ชอบเล็กน้อย 7 = ชอบปานกลาง 8 = ชอบมาก 9 = ชอบมากที่สุด (Meilgaard, 2007) โดยทำการประเมิน ทางประสาทสัมผัส ได้แก่ ลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม การเตรียมตัวอย่างอาหารเพื่อทำการทดสอบ การยอมรับของผู้บริโภค โดยการทำอาหารเกาหลี 4 ชนิดที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคจากหนังสือ The Korean Kitchen (2014) โดย Korean Food Promotion



Institute (KFPI) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของ Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs ประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งควบคุมการประกอบอาหาร ด้วยตำรับอาหารแบบมาตรฐาน (Recipe) โดยวิธีการนำซอสปรุงรสที่ผลิตภายในประเทศไทย มาใช้ทดแทนซอสปรุงรสที่ต้องนำเข้าจากประเทศเกาหลี ได้แก่ 1. ซอสปรุงรสเกาหลีสำหรับอาหารประเภทซุป (Korean soy sauce for soup) ราคา 13 บาทต่อ 100 มิลลิลิตร ทำการทดแทนด้วยซีอิ้วขาวตราเด็กสมบูรณ์ ราคา 4.8 บาทต่อ 100 มิลลิลิตร ในเมนู Kkotge Tang (crab soybean paste soup) 2. ซอสปรุงรสเกาหลีจิน (Korean Jin soy sauce) ราคา 13 บาทต่อ 100 มิลลิลิตร ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสฝาเขียว (ภูเขาทอง) ราคา 4.5 บาทต่อ 100 มิลลิลิตร ในเมนู Dukjijim (Braised chicken in soy sauce) 3. ซอสปรุงรสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ราคา 13 บาทต่อ 100 มิลลิลิตร ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสภูเขาทองฝาส้ม ราคา 4.5 บาทต่อ 100 มิลลิลิตร ในเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) โดยนำมาเสิร์ฟให้ผู้บริโภคทำการทดสอบชิมทีละ 2 ตัวอย่างต่อหนึ่งชนิดอาหาร จากนั้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการยอมรับผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง โดยผู้ทดสอบจะล้างปากด้วยน้ำเปล่าทุกครั้งก่อนชิมตัวอย่างอาหารในแต่ละชนิด ทั้งนี้การทดแทนของซอสปรุงรสคำนึงถึงความใกล้เคียงของส่วนประกอบการผลิตของแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านอาหารเกาหลี และเจ้าหน้าที่จาก Korean Food Promotion Institute (KFPI) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของ Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs ของประเทศเกาหลีใต้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ช่วย จำนวน 10 คน ในการเก็บข้อมูลและผลิอาหาร ณ มหาวิทยาลัยรังสิต ศูนย์ศึกษาวิจัยและเกษตรกรรม. ผู้วิจัยชี้แจงขั้นตอน และวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้บริโภค แต่ละคนจะทดลองชิมอาหารคนละ 2 ตัวอย่างต่อหนึ่งชนิดอาหาร เพื่อประเมินประสาทสัมผัส แบบหาอัตรา

ความชอบ (Hedonic Scaling 9 point) ซึ่งมี 9 ระดับคะแนน โดยทำการประเมิน ทางประสาทสัมผัส ได้แก่ ลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม และผู้ทดสอบจะต้องล้างปากด้วยน้ำเปล่าทุกครั้งก่อนชิมตัวอย่างอาหารในแต่ละชนิด

2. ขอหนังสือการใช้พื้นที่ บริเวณพื้นที่อาคารส่วนล่าง ณ มหาวิทยาลัยรังสิต ศูนย์ศึกษาวิจัย (วิภาวดี ซอย 9) ถนนวิภาวดี แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม. เพื่อขอใช้พื้นที่สำหรับจัดทำทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานครต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย เป็นผู้ให้ข้อมูล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) จำนวน 50 คน โดยสัมภาษณ์เบื้องต้น ซึ่งเป็นผู้บริโภคชาวไทยที่มีความชื่นชอบรับประทานอาหารเกาหลี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล การยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานครต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย โดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ด้านการวิเคราะห์คำพูด หรือ ถ้อยคำบรรยาย (Speech Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานครต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย ทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ 1) ซอสปรุงรสเกาหลี สำหรับอาหารประเภทซุป (Korean soy sauce for soup) ทำการทดแทนด้วย ซีอิ้วขาวตราเด็กสมบูรณ์ ในเมนู Kkotge Tang (crab soybean paste soup) 2) ซอสปรุงรสเกาหลีจิน (Korean Jin soy sauce) ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสฝาเขียว (ภูเขาทอง) ในเมนู Dukjijim (Braised chicken in soy sauce) 3) ซอสปรุงรสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ทำการทดแทนด้วย ซอสปรุงรสอาหารภูเขาทองฝาส้ม ในเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) โดยใช้แบบทดสอบ Hedonic Scaling 9 point เพื่อทดสอบในเรื่องการยอมรับ



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยด้านความชอบผู้บริโภคต่ออาหาร Kkotge Tang (crab soybean paste soup) (n=59)

คุณลักษณะ ของอาหาร	ชนิดควบคุม	
	Korean soy sauce for soup	ซีอิ๊วขาว ตราเต็กสมบูรณ์
ลักษณะปรากฏ ^{ns}	6.07±2.03	6.18±1.72
สี ^{ns}	6.43±1.64	6.63±1.13
กลิ่น ^{ns}	6.61±2.06	6.29±2.11
รสชาติ	6.49±2.06 ^a	5.63±2.11 ^b
ความชอบรวม	6.74±1.59 ^a	6.21±1.52 ^b

a-b Values with different letters in the same row are significant ($p \leq 0.05$) ns Values in the same row are not significant ($p > 0.05$)

การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส ด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม ของเมนู Kkotge Tang (Crab soybean paste soup) โดยใช้ซอสปรุงรสเกาหลี สำหรับอาหารประเภทซุป (Korean soy sauce for soup) ซึ่งเป็นซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี และทำการทดแทนด้วย ซีอิ๊วขาวตราเต็กสมบูรณ์ เป็นซอสที่ผลิตในประเทศ พบว่า ด้านรสชาติ และความชอบรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 1) โดยเมนู Kkotge Tang (crab soybean paste soup) ที่ปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี มีคะแนนความชอบ ด้านรสชาติ และความชอบรวม มากกว่าปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศ ส่วนด้านลักษณะปรากฏ สี และกลิ่นนั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้บริโภคมีความชอบต่อลักษณะปรากฏในซอสที่ผลิตในประเทศ (6.18) มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี (6.07) ด้านสี ผู้บริโภค มีความชอบในซอสที่ผลิตในประเทศ (6.63) มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี (6.43) ด้านกลิ่น ผู้บริโภค มีความชอบในซอสนำเข้าจากเกาหลี (6.61) มากกว่าการใช้ซอสที่ผลิตในประเทศ (6.29)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยด้านความชอบผู้บริโภคต่ออาหาร Dukjijim (Braised chicken in soy sauce) (n=59)

คุณลักษณะ ของอาหาร	ชนิดควบคุม	
	Korean Jin soy sauce	ซอสปรุงรส ฝาเขียว(ภูเขาทอง)
ลักษณะปรากฏ	7.10±1.91 ^a	6.58±1.68 ^b
สี ^{ns}	7.17±1.30	6.22±1.61
กลิ่น ^{ns}	7.02±1.98	6.89±1.63
รสชาติ ^{ns}	7.51±1.72	7.44±1.19
ความชอบรวม ^{ns}	7.36±1.60	7.22±0.91

a-b Values with different letters in the same row are significant ($p \leq 0.05$) ns Values in the same row are not significant ($p > 0.05$)

การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส ด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม ของเมนู Dukjijim (Braised chicken in soy sauce) โดยใช้ซอสปรุงรสเกาหลีจิน (Korean Jin soy sauce) ซึ่งเป็นซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี และทำการทดแทนด้วยซอสปรุงรสฝาเขียว (ภูเขาทอง) เป็นซอสที่ผลิตในประเทศ พบว่า ด้านลักษณะปรากฏ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 2) โดยเมนู Dukjijim (Braised chicken in soy sauce) ปรุงด้วยซอสนำเข้า จากประเทศเกาหลี มีคะแนนความชอบด้านลักษณะปรากฏ มากกว่าปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศ ส่วนด้านสี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวมนั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านสี ผู้บริโภคมีความชอบในซอสนำเข้าจากเกาหลี (7.17) มากกว่าการใช้ซอส ที่ผลิตในประเทศ (6.22) ด้านกลิ่นผู้บริโภคมีความชอบในซอสนำเข้าจากเกาหลี (7.02) มากกว่า การใช้ซอสที่ผลิตในประเทศ (6.89) ด้านรสชาติ ผู้บริโภค มีความชอบในซอสนำเข้า จากเกาหลี (7.51) มากกว่าการใช้ซอส ที่ผลิตในประเทศ (7.44) และผู้บริโภคมีความชอบรวมในซอสนำเข้า จากเกาหลี (7.36) มากกว่าการใช้ซอสที่ผลิตในประเทศ (7.22)



ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยด้านความชอบผู้บริโภคต่ออาหาร Cho-Ganjang (soy sauce with vinegar)(n=59)

คุณลักษณะ ของอาหาร	ชนิดควบคุม	
	Korean 501 soy sauce	ซอสปรุงรสภูเขา ทองผาภูมิ
ลักษณะปรากฏ ^{ns}	6.32±1.85	6.21±1.44
สี ^{ns}	6.50±1.70	6.25±1.64
กลิ่น ^{ns}	5.68±2.80	6.02±2.1
รสชาติ	6.11±3.18 ^b	6.50±2.90 ^a
ความชอบรวม	6.39±2.24 ^b	6.94±1.72 ^a

a-b Values with different letters in the same row are significant ($p \leq 0.05$) ns Values in the same row are not significant ($p > 0.05$)

การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส ด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม ของเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) โดยใช้ซอสปรุงรสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ซึ่งเป็นซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี และทำการทดแทน ด้วยซอสปรุงรสภูเขาทองผาภูมิ เป็นซอสที่ผลิตในประเทศ พบว่า ด้านรสชาติ และความชอบรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 3) โดยเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) ที่ปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศมีคะแนนความชอบด้านรสชาติ และความชอบรวม มากกว่าปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี ส่วนด้านลักษณะปรากฏ สี และกลิ่นนั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้บริโภคมีความชอบต่อลักษณะปรากฏ ในซอสที่ผลิตในประเทศ (6.32) มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี (6.21) ด้านสีผู้บริโภคมีความชอบในซอสที่ผลิตในประเทศ (6.50) มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี (6.25) ด้านกลิ่น ผู้บริโภคมีความชอบในซอสที่ผลิตในประเทศ (6.02) มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี (5.68)

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย พบว่า

1. การประกอบอาหารเมนู Kkotge Tang (crab soybean paste soup) ผู้บริโภคมีความชอบด้านรสชาติ และความชอบรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยเมนู Kkotge Tang (Crab soybean paste soup) ที่ปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี มีคะแนนความชอบด้านรสชาติ และความชอบรวมมากกว่าปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศ ส่วนด้านลักษณะปรากฏ สี และกลิ่นนั้น แม้ความแตกต่างกันมีน้อยมากจนไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคมีความชอบต่อลักษณะปรากฏ สีกลิ่นในซอสที่ผลิตในประเทศ มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยพบว่าซอสที่ผลิตในประเทศรสชาติดีกว่าและรสชาติไม่อร่อยเท่าซอสนำเข้าจากเกาหลี ในขณะที่ซอสที่ผลิตในประเทศลักษณะปรากฏ และกลิ่นหอมดูหน้ารับประทานมากกว่าซอสนำเข้าจากเกาหลี

2. การประกอบอาหารเมนู Dukjijim (braised chicken in soy sauce) ผู้บริโภคมีความชอบด้านลักษณะปรากฏ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 2) โดยเมนู Dukjijim (Braised chicken in soy sauce) ปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี มีคะแนนความชอบ ด้านลักษณะปรากฏ มากกว่าปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศ ส่วนด้านสี กลิ่น รสชาติ แม้ความแตกต่างกันมีน้อยมากจนไม่มีนัยสำคัญซึ่งผู้บริโภคมีความชอบด้านสี กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม ผู้บริโภคมีความชอบในซอสนำเข้าจากเกาหลีมากกว่าการใช้ซอสที่ผลิตในประเทศ และสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยพบว่าซอสนำเข้าจากเกาหลี มีกลิ่น และสีที่ดีกว่า และรสชาติที่เข้มข้น ให้ความรู้สึกเหมือนตอนไปเกาหลี ซอสที่ผลิตในประเทศลักษณะ สี ดูจืดแต่รสชาติออกมาได้ดี ถ้าหากสามารถทำสีได้อย่างซอสนำเข้าจากเกาหลีได้จะออกมาดีมาก



3. การประกอบอาหารเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) ผู้บริโภคมีความชอบต่อด้านรสชาติ และความชอบรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 3) โดยเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) ที่ปรุงด้วยซอสที่ผลิตในประเทศ มีคะแนนความชอบด้านรสชาติ และความชอบรวมมากกว่าปรุงด้วยซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี ส่วนด้านลักษณะปรากฏ สี และกลิ่นนั้น แม้ความแตกต่างกันมีน้อยมากจนไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคมีความชอบต่อลักษณะปรากฏ สี และกลิ่น ในซอสที่ผลิตในประเทศ มากกว่าการใช้ซอสนำเข้าจากเกาหลี และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยพบว่า ซอสที่ผลิตในประเทศสามารถปรุงได้ลงตัว รสชาติไปได้ดีกับอาหาร โดยซอสนำเข้าจากเกาหลีมีกลิ่นความเปรี้ยวที่แรงกว่า

ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนการยอมรับต่ออาหารเกาหลีที่ใช้ซอสปรุงรสในประเทศไทย ในระดับปานกลาง ถึงมาก โดยที่คะแนนการทดสอบการยอมรับ ของผู้บริโภคระดับ ตั้งแต่ 6 ขึ้นไปถือว่าผู้บริโภคให้การยอมรับ (ดารณี สุขรอด, 2562). โดยพบว่า มีเพียงซอสปรุงรสภูเขาทองผาส้ม ที่เป็นซอสที่ผลิตในประเทศซึ่งทำการทดสอบทดแทนซอสปรุงรสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ที่เป็นซอสนำเข้าจากประเทศเกาหลี ของเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar) มีผลการยอมรับจากผู้บริโภคมีความชอบมากกว่า ต่อด้านรสชาติ และความชอบรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ที่ผลเป็นเช่นนั้นเพราะ พบว่า ซอสที่ผลิตในประเทศสามารถปรุงได้ลงตัว รสชาติไปได้ดีกับอาหาร โดยซอสนำเข้าจากเกาหลีมีกลิ่นความเปรี้ยวที่แรงกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธวดี และธงชัย (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และจำแนกกลุ่มตามลักษณะทางประสาทสัมผัส พบว่า ปัจจัยด้านรสชาติ และลักษณะปรากฏ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับแนวความคิดของ กาญจนา มหัทธนะ (2552) ได้ศึกษาความสำคัญของกลิ่นรสอาหารกับการตรวจวิเคราะห์กลิ่นอาหาร ที่ว่า กลิ่นรสอาหารมีความสำคัญต่อการยอมรับของผู้บริโภค เป็นอย่างมาก ดังนั้น การนำซอสปรุงรสอาหารภูเขาทองผาส้มซอสมีความเหมาะสม

สำหรับการปรุงรสทดแทนซอสเกาหลี 501 (Korean 501 soy sauce) ด้วย ในเมนู Cho Ganjang (Soy sauce with vinegar)

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 มีความจำเป็นอย่างยิ่งของผู้นำเข้าซอสจากประเทศเกาหลี ที่จะต้องขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคให้มากขึ้น ประกอบกับ ผลักดันให้ร้านค้าขยายปริมาณการกักตุนสินค้าให้ตอบสนองทันความต้องการผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารเกาหลีในแบบต้นตำหรับจากการใช้ซอสปรุงรสที่นำเข้าจากประเทศเกาหลี

1.2 หากผู้ผลิตซอสในประเทศมองเห็นถึงศักยภาพการผลิตของตน และมองเห็นโอกาสในการผลิต เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคอาหารเกาหลีในไทย โดยปรับแต่งผลิตภัณฑ์ตามผลวิจัย จะทำให้ผู้ผลิตสามารถขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น และช่วยลดการนำเข้าซอสจากเกาหลีลงได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มเติมการศึกษาดังกล่าวของผู้บริโภค และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภค รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์สินค้า

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุน จาก Korean Food Promotion Institute (KFPI) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของ Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs ของประเทศเกาหลีใต้ ขอขอบคุณสาขาวิชาศิลปะและเทคโนโลยีการประกอบอาหาร วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต เจ้าของสถานที่เพื่อใช้ในการดำเนินงาน และการเก็บข้อมูล ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาสาขาศิลปะและเทคโนโลยีการประกอบอาหาร เอกตะวันออก ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัวที่มีส่วนช่วยให้การทำงาน ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี



เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา มหัทธนะทวี. (2552). ความสำคัญของกลิ่นรสอาหารโดยเทคนิค Gas Chromatography-Olfactometry (GC-O). **วารสารเทคโนโลยีการอาหาร มหาวิทยาลัยสยาม**. 5(1), มิถุนายน - พฤษภาคม.
- ดารณี สุรชอด. (2562). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วเน่าก้อน**. ปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตรบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- พุทธิวิทย์ เจียสกุล และธงชัย สุวรรณสิขินัน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและการจำแนกกลุ่มตามลักษณะทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์ซอสพริก. **การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 51**: กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไพโรจน์ วิริยจารี. (2545). **การประเมินทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation)**. คณะอุตสาหกรรมเกษตร เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). **บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ**. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36839.aspx#>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประเมินค่า**. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/Toneminute/files/55/A3-16.pdf>
- สถาบันวิจัยและบริหารวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2560). **พฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารของคนกรุงเทพฯ**. สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/lifestyle/urban-living/3877/>

หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. (2561). **ข่าวเศรษฐกิจ**. สืบค้นจาก

<http://www.ryt9.com/s/tpd/2913551>

- Kim, S. H., Kim, M. S., Lee, M. S., Park, Y. S., Lee, H. J., Kang, S. A., & Lee, Y. E. (2016). Korean diet: characteristics and historical background. **Journal of Ethnic Foods**. 3(1), 26 - 31.
- Korean Food Foundation (KFF) (2014). **The Korean Kitchen: 75 healthy, delicious and easy recipe**. 1st ed. Republic of Korea. Youngshin Printing & Binding Company.
- Lee, Y. J. (2010). The effects of Korean food globalization on foreigners' perception of wellbeing value and experience with Korean food. **Journal of the Korean Society of Food Culture**. 25(5), 487 - 498.
- Meilgaard, C. Morten; Civille; Gail Vance; and Carr, B. Thomas. (2007). **Sensory Evaluation Techniques**. CRC Press. Boca Raton.
- Meilgaard, C. Morten; Civille; Gail Vance; and Carr, B. Thomas. (2007). **Sensory Evaluation Techniques**. CRC Press. Boca Raton.
- Pangborn, R.M. (2003). **Sensory techniques of food analysis. In Food Analysis, Principles and Techniques**. 1 : Physical Characterization. (pp. 61 - 68).
- Resurrection, V.A. Anna. (1998). **Consumer Sensory Testing for Product Development**. An ASPEN: Maryland.
- Stone, Herbert; and Side, J.L. (1993). **Sensory Evaluation Practices**. 2nd ed. New York: Academic Press.