



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมผู้บริโภคขนมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Thai Desserts in Bangkok

ของ

นางสาวสิริลักษณ์ นันทนันท์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลึกสุด

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

21/10/37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิกธิโชค)

กรรมการวิทยานิพนธ์

กุลกัศตา ณ ป้อมเพ็ชร

21/10/37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกัศตา ณ ป้อมเพ็ชร)

หัวหน้าภาควิชา

21/10/37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิกธิโชค)

21 ต.ค. 2541



รฟ.
๗๙๒ ๗
๒๕๓๗



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Thai Desserts in Bangkok



T097199

โดย

นางสาวสิริลักษณ์ นันทนันทน์

ฟพ.
ศร32พ
2537

เลขหมู่.....

เสนอ

เลขทะเบียน.....97199

ร.บ.ป.ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537



บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : นวัตกรรมการบริหารโภชนมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวสิริลักษณ์ พัฒนพันธ์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  , ๑๑.๑๑.๑๓๗.
(นิตยา สิทธีไชค)

ขนมไทย จัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่มากที่สุดอย่างหนึ่งเพราะการทำขนมไทยได้ผูกพันกับประเพณีและวัฒนธรรมไทยมาช้านาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขนมเพื่อใช้ในงานประเพณีที่สำคัญ งานมงคลต่าง ๆ หรือแม้แต่การทำเพื่อรับประทานเองหรือแจกจ่ายเพื่อนฝูง แต่หลังจากที่วัฒนธรรมจากต่างประเทศได้หลั่งไหลเข้ามา ทำให้เกิดธุรกิจอาหารว่างประเภทขนมขบเคี้ยวที่เรียกว่า สแน็ค (Snack) เข้ามาแทนที่ และกำลังมีบทบาทได้รับความนิยมนจากผู้บริโภค เพราะเป็นทางเลือกใหม่ของการบริโภค ทำให้ขนมไทยบางชนิดเริ่มหายไปตามตลาด และกลายเป็นของแปลกตาสำหรับผู้บริโภคในยุคสังคมปัจจุบันแทน จึงสมควรที่จะได้ทำการศึกษาถึงลักษณะนวัตกรรมการบริหารโภชนมไทย เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปปรับปรุงด้านการผลิตและการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษานวัตกรรมการบริหารโภชนมไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามผู้บริโภคนาน 120 ราย

ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนนักศึกษามากที่สุด รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก เช่น ฟอยทอง ทองหยอด ทองหยิบ มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่ไม่ชอบบริโภคขนมไทยจะให้เหตุผลว่า มีรสชาติไม่อร่อย ผู้บริโภคจะบริโภคขนมไทยที่บ้านขณะพักผ่อน บริโภคคู่กับน้ำเปล่ามากที่สุด ส่วนใหญ่จะบริโภคขนมไทยนาน ๆ ครั้ง มูลค่าใน

การซื้อขนมไทยแต่ละครั้งไม่เกิน 10 บาท ผู้บริโภคเป็นผู้ที่ทำการตัดสินใจซื้อตนเอง บริเวณตามแผงลอยหรือรถเข็น เพราะสะดวกต่อการเดินทาง อิทธิพลที่มีต่อการบริโภคครั้งแรก คือ บุคคลในครอบครัวบริโภค สาเหตุที่บริโภคขนมไทยคือ ชอบในรสชาติ ปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อขนมไทยคือ รสชาติขนมไทย ผู้บริโภคจะรู้จักร้านขนมไทยด้วยตนเอง หากผู้บริโภคหาซื้อขนมไทยที่ซื้อเป็นประจำไม่ได้ ก็จะไปซื้อประเภทอื่นแทน ปัญหาในการบริโภคคือ อาจต้องการเก็บรักษา และเมื่อประสบปัญหาส่วนใหญ่จะลดการบริโภคลง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นที่ดีต่อขนมไทยในด้านรสชาติ สี สีสัน การบรรจุหีบห่อ และคุณค่าอาหาร ส่วนด้านราคา สถานที่จำหน่าย และความสะอาด มีความเห็นว่าพอใจ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับคำว่าขนมขบเคี้ยวกำลังเข้ามาตีตลาดขนมไทย ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้จักขนมไทยกันแล้ว

ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรปรับปรุงรูปแบบ ความสะอาด และรสชาติของขนม การบรรจุหีบห่อควรใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ใบตอง ตลอดจนมี การควบคุมเรื่องส่วนผสมอาหารด้วย ด้านราคา ควรมีการรณรงค์ในผู้บริโภคหันมาบริโภคขนมไทยให้มากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิตซึ่งจะทำให้ราคาขนมไทยถูกลง ด้านสถานที่วางจำหน่าย ควรมีการกระจายสินค้าให้ทั่วถึง สามารถหาซื้อได้ง่าย รวมทั้งมีการออกมาตรการควบคุมร้านอาหารขนมไทย ให้มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย ด้านส่งเสริมการขาย ทั้งผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐบาล ควรส่งเสริม สนับสนุน ให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคขนมไทยและรักขนมไทยมากขึ้น รวมทั้งมีการใช้สื่อทางโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร หนังสือพิมพ์ ให้ผู้บริโภครู้จักขนมไทยและร้านขนมไทยมากขึ้นกว่าเดิม

คำนิยม

ปัญหาพิเศษเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยในเขตกรุงเทพมหานครฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ต้องขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์นิศยา ลิกธิโชค อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤตญา ฌ ป้อมเพ็ชร กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำคำปรึกษา แก่ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ต้องขอขอบพระคุณคุณพ่อที่ช่วยออกความคิด คุณแม่ที่เอื้อเฟื้ออุปการะในการดำเนินงาน รวมทั้งความห่วงใยต่าง ๆ ขอบคุณพี่สาวที่ช่วยออกเก็บข้อมูลภาคสนาม ขอบใจน้องสาวและเพื่อนทุก ๆ คน ที่ช่วยเก็บข้อมูลภาคสนามและช่วยคิดปัญหาพิเศษฉบับนี้

สิริลักษณ์ พัตนพันธ์ุ

21 ตุลาคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 สถานทั่วไปของชนมไทย	9
ประวัติความเป็นมา	9
ความหมายของศัพท์ที่ใช้ในการทำชนมไทย	10
หลักในการทำชนมไทย	11
ส่วนประกอบที่สำคัญในการทำชนมไทย	11
แป้ง	11
น้ำตาล	13
กะทิ	16
สีที่ใช้ตกแต่งอาหาร	16
น้ำดอกไม้มัสต	18
ข้อเสนอแนะในการทำชนมไทยบางชนิด และลักษณะบางอย่างที่ควรจะได้	19
ตลาดชนมไทย	22
กลยุทธ์การตลาดชนมไทย	22
ปัญหาการตลาดชนมไทย	23
โอกาสในการพัฒนาตลาดชนมไทย	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ผลการศึกษา	25
ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค	25
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคขนมไทย	30
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย	43
ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภคขนมไทย	47
บทที่ 4 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	52
สรุปผลการศึกษา	52
ข้อเสนอแนะ	54
เอกสารอ้างอิง	57
ภาคผนวก	59

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่		
1	วิธีการตรวจสอบความเข้มข้นของน้ำเชื่อม	15
2	เพศ	25
3	อายุ	26
4	สถานภาพ	27
5	ระดับการศึกษา	27
6	อาชีพ	29
7	รายได้ต่อเดือน	29
8	พฤติกรรมการบริโภคขนมไทย	30
9	เหตุผลของการไม่ชอบบริโภคขนมไทย	31
10	ประเภทขนมไทยที่ผู้บริโภครับประทาน	32
11	รายชื่อขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก	33
12	รายชื่อขนมไทยประเภทเปียก	34
13	รายชื่อขนมไทยประเภทแห้ง	36
14	ช่วงเวลาในการบริโภคขนมไทย	37
15	สถานที่ที่บริโภคขนมไทย	38
16	เครื่องดื่มที่บริโภคร่วมกับขนมไทยของผู้บริโภค	38
17	ความถี่ในการบริโภคขนมไทย	39
18	มูลค่าในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง	40
19	ผู้ตัดสินใจซื้อขนมไทย	41
20	สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อขนมไทย	41
21	เหตุผลที่เลือกซื้อจากสถานที่นั้น	42
22	อิทธิพลที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยครั้งแรก	43
23	สาเหตุที่บริโภคขนมไทย	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อขนมไทย	45
25	สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักร้านขนมไทย	46
26	พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อขนมไทยประเภทที่เคี้ยวเป็นประจำไม่ได้	47
27	ปัญหาในการบริโภคขนมไทย	48
28	พฤติกรรมหลังจากพบปัญหา	48
29	ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทย	50
30	ความคิดเห็นของผู้บริโภคว่าในปัจจุบันขนมขบเคี้ยว (Snack) กำลังเข้ามา ตีตลาดขนมไทย ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักขนมไทยกันแล้ว	51

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทย เป็นประเทศเก่าแก่ที่มีศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีต่าง ๆ มากมาย อย่างเห็นได้ชัด เป็นเวลาช้านานมาแล้ว มาจนถึงสมัยปัจจุบันคนไทยได้สร้างแบบแผน ประเพณี วัฒนธรรม ที่เป็นแบบอย่างเฉพาะตัวขึ้นมามากมายหลายอย่าง ไม่แตกต่างไปจากประเทศอื่นที่มีอารยธรรมเก่าแก่อื่น ๆ ทั่วโลก หากแต่ประเพณี วัฒนธรรมไทยได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่องกัน มาอย่างมิได้ขาด จึงทำให้หลายสิ่งหลายอย่างที่ปรากฏอยู่ในทุกวันนี้ คือผลแห่งความคิดสร้างสรรค์ อันวิเศษของบรรพบุรุษไทยในสมัยโบราณที่เคมีชีวิตอยู่บนผืนแผ่นดินนี้เมื่อหลายร้อยปีก่อน ตลอดระยะเวลาอันยาวนานนี้ ขนมไทย ซึ่งเป็นขนมที่มีส่วนผสมของแป้ง น้ำตาล มะพร้าว และไข่ นั้น จัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่มากที่สุดอย่างหนึ่ง เพราะการทำขนมไทยได้ผูกพันกับประเพณี และวัฒนธรรมไทยมาช้านาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขนมเพื่อใช้ในงานประเพณีต่าง ๆ เช่น ขนมชั้นหมาก ได้แก่ ขนมผิง ขนมกงเกวียน ขนมใส่ไส้ ทองม้วน บ้าบิ่น ฝอยทอง ทองหยิบ เป็นต้น ขนมบวงสรวงเทวดา ได้แก่ ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว และขนมที่ใช้ในงานมงคลต่าง ๆ การทำบุญ เลี้ยงพระ หรือแม้แต่การทำเพื่อรับประทานเองและแจกจ่ายเพื่อนฝูง เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขนมประเภทเครื่องกวานและของหวาน ซึ่งเคยเป็นอาหารสำหรับถวายพระสงฆ์และพระมหากษัตริย์ ที่กระทำกันมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยได้รับการยกย่องให้เป็นอาหารสำหรับต้อนรับแขกสำคัญ ของประเทศ เช่น คณะทูตจากประเทศต่าง ๆ

ในปัจจุบันนี้ ขนมไทย นอกจากจะทำเพื่อรับประทานกันเองภายในครอบครัวแล้ว ยังสามารถยึดถือเป็นงานอาชีพอย่างจริงจังได้ และถ้าหากว่ากรรมวิธีการผลิตตลอดจนรสชาติที่อร่อย เป็นที่ถูกอกถูกใจของผู้บริโภคแล้ว ก็จะมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมแพร่หลาย สามารถประกอบเป็นอาชีพที่มั่นคงได้ เพราะคนไทยได้ชื่อว่าเป็นคนชาติหนึ่งที่มีมือและปากไม่ยอมห่างหายจากขนม ดังที่จะเห็นได้ตามทำนุราชการอาหารและจานวนรดเห็น แผงลอย ไปจนกระทั่งร้านขายขนมที่มีเป็นจำนวนมาก แต่มาในระลอกหนึ่งวัฒนธรรมจากต่างประเทศได้หลั่งไหลเข้ามามากมาย ขนมของคนไทย

วันนี้ไม่ได้มีเพียงขนมไทย ๆ ที่เคยรับประทานกันมาเท่านั้น กลับมีธุรกิจอาหารว่างประเภทขนมขบเคี้ยวที่เรียกว่า สแน็ค (Snack) เกิดขึ้น ซึ่งกำลังมีบทบาทและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากในขณะนี้ เนื่องจากมีรสชาติที่แปลกใหม่รวมถึงการบรรจุหีบห่อที่ดึงดูดใจ จึงเป็นทางเลือกใหม่ของการบริโภค จุดนี้เองอาจส่งผลกระทบต่อให้ผู้บริโภคหันไปบริโภคขนมขบเคี้ยวแทนขนมไทย ทำให้ขนมไทยบางชนิด เริ่มหายไปตามตลาดและกลายเป็นของแปลกตาสำหรับผู้บริโภคในยุคสังคมปัจจุบัน

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการบริโภคขนมไทยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของค่านิยม ประเพณี การปรับปรุงการผลิตในด้านต่างๆ ผู้ศึกษาจึงเห็นควรที่จะศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อขนมไทย เช่น ชนิด รูปแบบ รสชาติของขนม เป็นต้น รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ ความคิดเห็นตลอดจนปัญหาในการบริโภคขนมไทย เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลสำหรับนำไปใช้ในการปรับปรุงด้านการผลิตและการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม เพื่อทดแทนการบริโภคขนมขบเคี้ยวจากต่างประเทศ และให้ขนมไทยเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมการบริโภคขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัญหาการบริโภคขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร
2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร
3. ได้ทราบถึงปัญหาการบริโภคขนมไทยของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร

4. ได้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดของขนมไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่องนี้ จะเน้นหนักไปในแนวทางรายละเอียดเฉพาะขนมไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ขนมไทยประเภทเปลือก เช่น ขนมบัวลอย ขนมลอดช่อง ขนมวุ้น น้ำกะทิหรือลอดแก้ว ขนมเชื่อมต่าง ๆ เป็นต้น ขนมไทยประเภทแห้ง เช่น ขนมขี้ผึ้ง ขนมสำปันนี่ ขนมทองม้วน กลิ้วชงาบ เผือกฉาบ วุ้นกรอบ ขนมปุยฝ้าย ขนมบัวป็น เป็นต้น ขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมใส่ไส้ ขนมเปลือกปูน ลูกชุบ ขนมครก ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ เป็นต้น โดยศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้งชายและหญิง ที่มีต่อขนมไทยที่จำหน่ายอยู่ในตลาดกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่เนื่องจากประชากรในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมาก ประกอบกับข้อจำกัดในด้านเวลาและเงินทุน จึงจำเป็นต้องสอบถามจากประชากรตัวอย่างจำนวน 120 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มเป็นเกณฑ์ในการสุ่มสำรวจ

นิยามศัพท์

ขนมไทย หมายถึง ขนมหวานที่ผลิตจาก แป้ง น้ำตาล มะพร้าว และไข่ เป็นส่วนประกอบหลัก นอกจากนี้อาจดัดแปลงใส่พืชผลที่มีอยู่ในท้องถิ่นลงไปด้วยเช่น กลิ้วชงาบ เผือก ถั่ว เป็นต้น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ขนมประเภทเปลือก แห้ง และกึ่งแห้งกึ่งเปียก

ขนมหวาน หมายถึง ของรับประทานที่มีรสหวานเป็นหลัก มีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ น้ำตาล จะใช้มากหรือน้อยขึ้นกับประเภทของขนม บางชนิดมีรสหวานจัด เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง บางชนิดมีรสหวานอ่อน ๆ เช่น ทองม้วน ขนมกลี้วชงาบ ขนมน้ำกะทิหรือลอดแก้วต่าง ๆ จะรับประทานเป็นอาหารว่าง หรือรับประทานตามหลังอาหารมื้อหลักก็ได้

พฤติกรรมกำรบริโภค หมายถึง ลักษณะกำรบริโภค กำรตัดสินใจบริโภค และลักษณะกำรเลือกซื้อขนมไทยมำบริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กำรตรวจเอ็กสำร

นฤมล เหลืองนภำ (2533) ได้ทำกำรศึกษำวิธีกำรผลิต วิธีกำรเก็บ และกำรใช้ประโยชน์ของเนื้ลูกต้ำลสุกผงในกำรทำขนมไทยบางชนิด สรุปล้ำได้ว่ำ ผลต้ำลสุกจะประกอบด้วยขี้ว้ ร้อยละ 3.2 - 7.5 เปลือกร้อยละ 4.7 - 6.7 เมล็ดร้อยละ 40.6 - 40.8 และเนื้ร้อยละ 31.6 - 34.3 เมื่อนำมำสกัดด้วยน้ำ 3 เท่าของน้ำหนักผลแล้วเขำวนให้สะเค็ดน้ำจะให้ผลร้อยละ 33 - 40 ได้เนื้ลูกต้ำลสุกที่มีความชื้นร้อยละ 86 - 90 มี pH ระหว่าง 5 - 6 มีของแข็งที่ละลายน้ำได้ 3.5 Brix และมีเบคตำคาร์บอน 6,075 หน่วยสำกค่อเนื้ลูกต้ำลสุก 100 กรัม เมื่อนำเนื้ลูกต้ำลสุกไปขำเชื้อจุลินทรีย์ พบว่ำใช้วิธีต้มในน้ำเค็ดจนกระทั่งอุณหภูมิ 65 องศาเซลเซียส และรักษำไว้ที่อุณหภูมิ 5 น่ำที่จะให้ผลดีที่สุด เนื้ลูกต้ำลสุกยังคงมีเนื้เนื้ยนไม่จับตัวเป็นก้อน เมื่อนำไปทำแห้งพบว่าควรมำไปผสมแบ่งขำว้เจ้ำดิบร้อยละ 5 เพื่อป้องกันกำรจับตัวเป็นก้อน และใช้ disodium hydrogen phosphate ร้อยละ 0.1 เพื่อให้กำรละลายดีขึ้น เนื้ลูกต้ำลสุกผงที่ผลิตได้จำกวิธีเค็ดอบแห้งจะมีคุณภาพดีที่สุด มีความสำมำรถดูดซึมน้ำได้ดี มีค้ำรารชนีการดูดน้ำเท่ำกับ 6.03 มีลักษณะเป็นผงละเอียดและมีความชื้นร้อยละ 6.14 ให้ผลได้ของเนื้ลูกต้ำลสุกผงร้อยละ 14.8 ของเนื้ลูกต้ำลสุก หรือร้อยละ 4.66 ของน้ำหนักลูกต้ำลสุกทั้งผล อย่างไรก็ตามกำรทำให้แห้งมีผลให้กลิ่นลูกต้ำลสุกคณ้ลดลงไปมำก สำหรับกำรเก็บนั้นพบว่าควรบรรจุในถุงอลูมิเนียมที่เคล็ดด้วยพลาสติกโพลีเอทิลีนหรือกระป๋องโลหะในสภำวะสุญญำภำศ จะทำให้เก็บได้นำนกว่ำ 3 เดือน โดษไม่ทำให้อ่อนและสีเปลี่ยนไปมำกนัก ก่อนนำเนื้ลูกต้ำลสุกผงนี้ไปใช้ควรผสมน้ำประมำณ 7 เท่าของน้ำหนักเนื้ลูกต้ำลสุกผงและใช้เนื้ลูกต้ำลสุกผงค้ในรูปแบบร้อยละ 30 สำหรับขนมต้ำล และร้อยละ 20 สำหรับขนมบัวลอย

ศิริลักษณ์ เขำวนขำนภำ (2533) ได้ทำกำรศึกษำปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพและอายุกำรเก็บของฝอยทอง สรุปล้ำได้ว่ำกำรศึกษำการยอมรับและคุณภาพของฝอยทองที่ผลิตจำกไซ้ที่เก็บไว้ในอุณหภูมิห้องเป็นเวลา 2, 4, 6, 8 และ 10 วัน แล้วนำไซ้ที่มีอายุกำรเก็บที่เหมาะสมและ

เป็นที่ยอมรับของผู้ชิมมาทำผลของโดยใช้น้ำเชื่อมที่มีความเข้มข้นร้อยละ 50, 60 และ 70 หลังจากนั้นจึงทำการทดลองมันแปรอัตราส่วนไข่แดงและปริมาณไข่น้ำค่างที่ใช้ อัตราส่วนไข่แดงของไข่เปิดต่อไข่แดงของไข่ไก่ที่ใช้คือ 100:0, 80:20, 60:40, 40:60 และ 20:80 ส่วนปริมาณไข่น้ำค่างที่ใช้อยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 5, 10, 15, 20 และ 25 ของน้ำหนักไข่แดง จัดการทดลองแบบแฟคทอเรียล ใช้ความเข้มข้นของน้ำเชื่อมในระดับที่ผู้ชิมยอมรับมากที่สุด นำค่ารับที่ผู้ชิมยอมรับมากที่สุดในการศึกษาอัตราส่วนไข่แดงและปริมาณไข่น้ำค่างที่ใช้มาศึกษาปริมาณน้ำมันพืชที่ใช้ โดยใช้น้ำมันพืชร้อยละ 3 และ 6 ของน้ำหนักไข่แดง นำผลของมาบรรจุในถุงพลาสติกโพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงและโพลีโพรพิลีน กล่องพลาสติกโพลีไวนิลคลอไรด์และภาชนะโพลีสไตรีนหุ้มด้วยพลาสติกโพลีไวนิลคลอไรด์ เพื่อศึกษาอายุการเก็บที่อุณหภูมิ 15 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิห้อง การศึกษาพบว่าการใช้ไข่ที่มีอายุการเก็บมากขึ้นจะทำให้ผลของมีความเหนียวลดลง ผลของที่ทำจากไข่ที่มีอายุการเก็บ 10 วัน จะมีลักษณะเนื้อค่อนข้างเปื่อยและไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ชิม การใช้ไข่เชื่อมที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ความเหนียวและความหวานของผลของจะเพิ่มขึ้นแต่ความเงามันลดลง ผู้ชิมชอบผลของที่ใช้ไข่เชื่อมเข้มข้นร้อยละ 60 การเพิ่มไข่แดงของไข่ไก่และน้ำมันพืชในส่วนผสม มีผลทำให้ความเหนียวของผลของลดลงและความเงามันเพิ่มขึ้น ปริมาณไข่แดงของไข่ไก่ที่เพิ่มขึ้นมีผลให้ผู้ชิมผลของมากขึ้น แต่ปริมาณน้ำมันพืชที่ใช้ไม่มีผลต่อความชอบของผู้ชิม การใช้ไข่น้ำค่างมากขึ้นจะทำให้ผลของมีความเหนียวเพิ่มขึ้นและผู้ชิมชอบผลของที่ใช้ไข่น้ำค่างร้อยละ 18 ของน้ำหนักไข่แดง นอกจากนี้การใช้กลิ่นมะลิสังเคราะห์เติมลงในน้ำเชื่อมร้อยละ 0.1 ทำให้กลิ่นของผลของลดลงและเป็นที่ยอมรับของผู้ชิม เมื่อศึกษาอายุการเก็บพบว่า ผลของที่เก็บในถุงพลาสติกโพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ มีอายุการเก็บนานที่สุด คือเก็บได้ประมาณ 90 วัน ที่อุณหภูมิ 15 องศาเซลเซียส

ต้นตำรับ (2537) ได้ลงบทความเรื่อง "ขนมไทย" สรุปได้ว่า ขนมไทยที่รับประทานกันทุกวันนี้มีทั้งขนมไทยแท้และขนมไทยเทียม โดยขนมไทยแท้จะมีเครื่องปรุงสามอย่างคือ แป้ง น้ำตาลและมะพร้าวซึ่งถ้ามีไข่เข้ามาผสมเมื่อใดก็จะเป็นขนมไทยเทียมทันที ตัวอย่างของขนมไทยแท้ได้แก่ ขนมต้มแดง ต้มขาว ขนมกล้วย ขนมไส้ไก่ ส่วนขนมไทยเทียม ได้แก่ ผลของทองหยิบ เม็ดขนุน ทอดหยอด เป็นต้น ขนมไทยแท้้นอกจากจะมีเครื่องปรุงอยู่ 3 อย่างดังกล่าวแล้วยังดัดแปลงใส่พืชที่มีอยู่ในท้องถิ่นลงไปอีกด้วย เช่น กล้วย ตาล เผือก ถั่ว จึงเกิดเป็นขนม

ไทยอีกหลากหลายชนิด ส่วนชนมไทยเทิมนั้นเป็นการรับถ่ายทอดมาจากชาวโปรตุเกส โดยมีการปรับปรุงให้เป็นแบบไทย ๆ ทั้งรูปแบบและรสชาติเนราะคนไทยเรามีความสามารถในการประดิษฐ์คิดทำนั้เอง อย่างเช่น ฝอยทองเดิมที่เป็นของควาของชาวโปรตุเกสที่เขากินกับเนื้ออย่าง แต่คนไทยกลับนำมากินเป็นของหวาน และยังได้ประดิษฐ์ประคองทำให้เส้นเล็กสวยงามอีกด้วยนาน ๆ เข้าเมื่อปรับเปลี่ยนจนมีความเป็นไทยมากขึ้นจึงกลายเป็นชนมไทยในความรู้สึกนึกคิดของคนไทยไปด้วจนถึงทุกวันนี้ไม่ว่าจะเป็นชนมไทยแท้หรือชนมไทยเทิมน ก็เป็นที่ชอบรับกันทั้วไปด้วว่านี่คือชนมไทย แต่นับวันชนมไทยจะค่อย ๆ จะสูญหายไประ็ือส ๆ เพราะหาคนที่รู้จักและทำเป็นรวมทั้งกินเป็นน้อลดลงทุกที่เด็กรุ่นใหม่ก็นิยมกินพวกขนมกรุป ๆ กรอบ ๆ ที่มีชื่อเป็นภาษาต่างประเทศและบรรจุในซองพลาสติกสีสวยซึ่งย่อยสลายยากก่อให้เกิดมลพิษมากกว่าจะกินชนมไทยท่อใบคองไปด้ว

บนิตร เกาฎีระ (2537) ได้ลงบทความเรื่อง "เสน่ห์ชนมไทยใล้ไอชานมอง" สรุได้ว่า คนไทยกับชนมผูกพันกันมาช้านาน จนไม่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ใดยืนยันได้แน่ชัดชนมไทยหลายชนิดมีแป้ง น้ำตาลและมะพร้าวเป็นส่วนประกอบหลัก นอกจากนี้ชนมไทยหลายอย่างทำจากวัตถุดิบที่หาได้ใกล้ ๆ ตัว และกรรมวิธีก็มี นึ่ง ทอด ผิง เชื่อม และกวน ชนมไทยมีมากมายหลายประเภท เช่น ทองหยอด ทองหยิบ และฝอยทอง ทองม้วน ขนมผิง ขนมฝรั่งและสำปันนี้ เป็นขนมที่เข้ามาเมืองไทยเพราะการเมืองและมีฝรั่งเป็นต้นตำรับ มีการนำไข่เข้ามาเป็นส่วนประกอบหลักนอกเหนือไปจากแป้ง น้ำตาล และมะพร้าวที่มีอยู่เดิม ทองหยอดทำจากไข่แดงผสมแป้งเล็กน้อยแล้วทอดเป็นลูกกลมลงในน้ำเชื่อมเดือด ทองหยิบใช้ไข่แดงล้วน ๆ ตีให้ขึ้นเล็กน้อยจากนั้นทอดเป็นแผ่นเล็ก ๆ ลงในน้ำเชื่อมร้อนตั้งไฟให้สุกด้วจึงช้อนออกมาเป็นกลีบ 5 หรือ 7 หยิบใส่ด้วตะไลตั้งทิ้งไว้ให้คงรูป ฝอยทองนั้นมีส่วนผสมระหว่างไข่แดงกับไข่หน้าด้ง (ไข่ขาวส่วนที่เป็นน้ำใส่ติดอยู่กับเปลือกด้งบ้าน) นำมากวน้ำใส่กรวยโรยเป็นเส้นเล็ก ๆ ลงในน้ำเชื่อมเดือดจึงจับเป็นแพ ขนมชั้นไบเตย มักพบในงานบุญ งานมงคล ชนมชนิดนี้มีส่วนผสมที่สำคัญคือ แป้งท้าวยายม่อม (ได้มาจากหัวของต้นท้าวยายม่อม) น้ำตาลทราย แป้งข้าวเจ้า แป้งมัน น้ำดอกมะลิไบเตย ที่สำคัญที่สุดคือมะพร้าวชู้ที่ใช้ทำกะทิจะต้องสดและต้องกะปริมาณให้พอเหมาะ ถ้ากะทิน้อสไปเนื้อขนมจะแข็งแต่ถ้ากะทิมากไปขนมจะละะ ขนมจำมงกุฎ เป็นขนมที่เล็องในงานบุญ งานมงคลงานฉลองยศเลื่อนตำแหน่งหรือเลื่อนชั้น เพราะชื่อของขนมแสดงถึงลาภยศ เป็นนิมิตรหมายอันดีในหน้าที่การงาน ขนมจำมงกุฎส่วนใหญ่เป็นตำรับดัดแปลงโดยใช้เมล็ดแดงโมนาไปกวาดกับน้ำเชื่อม

ในกระทะทองเหลืองจนเป็นหนามเกาะอยู่ที่หัวเม็ด ในขณะที่ต้นดำรับเดิมจะใช้เม็ดแป้งทอด ส่วนผสมของขนมชนิดนี้ ได้แก่ แป้ง (ปัจจุบันใช้แป้งเอน) เม็ดบัว ไข่แดง น้ำตาล กะทิ โดยส่วนฐาน มงกฏทำด้วยแป้ง ส่วนขอบทำด้วยเม็ดแดงโม่กวาดกับน้ำตาล ส่วนยอดของมงกฏทำด้วยไข่แดงผสม เม็ดบัวกวนด้วยหัวกะทิ ลูกชุบ ในอดีตการทำลูกชุบที่วางอยู่เฉพาะในริ้วว้างเท่านั้นและไส้ในก็ไม่ได้ใช้ถั่วกวนเป็นตัวขนมเหมือนปัจจุบัน แต่ใช้เม็ดแดงโม่มาป่นให้ละเอียดแล้วร่อนด้วยผ้าขาวบางเพื่อให้ได้เม็ดแดงที่ละเอียดที่สุด นำมากวนผสมสีแล้วปั้นเป็นรูปผัก ผลไม้ขนาดเล็ก จึงนำไปชุบในแป้งวุ้นให้ขึ้นเงา เม็ดขนุน จะมีลักษณะใกล้เคียงกับลูกชุบมากที่สุด แตกต่างกันตรงที่ตัวไส้หรือส่วนที่เป็นตัวขนมบางร้านใช้เผือกทำ แต่ปัจจุบันใช้ถั่วมาทำให้มากกว่าเผือก ขึ้นตอนคล้ายกับการทำตัวไส้ถั่วในขนมลูกชุบ จากนั้นปั้นให้มีลักษณะคล้ายเม็ดขนุน จึงนำไปชุบไข่ในน้ำเชื่อมตั้งไฟ

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคขนมไทยโดย

1.1 การสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอน

คือ

ตอนที่ 1 สถานที่ไปของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการบริโภคขนมไทย

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภคขนมไทย

เมื่อสร้างแบบสอบถามแล้ว จึงได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) จำนวน 10 ชุด ซึ่งได้สร้างขึ้นเพื่อค้นหาข้อบกพร่องพร้อมทั้งปรับปรุงเพื่อให้เป็นแบบสอบถามที่เหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2 การสุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภค กำหนดตัวอย่าง 120 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งใช้อายุเป็นเกณฑ์ในการสุ่มกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะสอบถาม แบ่งออกเป็น

อายุต่ำกว่า 21 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง
อายุ 21 - 25 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง
อายุ 26 - 30 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง
อายุ 31 - 35 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง
อายุ 36 - 40 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง
อายุมากกว่า 40 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ วิทยานิพนธ์ นิตยสาร บทความ สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดของสถาบันการศึกษา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ใช้สถิติอย่างง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยเสนอผลการวิเคราะห์เป็นตาราง และคำอธิบาย

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทย ปัจจัยที่มีผลในการบริโภค ความคิดเห็นของผู้บริโภคคนไทย ตลอดจนปัญหาในการบริโภคคนไทยของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานที่ทั่วไปของขนมไทย

ประวัติความเป็นมา

คำว่า ขนม มีที่มาได้ 2 ทาง คือ มาจากคำว่า ข้าวหนม คำหนึ่ง กับคำว่า ข้าวนม คำว่า ข้าวหนม เข้าใจว่าเป็นข้าวผสมกับน้ำอ้อย น้ำตาล อนุโลมคำว่า หนม แปลว่าหวาน ดังนั้น ข้าวหนม ก็แปลว่าข้าวหวาน ต่อมาเรียกสั้น ๆ และเร็ว ๆ เข้าก็แปลว่าขนมไป ส่วนที่ว่ามาจาก คำว่า ข้าวนม (ข้าวเคล้านม) น่าจะมีที่มาจากทางแถบอินเดีย เพราะขนมหรืออาหารของชาว อินเดียบางชนิด เขาใช้ข้าวผสมกับนมมารับประทาน

ขนมไทยในสมัยสุโขทัยนั้น เห็นจะเป็นขนมที่เกิดจากข้าวซึ่งตำหรือบดจนปนละเอียด ที่เรียกว่า แป้ง แล้วเอาไปผสมกับน้ำตาลเพียงสองสิ่งเท่านั้นก่อน ต่อมาจึงมีมะพร้าว เข้าไปผสม ขนมไทยในสมัยนั้นจึงมีเพียง แป้ง น้ำตาล และมะพร้าว เป็นส่วนประกอบเท่านั้น ต่อมาในสมัย กรุงศรีอยุธยา ท้าวทองกีบม้า (มารี ก็มาร์) ผู้ซึ่งทำหน้าที่ทำขนมส่งเข้าไปในวัง เป็นผู้คิดค้น ขนมไทยในรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นอีกมากมาย โดยท่านได้ทดลองนำเอาวัตถุดิบที่มีอยู่ในเมืองไทยและ วัตถุดิบที่เหลือจากการทำขนมแบบยุโรป ซึ่งใช้ได้เฉพาะใช้แดงล้วนมาผสมกันเข้า จึงได้ขนมไทย แปลกใหม่ ๆ อีกหลายชนิด

ดังนั้น ขนมไทย จึงหมายถึง ขนมที่มีส่วนผสมของ แป้ง น้ำตาล มะพร้าว และไข่ เป็นส่วนประกอบหลัก แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ขนมไทยประเภทเป็อก เช่น ขนมบัวลอย ขนมลอดช่อง ขนมปลากริมไข่เต่า ขนมซ่าหริ่ม กลั้วชบวชชี ขนมเชื่อมต่าง ๆ และขนมพุกน้ำกะทิหรือลอดแก้ว เป็นต้น
2. ขนมไทยประเภทแท่ง เช่น ขนมกล้วยฟู ขนมทองม้วน ขนมสำปันนี้ ขนมทองเอก ขนมฝรั่ง ขนมปุยฝ้าย ขนมผิง กลั้วชบวช ผีอกฉาบ วุ้นกรอบ ขนมบ้าบิ่น ขนมน้ำตาลดอกไม้ ขนมขี้หนู

ขนมเล็บมือนาง ขนมถั่วแปบ ขนมดอกกล้าควน เป็นต้น

3. ขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก เช่น ผอศทอง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมใส่ไส้ ขนมเปียกปูน ลูกชุบ ขนมครก ขนมถั่วฝักยาว ขนมกล้วย ขนมเทียน ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ วุ้น ตะโก้ ข้าวต้มมัด เป็นต้น

ความหมายของศัพท์ที่ใช้ในการทำขนมไทย

ต้ม หมายถึง การทำให้สุกด้วยการต้มในน้ำ หรือต้มกับกะทิ หรือต้มกับน้ำตาลตั้งไฟให้เดือดจนสุกตามต้องการ

ปิ้ง หมายถึง การทำขนมให้สุก โดยการวางเหนื่อไฟไม่แรงนึ่งจนผิวเกรียมหรือกรอบ

ทอด หมายถึง การทำขนมให้สุกด้วยน้ำมันโดยการคักน้ำมันใส่กระทะตั้งไฟให้ร้อนแล้วใส่อาหารลงไปให้เหลืองนวลสุก

กวน หมายถึง การทำส่วนผสมที่เป็นของเหลว ให้รวมกันเข้าเป็นเนื้อเดียวกันจนข้นและเหนียว โดยใช้เครื่องมือชนิดใดชนิดหนึ่ง เช่น ไม้พาย คนให้แรงและเร็วจนทั่ว

นึ่ง หมายถึง การทำให้ขนมสุกโดยไม่ต้องใส่น้ำลงไปลงไปกับขนม คือ นำขนมนั้นไปใส่ลังถึงหรือภาชนะอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วตั้งในกระทะที่มีน้ำเดือด ใช้ฝาปิดไม่ให้ไอลงออกได้หรือจะใช้นึ่งด้วยหวด ก็ได้

อบ หมายถึง การปิ้งกลั่นด้วยควัน หรือการนำขนมใส่ภาชนะทนไฟแล้วเอาเข้าเตาอบ ซึ่งให้ความร้อนสูงอยู่รอบ ๆ ขนมนั้น

หลักในการทำขนมไทย

การทำขนมไทยประเภทต่าง ๆ นั้น มีหลักทั่วไปที่ควรจำ คือ

1. การทำขนมไทยต้องใช้ภาชนะและเครื่องใช้ ตลอดจนมือของผู้ทำจะต้องสะอาด ไม่มีกลิ่นโคลนเฉพาะอย่างซึ่งกลิ่นคาวจะติดง่าย นอกจากที่กล่าวมาแล้วภาชนะจะต้องแห้งสนิท ขนมจึงจะไม่เสียเร็วหรือมีกลิ่นบูด
2. แป้งต้องร่อนก่อนตวงเสมอ เช่น แป้งสาลี
3. การดูแป้งหมักด้วยวิธีสีตัวขึ้นหรือไม่ ให้ใช้นิ้วจุ่มตรงกลางแป้งถ้านิ้วลงไปได้ง่ายไม่เหนียวและแป้งไม่กลับคืนขึ้นมาเมื่อนิ้วออกแสดงว่าแป้งขึ้นแล้ว แต่ถ้ามีลักษณะตรงกันข้ามแสดงว่าแป้งที่หมักยังไม่ขึ้นหรือใช้วิธีดูปริมาณก็ได้ ต้องให้แป้งขึ้นเท่าตัว
4. การตีไข่ขาวให้ฟูมาก ๆ มักจะสุบง่าย ถ้าใช้น้ำมะนาวผสมจะทำให้ไข่ที่ตีแล้วไม่สุบง่าย เพราะน้ำมะนาวมีฤทธิ์เป็นกรดทำให้เนื้อของไข่ขาวซึ่งเป็นโปรตีนแข็งตัว
5. การนึ่งขนมหรืออบขนมให้เนือๆ ขณะที่อบหรือนึ่งไม่ควรเปิดฝาคูบ่อส ๆ จะทำให้ขนมสุบเพราะการเปิดฝาทําให้อุณหภูมิลดลงมาก ทำให้อาหารสุกช้าและสุบง่าย

ส่วนประกอบที่สำคัญในการทำขนมไทย

แป้ง

แป้งที่ใช้ในการทำขนมไทย มีหลายชนิด ได้แก่

1. แป้งสาลี แป้งสาลีแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แป้งสาลีที่ทำมาจาก

1.1 ข้าวสาลีอย่างหนัก (hard or strong wheat) มีโปรตีนสูงกว่า จึงมีน้ำหนักมาก เมื่อผ่านการสีแล้วจะได้แป้งที่มีลักษณะค่อนข้างหยาบเป็นสีนวล

3. แป้งถั่วเขียว ทำจากถั่วเขียวเลาะเปลือก หรือใช้ถั่วเขียวที่เลาะเปลือกผ่าซีก แล้วแช่น้ำให้ท่วม แช่ประมาณ 6 ชั่วโมง ล้างน้ำออก จากนั้นให้โม่หรือบด คอยเติมน้ำขณะโม่หรือบด เพราะแป้งที่ได้จากถั่วเขียวจะมีลักษณะคล้ายแป้งเปียกกรองด้วยผ้าขาวบางหลาย ๆ ครั้ง จะได้แป้งที่ขึ้น รินน้ำใส ๆ ที่อยู่ข้างบนทิ้ง ผึ่งแป้งบนตะแกรงหรืออบให้แห้ง เมื่อแป้งแห้งแล้วบดให้ละเอียดจะได้แป้งถั่วเขียว

4. แป้งข้าวโพด ทำจากข้าวโพด ใช้เพื่อทำให้ใสเป็นเงา เมื่อกวน

5. แป้งมันสำปะหลัง จะใช้ทำลอดช่องสิงคโปร์ ครงแครงแก้ว

น้ำตาล

ชนิดของน้ำตาล สามารถแบ่งน้ำตาลที่ใช้ในการประกอบอาหารออกตามลักษณะของน้ำตาลเป็น 2 พวกด้วยกันคือ

1. น้ำตาลที่เป็นผลึก ได้แก่ น้ำตาลทราย เป็นน้ำตาลที่ทำจากอ้อย ส่วนในประเทศเขตร้อนเช่น ยุโรป อเมริกา จะทำจากหัวบีต น้ำตาลทรายจะมี 2 สี ได้แก่ สีขาว คือน้ำตาลที่ถูกฟอกจนมีสีขาวและแข็งแฉ่ง ละลายน้ำยาก ส่วนน้ำตาลทรายสีแดง คือน้ำตาลที่ไม่ได้ฟอกให้ขาว ยิ่งสีเข้มแสดงว่ามีสารอื่นปนอยู่มาก ไม่นิยมใช้น้ำตาลทรายสีนี้ทำอาหารกัน นอกจากขนมบางอย่าง

เพื่อให้การทำอาหารและขนมสะดวกยิ่งขึ้น จึงให้ใช้น้ำตาลทรายขาวทำออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สะดวกในการใช้ยิ่งขึ้น เช่น

1.1 น้ำตาลทรายผง ได้จากการเอาน้ำตาลทรายขาวธรรมดามาบดให้ละเอียดแล้วจึงร่อนเอาเฉพาะส่วนที่ปนละเอียดเหมือนแป้ง จึงใส่แป้งมันลงไปร้อยละ 3 ของทั้งหมด ชื่อทางการค้าเรียกว่า น้ำตาลไอซิ่ง เหมาะสำหรับใช้ทำหน้าขนมและไส้ขนมเช่น หน้าเค้ก ไอศกรีม

1.2 น้ำตาลปน คือ น้ำตาลทรายนคร ที่เอามาปนให้ละเอียดแต่ไม่เท่ากับ น้ำตาลทรายผง ปนเพื่อให้ผสมเข้ากับเครื่องปรุงได้ง่ายไม่มีส่วนผสมอื่นรวมอยู่ด้วยนอกจากน้ำตาล เท่านั้น

1.3 น้ำตาลก้อน คือ น้ำตาลที่ใช้ในเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ ทำจากน้ำตาล ทรายนครที่ขึ้นนำมาอัดในพิมพ์แล้วทำให้แห้ง

2. น้ำตาลที่ไม่ตกผลึก ได้แก่ น้ำตาลโตนด น้ำตาลมะพร้าว น้ำตาลทั้ง 2 ประเภท นิยมใช้ในการทำขนมไทยเช่น การทำขนมไทยเชื่อม แกงบัวด หรือทำน้ำเชื่อมชนิดข้น สำหรับ เคลือบขนม หรือทอดหน้าโรยหน้าขนม ขนมไทยบางอย่างจะเจาะจงใช้น้ำตาลชนิดนี้โดยเฉพาะ

น้ำเชื่อม ในการทำขนมไทยเราจะทำน้ำเชื่อมเอง ไม่นิยมซื้อน้ำเชื่อมเป็นขวดมาใช้ จะเริ่มต้นตั้งแต่ละลายน้ำตาลกับน้ำ และการทำน้ำเชื่อมให้ขาวจะต้องฟอกสีน้ำเชื่อมโดยใช้ไข่ขาว เปลือกไข่ จึงกรองตั้งไฟต่อจนได้น้ำเชื่อมเหนียวหรือข้นตามความต้องการในการทำขนมต่าง ๆ ขนมได้ลักษณะดีขึ้นกับน้ำเชื่อมที่ใช้ วิธีการตรวจสอบความเข้มข้นของน้ำเชื่อม (ตารางที่ 1)

ความสำคัญของน้ำตาลกับอาหาร

1. ทำให้อาหารมีรสหวาน เพื่อเพิ่มความอร่อย
2. ทำให้แป้งนุ่ม อาหารอร่อยใสีขึ้น
3. ตกแต่งให้อาหารสวยงาม เคลือบไม่ให้อาหารแห้ง
4. ทำให้อาหารมีสีสวย มีกลิ่นหอม

ตารางที่ 1 วิธีการตรวจสอบความเข้มข้นของน้ำเชื่อม

อุณหภูมิจุดเดือด (ฟาเรนไฮต์)	ลักษณะน้ำเชื่อม	ตรวจด้วยสายตา (ลักษณะ)	ประเภทขนม
110-112	เส้นไหม	หยดเป็นสายยาว 2 นิ้ว	ทองหยิบ ฟอสทอง
112-115	หยดนุ่ม	หยดในน้ำเย็นจัด จะเป็นก้อนกลม ตักขึ้นแบน	ลูกอมที่มีลักษณะนุ่ม เหนียว หรือหยอด ราดหน้าขนม เช่น นางเล็ด ขนมทอง
118-120	หยดอู้อืด	หยดลงในน้ำเย็น จะเป็นก้อนกลม และคงรูป	ทอมน้ำตาลไหม้
121-130	หยดแข็ง	หยดในน้ำเย็นจะ เป็นก้อนกลมแข็ง	กรอบเค็ม ไข่หงส์
132-142	แตกเป็นเส้น	หยดในน้ำเย็นจะ แตกเป็นเส้นเล็ก ๆ และแข็งแต่ไม่ถึง กับเปราะ	ทอมน้ำ
149-154	แตกเป็นเส้น เปราะ	หยดในน้ำเย็นจะ แตกเป็นเส้นเล็ก ๆ และเปราะ	ถั่วตัด
170	สีน้ำตาล	น้ำตาลไหม้	น้ำตาลไหม้

กะทิ

ขนมไทยนั้นนิยมใช้กะทิที่คั้นเองจากมะพร้าวที่ชูดใหม่ ๆ กะทิที่ได้จากมะพร้าวที่มีกลิ่นกะทิมักจะกลิ่น ทำให้กลิ่นของขนมเสียไปแก้ไขได้ยาก ไม่สามารถจะกลบกลิ่นเสียของกะทิได้ แม้แต่ใช้ในการกวน เช่น ถั่วกวน กล้วยกวนก็ตาม มะพร้าวเมื่อซื้อมาถ้ายังไม่ได้ใช้ควรเก็บไว้ในตู้เย็นหรือต้องคั้นเป็นกะทิตันทีและทำให้ร้อนให้สุกก่อน ถ้าต้องการเก็บไว้ไม่ใช่ทันที

การคั้นมะพร้าวเพื่อต้องการหัวกะทิ จะนวดมะพร้าวก่อน ใส่น้ำแต่น้อยเนื่องแต่ใช้น้ำเป็นตัวนำให้น้ำในมะพร้าวออกมา จะได้หัวกะทิที่ข้นขาว

สีที่ใช้ตกแต่งอาหาร

ขนมไทยบางอย่างไม่จำเป็นต้องใส่สี คือ ใช้สีธรรมชาติ เช่น ขนมปุยฝ้าย นอกจากขนมไทยบางอย่างต้องใช้สีในการตกแต่งขนม จึงควรใช้สีจากธรรมชาติในการผสมอาหาร เพราะเป็นสีที่ได้จากธรรมชาติหาได้ง่าย บางอย่างมีกลิ่นหอม ราคาถูก สามารถรับประทานได้โดยไม่จำกัดปริมาณ และไม่ต้องคำนึงถึงการสะสมของสารพิษต่าง ๆ ในร่างกาย สีที่ได้จากธรรมชาติมีหลายสี แบ่งได้เป็น 7 กลุ่ม คือ

สีเหลือง ได้มาจาก

1. ขมิ้นชัน ขมิ้นอ้อย โดยล้างเหง้าขมิ้นสดด้วยน้ำให้สะอาด ปอกเปลือก บดหรือตำให้ละเอียด เติมน้ำเล็กน้อย คั้น กรอง จะได้สีเหลืองเข้ม นำไปแต่งสีอาหารและขนมไทย
2. ดอกคำฝอย นำดอกคำฝอยแห้งมาชงในน้ำร้อนจะได้สีเหลืองส้มออกมา ใช้แต่งสีอาหารหรือขนมที่ต้องการสีเหลืองส้ม เช่น บัวลอย มะพร้าวแก้ว ชำหรับ ขนมถั่วแปบ
3. ฝักทอง ปอกเปลือกฝักทองออก ผาน้ำใสและเมล็ดทิ้ง ล้างเนื้อฝักทองให้สะอาด หนึ่งให้สุก นำมาสีผสมแป้ง หรือนำฝักทองที่สับไปตากแห้งในตู้อบลมร้อนที่อุณหภูมิ 55 องศาเซลเซียส จนแห้ง หลังจากแห้งนำไปบดหรือตีป่นเก็บเป็นผงไว้ใช้ เวลาใช้ก็นำฝักทองผงที่ได้ละลายน้ำร้อน

ผสมกับแป้งใช้ทำขนมที่ต้องการสีเหลือง เช่น ข้าวเกรียบ บัวลอย ผสมลงในถ้วยกวน ใช้ปั้นลูกชุบ เป็นผลไม้สีเหลือง

สีแดง ได้มาจาก

1. รังคัง นำรังคังใหม่ ๆ มาต้มหรือแช่ในน้ำร้อนจะได้น้ำสีแดง หากต้องการให้สีแดงสดใสควรใช้น้ำอ่อนหรือน้ำฝนหรือแกว่งสารส้มลงในน้ำคังเล็กน้อยสีจะดีขึ้น ใช้แต่งขนมไทยได้หลายชนิด เช่น ขนม น้ำดอกไม้ เม็ดทับทิมกรอบ ข้าวหริ่ม มะพร้าวแก้ว

2. หัวบีท นำหัวบีทผานเป็นแผ่นบาง ๆ แล้วสับละเอียด ห่อผ้าขาวบางบีบเอาแต่น้ำสีแดงออกมา ใช้เพิ่มสีสันทัดแก่ขนมไทยต่าง ๆ เช่น วุ้น ข้าวเหนียวมูน บัวลอย ข้าวหริ่ม มะพร้าวแก้ว ถั่วแปบ รังไร น้ำดอกไม้

สีม่วง ได้มาจาก

1. ดอกอัญชันสีน้ำเงินผสมมะนาว เอากลีบดอกอัญชันมาบด เติมน้ำเล็กน้อย กรองด้วยผ้าขาวบาง คั้นน้ำออกจะได้สารละลายสีน้ำเงิน ถ้าต้องการสีม่วงให้เติมน้ำมะนาวลงไปเล็กน้อย ใช้แต่งสีขนมไทยที่ต้องการสีม่วงหรือฟ้า เช่น ขนม น้ำดอกไม้ วุ้นกะทิ ขนมชั้น ขนมขี้หนู

2. ข้าวเหนียวดำ ใช้เมล็ดข้าวเหนียวดำมาบดหรือตำให้ละเอียด ผสมในแป้งที่จะใช้ทำขนมไทย เช่น ขนมสอดไส้ ขนมไข่หงส์ ขนมถั่วแปบ และขนมต้ม

3. ลูกผักปลัง นำลูกผักปลังสุกที่มีสีม่วงดำ มาห่อผ้าขาวบางบีบให้เปลือกแตก จะได้น้ำสีม่วง นำมาต้มแป้งที่จะใช้ทำขนมให้ออกสีม่วง เช่น ข้าวหริ่ม บัวลอย มะพร้าวแก้ว ถั่วแปบ น้ำดอกไม้

สีดำ ได้มาจาก

ถ่านกาบมะพร้าว นากาบมะพร้าวส่วนที่เป็นเส้นใยสีน้ำตาลมาเผาไฟจนไหม้หมด ราดน้ำ บดให้ละเอียด เติมน้ำ กรองเอากากออกจะได้น้ำสีดำใช้แต่งสีขนมหรือจะนำกากไปตาก

แดดเพื่อให้แห้งแล้วเก็บไว้ใช้ต่อไป ส่วนใหญ่ใช้ผสมในขณะกวนขนมเป็ยกปุ่น ให้มีสีดํา

สีเขียว ได้มาจาก

ใบเตย ใช้ใบเตยสดมาล้างน้ำ หั่นตามขวาง เติมน้ำเล็กน้อย ตำหรือเข้าเครื่องตีป่น กรองด้วยผ้าขาวบางจะได้น้ำสีเขียวและมีกลิ่นหอมหรือจะทำเป็นผงเก็บไว้ใช้โดยนำน้ำใบเตยไประเหยให้เข้มข้นขึ้น แล้วนำไปตากในตู้อบลมร้อนอุณหภูมิ 55 องศาเซลเซียส ถ้าใช้อุณหภูมิสูงสีใบเตยจะเปลี่ยนเป็นสีเขียวเหลือง ใช้แต่งสีขนมไทยได้หลายชนิด เช่น มะพร้าวแก้ว ลอดช่อง ขนมหน้าดอกไม้ ขนมชั้น ขนมบัวลอย ขนมเป็ยกปุ่น (สีเขียว) ช่าหริ่ม

สีน้ำตาล ได้มาจาก

ผงโกโก้ นำเมล็ดโกโก้มาหมัก ชั้ดล้างเอาเยื่อหุ้มเมล็ดออกตากแห้งแล้วคั่วให้สุก กะเทาะเปลือกหุ้มเมล็ดออก บดละเอียด บีบน้ำมันออก และยี้ให้เป็นผงได้ผงโกโก้สีน้ำตาล ใช้ผสมในการทำขนมไทยบางชนิด เช่น ขนมสำปันนี ถั่วกวนที่ปั้นเป็นละมุด (ลูกชุป) และวุ้น

สีน้ำเงิน ได้มาจาก

ดอกอัญชัน เลือกดอกอัญชันสีครามแก่ (ชนิดดอกซ้อนสีจะเข้มกว่าชนิดลา) เด็ดเอาส่วนเขียวทิ้งไป กลีบดอกที่จะใช้ใส่ถ้วยบีให้ช้ำ เติมน้ำเล็กน้อยกรองเอาแต่น้ำ จะได้น้ำสีน้ำเงิน ใช้แต่งสีขนมไทยได้หลายชนิด เช่น ขนมชั้น ขนมหน้าดอกไม้ ช่าหริ่ม รังไร

น้ำดอกไม้สด

สามารถทำได้ 2 อย่าง คือ

1. ใช้ดอกมะลิ น้ำดอกมะลิขาวที่จวนจะบาน เด็ดเอาก้านออกประมาณ 1/2 ถ้วย

มาลอยในน้ำสะอาด 5-6 ถ้วย โดยจะลอยเวลาเย็น (เพราะดอกมะลิบานตอนเย็น) ปิดฝาทิ้ง ค้างคืนไว้ ตอนเช้าประมาณ 6 โมงเช้าจึงเปิดฝา จะเห็นดอกมะลิบานเต็มไปหมด ชอนดอกมะลิ ออก ถ้าทิ้งไว้นาน ดอกมะลิจะช้ำ ทำให้กลิ่นไม่ดี

2. ใช้ดอกกระดังงา เอากลีบดอกแก่จัดประมาณ 2-3 ดอก นำไปลนไฟเพื่อต้องการให้กระดังงาช้ำ จึงจะมีกลิ่นหอม (การลนไฟนิยมนำไปลนโดยเปลวเทียน) แล้วนำมาแช่น้ำทั้ง ค้างคืนเหมือนดอกมะลิ

ข้อเสนอแนะในการทำขนมไทยบางชนิด และลักษณะบางอย่างที่ควรจะได้

ข้าวต้มมัด

ควรเลือกใบตองที่ไม่ยาวและไม่สั้นมาก ฉีกไว้ค้างคืนจะหอมไม่แตก การนึ่ง ควรใช้น้ำใส่ถึง 3/4 ของลังถึง นึ่งไฟแรงและเพื่อให้ระอุดี ใ้ใบตองปิดข้างบนก่อนปิดฝาลังถึง

ขนมกล้วย

กล้วยที่ใช้ควรสุกหอม ถ้าไม่มีแป้งมันใช้แต่แป้งข้าวเจ้าอย่างเดียวก็ได้ การนึ่ง ต้องให้น้ำเดือดก่อนจึงใส่ขนมนี้ และควรตัดเมื่อขนมเย็นแล้ว

ขนมฟักทอง

นึ่งไฟแรงน้ำเดือด และควรตัดเมื่อขนมเย็นแล้ว ลักษณะขนมไม่ควรจะ อาจใ้ ใบตองห่อ เช่นเดียวกับขนมกล้วยก็ได้

วันกะทิ วันสังฆา

ถ้าใช้วันผง ตั้งไฟพอเดือด อ้อที่ตั้งแล้ววันจะแข็งไม่อร่อย น้ำใบเตยควรรีใส่ในวัน
เมื่อจวนจะชกลง ถ้าเคี้ยวนานจะทำให้หน้าใบเตยตกตะกอนเป็นเม็ดเล็ก ๆ

ทองหยิบ

อ้อต้ให้แดงขึ้นมากเกินไปจะทำให้ขนมเป็ย ถ้าคีน้อสไปเนอขนมจะด้านไม่ขึ้นฟู
ลักษณะที่ดี เมื่อสุกแล้วจะดูขึ้นฟู จับใส่ถ้วยตะไลเนอขนมจะไม่แตก เนอขนมนุ่มไม่เป็ย ไม่มีกลิ่น
คาว

ทองทอด

ควรผสมแป้งกับไข่ที่ตีขึ้นแล้วทีละน้อยตามส่วนและทอดให้หมดในส่วนของผสมไว้ทุกครั้ง
เพราะถ้าเหลือไว้ทอดทีหลังจะทำให้ขนมแข็ง ลักษณะที่ดี เนอขนมจะนุ่ม เนอแป้งไม่แข็งเป็นไต
ขนมที่ทอดทางจะไม่สวามาก ไม่มีกลิ่นคาว

ฝอยทอง

ถ้าใส่ไข่ผสมด้วยจะทำให้เส้นนิ่ม ลักษณะที่ดี เส้นกลมสว ไม่มีกลิ่นคาว

สังฆา

ต้องนึ่งไฟแรง ขนมจะขึ้นฟู ลักษณะที่ดี หน้าขนมขึ้นฟูมองดูเป็นคลื่น

เม็ดขนุน

กวนถั่วเหลือง เผือก จะต้องแห้งและร้อนจากกระทะ ลักษณะที่ดี ไข่แดงจะต้องเกาะเม็ดขนุนและเป็นเงา

ขนมปุยฝ้าย

ต้องตีไข่ให้ขึ้นมาก ๆ แต่อย่าตีแรงเกินไปเมื่อผสมแป้งหนึ่งแล้วเนื้อขนมจะนุ่ม การนึ่งต้องลดไฟให้อ่อนมาก ๆ ถ้าใช้ไฟแรงจะทำให้ขนมสุกและหน้าไม่แตก ลักษณะที่ดี ขนมจะแตกเป็น 3-4 แฉก ดูเป็นปุยสีน้ำตาล นุ่มเบา

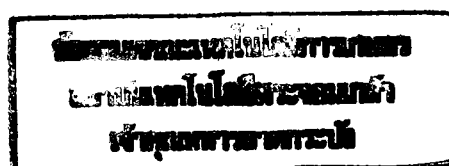
ตะโก้แก้ว

ตัวตะโก้จะต้องกวนให้ขึ้นไฟแรงตอนแรก เมื่อขึ้นแล้วจึงกวนให้เหนียวรวมตัวเป็นก้อน จึงจะอร่อย หน้าขนม อ้อากวนนาน ถ้านานกะทิจะไม่ขาวและแตกมัน มะพร้าวที่ใช้ต้องสดใหม่จึงจะหอมอร่อย การทอดหน้าต้องรีบทอดและทอดตรงกลาง (ไม่ต้องปาด) หน้าจะไหลเรียบเอง

ถ้าจะทำขนมมากกว่านี้ควรแบ่งทำทีละน้อย เพราะถ้าทอดไม่ทัน ตัวและหน้าจะแข็งทำให้ไม่เรียบสวย ลักษณะที่ดี ตัวขนมจะขึ้นเหนียว หน้าเรียบ

ขนมชั้น

ต้องนวดแป้งกับน้ำกะทิทีละน้อยและนวดเบา ๆ เนื้อแป้งจะเหนียวดี การนวดทำให้แป้งแตกตัวดูน้ำได้ดี การนึ่งแต่ละชั้นจะต้องสุกใส ไม่ขุ่น แล้วจึงทอดชั้นใหม่ ถ้าแป้งไม่สุกจะลอกไม่ได้ ลักษณะที่ดี ขนมทุกชั้นจะต้องสุกและลอกได้เป็นชั้น ๆ หน้าเรียบเสมอกัน



ขนมดอกจันทวน

ถ้าปั้นแล้วแป้งแตก จะต้องนวดแป้งอีกเล็กน้อยหรือเติมน้ำมันได้อีกเล็กน้อย ลักษณะที่ดี ขนมสุกแล้วจะสีเหลืองนวล กลีบจะเกาะกัน

ตลาดขนมไทย

ขนมไทยมีการผลิตและจำหน่ายในลักษณะทำกันเองภายในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ มีการขายกระจายอยู่ทั่วไป เช่น ตลาด รถเข็นเร่ขายขนม เป็นต้น ลักษณะพิเศษอย่างหนึ่งของตลาดขนมไทย คือ ขนมไทยสามารถขายได้ดีและมีจุดขายสูงสุดเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเป็นช่วง ๆ ตามเทศกาลงานบุญต่าง ๆ โดยเฉพาะเทศกาลงานบุญที่เกี่ยวกับพุทธประเพณี เช่น ก่อนเข้าพรรษาซึ่งเป็นฤดูบวชภาค ตรุษไทย-สารทไทย หลังออกพรรษา ต่อมาภายหลังความเกี่ยวโยงของตลาดขนมไทยกับเทศกาลงานบุญต่าง ๆ เริ่มถดถอยลงหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาของสังคม ผู้บริโภคไม่ค่อยนิยมนำขนมไทยมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของงานบุญต่าง ๆ อีกต่อไป แต่ทว่าภาวะถดถอยดังกล่าวมิได้กระทบกระเทือนต่อขนาดตลาดแต่อย่างใด ตรงกันข้ามตลาดกลับมีลักษณะขยายตัวเติบโตตามขนาดของประชากร ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตขนมไทยของผู้ผลิต จากที่เคยทำภายในครอบครัวที่มีปริมาณการผลิตไม่มากนักไปสู่กระบวนการผลิตแบบจำนวนมาก ๆ (Mass Production) เพื่อการค้าอย่างจริงจังมากขึ้น อันเป็นผลกระทบโดยตรงจากลักษณะพฤติกรรมในการบริโภคขนมไทยของคนไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้ถูกจำกัดในรูปแบบเดิมเหมือนในอดีต ที่จะได้บริโภคขนมไทยเฉพาะเทศกาลงานบุญต่าง ๆ ที่สำคัญเท่านั้น ก็เปลี่ยนไปในลักษณะที่เป็นความต้องการบริโภครายวันเข้ามาแทน ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การตลาดขนมไทย

ในการวางกลยุทธ์การตลาดขนมไทย พบว่า ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) หรือนี้ตัวแรกนั้น จะมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่สุดเป็นอันดับแรก เหมือน ๆ กับตลาดสินค้าหรืออาหารทุกชนิด ดังนั้น

ผู้ผลิตขนมไทยในระบบการผลิตแบบจำนวนมาก เกือบทุกรายต้องพยายามให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองได้รับตรารับรองคุณภาพ เช่น เซลล์ชวนชิม หรือแม่ช้อยนางรำ

ส่วนกลยุทธ์ด้านอื่น ๆ คือ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควรให้มีความสอดคล้องกับตลาด โดยเฉพาะด้านช่องทางการจำหน่าย ซึ่งเป็นจุดสำคัญของการขยายพื้นที่ทางการตลาดนั้น ผู้ผลิตเกือบทุกรายแทบจะไม่ได้พัฒนาหรือสนใจ ทำให้ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในฐานะที่ผูกขาดแบบเด็ดขาดอยู่ในปัจจุบัน เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าบางกลุ่มบางประเภทอื่น ๆ คือ ผลิตภัณฑ์จากหมู เช่น หมูหยอง กุนเชียง แหนม หมูฮอ ซึ่งได้นิยามในเรื่องช่องทางการจำหน่ายไปไกลกว่าขนมไทยอย่างมาก ดังนั้นหากกล่าวโดยรวมแล้ว ตลาดขนมไทยยังไม่ได้มีการพัฒนาอย่างจริงจังเท่าที่ควร

ปัญหาการตลาดขนมไทย

ตลาดขนมไทยในปัจจุบัน โดยทั่วไปแล้วจะเห็นได้ว่าการขยายตัวมากขึ้นกว่าในอดีต ดูได้จากร้านขนมไทยที่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ มีการทำเป็นการค้ามากกว่าทำเพื่อรับประทานเองหรือแจกจ่ายเพื่อนฝูงเหมือนแต่ก่อน แต่การเติบโตของตลาดขนมไทยนี้ ยังมีข้อจำกัดและขีดจำกัดค่อนข้างสูงเนื่องจากมีปัญหาดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านการผลิต ที่ต้องมีการควบคุมคุณภาพที่ค่อนข้างถี่ถี่กัน ลักษณะพิเศษของขนมไทยที่มีช่วงชีวิตสั้น ทำให้ไม่สามารถที่จะผลิตและเก็บไว้ได้นานเหมือนอาหารหรือขนมขบเคี้ยวประเภทอื่น ๆ ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ผลิตต้องทำการผลิตขึ้นวันต่อวัน ทำให้การขยายกำลังการผลิตทำได้ลำบาก

2. ปัญหาช่องทางการจำหน่าย เกิดการกีดกันทางการค้าของตัวแทนจำหน่าย กล่าวคือ ทางตัวแทนจำหน่ายบางรายไม่ยอมให้ผู้ผลิตนิยมนำสัญลักษณ์บนถุงใส่ขนม เช่น เบอร์โทรพื้นที่ เพราะกลัวลูกค้าหรือผู้บริโภคจะติดต่อกับทางร้านหรือผู้ผลิตโดยตรง

3. ปัญหาการวางตลาด บางร้านไม่ยอมให้มีการวางจำหน่ายขนมไทยบางร้านก็ขายไม่ได้ เพราะไม่มีคนรู้จักและกลัวว่าจะไม่มีคนซื้อ แต่มาในระยะหลังนี้ขนมไทยของผู้ผลิตบางรายก็เริ่มที่จะวางขายตามซูเปอร์มาร์เก็ตได้บ้างแล้ว แต่ก็ยังมีปริมาณไม่มากนัก

ผลจากข้อจำกัดด้านการผลิตและการจำหน่าย ทำให้ตลาดขนมไทยอยู่ในภาวะเจริญเติบโตได้ช้า ไม่มีผู้ผลิตรายใดสามารถพัฒนาตัวเองขึ้นมาเป็นผู้ผลิตระดับสูงได้เหมือนผู้ผลิตสินค้าบางกลุ่ม การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ เช่น การส่งเสริมการขาย การกำหนดกลยุทธ์ราคา จึงไม่ค่อยมีผลแต่อย่างใด

โอกาสในการพัฒนาตลาดขนมไทย

โอกาสในการพัฒนาตลาดขนมไทยนั้น ยังคงต้องใช้ความพยายามและเวลาดูแลอย่างมาก จุดแข็ง คือ ขนมไทยยังคงผูกพันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับวิถีชีวิตของคนไทยมาช้านาน ส่วนจุดอ่อน คือ ความผูกพันที่ว่านี้มากเกินไปจนคนไทยในสยุคปัจจุบัน ที่มีวัฒนธรรมและการเรียนรู้ที่ผสมผสานและซับซ้อนมากขึ้นไม่เข้าใจ ดังนั้นหากมีบุคคลใดที่จะใช้ความพยายามในการพัฒนาตลาด (Market Development) ให้กับขนมไทย ต้องพยายามผสมผสานส่วนผสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนยุคปัจจุบันให้ได้ ทั้งในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือประเภทขนมไทยที่แปลกใหม่หรือรสชาติที่เปลี่ยนแปลงไป สถานที่การวางจำหน่ายให้ทั่วถึง การกำหนดราคาที่เหมาะสม รวมทั้งการส่งเสริมการขายที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคยุคปัจจุบันให้หันมาบริโภคขนมไทยมากขึ้นเหมือนในอดีต

บทที่ 3
ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำเป็นต้องทราบข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้บริโภคซึ่งจะประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเก็บข้อมูลทั้งหมด 120 ตัวอย่าง สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

เพศ

จากตัวอย่างสำรวจจำนวน 120 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศหญิง 63 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 เป็นเพศชาย 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 เพศ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	63	52.50
ชาย	57	47.50
รวม	120	100.00

อายุ

ในการสำรวจอายุของผู้บริโภคนั้น จะแบ่งช่วงอายุได้ 6 ช่วงอายุ คือ อายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-25 ปี อายุระหว่าง 26-30 ปี อายุระหว่าง 31-35 ปี อายุระหว่าง 36-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป โดยแต่ละช่วงอายุจะมีจำนวนตัวอย่างสำรวจ 20 คน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)
ไม่เกิน 20 ปี	20
21 - 25 ปี	20
26 - 30 ปี	20
31 - 35 ปี	20
36 - 40 ปี	20
40 ปี ขึ้นไป	20
รวม	120

สถานภาพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะมีสถานภาพโสดมากที่สุด คือ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 และแยกกันอยู่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 สถานภาพ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	78	65.00
สมรส	41	34.17
แยกกันอยู่	1	0.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 5 ระดับการศึกษา

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	68	56.67
อาชีวศึกษา	26	21.67
มัธยมศึกษา	16	13.33
ประถมศึกษา	6	5.00
สูงกว่าปริญญาตรี	3	2.50
อื่น ๆ (อนุปริญญา)	1	0.83
รวม	120	100.00

ระดับการศึกษา

ผู้บริหารที่ศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนสูงสุด คือ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมา คือ ระดับอาชีวศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ระดับประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และอื่น ๆ เช่น ระดับอนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 5)

อาชีพ

อาชีพของผู้บริหารส่วนใหญ่ คือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนสูงสุด คือ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 อาชีพรับจ้าง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.83 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 อาชีพข้าราชการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 อาชีพค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 เช่นกัน และอาชีพสุดท้าย คือ อาชีพอื่น ๆ เช่น อาชีพข้าราชการบำนาญ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 6)

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือนของผู้บริหารจะอยู่ในช่วงไม่เกิน 3,000 บาท สูงที่สุด คือ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ช่วงรายได้ 9,001 - 12,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.16 ช่วงรายได้ 3,001 - 6,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 ช่วงรายได้สูงกว่า 15,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ช่วงรายได้ 12,001 - 15,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และช่วงรายได้ 6,001 - 9,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 อาชีพ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	43	35.83
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	26	21.67
รับจ้าง	19	15.83
รัฐวิสาหกิจ	14	11.67
รับราชการ	7	5.83
ค้าขาย	5	4.17
แม่บ้าน	5	4.17
อื่น ๆ (ข้าราชการบำนาญ)	1	0.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 7 รายได้ต่อเดือน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	39	32.50
3,001 - 6,000 บาท	17	14.17
6,001 - 9,000 บาท	11	9.17
9,001 - 12,000 บาท	23	19.16
12,001 - 15,000 บาท	14	11.67

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15,000 บาท ขึ้นไป	16	13.33
รวม	120	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคขนมไทย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 90.83 และ
 ผู้ไม่ชอบบริโภคขนมไทย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 พฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบบริโภคขนมไทย	109	90.83
ไม่ชอบบริโภคขนมไทย	11	9.17
รวม	120	100.00

เหตุผลของการไม่ชอบบริโภคขนมไทย

ผู้บริโภคนิยมไม่ชอบบริโภคขนมไทย ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ขนมไทยมีรสชาติไม่อร่อย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 63.64 บริโภคแล้วกลัวอ้วน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 กลัวสีผสมอาหารและสารกันบูด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 เหตุผลอื่น ๆ เช่น ชาดคุดคั่วอาหาร 5 หมู่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 เช่นกัน (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 เหตุผลของการไม่ชอบบริโภคขนมไทย ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติไม่อร่อย	7	63.64
กลัวอ้วน	2	18.18
กลัวสีผสมอาหารและสารกันบูด	1	9.09
อื่น ๆ (ชาดคุดคั่วอาหาร 5 หมู่)	1	9.09
รวม	11	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทขนมไทยที่ผู้บริโภครับประทาน

ประเภทของขนมไทยที่ผู้บริโภค บริโภคสูงสุด คือ ขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ขนมไทยประเภทเปียก มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83 และขนมไทยประเภทแห้ง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ประเภทชนมไทยที่ผู้บริโภครับประทาน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก	57	47.50
ชนมไทยประเภทเปียก	49	40.83
ชนมไทยประเภทแห้ง	14	11.67
รวม	120	100.00

รายชื่อชนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก

ชนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียกที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคสูงที่สุด คือ ฝอยทอง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 รองลงมาคือ ทองหยอด มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.33 ทองหยิบ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ขนมครก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.74 วุ้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 ขนมชั้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ขนมหม้อแกง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.84 ขนมเปียกปูนและเม็ดขนุน มีจำนวนชนิดละ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 ขนมถ้วย ลูกชุบและขนมกล้วย จำนวนชนิดละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 สังขยา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตะโก้และข้าวต้มมัด จำนวนชนิดละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ขนมใส่ไส้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 สุกท้ายคือ ขนมตาล ขนมเทียนวสาคุและขนมเทียน จำนวนชนิดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 รายชื่อชนมไทยประเภทกิ่งแห้งกิ่งเปือก ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฝอยทอง	21	13.64
ทองหยอด	19	12.33
ทองหยิบ	18	11.67
ขนมครก	15	9.74
วุ้น	11	7.14
ขนมชั้น	10	6.49
ขนมหม้อแกง	9	5.84
ขนมเป็ยกปูน	7	4.55
เม็ดยวน	7	4.55
ขนมถ้วย	6	3.90
ลูกชุบ	6	3.90
ขนมกล้วย	6	3.90
สังขยา	5	3.25
ตะโก้	4	2.60
ข้าวต้มมัด	4	2.60
ขนมใส่ไส้	2	1.30
ขนมตาล	1	0.65
ขนมเหนียว	1	0.65
สาคุ	1	0.65
ขนมเทียน	1	0.65

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รายชื่อชนมไทยประเภทเปือก

ชนมไทยประเภทเปือกที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคสูงสุด คือ กล้วยบวชชี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.15 รองลงมา คือ บัวลอย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.89 ลอดช่อง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.04 ชำหรับ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.19 แกงบวด ฟักทอง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 ข้าวโตนน้ำกะทิ ปลากริมไข่เต่า และเต้าส่วน จำนวนชนิดละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.62 รวมมิตร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 แดงไทยน้ำกะทิ ทับทิมกรอบ และข้าวเหนียวถั่วดำ จำนวนชนิดละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 ข้าวเหนียวเปือก ข้าวเหนียวทุเรียน ถั่วเขียวต้ม จำนวนชนิดละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85 สุกท้าย คือ ถั่วดำต้ม สาคุเปือก ครองแครง และเจาก๊วย จำนวนชนิดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93 (ตารางที่ 12)

รายชื่อชนมไทยประเภทแห้ง

ชนมไทยประเภทแห้งที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคสูงสุดคือ ถั่วแปบ และถั่วฝู จำนวนชนิดละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 19.06 รองลงมาคือ กล้วยจาบ เมื่อกจาบ และทองม้วน จำนวนชนิดละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 สุกท้ายคือ ชนมดอกกลาดวน ชนมน้ำดอกไม้ ปุ๋ยฝ้าย ชนมฝิง ชนมขีหนู ถั่วเขียวกวนและวุ้นกรอบ จำนวนชนิดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 12 รายชื่อชนมไทยประเภทเปือก ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กล้วยบวชชี	25	23.15
บัวลอย	15	13.89
ลอดช่อง	13	12.04

ตารางที่ 12 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่างหรีม	11	10.19
แกงบวดนึ่งทอง	6	5.56
ข้าวโหนดน้ำกะทิ	5	4.62
ปลากริมไข่เต่า	5	4.62
เต้าส่วน	5	4.62
รวมมิตร	4	3.70
แตงไทยน้ำกะทิ	3	2.78
ทับทิมกรอบ	3	2.78
ข้าวเหนียวถั่วดำ	3	2.78
ข้าวเหนียวเปียก	2	1.85
ข้าวเหนียวทุเรียน	2	1.85
ถั่วเขียวต้ม	2	1.85
ถั่วดำต้ม	1	0.93
สาหร่าย	1	0.93
ครองแครง	1	0.93
เจาก๊วย	1	0.93

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 13 รายชื่อชนมไทยประเภทต่าง ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถั่วแปบ	4	19.06
ถั่วฝู	4	19.06
กล้วยฉาบ	2	9.52
เผือกฉาบ	2	9.52
ทองม้วน	2	9.52
ดอกลำดวน	1	4.76
น้ำดอกไม้	1	4.76
ปุยฝ้าย	1	4.76
ขนมฝิง	1	4.76
ขนมขลุ่ย	1	4.76
ถั่วเขียวหวาน	1	4.76
วุ้นกรอบ	1	4.76

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ช่วงเวลาในการบริโภคขนมไทย

จากการสำรวจ ผู้บริโภคจะบริโภคขนมไทยในช่วงเวลาขณะพักผ่อน เช่น ขณะดูโทรทัศน์ หรือนั่งเล่นในบ้าน มากที่สุด คือ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ หลังรับประทานอาหารเช้า จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.66 ขณะพบปะเพื่อน ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 สุดท้ายคือ รองท้องก่อนรับประทานอาหารเช้า และขณะอื่น ๆ เช่น

ไม่มีกำหนดเวลาแน่นอน เมื่อเห็นมาชายและมีโอกาสซื้อและเวลามีคนซื้อมาให้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ช่วงเวลาในการบริโภคขนมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขณะพักผ่อน (ดูโทรทัศน์, นั่งเล่นในบ้าน)	50	41.67
หลังรับประทานอาหารหนัก	44	36.66
ขณะนบะเพื่อน ๆ	10	8.33
รองท้องก่อนรับประทานอาหารหนัก	8	6.67
อื่น ๆ (ไม่มีกำหนดเวลา, เมื่อเห็นมีชายและมีโอกาสซื้อ, เวลามีคนซื้อให้)	8	6.67
รวม	120	100.00

สถานที่ที่บริโภคขนมไทย

สถานที่ที่ผู้บริโภค บริโภคขนมไทยสูงสุด คือ ที่บ้าน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ร้านอาหารทั่วไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 สถานศึกษา จำนวน 7 คน ที่อื่น ๆ เช่น งานเลี้ยง และไม่แน่นอน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 สุดท้ายคือ ที่ร้านขายขนมไทย มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 สถานที่ที่บริโภคนมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน	84	70.00
ที่ทำงาน	14	11.67
ร้านอาหารทั่วไป	9	7.50
สถานศึกษา	7	5.83
อื่น ๆ (งานเลี้ยง, ไม่นั่นนอน)	4	3.33
ร้านขายนมไทย	2	1.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 16 เครื่องดื่มที่บริโภคร่วมกับนมไทยของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้ำเปล่า	83	69.17
ชา/กาแฟ	16	13.33
น้ำอัดลม	13	10.83
น้ำผลไม้	8	6.67
รวม	120	100.00

เครื่องคัมที่บริโภคร่วมกับขนมไทยของผู้บริโภค

เครื่องคัมที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคคู่กับขนมไทยส่วนใหญ่ คือ น้ำเปล่า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 69.17 รองลงมาคือ ชา/กาแฟ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 น้ำอัดลม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.83 น้ำผลไม้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 16)

ความถี่ในการบริโภคขนมไทย

ผู้บริโภคส่วนมากบริโภคขนมไทยนานๆ ครั้ง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83 รองลงมาคือ 2 - 3 วันต่อครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 บริโภคทุกวัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 และอื่น ๆ เช่น ไม่นั่นนอน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 17)

ตาราง 17 ความถี่ในการบริโภคขนมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นาน ๆ ครั้ง	49	40.83
2 - 3 วันต่อครั้ง	32	26.67
สัปดาห์ละครั้ง	24	20.00
ทุกวัน	11	9.17
อื่น ๆ (ไม่นั่นนอน)	4	3.33
รวม	120	100.00

มูลค่าในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง

ในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อขนมไทยมาบริโภคในช่วงไม่เกิน 10 บาท มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 รองลงมาคือ ช่วงมูลค่า 11 - 20 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 ช่วงมูลค่า 21 - 30 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 ช่วงมูลค่าเกิน 30 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 มูลค่าในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 บาท	41	34.17
11 - 20 บาท	38	31.67
21 - 30 บาท	25	20.83
30 บาท ขึ้นไป	16	13.33
รวม	120	100.00

ผู้ตัดสินใจซื้อขนมไทย

ผู้ที่ทำการตัดสินใจซื้อขนมไทยส่วนใหญ่ คือ ตัวผู้บริโภคเอง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 79.17 รองลงมาคือ มารดา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 สุดท้ายคือ บิดา พี่น้อง/ญาติ และอื่น ๆ เช่น ภรรยา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ผู้ตัดสินใจซื้อขนมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวผู้บริโภค	95	79.17
มารดา	16	13.33
บิดา	3	2.50
พี่น้อง/ญาติ	3	2.50
อื่น ๆ (ภรรยา)	3	2.50
รวม	120	100.00

ตารางที่ 20 สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อขนมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แผงลอย/รถเข็น	61	50.84
ร้านค้า	49	40.83
ซูเปอร์มาร์เก็ต	7	5.83
อื่น ๆ (แผนกโภชนาการที่ทำงาน, คนเร่ขาย)	3	2.50
รวม	120	100.00

สถานที่ที่ผู้บริโภครู้ชื่อขนมไทย

สถานที่ที่ผู้บริโภครู้ชื่อขนมไทยบ่อยที่สุด ได้แก่ แผงลอย/รถเข็น จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.84 รองลงมาคือ ร้านค้า จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83 ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 สดท้าย คือ อื่น ๆ เช่น แผงกโภชนาการที่ทำงาน และคนเร่ขาย มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 21 เหตุผลที่เลือกชื่อจากสถานที่นั้น ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะดวกต่อการเดินทาง	72	27.17
ชอบในรสชาติ	53	20.00
มีประเภทของขนมให้เลือกมาก	47	17.74
ความสะอาดของร้าน	32	12.08
ชื่อเป็นประจำ	29	10.94
ราคาถูก	25	9.43
มีบริการดี	7	2.64

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลที่เลือกชื่อจากสถานที่นั้น

สถานที่ที่ผู้บริโภครู้ชื่อขนมไทยนั้น มีเหตุผลอันดับแรกคือ สะดวกต่อการเดินทาง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 27.17 รองลงมาคือ ชอบในรสชาติ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีประเภทของขนมไทยให้เลือกมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.74 ความ

สะอาดของร้าน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.08 ซื่อเป็นประจำ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.94 ซื่อได้ราคาถูกลง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.43 สู้ดท้ายคือ มีบริการดี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.64 (ตารางที่ 21)

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการบริโภคขนมไทย

อิทธิพลที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยครั้งแรก

อิทธิพลที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยครั้งแรกของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก คือ บุคคลในครอบครัวบริโภค จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ อชากล่องบริโภค จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.66 สีสิ้นและรูปแบบดึงดูดใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 สู้ดท้าย คือ เพื่อนชักชวน และอื่น ๆ เช่น จำไม่ได้ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 อิทธิพลที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยครั้งแรก

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัวบริโภค	75	62.50
อชากล่อง	26	21.66
สีสิ้นและรูปแบบดึงดูดใจ	9	7.50
เพื่อนชักชวน	5	4.17
อื่น ๆ (จำไม่ได้)	5	4.17
รวม	120	100.00

สาเหตุที่บริโภคขนมไทย

ผู้บริโภคที่ชอบบริโภคขนมไทย ให้เหตุผลในการบริโภค อันดับแรกคือ ชอบในรสชาติขนมไทย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 57.23 รองลงมาคือ ชอบรับประทานเล่น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 เป็นของว่างรับรองแขก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.81 และสุดท้าย คือ อื่น ๆ เช่น มีสีสัน และรูปแบบดึงดูดใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.63 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 สาเหตุที่บริโภคขนมไทย ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบในรสชาติขนมไทย	91	57.23
ชอบรับประทานเล่น	53	33.33
เป็นของว่างรับรองแขก	14	8.81
อื่น ๆ (มีสีสันและรูปแบบดึงดูดใจ)	1	0.63

หมายเหตุ ^{1/} ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อขนมไทย

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อขนมไทยที่ผู้บริโภครู้ค่าถึงมากที่สุดคือ รสชาติ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมาคือ ความสะอาด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.88 ราคา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.98 ชนิดที่บริโภคเป็นประจำ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.44 คุณค่าทางอาหาร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.42 ภาชนะใช้บรรจุ

จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 ชื่อเสียงของผู้ผลิต จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.87
 สีสัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 ขนาดบรรจุ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.32
 สุดท้ายคือ อื่น ๆ เช่น ทำใหม่ทุกวัน ลักษณะเป็นไทยๆ ปริมาณและความหลากหลาย ความสะอาด
 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.53 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อขนมไทย ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติ	110	28.60
ความสะอาด	74	18.88
ราคา	47	11.98
ชนิดที่บริโภคเป็นประจำ	37	9.44
คุณค่าทางอาหาร	33	8.42
ภาชนะใช้บรรจุ	28	7.14
ชื่อเสียงของผู้ผลิต	23	5.87
สีสัน	21	5.36
ขนาดบรรจุ	13	3.32
อื่น ๆ (ทำใหม่ทุกวัน, ลักษณะเป็นไทย ๆ, ปริมาณและความหลากหลาย, ความสะอาด)	6	1.53

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักร้านขนมไทย

จากการสำรวจ สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักร้านขนมไทยมากที่สุด คือด้วยตนเอง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 57.06 รองลงมาคือ เพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 31.64 นิตยสาร/วารสาร จำนวน 19 คน 10.73 สุดท้ายคือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57 (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักร้านขนมไทย ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้วยตนเอง	101	57.06
เพื่อน/คนรู้จัก	56	31.64
นิตยสาร/วารสาร	19	10.73
หนังสือพิมพ์	1	0.57

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อขนมไทยประเภทที่เคยซื้อเป็นประจำไม่ได้

ผู้บริโภคที่ซื้อขนมไทยประเภทที่เคยซื้อเป็นประจำไม่ได้ ผู้บริโภคจะหาซื้อขนมไทยประเภทอื่น ๆ แทนมากที่สุด คือ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ กลับไปซื้อใหม่ในวันหลัง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ซื้อจากร้านอื่นที่มี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 สุดท้ายคือ อื่น ๆ เช่น หาซื้อขนมขบเคี้ยวแทนและทำเอง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อขนมไทยประเภทที่เคยซื้อเป็นประจำไม่ได้

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หาซื้อขนมไทยประเภทอื่น ๆ แทน	54	45.00
กลับไปซื้อใหม่ในวันหลัง	36	30.00
ซื้อจากร้านอื่นที่มี	28	23.33
อื่น ๆ (หาซื้อขนมขบเคี้ยวแทน, ทำเอง)	2	1.67
รวม	120	100.00

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภคขนมไทย

ปัญหาในการบริโภคขนมไทย

ปัญหาในการบริโภคขนมไทย ที่ผู้บริโภคประสบมากที่สุด คือ ฮากต่อการเก็บรักษา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 28.02 รองลงมา คือ นำขนมเก่ามาขายและขนมไม่สะอาด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.77 รสชาติเปลี่ยนแปลงไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19.81 ไม่พบปัญหาใด ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.73 สุดท้าย คือ อื่น ๆ เช่น ทำให้อ้วน ทาบริโภคฮาก ไม่อร่อย ราคาแพง และมีคุณภาพลดลง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ปัญหาในการบริโภคขนมไทย ^{1/}

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยากต่อการเก็บรักษา	58	28.02
นำขนมเก่ามาขาย	43	20.77
ขนมไม่สะอาด	43	20.77
รสชาติเปลี่ยนแปลงไป	41	19.81
ไม่พบปัญหาใด ๆ	16	7.73
อื่น ๆ (ทำให้อ้วน, หาบริโภคยาก, ราคาแพง)	6	2.90

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 28 พฤติกรรมหลังจากพบปัญหา

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลดการบริโภค	61	58.65
บริโภคตามปกติ	28	26.92
เลิกบริโภค	15	14.43
รวม	104	100.00

พฤติกรรมหลังจากพบปัญหา

เมื่อผู้บริโภคมพบปัญหาในการบริโภคขนมไทยแล้ว ผู้บริโภคจะลดการบริโภคขนมไทย มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 58.65 รองลงมาคือ บริโภคตามปกติ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 26.92 และเลิกบริโภค จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.43 (ตารางที่ 28)

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทย

ผู้บริโภคมมีความคิดเห็นที่ดีมากต่อขนมไทยในด้านราคา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 รสชาติ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 สีสีน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 การบรรจุหีบห่อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 สถานที่จำหน่าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 คุณค่าอาหาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และความสะอาด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33

ผู้บริโภคมที่มีความคิดเห็นที่ดีต่อขนมไทยในด้านราคา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รสชาติ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 สีสีน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 การบรรจุหีบห่อ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16 สถานที่จำหน่าย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 คุณค่าอาหาร จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และความสะอาด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17

ผู้บริโภคมที่มีความคิดเห็นที่พอใช้ต่อขนมไทยด้านราคา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 รสชาติ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สีสีน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 การบรรจุหีบห่อ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 สถานที่จำหน่าย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 คุณค่าอาหาร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และความสะอาด จำนวน 56 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.67

ผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นที่ชมไทยควรปรับปรุงในด้านราคา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 รสชาติ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 สีสิ้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 การบรรจุหีบห่อ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 สถานที่จำหน่าย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 คุณค่าอาหาร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และความสะอาด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.83 (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อชมไทย

รายการ	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	รวม
ราคา	8 (6.67)	44 (36.67)	61 (50.83)	7 (5.83)	120 (100.00)
รสชาติ	18 (15.00)	81 (67.50)	15 (12.50)	6 (5.00)	120 (100.00)
สีสิ้น	6 (5.00)	69 (57.50)	35 (29.17)	10 (8.33)	120 (100.00)
การบรรจุหีบห่อ	3 (2.50)	53 (44.16)	50 (41.67)	14 (11.67)	120 (100.00)
สถานที่จำหน่าย	2 (1.67)	46 (38.33)	57 (47.50)	15 (12.50)	120 (100.00)
คุณค่าอาหาร	15 (12.50)	57 (47.50)	40 (33.33)	8 (6.67)	120 (100.00)
ความสะอาด	4 (3.33)	47 (39.17)	56 (46.67)	13 (10.83)	120 (100.00)

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

ความคิดเห็นของผู้บริโภคว่าในปัจจุบันขนมขบเคี้ยว (Snack) กำลังเข้ามาตีตลาดไทยจนทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักขนมไทยกันแล้ว

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนแสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วย คือ มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83 และแสดงความคิดเห็นว่าไม่เห็นด้วย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.34 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นของผู้บริโภคว่าในปัจจุบันขนมขบเคี้ยว (Snack) กำลังเข้ามาตีตลาดขนมไทย ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักขนมไทยกันแล้ว

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นด้วย	55	45.83
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	49	40.83
ไม่เห็นด้วย	16	13.34
รวม	120	100.00

บทที่ 4

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริโภครวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้บริโภค สรุปผลได้ดังนี้

สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

ผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท

พฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคขนมไทย ประเภทของขนมไทยที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดคือขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปียก เช่น ผอศทอง ทองหยอด และทองหยิบ รองลงมาคือ ขนมไทยประเภทเปียก เช่น ก๋วยเตี๋ยว บัวลอย และลอดช่อง สุกท้ายคือขนมไทยประเภทแห้ง เช่น ถั่วแปบ ถั่วฟู และถั่วฉาย เพื่อทราบ ส่วนผู้ที่ไม่ชอบบริโภคขนมไทยนั้นจะให้เหตุผลที่ไม่ชอบบริโภคคือ คือ มีรสชาติไม่อร่อย รองลงมาคือ กลิ่นฉุน กลิ่นฉุนผสมอาหารและสารกันบูด ผู้บริโภคจะบริโภคขนมไทยที่บ้านมากที่สุด ในช่วงขณะพักผ่อน เช่น ดูโทรทัศน์หรือนั่งเล่นในบ้าน โดยจะบริโภคควบคู่กับน้ำเปล่ามากที่สุด ส่วนใหญ่จะซื้อขนมไทยมาบริโภคนาน ๆ ครั้ง มูลค่าการซื้อแต่ละครั้งจะไม่เกิน 10 บาท ผู้ที่ทำการตัดสินใจซื้อขนมไทย คือ ตัวผู้บริโภคเอง สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุดคือ แผงลอย รถเข็น โดยให้เหตุผลที่ซื้อว่าสถานที่นั้นสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาคือ ชอบในรสชาติของขนม

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

อิทธิพลที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยครั้งแรก คือ บุคคลในครอบครัวบริโภค ดังนั้น แสดงว่าครอบครัวมีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจที่จะบริโภคขนมไทย ส่วนสาเหตุที่บริโภคขนมไทยคือ ชอบในรสชาติ รองลงมาคือ ชอบรับประทานเล่น ปัจจัยที่สำคัญที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อขนมไทยแต่ละแห่ง คือ รสชาติ รองลงมาคือ ความสะอาด และราคา สื่อที่ช่วยให้ผู้บริโภครู้จักร้านขนมไทยแต่ละแห่งคือ ตนเอง รองลงมาคือ เพื่อน/คนรู้จัก แสดงว่าการโฆษณาหรือการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ไม่ค่อยมีผลต่อผู้บริโภค หรือยังไม่เข้าถึงผู้บริโภคแต่อย่างใดเท่าที่ควร หากผู้บริโภคซื้อประเภทขนมไทยที่ซื้อเป็นประจำไม่ได้ ผู้บริโภคจะหาซื้อขนมไทยประเภทอื่น ๆ แทนไปก่อน รองลงมาคือ กลับไปซื้อใหม่ในวันหลัง

ปัญหาในการบริโภคขนมไทย

ปัญหาในการบริโภคขนมไทยที่ผู้บริโภคมักจะประสบมากที่สุดคือ ยากต่อการเก็บรักษา รองลงมาคือ คนขายจะนำขนมเก่ามาขาย และขนมนั้นไม่สะอาดเท่าที่ควร มักมีสิ่งปนเปื้อนอยู่ในขนม เช่น ฝุ่นผง ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคประสบปัญหาในการบริโภคขนมไทยดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะลดการบริโภคขนมไทยลง และอาจจะเปลี่ยนร้านที่ซื้อขนมไทยไปเป็นร้านอื่นเสีย

ความคิดเห็นในการบริโภคขนมไทย

ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นว่าดีต่อขนมไทยในด้านรสชาติ สี สีสัน การบรรจุหีบห่อ และคุณค่าอาหาร ส่วนในด้านราคา สถานที่จำหน่าย และความสะอาด ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นว่าพอใช้เท่านั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยกับคำที่ว่า ขนมขบเคี้ยวกำลังเข้ามาตีตลาดขนมไทย ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักขนมไทยกันแล้ว ดังนั้นทุก ๆ คน จึงควรที่จะช่วยในการส่งเสริม รมรงค์ให้ ผู้บริโภคหันมานิยมบริโภคขนมไทยให้เหมือนในอดีต เพื่อให้ขนมไทยอยู่กับเมืองไทยอีกต่อไป

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

ผู้บริโภคให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อขนมไทย ดังนี้

1. ควรจะมีการพัฒนาด้านความสะอาด ทั้งความสะอาดของตัวขนมและความสะอาดของร้านให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพราะในปัจจุบันร้านขนมไทยบางร้านยังไม่สะอาดเท่าที่ควร รวมทั้งตัวขนมเองซึ่งบางที่ผู้บริโภคยังพบแมลงหรือสิ่งสกปรกปนเปื้อนอยู่ในขนม
2. ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงมากกว่านี้ โดยอาจวางขายตามซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านสะดวกซื้อให้มากขึ้น
3. ผู้ผลิตควรปรับปรุงในด้านการบรรจุหีบห่อ ให้มีการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาใช้บรรจุขนมเหมือนในอดีต เช่น ใบตอง เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น
4. ผู้บริโภคเสนอแนะให้มีการปรับปรุงด้านรสชาติ โดยลดความหวานลงในขนมบางประเภท
5. ควรมีการควบคุมเรื่องสีที่ผสมในขนมไทยให้มีการใช้สีธรรมชาติแทนสีสังเคราะห์ ที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคได้
6. ผู้ผลิตควรทำการผลิตขนมไทยแบบวันต่อวันที่จะขายให้แก่ผู้บริโภค ไม่ควรนำขนมเก่าค้างคืนมาขาย
7. การตั้งราคาขายควรจะถูกกลงกว่าเดิม เพราะในปัจจุบันราคาขนมไทยแพงมากเมื่อเทียบกับปริมาณที่ได้
8. ข้อเสนอแนะที่สำคัญอีกประการ คือ ควรช่วยกันอนุรักษ์ขนมไทยไว้ให้ลูกหลานได้รู้จัก เพราะขนมไทยเป็นขนมของคนไทยมาช้านานและเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นไทยได้อย่างหนึ่งด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการที่ได้ศึกษา เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคขนมไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ผลิตควรมีการปรับปรุงในด้านรูปแบบ ความสะอาดและรสชาติของขนมไทยอยู่ตลอดเวลา ให้มีความสะอาดมากขึ้นกว่าเดิมรวมทั้งให้มีรสชาติที่อร่อยถูกปากผู้บริโภค โดยมีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและคุณภาพให้มากขึ้นกว่าเดิม
2. การบรรจุหีบห่อต้องดึงดูดใจ ควรมีการใช้วัสดุคิบัติได้จากธรรมชาติเช่น ใบตองที่สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติไม่เหมือนกับกับการใช้โฟมหรือถุงพลาสติก และเพื่อเป็นการอนุรักษ์ความเป็นไทยไว้เช่นแต่ก่อน
3. ควรมีการเข้มงวดเรื่องการใช้สีที่ผสมลงไปขนม ควรมีการตรวจสอบกันอย่างสม่ำเสมอ หากผู้ผลิตรายใดตรวจพบว่าใช้สีสังเคราะห์ผสม ควรมีการลงโทษผู้ผลิตรายนั้น ๆ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

ด้านราคา

จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ได้นำมาศึกษา ให้ความคิดเห็นด้านราคาของขนมไทยว่า ราคาค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับแต่ก่อน ดังนั้นผู้ผลิตควรมีการปรับปรุงด้านราคา อาจทำได้โดยการชักชวน หรือส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคขนมไทยให้มากขึ้น เพราะหากผู้บริโภคหันมานิยมบริโภคเพิ่มขึ้นแล้ว จะทำให้ต้นทุนในการทำขนมของผู้ผลิตลดลง และจะส่งผลทำให้ราคาของขนมไทยถูกลง

ด้านสถานที่วางจำหน่าย

1. จากการศึกษาพบว่าถ้ามีการกระจายสินค้าให้ทั่วถึง มีการวางขายอยู่ทั่วไป ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่ายจะทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคมากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตควรจะนำสินค้าของตนกระจายไปตามซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ รวมไปถึงร้านค้าทั่วไป

2. ส่วนปัญหาของผู้บริโภคคือ สถานที่ขายขนมไม่สะอาดเท่าที่ควร ดังนั้นควรมีการออกมาตรการควบคุมร้านขายขนมในด้านของความสะอาดให้ถูกสุขอนามัย หากตรวจพบว่าร้านไหนสกปรกมากเกินไปเกินมาตรฐาน ก็ให้ดำเนินการลงโทษต่อไป

ด้านการส่งเสริมการขาย

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะไม่ค่อยรู้จักขนมไทยกันแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กยุคใหม่ เพราะขาดการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นทางผู้ผลิตรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐบาล ควรมีการรณรงค์ให้มีการรู้จักขนมไทยให้มากขึ้น ให้มีการบริโภคมากขึ้น โดยอาจจะจัดทำเป็นสัปดาห์ของเทศกาลขนมไทยในแต่ละปี จนทุกคนเกิดความรักในขนมไทยขึ้นมา และเพื่ออนุรักษ์ไว้ให้ขนมไทยอยู่กับคนไทยให้นานอีกด้วย

2. ทางด้านร้านขายขนมไทย ผู้บริโภคไม่ค่อยได้รู้จักขนมไทยจากสื่อต่าง ๆ เท่าใดนัก เช่น โฆษณา สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทำให้บางร้านแม้จะทำรสชาติได้ดีแต่ก็ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ดังนั้นควรมีการโฆษณาให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยสื่อที่ใช้ควรเป็นโทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดและเร็วที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ไม่มีความสำคัญเลยสำหรับผู้บริโภคขนมไทย

เอกสารอ้างอิง

กองวิทยาศาสตร์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน . 2530 . "สี่ธรรมชาติ " .
อาหาร . 17(3) : น. 189-195 .

ชวนชม จันทรเปารยา . 2529 . "ขนมหวาน" . น. 80-83 . อาหาร 2 .
กรุงเทพมหานคร . กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ .

คู่แข่งธุรกิจ . 2531 . "ชิม-ชม ตลาดขนมไทย" . คู่แข่ง . 9(99) : น. 132-137 .

แดงดีอช มาลี . 2535 . ขนมหม้อแกง . กรุงเทพมหานคร : บริษัท เลิฟแอนด์ลิฟเวอเรส
จำกัด .

ต้นตำรับ . 2537 . "ขนมไทย" . อนุสาร อสท . 34(10) : น. 72-81 .

ทัศนีย์ โรจนไพบูลย์ . 2536 . "อาหารสวยด้วยสี่ธรรมชาติ" . ฉลาดบริโภค .
18(3) : น.41-49 .

นฤมล เหลืองนภา . 2533 . การผลิตและการใช้ในอุตสาหกรรมขนมไทยบางชนิด.
กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยเทคโนโลยีอาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

บนิตร เกาฎีระ . 2537 . "เสน่ห์ขนมไทยใจใสชวนมอง" . ไทยรัฐ . (14 มิถุนายน 2537)
: น. 33 .

ศรีสมร คงพันธ์ และมณี สุวรรณพ้อง . 2531 . ขนมและน้ำผลไม้ . กรุงเทพมหานคร .
ด้านสุขภาพการพิมพ์ .

ศิริลักษณ์ เชาวุฒินานาญ . 2533 . ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพและอายุการเก็บของฝอยทอง .

กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยปริญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

สมบัติ พลายน้อย . 2527 . ขนมแม่เอี้ย . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บำรุงสาส์น .

หมวดสังคมศึกษา โรงเรียนเบญจมเทษุทิศเพชรบุรี . 2526 . "ขนมพื้นบ้านของไทย" .

น. 85-126 . มรดกไทยเล่มน้อย . ประจวบคีรีขันธ์ . ศูนย์การทหารราบ ค่าชนะรัตน์ .

การพนัน

ชุดที่ _____

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการณ์บริโภคขนมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง :

ขนมไทย หมายถึง ขนมที่มีส่วนผสมของ แป้ง น้ำตาล มะพร้าว และไข่ เป็นส่วนประกอบหลัก แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ขนมไทยประเภทเปลือก เช่น ขนมบัวลอย ขนมลอดช่อง ขนมปลากิมไข่เต่า ขนมข้าหริ่ม กลัวยาวชี่ ขนมเชื่อมต่าง ๆ และขนมพวกน้ำกะทิหรือลอยแก้ว เป็นต้น

2. ขนมไทยประเภทแห้ง เช่น ขนมถั่วฝู ขนมทองม้วน ขนมสำปันนี้ ขนมทองเอก ขนมฝรั่ง ขนมปุยฝ้าย ขนมฝิง กลัวยางาบ เฝือกยางาบ วุ้นกรอบ ขนมบ้าบิ่น ขนมน้ำตาลดอกไม้ ขนมชี่หนู ขนมเล็บมือนาง ขนมถั่วแปบ ขนมดอกคำดวน เป็นต้น

3. ขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปลือก เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมใส่ไส้ ขนมเปลือกปูน ลูกชุบ ขนมครก ขนมถั่วลิสง ขนมกล้วย ขนมเทียน ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ วุ้น ตะโก้ ข้าวต้มมัด เป็นต้น

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าช่องว่างที่ท่านต้องการ

100cm

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ ปี open

3. สถานภาพ

() 1. โสด

() 4. แยกกันอยู่

() 2. สมรส

() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ

() 3. หม้าย

close

4. ระดับการศึกษา

open

- () 1. ประถมศึกษา () 4. ปริญญาตรี
 () 2. มัธยมศึกษา () 5. สูงกว่าปริญญาตรี
 () 3. อาชีวศึกษา () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 5. รับจ้าง
 () 2. รับราชการ () 6. ค้าขาย
 () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 7. แม่บ้าน
 () 4. พนักงานบริษัท ห้างร้าน () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้ต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 3,000 บาท () 4. 9,001 - 12,000 บาท
 () 2. 3,001 - 6,000 บาท () 5. 12,001 - 15,000 บาท
 () 3. 6,001 - 9,000 บาท () 6. 15,000 บาท ขึ้นไป

close

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

1. ปกติท่านชอบบริโภคขนมไทยหรือไม่

- () 1. ชอบ (ข้ามไปตอบข้อ 3) () 2. ไม่ชอบ

2. ท่านไม่ชอบบริโภคขนมไทย เพราะ (ตอบได้หลายคำตอบ)

- () 1. รสชาติไม่อร่อย () 3. กลัวสีผสมอาหารและสารกันบูด
 () 2. กลัวอ้วน () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ท่านบริโภคขนมไทยประเภทใดบ่อยที่สุด (ตอบได้ 1 คำตอบ)

- () 1. ขนมไทยประเภทเปลือก
 () 2. ขนมไทยประเภทแห้ง
 () 3. ขนมไทยประเภทกึ่งแห้งกึ่งเปลือก

open close
รสอร่อย

4. จากข้อ 3 รายชื่อขนมไทยที่ท่านชอบบริโภคเป็นประจำ

.....

5. ช่วงเวลาที่ท่านบริโภคขนมไทยบ่อยที่สุด คือ

- () 1. ขณะพักผ่อน (ดูโทรทัศน์, นั่งเล่นในบ้าน)
 () 2. ขณะพบปะเพื่อนๆ
 () 3. รองท้องก่อนรับประทานอาหารหนัก
 () 4. หลังรับประทานอาหารหนัก
 () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ

6. สถานที่ที่ท่านบริโภคขนมไทยบ่อยที่สุด

- () 1. บ้าน () 4. ร้านขายขนมไทย
 () 2. ที่ทำงาน () 5. ร้านอาหารทั่วไป
 () 3. สถานศึกษา () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

7. ประเภทเครื่องดื่มที่ท่านชอบรับประทานคู่กับขนมไทยบ่อยที่สุด คือ

- () 1. ชา/กาแฟ () 3. น้ำเปล่า
 () 2. น้ำอัดลม () 4. น้ำผลไม้ () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ ...

8. ความถี่ของการบริโภคขนมไทย

- () 1. ทุกวัน () 4. นาน ๆ ครั้ง
 () 2. 2-3 วันต่อครั้ง () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ
 () 3. สัปดาห์ละครั้ง

9. มูลค่าในการซื้อขนมไทยในแต่ละครั้ง

- () 1. ไม่เกิน 10 บาท () 3. 21-30 บาท
 () 2. 11-20 บาท () 4. 30 บาท ขึ้นไป

10. ปัจจุบันผู้ตัดสินใจซื้อขนมไทย คือ

- () 1. ตัวผู้บริโภคเอง () 4. พี่น้อง/ญาติ
 () 2. บิดา () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ
 () 3. มารดา

11. กรณีที่ท่านเป็นผู้ซื้อขนมไทยเอง ท่านซื้อจากที่ใดบ่อยที่สุด
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ซูเปอร์มาเก็ต | <input type="checkbox"/> 4. แผงลอย, รถเข็น |
| <input type="checkbox"/> 2. มินิมาร์ทปรับอากาศ | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ |
| <input type="checkbox"/> 3. ร้านค้า | |
12. ท่านซื้อขนมไทยจากสถานที่ดังกล่าวในข้อ 11 เนื่องจาก (ตอบได้หลายคำตอบ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. สะดวกต่อการเดินทาง | <input type="checkbox"/> 5. มีบริการที่ดี |
| <input type="checkbox"/> 2. ชอบในรสชาติ | <input type="checkbox"/> 6. ความสะอาดของร้าน |
| <input type="checkbox"/> 3. มีประเภทของขนมไทยให้เลือกมาก | <input type="checkbox"/> 7. ซื้อได้ราคาถูก |
| <input type="checkbox"/> 4. ซื้อเป็นประจำ | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ โปรดระบุ |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการบริโภคขนมไทย

1. อิทธิพลที่ทำให้ท่านบริโภคขนมไทยครั้งแรก
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อนชักชวน | <input type="checkbox"/> 4. สีสีนและรูปแบบดึงดูดใจ |
| <input type="checkbox"/> 2. อยากรลอง | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ |
| <input type="checkbox"/> 3. บุคคลในครอบครัวบริโภค | |
2. เหตุผลที่ท่านบริโภคขนมไทย คือ (ตอบได้หลายคำตอบ)
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ชอบในรสชาติขนมไทย | <input type="checkbox"/> 3. เป็นของว่างรับรองแขก |
| <input type="checkbox"/> 2. ชอบรับประทานเล่น | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ โปรดระบุ |
3. ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อขนมไทย คือ (ตอบได้หลายคำตอบ)
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รสชาติ | <input type="checkbox"/> 6. ภาชนะใช้บรรจุ |
| <input type="checkbox"/> 2. สีสีน | <input type="checkbox"/> 7. ขนาดบรรจุ |
| <input type="checkbox"/> 3. ราคา | <input type="checkbox"/> 8. ชนิดที่บริโภคเป็นประจำ |
| <input type="checkbox"/> 4. ความสะอาด | <input type="checkbox"/> 9. ชื่อเสียงของผู้ผลิต |
| <input type="checkbox"/> 5. ความสะดวกทางอาหาร | <input type="checkbox"/> 10. อื่น ๆ โปรดระบุ |

4. ท่านรู้จักร้านขนมไทยแต่ละแห่งได้อย่างไร (ตอบได้หลายคำตอบ)

- () 1. ด้วยตัวเอง () 3. นิตยสาร/วารสาร
() 2. เพื่อน/คนรู้จัก () 4. หนังสือพิมพ์ () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ ...

5. ถ้าท่านหาซื้อประเภทขนมไทยที่ท่านเคยซื้อเป็นประจำไม่ได้ท่านจะ

- () 1. หาซื้อขนมไทยประเภทอื่น ๆ แทน () 3. ซื้อจากร้านอื่นที่มี
() 2. กลับไปซื้อใหม่ในวันหลัง () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภคขนมไทย

1. ปัญหาในการบริโภคขนมไทย (ตอบได้หลายคำตอบ)

- () 1. รสชาติเปลี่ยนแปลงไป () 4. ขนมไม่สะอาด
() 2. ยากต่อการเก็บรักษา () 5. ไม่นิยมปัญหาใด ๆ
() 3. นำขนมเก่ามาขาย () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

2. หลังจากที่ท่านพบปัญหาดังกล่าว ทำให้

- () 1. บริโภคตามปกติ () 3. เลิกบริโภค
() 2. ลดการบริโภค () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อขนมไทยในเรื่อง ๆ เหล่านี้อย่างไร

	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
ราคา
รสชาติ
สีกลิ่น
การบรรจุหีบห่อ
สถานที่จำหน่าย
คุณค่าอาหาร
ความสะอาด

4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าในปัจจุบันนี้ขนมขบเคี้ยว (Snack) กำลังเข้ามาตีตลาดขนมไทย ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักขนมไทยกันแล้ว

- () 1. เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- () 2. เห็นด้วย
- () 3. ไม่เห็นด้วย เพราะ

5. ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับขนมไทย

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

