

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณบุรีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ (GI)

Guidelines for developing Thai desserts Product from Geographical Indication (GI) - Certified Suphan Water Chestnuts

ศิวกกร ตลับนาค, น้อมจิตต์ สุธิบุตร, ชญาภัทร กี่อาริโย, จักรกฤษณ์ ทองคำ*

Siwakron Talapnark, Nomjit Suteebut, Chayapat Kee-ariyo, Chukkrit Thongkham*

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวรชัยยบาล เขตดุสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10300 ประเทศไทย

Department of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology,

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

168 Sri Ayutthaya Road, Wachiraphyaban Subdistrict, Dusit District, Bangkok 10300, Thailand

รับบทความ: 6 มีนาคม 2569 ปรับปรุงบทความ: 6 สิงหาคม 2569 ตอปรับตีพิมพ์บทความ: 28 สิงหาคม 2569

บทคัดย่อ

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นแหล่งผลิตหัวที่สำคัญของประเทศ แต่การนำหัวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรยังมีอยู่อย่างจำกัด จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการผลิตและการจำหน่ายขนมไทยของสถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาตำรับขนมไทยจากผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย และ 3) คัดเลือกขนมไทยที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากหัว เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยสถานประกอบการผลิตและจำหน่ายขนมไทย 8 แห่ง ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย 7 คน และนักท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลทั่วไป 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละสำหรับ

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

อีเมล: Chukkrit.t@rmutp.ac.th

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นกิจการที่ดำเนินงานมาอย่างยาวนาน และมีการสืบทอดกิจการจากรุ่นสู่รุ่น โดยผลิตและจำหน่ายขนมไทยพื้นถิ่นหลากหลายประเภท ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องว่าขนมสาเล่สุพรรณ ขนมสาเล่ทิพย์ หม้อแกง ขนมหนึ่ง ขนมบ้าบิ่น ขนมลูกเต๋า และกระยาสารท เป็นขนมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี และเสนอว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมุ่งเน้นคุณค่าด้านสุขภาพ การคงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผลการคัดเลือกผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มหัวสด ขนมบัวลอย (ร้อยละ 47.3) และขนมบ้าบิ่น (ร้อยละ 41.3) ได้รับความคัดเลือกสูงสุด กลุ่มแป้งหัว ได้แก่ ขนมสาเล่สุพรรณ (ร้อยละ 44.0) และขนมทองม้วน (ร้อยละ 36.5) ส่วนกลุ่มหัวอบแห้ง ได้แก่ หัวฉาบ (ร้อยละ 70.0) และกระยาสารท (ร้อยละ 44.3) ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการและเกษตรกรผู้ปลูกหัวในจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทย หัวสุพรรณ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขนมไทยท้องถิ่น

Received: March 6, 2026

Revised: April 6, 2026

Accepted: August 28, 2026

Abstract

Suphan Buri Province is a major producer of water chestnuts in Thailand, but the processing of water chestnuts into Thai desserts that reflect local identity and add value to this agricultural product is limited. Therefore, it is necessary to study approaches to developing Thai desserts from water chestnuts that align with local wisdom and consumer demand. This research aims to: 1) study the production and distribution of Thai desserts by businesses in Suphan Buri Province; 2) study approaches to developing Thai dessert recipes from Thai dessert experts; and 3) select Thai desserts with potential for development into products from water chestnuts. Data was collected through interviews and questionnaires. The sample group consisted of 8 Thai dessert production and distribution businesses, 7 Thai dessert experts, and 400 tourists and members of the general public. Content analysis was used for objectives 1 and 2, and descriptive analysis using frequency and percentage was used for objective 3. The results showed that most businesses are long-established enterprises passed down through generations, producing and distributing various types of local Thai desserts. Experts agreed that Suphan Buri Salty Rice Cake (Khanom Sali Suphan) is a promising product. Thai desserts

such as Salithip, Mhok Kaeng, Khanom Nueng, Khanom Ba Bin, Khanom Luk Tao, and Krathong Sarath reflect the identity of Suphan Buri province. The study suggests that product development should focus on health benefits, preserving local identity, and sustainable resource utilization. Product selection results showed that fresh water chestnuts were most popular: Bua Loy (47.3%) and Khanom Ba Bin (41.3%). Among water chestnut flour products, Kanom Sali Suphan (Thai Sponge Cake) (44.0%) and Khanom Thong Muan (36.5%) were the most popular. Finally, dried water chestnuts were preferred, including Haew Chab (70.0%) and Krayasart (44.3%). The research findings can be used as a guideline for developing Thai desserts from water chestnuts to increase agricultural product value, preserve local wisdom, and promote sustainable economic empowerment for entrepreneurs and water chestnut farmers in Suphan Buri province.

Keywords

Development of Thai dessert products, Suphan buri water chestnut, Geographical indications, Local Thai desserts

บทนำ (Introduction)

แห้วเป็นพืชที่มีความสำคัญต่อระบบเกษตรกรรมและวัฒนธรรมอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีสภาพภูมิประเทศ แหล่งน้ำ และลักษณะดินที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก แห้วสุพรรณจึงมีคุณภาพโดดเด่นด้านความกรอบ ความหวาน และเนื้อสัมผัสที่แตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนำไปสู่การขึ้นทะเบียน “แห้วสุพรรณ” เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองชื่อเสียงสินค้าและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพผลิตภัณฑ์กับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2560) อย่างไรก็ตาม แม้แห้วสุพรรณจะเป็นวัตถุดิบที่มีศักยภาพสูงในเชิงคุณภาพและอัตลักษณ์พื้นที่ แต่การใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจยังคงจำกัดอยู่ในรูปแบบการจำหน่ายผลผลิตสดหรือการแปรรูปขั้นต้น ซึ่งส่งผลให้การสร้างมูลค่าเพิ่มยังไม่สอดคล้องกับศักยภาพของสินค้าเกษตรกรผู้ปลูกแห้วสุพรรณยังประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิต การจัดการคุณภาพตามข้อกำหนด GI และการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน (ชาญณรงค์ เป็งเรือน และคณะ, 2566, 52-55)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยท้องถิ่นโดยใช้แห้วสุพรรณเป็นส่วนผสมหลัก ด้วยขนมไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอาหารที่สะท้อนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การนำแห้วสุพรรณซึ่งเป็นสินค้า GI มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาขนมไทย ไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร แต่ยังเป็นการต่อยอด

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางการส่งเสริมสินค้าเกษตรมูลค่าสูงของภาครัฐ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) การสร้างมูลค่าเพิ่มของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานคุณภาพ ให้สินค้าเกษตรมิได้เกิดจากกระบวนการแปรรูปเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องบูรณาการทุนวัฒนธรรมจากอัตลักษณ์ของผลผลิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับทุนทางสังคมของชุมชน จึงจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (นิโบล วงศ์ภทรนทร์, 2567, 99 - 114) อย่างไรก็ตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณในเชิงระบบยังมีอยู่อย่างจำกัด จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้หัวสุพรรณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยยังมีจำนวนจำกัด และส่วนใหญ่เป็นการศึกษาการแปรรูปในผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป ขณะที่ยังขาดการศึกษาที่พัฒนาสูตรขนมไทยโดยใช้หัวสุพรรณเป็นวัตถุดิบหลัก พร้อมประเมินคุณภาพทางกายภาพ เคมี คุณค่าทางโภชนาการ และการยอมรับของผู้บริโภคอย่างครบถ้วน ส่งผลให้ยังไม่มีองค์ความรู้ที่เพียงพอสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางองค์ความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยท้องถิ่นสุพรรณบุรีจากหัว: สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี” จึงมีความสำคัญในเชิงวิชาการที่จะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นบนฐานทรัพยากร GI ส่วนในเชิงปฏิบัติสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้และเสริมความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชนของจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. ศึกษาสถานการณ์การผลิตและจำหน่ายขนมไทยจากสถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาตำรับขนมไทยจากหัวสุพรรณบุรีโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและขนมไทย
3. เพื่อคัดเลือกรายการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้วยหัวสุพรรณบุรีตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



จากกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับการพัฒนาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณ ซึ่งบูรณาการแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การสร้างมูลค่าเพิ่มจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานชุมชน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ บริบทของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs: Em) องค์ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญ (Professionals: Ps) และ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumers' Needs) ซึ่งทำหน้าที่เป็นปัจจัยนำเข้า (Input Factors) ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนแรก ข้อมูลจากทั้งสามองค์ประกอบถูกนำมาผ่านกระบวนการ วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis and Synthesis) เพื่อบูรณาการองค์ความรู้จากภาคการผลิต ความเชี่ยวชาญทางวิชาการ และพฤติกรรมผู้บริโภคให้เกิเป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยกระบวนการดังกล่าวมุ่งลดข้อจำกัดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อาศัยมุมมองเพียงด้านเดียว และส่งเสริมการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งด้านเทคนิค เศรษฐกิจ และการตลาด

ผลจากการวิเคราะห์นำไปสู่การกำหนด แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณซึ่งเป็นสินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นวัตถุดิบหลัก เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ คงไว้ซึ่งคุณลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบ และสามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครอบคลุมการคัดเลือกชนิดของขนมไทย การปรับปรุงสูตร การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และศักยภาพเชิงพาณิชย์

ขั้นตอนต่อมาคือ การคัดเลือกนมไทยที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาความเหมาะสมของคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของหัว ความเป็นไปได้ในการผลิต ความสามารถในการรักษาอัตลักษณ์ของขนมไทย และศักยภาพในการยอมรับของผู้บริโภค กระบวนการดังกล่าวช่วยให้

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีคุณภาพทั้งในด้านคุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพทางประสาทสัมผัส และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรมหรือเชิงพาณิชย์

เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เหมาะสมแล้ว จะนำไปสู่การ **เพิ่มมูลค่าหัวสุพรรณในฐานะสินค้า GI** โดยการเชื่อมโยงคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งกำเนิดเข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Value-added Local Resource Development) และการใช้ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าอัตลักษณ์จังหวัด

ผลลัพธ์ปลายทางของกรอบแนวคิดคือ **การสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจชุมชน** ผ่านการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตร การสร้างโอกาสทางการตลาด การเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างคุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (Community-based Economy) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

โดยสรุป กรอบแนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลขององค์ประกอบต่าง ๆ ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและสังคม อันเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร การจัดการนวัตกรรม การตลาด และการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า GI และยกระดับศักยภาพการแข่งขันของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

“แห้ว” หรือแห้วจีน มีชื่อภาษาอังกฤษเรียกว่า วอเตอร์นัท (Waternut) หรือไชนีสวอเตอร์เชสต์นัต (Chinese water chestnut) หรือมาโต แห้วเป็นพืชดั้งเดิมของประเทศในเขตร้อน ขึ้นเองตามธรรมชาติในประเทศทางแถบเอเชียตะวันออก มีการนำแห้วมาปลูกเป็นครั้งแรกในประเทศทางแถบอินโดจีน หรือจีนภาคตะวันออก ปัจจุบันมีการปลูกแห้วเป็นการค้าในประเทศจีน ฮองกง ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา (รัฐฮาวาย) อินเดีย อเมริกาใต้ และประเทศไทย มีรายงานข้อมูลจากกรมศิลปากรว่า ไม่มีข้อมูลแน่ชัดว่ามีการนำแห้วเข้ามาปลูกในประเทศไทยเมื่อใดแต่มีการนำแห้วมาปลูกที่จังหวัดเชียงรายมานานแล้ว และจากนั้นได้มีการนำมาปลูกที่อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อปี พ.ศ.2493 ผลผลิตจากการเพาะปลูกแห้วเจริญงอกงามดี ได้ผลผลิตหัวสดถึงไร่ละ 4 ตัน ราคาในขณะนั้นกิโลกรัมละ 12-15 บาท จึงมีการปลูกแห้วเพิ่มขึ้นขยายเนื้อที่ออกไป ทำให้ราคาลดลงเรื่อยมาจนกระทั่งเหลือแค่กิโลกรัมละ 2 บาท ในปีพ.ศ. 2510 การขยายเนื้อที่การเพาะปลูกจึงไม่กว้างขวางมากนัก ปัจจุบันมีการปลูกแห้วมากสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน เขตอำเภอเมือง อำเภอศรีประจันต์ อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เนื้อที่เพาะปลูกประมาณ 500-1,000 ไร่ (ภควรรณ, 2569)

“**แห้วสุพรรณ**” ที่อำเภอศรีประจันต์เป็นแห้วจีน (Water chestnut) ซึ่งเจริญเติบโตได้ดีในดินที่มีลักษณะพิเศษ คือ ชั้นดินที่คล้ายชั้นดินดาน ลึกประมาณ 50-70 เซนติเมตร ซึ่งเหมาะสมในการเพาะปลูกแห้วจีนเป็นอย่างมาก เมื่อแห้วจีนลงหัวแล้วจะไปกองหรือแผ่ขยายในบริเวณชั้นดินดานทำให้สะดวกในการเก็บเกี่ยว จากการสำรวจบริบทเชิงพื้นที่ พบว่าเส้นทางคมนาคมหลัก (ถนนสาย 340 สุพรรณบุรี-ชัยนาท) เป็นแหล่งกระจายสินค้าของผากจากแห้ว อย่างไรก็ตาม ผลผลิตส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้าปฐมภูมิหรือแปรรูปขั้นต้น เช่น แห้วสดและแห้วกระป๋อง ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูง เช่นขนมไทยท้องถิ่น

คำว่าแห้ว อาจสื่อความหมายที่ไม่ดีนักจึงไม่นิยมนำแห้วมาเป็นของฝากหรือของขวัญในงานสำคัญหรือโอกาสอันเป็นมงคลต่าง ๆ ด้วยแห้วมีความหมายเป็นอักษณึ่งหนึ่งว่า ความไม่สมหวัง หรือความผิดหวังจากสิ่งที่หวังไว้ต่าง สืบเนื่องจากในปี พ.ศ. 2482 มีหนังสือชื่อว่า “สามเกลอ” แต่งโดย พล.นิกร,กิมหงวน ของ ป.อินทรปาลิต บอกเล่าถึงเรื่องราวคนหนึ่งที่ชื่อว่า “แห้ว โหระพากล” ซึ่งเป็นคนรับใช้ที่อยู่ในบ้านเศรษฐี มีความซื่อสัตย์รักภักดี แต่มีอุปนิสัยที่ทะเล้น ทะเล้ง เป็นคนตลกเฮฮา แต่มักทำอะไรผิดพลาด ไม่มีความสมหวังหรือไม่ประสบความสำเร็จอยู่เสมอ หนังสือเล่มนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจนได้นำมาสร้างเป็นภาพยนตร์หรือละครหลายเรื่อง ทั้งหมดนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่มาของคำว่าแห้ว ที่ถูกใช้แทนความหมายของความผิดหวังมาจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้หลายคนเปลี่ยนคำเรียกจากคำว่า “แห้ว” เป็น “สมหวัง” แทน

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้หลายคนเปลี่ยนคำเรียกจากคำว่า “แห้ว” เป็น “สมหวัง” แทน จากอุปสรรคเชิงสัญลักษณ์ และความหมายของคำว่าแห้ว ดังกล่าว จึงกลายเป็นโจทย์สำคัญในการสร้างมูลค่าใหม่ ผ่านการประยุกต์ใช้ในวัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะการพัฒนาเป็นขนมไทยท้องถิ่น เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ และสร้างการยอมรับของผู้บริโภคต่อไป

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ขนมไทยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอาหารที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับทรัพยากรธรรมชาติของสังคมไทยในแต่ละท้องถิ่น โดยเฉพาะในระดับชุมชน ขนมไทยมิได้มีบทบาทเพียงในฐานะอาหารเพื่อการบริโภค หากแต่ยังเกี่ยวข้องกับพิธีกรรม ความเชื่อ และประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2554) ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าขนมไทยเป็นองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางสังคมและประวัติศาสตร์

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะขนมไทยท้องถิ่นซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนเกษตรกรรมในลุ่มแม่น้ำท่าจีน ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เป็นที่ราบลุ่มและมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้มีวัตถุดิบพื้นบ้านที่เหมาะสมต่อการทำขนมไทย เช่น ข้าว มะพร้าว น้ำตาลจากพืชท้องถิ่น ถั่วลิสง และพืชน้ำอย่างแห้ว วัตถุดิบเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ขนมไทยที่มีรสชาติและรูปแบบเฉพาะถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562)

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีมีความหลากหลายทั้งในด้านประเภทและโอกาสการบริโภค สามารถจำแนกได้เป็นขนมในชีวิตประจำวันและขนมในพิธีกรรมหรือเทศกาลสำคัญของชุมชน เช่น งานบุญ งานบวช และงานมงคลต่าง ๆ ของท้องถิ่น กระบวนการผลิตขนมไทยเหล่านี้อาศัยองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และเน้นความประณีตพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบและการแปรรูป ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารไทย จากการศึกษาของเสาวณีย์ ไชยเดช (2560, 90–94) พบว่า การผลิตอาหารและขนมพื้นถิ่นในระดับชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ภายในชุมชน

ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ขนมไทยท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีกำลังเผชิญกับความท้าทายจากกระแสบริโภคนิยมและการแข่งขันกับขนมสมัยใหม่ รวมถึงการลดลงของผู้สืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นโดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์เดิม ควบคู่กับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถเพิ่มคุณค่าและความสามารถในการแข่งขันของขนมไทยในตลาดปัจจุบันได้ (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์, 2564)

นอกจากนี้ การเชื่อมโยงขนมไทยท้องถิ่นกับวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เช่น แห้วสุพรรณ ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยังเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น งานวิจัยด้านการเกษตรและการพัฒนาชุมชนพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบที่ได้รับการรับรอง GI สามารถช่วยยกระดับรายได้ของเกษตรกรและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน (ชาญณรงค์ เป็งเรือน, 2566, 56–58)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากทรัพยากรเกษตรท้องถิ่นได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเฉพาะการนำสินค้าเกษตรที่มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทั้งนี้ นิโบล วงศ์ภทรนนท์ (2567, 100–110) ได้สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรจำนวน 26 เรื่อง และพบว่า การแปรรูปสินค้าเกษตรให้เป็นขนมไทยมิได้เป็นเพียงการเปลี่ยนรูปลักษณ์เท่านั้น แต่เป็นกระบวนการบูรณาการทุนวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนเข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาให้เกิดขึ้นเป็นสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน

ในบริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี แห้วสุพรรณนับเป็นสินค้าเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ จนได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพ ความกรอบ และรสชาติที่แตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น บทความเรื่อง “แห้ว : ของดีเมืองสุพรรณฯ” ได้อธิบายถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางโภชนาการ และศักยภาพของแห้วสุพรรณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยชี้ให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ควบคู่กับการตอบสนองต่อแนวโน้มของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม

บทความดังกล่าวเป็นบทความวิชาการที่มุ่งนำเสนอศักยภาพของวัตถุดิบและแนวทางการพัฒนาในภาพรวมมากกว่าการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารด้วยวิธีการทดลองเชิงวิทยาศาสตร์ (ศิวก ร ตลับนาค และคณะ, 2568, 258-266)

ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวโดยตรง เกื้อจิตร ชีระกาญจน์ และคณะ (2567, 32-41) ได้ศึกษาการพัฒนา ข้าวเกรียบหัว เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ ตำบลวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ในระดับดี และเสนอให้ปรับปรุงรสชาติ ขนาด และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น งานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า หัวสุพรรณมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ที่ศึกษา ยังคงอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว และยังไม่ได้ครอบคลุมการพัฒนาขนมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ งานวิจัยในระดับนานาชาติยังสนับสนุนศักยภาพของหัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยการศึกษาการใช้แป้งหัว (Chinese Water Chestnut Flour) ทดแทนแป้งสาลีบางส่วนในการผลิตขนมปุยฝ้าย (Pui Fai) พบว่า การใช้แป้งหัวในสัดส่วนที่เหมาะสมสามารถช่วยคงคุณสมบัติด้านสี เนื้อสัมผัส ความชื้น และเพิ่มระดับการยอมรับของผู้บริโภคได้ ขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์อีกด้วย ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แป้งหัวมีศักยภาพในการประยุกต์ใช้กับขนมไทยและผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว และยังไม่ได้ขยายผลไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยหลายประเภทหรือการเชื่อมโยงกับสินค้า GI ของประเทศไทยโดยตรง

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถสรุปได้ว่า งานวิจัยที่ผ่านมาได้ยืนยันศักยภาพของหัวในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรท้องถิ่น แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษาเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแต่ละชนิด หรือการส่งเสริมสินค้าเกษตรในเชิงการตลาด ขณะที่ขาดการศึกษาที่บูรณาการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนมไทยจากหัวสุพรรณซึ่งเป็นสินค้า GI ร่วมกับการประเมินคุณภาพทางกายภาพ คุณภาพทางเคมี คุณค่าทางโภชนาการ และการยอมรับของผู้บริโภค ในกรอบการวิจัยเดียวกัน รวมทั้งยังไม่พบการเชื่อมโยงองค์ความรู้ตั้งแต่การใช้ทรัพยากร GI การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นช่องว่างขององค์ความรู้ (Research Gap) ที่งานวิจัยนี้มุ่งเติมเต็มองค์ความรู้ทางวิชาการ

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นผลผลิตของการผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมการดำรงชีวิต การศึกษาและพัฒนาขนมไทยในเชิงวิชาการจึงมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

ขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นผลผลิตของการผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมการดำรงชีวิต อย่างไรก็ตาม แม้ขนมไทยและหัตถ์จะมีความสำคัญ แต่องค์ความรู้ในการนำวัตถุดิบ GI มาพัฒนาเป็นขนมไทยท้องถิ่นอย่างเป็นระบบยังไม่เคยถูกศึกษาอย่างจริงจัง อีกทั้งมีความจำเป็นเร่งด่วนที่หากไม่ทำการวิจัยนี้ภูมิปัญญาอาจสูญหาย หรือวัตถุดิบ GI จะถูกใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มศักยภาพ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาสภาพการณ์ คัดเลือกรายการขนมไทยที่มีศักยภาพ และพัฒนาตำรับขนมไทยจากหัตถ์สุพรรณบุรี โดยอาศัยการมีส่วนร่วมทั้งผู้เชี่ยวชาญ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการศึกษาและพัฒนาขนมไทยในเชิงวิชาการครั้งนี้ จึงไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอาหาร แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งบูรณาการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสถานประกอบการผลิตและจำหน่ายขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่เปิดดำเนินการต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 8 ปี จำนวน 8 สถานประกอบการ เพื่อศึกษาระบวนการขั้นตอนด้านการผลิตและจำหน่ายขนมไทย (2) กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร และการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับอาหารและขนมไทย ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 7 ท่าน เพื่อให้ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการใช้แบบสัมภาษณ์ โดยเครื่องมือดังกล่าวผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และพิจารณาความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

2. การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพประชากรและตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นบุคคลทั่วไป โดยคัดกรองจากผู้ที่เคยบริโภคขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) กำหนดระดับความเชื่อมั่นและความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมรับได้ร้อยละ 95 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สูตรในการคำนวณ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
	e	=	ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05
	z	=	ค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือนัยสำคัญ 0.05
			ดังนั้น Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อแทนค่าสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ คน}$$

เพื่อป้องกันความสูญหายของข้อมูลหรือ แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ (Drop-out rate) ผู้วิจัยได้สำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกร้อยละ 10 (ประมาณ 40 คน) จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายไว้ที่ 420 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีเกณฑ์คัดเข้า คือ เป็นบุคคลทั่วไปที่เคยบริโภคขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีคำถามคัดกรองก่อนทำแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1: ข้อคำถามคัดกรองผู้เคยบริโภคขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี (Checklist)

ตอนที่ 2: ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล (Checklist)

ตอนที่ 3: ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้ผู้ผลิตใช้หัวเป็นส่วนประกอบในขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale ตามวิธีของ Likert)

การทดสอบเครื่องมือแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคที่เคยบริโภคขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี มีกระบวนการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ผ่านการพิจารณาจากทีมอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างแบบสอบถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินจำนวน 7 คน ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านขนมไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร และการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย ขนมไทย ไม่น้อยกว่า 5 ปี นำผลการประเมินแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปจนได้ข้อมูลครบถ้วนจำนวน 420 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดกลุ่มประเด็นนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบบรรยายเชิงพรรณนา เพื่อนำข้อสรุปไปใช้เป็นฐานในการสร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณในขั้นตอนถัดไป

2. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลคัดกรอง (ตอนที่ 1 และ 2) วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) และข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค (ตอนที่ 3) วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาและรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เอกสารรับรองเลขที่ IRB-COE-082-2025 โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และการรักษาความลับของข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านก่อนเข้าร่วมการวิจัย

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลศึกษาการผลิตและจำหน่ายขนมไทยจากสถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรี จากการสัมภาษณ์สถานประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายขนมไทยในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี (Establishment: Em) จำนวน 8 ร้าน เปิดมาแล้วไม่ต่ำกว่า 8 ปี (Em 1-8) มีดังนี้

Em-1: เป็นร้านขนมไทยที่เปิดมาแล้วกว่า 90 ปี ปัจจุบันเป็นทายาทรุ่นที่ 3 ที่สานต่อกิจการ ขนมไทยที่ผลิตและจำหน่ายเป็นขนมไทยท้องถิ่นทั่วไป มีทั้งรับมาจำหน่ายและผลิตขึ้นเอง กลุ่มเป้าหมายลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นให้เหมาะสมกับความสะดวกในการเลือกซื้อเป็นของฝาก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย ได้แก่ ขนมประเภทหนึ่ง ขนมมันสำปะหลัง ขนมแห้ว ขนมฟักทอง จำหน่ายในราคา 45 บาท ขนมหม้อแกงราคา 60 บาท ขนมชั้นราคา 50 บาท ขนมลูกเต๋าราคา 40 บาท ขนมทองม้วนราคา 50 บาท ครอบแครงกรอบราคา 50 บาท ขนมสาเลีราคา 45 บาท ขนมสาเลีทิพย์ราคา 40 บาท มีการจำหน่ายหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์ Facebook ขนมไทยที่มีแห้วเป็นองค์ประกอบที่มีการผลิตและจำหน่ายจำนวน 1 ชนิด คือ “ขนมแห้ว”

Em-2: เป็นร้านขนมไทยที่จำหน่ายในปั๊มน้ำมันขนาดใหญ่ในจังหวัดสุพรรณบุรี เปิดจำหน่ายมาแล้ว 9 ปี เป็นรุ่นแรก ขนมไทยที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในปั๊มน้ำมัน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าโมก-สุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นให้ความสะดวกในการเลือกซื้อเป็นของฝาก ได้แก่ ทองม้วนสด ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด นอกจากนั้นยังมี ทองพับ ทองม้วน กรอบเค็ม สาเลี กลีบลำดวน ซึ่ง Em-2 ได้บรรจุและจัดจำหน่ายในราคาเดียวกันทั้งร้าน ราคาทุกอย่าง 35 บาท 3 อย่าง 100 บาทคละกันได้ จัดจำหน่ายหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์ Em-2 ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบในขนมไทย

Em-3: เป็นร้านที่ผลิตและจำหน่ายขนมไทยเจ้าดังในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นร้านที่เปิดมายาวนานกว่า 50 ปี เคียงคู่จังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายที่โดดเด่น คือ “ขนมสาเลี” Em-3 มีสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายคือ ทองม้วน ราคา 40 บาท ข้าวตู ราคา 40 บาท (8 ชิ้น) ขนมชั้น 40 บาท ขนมสาเลี 40 บาท ขนมสาเลีกรอบ 75 บาท ข้าวเกรียบแห้ว 35 บาท กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์เน้นความสวยงามมีระดับ เหมาะสมกับการนำมาเป็นของฝาก มีผลิตภัณฑ์ที่มีแห้วเป็นส่วนประกอบจำหน่าย คือ “ข้าวเกรียบแห้ว”

Em-4: เป็นร้านที่จำหน่ายขนมไทยและของฝากในตลาดสามชุก 100 ปี เปิดจำหน่ายมาแล้ว 9 ปี เน้นการขายขนมไทยท้องถิ่น กลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน ในอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นแบบเรียบง่าย คงความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น สินค้าที่จัดจำหน่าย มีขนมลูกเต๋ากล่องละ 25 บาท ขนมบ้าบิ่น กล่องละ 35 บาท ขนมเปียะไส้ถั่วฟักไข่ กล่องละ 100 บาท ขนมหน้าแตก กล่องละ 35 บาท ขนมปลาโบราณ กล่องละ 35 บาท มีช่องทางการจัดจำหน่าย หน้าร้านช่องทางเดียว Em-4 ไม่มีผลิตภัณฑ์ ที่มีหัวเป็นส่วนประกอบจัดจำหน่าย

Em-5: เป็นร้านที่จำหน่ายขนมไทยและของฝากจังหวัดสุพรรณบุรี จัดจำหน่ายมายาวนานกว่า 70 ปี เน้นผลิตภัณฑ์ขนมไทย และอาหารว่างท้องถิ่น บรรจุภัณฑ์เน้นความเหมาะสมกับการนำมาเป็นของฝาก กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวและชาวบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายได้แก่ กรอบเค็ม กล่องละ 50 บาท ขนมโสมนัส กล่องละ 20 บาท ปั่นสับทอด ถูกละ 50 บาท กะหรี่ปั๊พ ชั่นละ 15 บาท ขนมผิง ถูกละ 20 บาท จัดจำหน่ายหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว Em-5 ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีหัวเป็นส่วนประกอบจำหน่าย

Em-6: เป็นร้านที่ผลิตและจำหน่ายขนมไทยรายใหญ่ ในตลาดสามชุก 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี ปัจจุบันมีมากกว่า 5 สาขา จำหน่ายมาแล้วกว่า 40 ปี ผลิตขนมไทยท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เป็นร้านที่ได้รับความนิยมจากอินฟลูเอนเซอร์ต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัดสุพรรณบุรี บรรจุภัณฑ์เน้นสีสดใสสวยงาม คงทน แข็งแรง ราคาต้นทุนบรรจุภัณฑ์ไม่แพง กลุ่มเป้าหมายลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายมีดังนี้ ขนมสาเลีราคา 35 บาท 3 กล่อง 100 บาท ขนมเปียะ ราคาชิ้นละ 150 บาท กาละแม ชูตละ 100 บาท ขนมลูกเต๋าคู 1 กล่อง(10 ลูก) ราคา 35 บาท 3 กล่อง 100 บาท (ขนมลูกเต๋ามีหลายไส้ อาทิ ไส้เผือก ไส้ครีม ไส้ถั่ว ไส้ช็อกโกแลต ไส้กาแฟ และหนึ่งในนั้นมิไส้หัวด้วย) ขนมไข่ กล่องละ 25 บาท วุ้นหัว กล่องละ 30 บาท มีการจัดจำหน่ายหน้าร้านเป็นหลัก และมีสาขามากถึง 5 สาขา ฐานการผลิตใหญ่อยู่ที่ตลาดสามชุก 100 ปี มีผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่มีหัวเป็นส่วนประกอบ 2 รายการ คือ “ขนมลูกเต๋าคูไส้หัว และวุ้นหัว”

Em-7: เป็นร้านค้าขนมสาเลีทิพย์ เปิดมาแล้วกว่า 52 ปี กลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว สาเลีทิพย์ที่จัดจำหน่ายอย่างเดียว เพราะได้รับความนิยมมาก มีลูกค้าที่มาซื้อหน้าร้านและผลิตส่งร้านค้าปลีกด้วย ผลิตไม่ทันเนื่องจากลักษณะของขนมสาเลีทิพย์ของร้านมีลักษณะที่โดดเด่น คือ “กรอบนอกนุ่มใน หอมกลิ่นนมแมว และนมข้นหวาน ที่เป็นเอกลักษณ์” บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องเหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก หากเป็นร้านค้าปลีกจำหน่ายใส่กล่องพลาสติกแบบบาง ให้ผู้ค้าปลีกติดแบรนด์สินค้าเอง มีจำหน่ายหน้าร้านช่องทางเดียว ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีหัวเป็นส่วนประกอบจัดจำหน่าย

Em-8: เป็นร้านขนมไทยในอำเภอเมืองที่อยู่ในตัว จังหวัดสุพรรณบุรี เปิดมาแล้วกว่า 10 ปี ผลิตและจำหน่ายขนมไทยเพียง 2 ชนิด คือ ขนมสาเลี และขนมสาเลีทิพย์ จัดจำหน่ายกล่องละ 20 บาท จำหน่ายทั้งปลีก

และส่ง บรรจุภัณฑ์เรียบร้อย กลุ่มเป้าหมายลูกค้าคือ นักท่องเที่ยว และผู้มาทำบุญในวัด ไม่มีผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่มีหัวเป็นส่วนประกอบจำหน่าย

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาตำรับขนมไทยจากนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านขนมไทยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัว พบว่า ผลการเก็บข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ (สัญลักษณ์ Ps แทนบุคคลผู้ให้ข้อมูล)

2.1 ประเด็น ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่ได้รับความนิยมในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้
ประเด็นแรก ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่ได้รับความนิยมในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้

Ps-1: “หากนึกถึงสุพรรณบุรี ถ้าเป็นขนมที่ขึ้นชื่อคงหนีไม่พ้นสาเล่สุพรรณ แต่ก็ยังมีขนมไทยพื้นถิ่นอีกมากมายที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของสุพรรณฯ แต่แตกต่างจากขนมไทยท้องถิ่นในที่อื่น ๆ เช่น หม้อแกงสุพรรณ มักจะใช้วิธีการกวนเผือก ไข่ขาวจากไข่เป็ด กะทิ และน้ำตาล จากนั้นนำส่วนผสมใส่ถาด วางสังกะสีบนปากถาด (บริเวณหน้าขนม แล้วใช้ถ่านร้อน ๆ วางลงบนสังกะสี ทิ้งไว้จนขนมสุก...”

Ps-2: “ในสังคมยุคปัจจุบันการจะพัฒนาอะไรก็ต้องนึกถึงสุขภาพ ปัจจุบันคนเข้าถึงข่าวสารได้ง่าย และมีความรู้เรื่องสุขภาพกันมากพอสมควร กระแสสังคมขณะนี้เข้าใจเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าน้ำตาลคือยาพิษ การทำผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่หวานน้อยย่อมน่าจะเป็นทางเลือกที่ดี ขนมไทยท้องถิ่นในสุพรรณฯ ถ้าในมุมมองที่เน้นสุขภาพด้วยก็คงเป็นกลุ่มขนมหนึ่ง เช่น ขนมมันสำปะหลัง ขนมกล้วย ขนมฟักทอง ขนมพวกนี้แม้ว่าจะมีทั่วไปตามท้องตลาดแต่หาเจ้าที่ทำได้อร่อยจริงๆ ยาก ถ้าพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้หัวลงไปด้วยคงช่วยเพิ่มเนื้อสัมผัสได้”

Ps-3: “หากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็ควรพัฒนาขนมท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม เช่น ขนมไข่ปลา ขนมตาลทองม้วนโบราณ ข้าวหลาม ข้าวเหนียวมูน... หากจะนำหัวเป็นส่วนผสมในขนมไทย ก็มองว่าข้าวหลามเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพราะสามารถใส่หัวสดๆ ลงไปเลยได้ กลิ่นหัวที่เป็นเอกลักษณ์ กับกลิ่นอายของความเป็นข้าวหลามน่าจะเข้ากันได้เป็นอย่างดี...”

Ps-4: “ถ้าเป็นหัวผลสดนำมาหั่นเป็นลูกเต๋ารูปร่างเล็กน่าจะสามารถใส่ลงไปในเผือกที่เป็นไส้ขนมลูกเต๋าก็ได้ แต่ถ้าเป็นแป้งหัว อาจนำแป้งมาเป็นส่วนผสมของแป้งตัวขนมลูกเต๋าก็ได้เช่นกัน...”

Ps-5: “ควรนึกถึงความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก นอกจากจะเลือกพัฒนาอาหารท้องถิ่นแล้วควรมองให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จะยังสามารถอยู่รอดในสังคมต่อไปได้ จากประสบการณ์ที่ทำวิจัยกับชุมชนมาหลายผลงานพบปัญหาหลายอย่าง เช่น หัวขาดตลาด ปัญหาการแบ่งผลประโยชน์ในชุมชน ขนมที่เด่นๆ เลยทุกคนมาถึงสุพรรณก็ต้องสาเล่เือกชัย แต่ปัจจุบันมีการพลิกแพลงดัดแปลงเป็นสาเล่อบ หรือที่รู้จักกันก็คือสาเล่ทิพย์ ในมุมมองนักวิจัยก็ควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์นี้ให้เด่นไปเลยนำหัวมาใส่ลงไปแล้วทำให้ผลิตภัณฑ์ดีในทุกด้านทุกมิติ ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ ลักษณะทางกายภาพ อายุการเก็บ เรียกได้ว่า นำสินค้าในจังหวัดส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในจังหวัดด้วยตัวเองน่าจะเป็นสิ่งที่ดี...”

Ps-6: “สุพรรณเป็นเมืองที่มีการทำขนมไทยท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ขนมไทยกับสุพรรณก็มีคู่กันมากบออดีมาช้านานแล้ว ตั้งแต่เกิดมาเป็นคนสุพรรณก็พบว่ามีการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ไม่ได้หนีจากเดิมเท่าไรนักนะ เช่นเมื่อก่อนสาหร่ายเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของสุพรรณฯ ต่อมาก็เป็นสาหร่ายทิพย์ และก็ดัดแปลงเรื่อยมา มีการใส่กลิ่นนมแมว ในยุคหลัง ๆ จวบจนทุกวันนี้ ขนมบ้านก็เป็นอีกตัวที่มีมานาน ด้วยสุพรรณเป็นเมืองมะพร้าว น้ำตาล ฟ้าเกิดมาที่ก็เจอจนตอนนี้อายุจะ 70 แล้ว ก็คิดว่ามันเป็นขนมที่คลาสสิก ถ้านำหัวมาใส่ร่วมกับมะพร้าวคงแปลกดี เพราะหัวมีเนื้อสัมผัสและกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์...”

Ps-7: “กระยาสารทเป็นขนมไทยโบราณที่หาคนทำได้ยาก มองว่าเป็นขนมไทยท้องถิ่นที่เป็นมรดกของชาติที่กำลังจะสูญหาย หลายคนมองว่ากระยาสารทคือขนมคนแก่ แต่แท้จริงแล้วมันคือมรดกทางวัฒนธรรมอยากให้รักษาไว้ ถ้าพัฒนาออกมาได้น่าจะเป็นสิ่งที่ดียังมีคนสืบทอดและรักษาไว้...”

ประเด็นที่ 2 ความเป็นไปได้ในการทดแทนหรือเสริมหัวในผลิตภัณฑ์ขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

Ps-1 “หัวสดจะเป็นสิ่งที่ง่ายต่อชาวบ้าน ต่อวิสาหกิจชุมชน ในการแปรรูป การใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ก้าวหน้า ราคาสูง ชาวบ้านเข้าไม่ถึง ถ้าเป็นงานวิจัยก็เปรียบเสมือนวิจัยขึ้นหิ้ง ผลงานวิจัยดูหรูหรา และในความเป็นจริงไม่สามารถที่จะทำได้จริง ... แนะนำให้ใช้เป็นหัวสด มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยจะดีกว่า เช่น ยกตัวอย่างหม้อแกง ก็ใส่หัวที่หั่นเต๋าเล็ก ๆ ลงไปเลย น่าจะช่วยเพิ่มเนื้อสัมผัสได้ดี ถ้าเป็นสาหร่ายก็ให้ใส่ลงไปในเรื่องขนมแต่หั่นเป็นแผ่นบาง ๆ ...”

Ps-2: “ขนมไทยที่มีหัวเป็นส่วนประกอบถ้าจะพูดถึงหัวที่นำมาแปรรูปก็ยังคงจัดเป็นขนมไทยที่มีหัวเป็นส่วนประกอบได้เหมือนกัน หากจำแนกหัวออกเป็น 3 กลุ่ม คือ หัวสด แป้งหัว และหัวอบแห้ง ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น หัวสดอาจนำมาเสริมในขนมหนึ่ง แป้งหัวน่าจะนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะกรอบ ๆ อย่างทองม้วนได้ หัวอบแห้งน่าจะทำพวกหัวฉาบหรือกระยาสารท จะเกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากกว่า สร้างทางเลือกให้กับคนกิน และน่าจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การแปรรูปสินค้า GI ของสุพรรณบุรีได้”

Ps-3: “ข้าวหลามเป็นอาหารท้องถิ่นที่น่าสนใจ ต้นทุนต่ำ และเป็นอาหารเชิงวัฒนธรรมที่คนส่วนใหญ่รู้จัก ทั้งคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีความเป็นไปได้ที่จะใช้หัวสดใส่ลงในตัวเนื้อข้าวหลามเพื่อเพิ่มกลิ่นรสและเนื้อสัมผัสได้เลย...”

Ps-4: “ถ้านึกถึงสุพรรณฟัวว่านึกถึงขนมลูกเต๋า เพราะหาทานยาก และมีที่สุพรรณฯที่เป็นอาหารท้องถิ่นที่นึกว่าได้ สาหร่ายมันตัวมานานแล้ว และรู้จักเป็นวงกว้าง ถ้าจะพัฒนางานวิจัยก็ควรส่งเสริมอาหารท้องถิ่นที่กำลังจะสูญหายน่าจะดีกว่า คนรุ่นต่อไปก็จะเอาไปใช้อ้างอิงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือได้...”

Ps-5: “มองว่าถ้าเป็นสาหร่ายสุพรรณ หรือสาหร่ายทิพย์ ถ้ามีการนำหัวมาใช้ในการผลิตก็น่าจะเป็นการนำแป้งหัวใส่น่าจะเป็นผลที่ดีกว่า อาจใช้การทดแทนแป้งสาหร่ายและดูความเหมาะสมของเนื้อสัมผัสว่ายังคงลักษณะที่ได้อยู่หรือไม่ หากเป็นไปได้พัฒนาแล้วได้ผลิตภัณฑ์ขนมสาหร่ายจากแป้งหัวก็น่าจะเป็นสิ่งที่นำเสนอให้กับจังหวัดได้”

Ps-6: “มองว่าความยั่งยืนของการเสริมหรือทดแทนถ้าเป็นของสดจะเกิดความยั่งยืนในการนำไปใช้ได้จริงในสังคมชาวบ้านได้มากกว่า...”

Ps-7: “ถ้าเป็นกระยาสารท ก็ควรจะเลือกเอาหัวมาหั่นฝอยแล้วนำไปอบแห้งมาใส่ลงไป...”

3. ผลคัดเลือกรายการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นขนมไทยจากหัว
โดยนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.7 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี ร้อยละ 66.5 เป็นนักศึกษาร้อยละ 46.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.3 และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 56.7 ผลสำรวจความต้องการให้ใช้หัว 3 รูปแบบ คือ หัวสด แป้งหัว และหัวอบแห้ง เป็นส่วนประกอบโดยเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย โดยให้เลือกตอบขนมได้ 2 ชนิด ในแต่ละรูปแบบ ผลของการใช้หัวสด แป้งหัว และหัวอบแห้ง เสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทยจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงดังตารางที่ 1-3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ชนิดของขนมไทยที่ควรใช้หัวสดเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ (เรียงตามลำดับ) n = 400

หัวสด	ขนมไทยที่ใช้หัวสด	จำนวนเลือกตอบ	คิดเป็นร้อยละ
	ขนมบัวลอย	189	47.3
	ขนมบ้าบิ่น	165	41.3
	ขนมหม้อแกง	143	35.8
	ขนมลูกเต๋า	91	22.8
	ขนมลูกชุบ	82	20.5
	ขนมเนื้ (ขนมกล้วย ขนมมันสำปะหลัง ขนมฟักทอง)	81	20.3
	ขนมสาเลีทิพย์	34	8.5
	ขนมไข่ปลา	15	3.8

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบถึงการให้หัวสดเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทยพบว่า ขนมบัวลอยได้รับการคัดเลือกมากที่สุด 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ ขนมบ้าบิ่น จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ดังนั้น ขนมบัวลอย และขนมบ้าบิ่น จึงเป็นตัวอย่างที่ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เหมาะสมแก่การเสริมหรือทดแทนด้วยหัวสด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

ตารางที่ 2 ชนิดของขนมไทยที่ควรใช้แป้งหัวเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ (เรียงตามลำดับ) n = 400

แป้งหัว	ขนมไทยที่ใช้แป้งหัว	จำนวนเลือกตอบ	คิดเป็นร้อยละ
	ขนมสาเล่สุพรรณ	176	44.0
	ขนมทองม้วน	146	36.5
	ขนมปุยฝ้าย	108	27.0
	ขนมดอกจอก	108	27.0
	ขนมครองแครง	91	22.8
	ขนมกลีบลำดวน	69	17.3
	ขนมไข่โบราณ	56	14.0
	ขนมกรอบเค็ม	46	11.6

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบถึงการใช้แป้งหัวเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทยพบว่า ขนมสาเล่สุพรรณได้รับการคัดเลือกมากที่สุด 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ ขนมทองม้วน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ดังนั้น ขนมสาเล่สุพรรณ และขนมทองม้วน จึงเป็นตัวอย่างที่ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เหมาะสมแก่การเสริมหรือทดแทนด้วยแป้งหัว ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

ตารางที่ 3 ชนิดของขนมไทยที่ควรใช้หัวอบแห้งเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ (เรียงตามลำดับ) n=400

หัวอบแห้ง	ขนมไทยที่ใช้หัวอบแห้ง	จำนวนเลือกตอบ	คิดเป็นร้อยละ
	หัวฉาบ	280	70.0
	กระยาสารท	177	44.3
	ขนมทองพับ	173	43.3
	ถั่วทอด	170	42.5

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบถึงการใช้หัวอบแห้งเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย พบว่า หัวฉาบได้รับการคัดเลือกมากที่สุด 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ กระยาสารท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ดังนั้น หัวฉาบ และกระยาสารท จึงเป็นตัวอย่างที่ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เหมาะสมแก่การเสริมหรือทดแทนด้วยหัวอบแห้ง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. จากการสัมภาษณ์สถานประกอบการผลิตและจำหน่ายขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีสะท้อนให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างการผลิตขนมไทยที่มีรากฐานจากกิจการครอบครัวและการสืบทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุนีย์ สกุลแก้ว (2560) ซึ่งได้ศึกษาแนวคิด เรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มองว่าองค์ความรู้ด้านอาหารเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและ

ประสบการณ์ชีวิตในชุมชน การดำรงอยู่ของสถานประกอบการในระยะเวลายาวนานตั้งแต่ 8 ปีจนถึงมากกว่า 90 ปี แสดงถึงความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด อาหารในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม (Food as Cultural Heritage) ซึ่ง Long (2004) อธิบายว่า อาหารพื้นถิ่นไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้เพื่อการบริโภค แต่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ ความทรงจำ และความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์ของชุมชน ชนบทไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีจึงมีบทบาททั้งในมิติทางเศรษฐกิจแล้ววัฒนธรรมควบคู่กัน

1.1 ประเด็นประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลการวิจัยพบว่า ชนมสาเล่ ชนมสาเล่ทิพย์ ชนมชั้น ชนมทองม้วน และชนมลูกเต๋า เป็นขนมที่พบผลิตและจำหน่ายในหลายสถานประกอบการ บางแห่งเลือกเน้นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียวเพื่อสร้างความโดดเด่น ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิด การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Product Identity) และ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ที่ระบุว่า การมีผลิตภัณฑ์เด่นช่วยเพิ่มการจดจำและคุณค่าทางการตลาด โดยเฉพาะในตลาดนักท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง (Kotler & Keller, 2016, 312–314; Porter, 1985, 33–36) ในขณะที่ขนมสาเล่สุพรรณบุรีและสาเล่ทิพย์ ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์หลักของหลายสถานประกอบการ ยังคงรักษาแก่นของสูตรดั้งเดิมไว้ ขณะเดียวกันมีการปรับปรุงรูปแบบ เนื้อสัมผัส และรสชาติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละยุค ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Long (2004, 55–57) ที่ระบุว่าอาหารท้องถิ่นสามารถพัฒนาได้โดยไม่สูญเสียอัตลักษณ์ หากการเปลี่ยนแปลงยังยึดโยงกับวัฒนธรรมเดิม

1.2 ประเด็นกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสถานประกอบการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งทำให้ขนมไทยทำหน้าที่เป็น สินค้าของฝากเชิงวัฒนธรรม (Cultural Souvenir Food) มากกว่าอาหารเพื่อการบริโภคในชีวิตประจำวันเพียงอย่างเดียว ผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) ที่มองว่าอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและการรับรู้ภาพลักษณ์ของพื้นที่ (Long, 2004, 18–19)

1.3 ประเด็นบรรจุภัณฑ์และการออกแบบสินค้าที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการพกพา ความเหมาะสมในการเป็นของฝาก และความคงทนของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ (Value-added Product) ที่ระบุว่าบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์สินค้าในสายตาผู้บริโภค (Porter, 1985, 40–42) อย่างไรก็ตาม ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ ซึ่งเป็นลักษณะร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนตามที่ Schumacher (1973, 143–145) อธิบายไว้ในแนวคิดเทคโนโลยีที่เหมาะสม

1.4 ประเด็นด้านราคาและกลยุทธ์การตลาดที่ผลการวิจัยพบว่า การตั้งราคาในระดับที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้และการจัดชุดโปรโมชั่นสะท้อนให้เห็นถึงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมักตัดสินใจซื้อในระยะเวลาสั้นและให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ผลการวิจัยในส่วนนี้

สอดคล้องกับ Kotler และ Keller (2016, 164–166) ที่ระบุว่ากำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดการท่องเที่ยว

1.5 ประเด็นสำคัญการใช้หัวซึ่งเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ผลการวิจัย

พบว่า ประเด็นสำคัญประการหนึ่ง คือ การใช้หัวซึ่งเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้นำหัวมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทย สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม แม้หัวสุพรรณจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และมีศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ก็ตาม ทั้งนี้ อาจเกิดจากข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะคุณสมบัติของหัวสดที่มีปริมาณน้ำเป็นองค์ประกอบสูง เมื่อปอกเปลือกหรือหั่นจะเกิดปฏิกิริยาการเกิดสีน้ำตาลจากเอนไซม์ (enzymatic browning) ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้คุณภาพทางกายภาพลดลงและมีอายุการเก็บรักษาสั้น (Pen & Jiang, 2003, 359–364) นอกจากนี้ กระบวนการปอกเปลือก การเตรียมวัตถุดิบ และการแปรรูปขั้นต้นยังต้องอาศัยแรงงานจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าวัตถุดิบทั่วไป ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กยังมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการแปรรูปและการถนอมคุณภาพ เช่น การอบแห้ง การผลิตแป้งหัว และการใช้เทคโนโลยีการเคลือบผิวหรือบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัตถุดิบในการผลิตเชิงพาณิชย์ (Pen & Jiang, 2003, 359–364) ดังนั้น แม้หัวจะเป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพสูง แต่การเพิ่มมูลค่าให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านการแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการเชื่อมโยงตลาดอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Local Resource-based Product Development) ที่มุ่งใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีและศักยภาพของผู้ประกอบการ (Schumacher, 1973, 143–145; สุรางค์ จันทวานิช, 2561, 88–90)

ดังนั้น ผลการวิจัยในครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่า แม้สถานประกอบการในจังหวัดสุพรรณบุรีจะมีความเข้มแข็งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มีประสบการณ์ในการผลิตขนมไทย และสามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่การนำ หัวสุพรรณ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยยังมีอยู่ในวงจำกัด ทั้งที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยเชื่อมโยงคุณภาพ ชื่อเสียง และอัตลักษณ์ของสินค้ากับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ ส่งผลให้สินค้าเกิดมูลค่าเพิ่มและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในตลาดภายในและต่างประเทศ (Vandecastelaere et al., 2010, 29–39)

ในบริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี หัวสุพรรณนับเป็นทรัพยากรเกษตรที่มีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่และได้รับการคุ้มครองภายใต้ระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของผลิตผลกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้ผลิต ดังนั้น การนำหัวสุพรรณมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยจึงไม่เพียงเป็นการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร แต่ยังเป็นการเพิ่ม

มูลค่าให้แก่สินค้า GI ผ่านการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับแหล่งกำเนิด คุณภาพ และความเป็นของแท้ของผลิตภัณฑ์ (Authenticity)

นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณยังสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Local Resource-based Product Development) ซึ่งมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ผ่านการผสมผสานองค์ความรู้ นวัตกรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (Schumacher, 1973, 143–145) ขณะเดียวกัน การใช้ประโยชน์จากสินค้า GI ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมการกระจายรายได้สู่เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชน ตลอดจนสนับสนุนการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความหลากหลายทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Vandecastelaere et al., 2010, 113–124)

ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณควรมุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังคงอัตลักษณ์ของขนมไทยดั้งเดิม ควบคู่กับการใช้ประโยชน์จากคุณค่าของสินค้า GI การพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูป และการสื่อสารคุณค่าของแหล่งกำเนิดสู่ผู้บริโภค เพื่อยกระดับหัวสุพรรณจากวัตถุดิบทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการ สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จำนวน 7 ราย สามารถสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

2.1 ขนมไทยอัตลักษณ์จังหวัดสุพรรณบุรีและแนวโน้มการพัฒนา ซึ่งผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่าขนมไทยที่เป็นอัตลักษณ์และได้รับการรับรู้ในระดับจังหวัดและระดับประเทศมากที่สุด คือ ขนมสาลี่สุพรรณบุรี และขนมสาลี่ทิพย์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์และมีการพัฒนาสูตรและกรรมวิธีการผลิตตามบริบทของยุคสมัย ขณะเดียวกันผู้เชี่ยวชาญยังชี้ให้เห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรียังมีขนมไทยพื้นถิ่นอื่น ๆ ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น หม้อแกงสุพรรณ ขนมลูกเต๋า ข้าวหลามขนมบ้าบิ่น และกระยาสารท ซึ่งบางชนิดกำลังเสี่ยงต่อการสูญหายเนื่องจากขาดผู้สืบทอดและความซับซ้อนของกระบวนการผลิต สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง อาหารท้องถิ่นในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม (Food as Cultural Heritage) ที่ระบุว่า อาหารพื้นถิ่นไม่ได้เป็นเพียงสินค้าเพื่อการบริโภค แต่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ ประวัติศาสตร์ และความทรงจำร่วมของชุมชน (Long, 2004, 20–22; สุนีย์ สกฤตแก้ว, 2560, 45–47) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงควรคำนึงถึงการรักษา “แก่นอัตลักษณ์” ควบคู่ไปกับการปรับให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย

นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญบางรายยังให้ความสำคัญกับแนวโน้มผู้บริโภคด้านสุขภาพ โดยเสนอว่าขนมไทยที่มีระดับความหวานต่ำหรือเป็นกลุ่มขนมเนื้อมะพร้าว เช่น ขนมมันสำปะหลัง ขนมกล้วย และขนมฟักทอง มี

ศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ที่เน้นการตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน (Kotler & Keller, 2016, 164–166)

2.2 ความเป็นไปได้ในการใช้ “แห้ว” เป็นวัตถุดิบทดแทนหรือเสริมในขนมไทย

ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่า แห้ว เป็นวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีศักยภาพสูงในการนำมาพัฒนาเป็นส่วนประกอบของขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งเนื้อสัมผัส กลิ่นรส และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม รูปแบบของแห้วที่นำมาใช้ควรสอดคล้องกับบริบทของชุมชนและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง หลายรายเสนอให้ใช้แห้วสดเป็นหลัก เนื่องจากไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีขั้นสูง สามารถนำไปใช้ในการผลิตขนมไทยได้ทันที เช่น การใส่แห้วสดหั่นเต๋าในหม้อแกง ข้าวหลาม หรือขนมบ้าบิ่น เพื่อเพิ่มเนื้อสัมผัสและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการเทคโนโลยีที่เหมาะสมซึ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและกระบวนการที่ชุมชนสามารถจัดการได้จริงและเกิดความยั่งยืน (Schumacher, 1973, 143–145) ขณะเดียวกันผู้เชี่ยวชาญบางรายเสนอแนวทางการใช้แห้วในรูปแบบแปรรูป เช่น แป้งแห้ว หรือแห้วอบแห้ง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำไปใช้กับขนมอบหรือขนมกรอบ เช่น ทองม้วน กระจ่างสารท หรือการทดแทนแป้งบางส่วนในขนมสาเล่ แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรที่มุ่งเน้นการแปรรูปวัตถุดิบพื้นฐานให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้นและสร้างความแตกต่างในตลาด (Porter, 1985, 33–35)

อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยชุมชนได้เน้นย้ำถึงประเด็น ความยั่งยืน ทั้งในด้านวัตถุดิบ ห่วงโซ่อุปทาน และการจัดการผลประโยชน์ในชุมชน หากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่สอดคล้องกับศักยภาพที่แท้จริงของพื้นที่ อาจทำให้ไม่สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานชุมชน (Community-based Product Development) ที่เน้นการมีส่วนร่วมและความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (สุภางค์ จันทวานิช, 2561, 88–90)

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้วในจังหวัดสุพรรณบุรีควรอยู่บนพื้นฐานของขนมไทยอัตลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้วควบคู่กับการฟื้นฟูขนมไทยพื้นถิ่นที่กำลังเลือนหาย โดยให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง ความยั่งยืนของชุมชน และการเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรท้องถิ่น

3. จากการคัดเลือกรายการขนมไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากแห้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ตรงในการเคยบริโภคผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ (Kotler & Keller, 2016, 187)

3.1 การใช้แห้วสดเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย จากผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ขนมที่ได้รับการคัดเลือกสูงสุดในการใช้แห้วสด ได้แก่ ขนมบัวลอย (ร้อยละ 47.3) และขนมบ้าบิ่น (ร้อยละ 41.3) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเนื้อสัมผัสนุ่มและมีความชุ่มชื้น ผลการศึกษาดังกล่าว

สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะของวัตถุดิบกับลักษณะทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะคุณลักษณะด้าน เนื้อสัมผัส (texture) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินคุณภาพอาหารและมีอิทธิพลโดยตรงต่อความชอบและการยอมรับของผู้บริโภค (Drake et al., 2023, 427–430) ทั้งนี้ หัวสตรมีลักษณะเด่นด้านความกรอบ ความฉ่ำน้ำ และรสหวานอ่อนตามธรรมชาติ จึงสามารถเพิ่มความแตกต่างของเนื้อสัมผัส (texture contrast) ให้กับขนมไทยประเภทเนื้อนุ่ม เช่น ขนมบัวลอยและขนมบัวปิ่น โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมไว้ได้ ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการวิเคราะห์ทางประสาทสัมผัสที่ระบุว่า การรับรู้เนื้อสัมผัสเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับของผู้บริโภค และควรได้รับการพิจารณาเป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ (Drake et al., 2023, 431–435)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่า การเลือกใช้หัวสตรในขนมไทยมิได้พิจารณาเพียงด้านรสชาติเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงประสบการณ์การบริโภค (Eating Experience) ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างความนุ่มของเนื้อขนมกับความกรอบของหัวสตร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถใช้เป็นจุดขายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสตรเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นได้ (Drake et al., 2023, 439–444)

3.2 การใช้แป้งหัวสตรหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ขนมสาเลีสุพรรณ (ร้อยละ 44.0) และขนมทองม้วน (ร้อยละ 36.5) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกสูงสุดสำหรับการใช้แป้งหัวสตรเป็นส่วนประกอบ ทั้งสองผลิตภัณฑ์เป็นขนมที่ใช้แป้งเป็นวัตถุดิบหลักและมีโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับสมบัติทางกายภาพและเคมีของแป้งโดยตรง ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภครับรู้ถึงความเป็นไปได้ในการนำแป้งหัวสตรทดแทนแป้งสาลีหรือแป้งชนิดอื่นบางส่วน โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไว้ได้ โดยเฉพาะขนมสาเลีสุพรรณซึ่งเป็นขนมประจำจังหวัดที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานทบทวนของ Kaur et al. (2023) ซึ่งอธิบายว่าแป้งหัวสตรมีปริมาณแป้งสูง มีโปรตีนและไขมันต่ำ เม็ดแป้งมีขนาดละเอียด มีคุณสมบัติในการพองตัว (swelling capacity) และการอุ้มน้ำ (water absorption) ที่ดี ส่งผลให้สามารถประยุกต์ใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องการโครงสร้างเนื้อสัมผัสนุ่ม ความคงตัวของเนื้อผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติด้านการเกิดเจล (gelatinization) ได้เหมาะสม (Kaur et al., 2023, 232–240)

นอกจากนี้ คุณสมบัติทางหน้าที่ของแป้ง (functional properties of starch) ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขนมอบและขนมไทย เนื่องจากสมบัติด้านการเกิดเจล การดูดซับน้ำ และความหนืดของแป้งมีผลโดยตรงต่อปริมาตร ความนุ่ม ความยืดหยุ่น และความคงตัวของผลิตภัณฑ์หลังการอบหรือให้ความร้อน (Chakraborty et al., 2022, 1198–1205) ดังนั้น การใช้แป้งหัวสตรทดแทนแป้งสาลี

บางส่วนในขนมสาเล่สุพรรณหรือขนมทองม้วนจึงมีศักยภาพในการรักษาคุณลักษณะด้านเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้แก่วัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมควบคู่กับการใช้วัตถุดิบทางเลือกที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในปัจจุบันที่มุ่งใช้แบ่งจากพืชท้องถิ่นทดแทนแป้งสาลีบางส่วน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์โดยไม่กระทบต่อคุณภาพด้านเนื้อสัมผัสและการยอมรับของผู้บริโภค (Guiné, 2022, : 3–8)

3. การใช้แห้วอบแห้งเสริมหรือทดแทนในผลิตภัณฑ์ขนมไทย ผลการวิจัยพบว่า แห้วดิบ (ร้อยละ 70.0) และกระยาสารท (ร้อยละ 44.3) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกสูงสุดสำหรับการใช้แห้วอบแห้งเป็นส่วนประกอบ ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของวัตถุดิบที่มีความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ประเภทแห้งหรือกึ่งแห้ง ซึ่งต้องการวัตถุดิบที่มีความชื้นต่ำเพื่อรักษาโครงสร้าง เนื้อสัมผัส และอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

การทำแห้วอบแห้งเป็นกระบวนการลดปริมาณความชื้นและค่ากิจกรรมของน้ำ (Water Activity) ภายในวัตถุดิบ ส่งผลให้การเจริญเติบโตของจุลินทรีย์และอัตราการเกิดปฏิกิริยาทางเคมีที่ก่อให้เกิดการเสื่อมคุณภาพของอาหารลดลง จึงสามารถยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rahman, 2020, 17–23)

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Zhang et al. (2023) รายงานว่า การอบแห้งวัตถุดิบประเภทพืชหัวสามารถช่วยรักษาโครงสร้างของเซลล์ ลดกิจกรรมของน้ำ และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความกรอบมากขึ้น ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง โดยเฉพาะเมื่อมีการเคลือบน้ำตาลภายหลังการอบแห้ง จะช่วยเพิ่มความกรอบ ความเงางาม และลดการดูดความชื้นกลับจากบรรยากาศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์คงคุณภาพระหว่างการเก็บรักษาได้ดีขึ้น

ในกรณีของแห้วดิบ การใช้แห้วอบแห้งเป็นวัตถุดิบหลักมีความเหมาะสม เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสที่แข็งและกรอบสามารถคงอยู่ได้หลังผ่านกระบวนการฉาบน้ำตาล ขณะที่น้ำตาลที่เคลือบผิวผลิตภัณฑ์ยังช่วยลดการแลกเปลี่ยนความชื้นกับสิ่งแวดล้อมและเพิ่มเสถียรภาพของผลิตภัณฑ์ระหว่างการเก็บรักษา ส่วนกระยาสารทเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งแห้งที่มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ธัญพืช ถั่ว และน้ำเชื่อม การเลือกใช้แห้วอบแห้งจึงช่วยลดการถ่ายเทความชื้นเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถรักษาความกรอบ ความคงตัวของโครงสร้าง และลดโอกาสการเกิดการเสื่อมคุณภาพทางจุลชีววิทยาได้

ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาแห้วอบแห้งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ขนมไทย ไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่หัวสุพรรณซึ่งเป็นสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) เท่านั้น แต่ยังตอบสนองต่อแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ

อายุการเก็บรักษา และความสะดวกในการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในปัจจุบัน

สรุป (Conclusion)

งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดสุพรรณบุรีมีศักยภาพด้านการผลิตและจำหน่ายขนมไทยที่เข้มแข็งจากการสั่งสมภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลายาวนานและมุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวรวมถึงการจำหน่ายเป็นของฝาก อย่างไรก็ตาม แม้หัวสุพรรณซึ่งเป็นทรัพยากรอัตลักษณ์และสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ของจังหวัดจะมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่การนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด ผลการวิจัยจึงนำไปสู่การสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากทรัพยากรท้องถิ่น โดยชี้ให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มมิได้ขึ้นอยู่กับการแปรรูปวัตถุดิบเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องบูรณาการศักยภาพของทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาการผลิต องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ และความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมทั้งด้านคุณภาพ ความเป็นไปได้ในการผลิต และศักยภาพทางการตลาด ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะเชิงหน้าที่ (functional properties) ของหัวในแต่ละรูปแบบการแปรรูปเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความเหมาะสมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ หัวสดเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเพิ่มความกรอบและความชุ่มฉ่ำ เช่น ขนมบัวลอยและขนมบ้าบิ่น แป้งหัวเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีแป้งเป็นองค์ประกอบหลัก เช่น ขนมสาลี่สุพรรณและขนมทองม้วน ส่วนหัวอบแห้งเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทกรอบหรือกึ่งแห้ง เช่น หัวฉาบและกระยาสารท ซึ่งผลการคัดเลือกดังกล่าวสอดคล้องกับคุณลักษณะทางกายภาพและสมบัติเชิงหน้าที่ของหัวแต่ละรูปแบบ สะท้อนหลักการสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ขับเคลื่อนด้วยคุณลักษณะของวัตถุดิบ (raw material-driven product development) ควบคู่กับการรักษาอัตลักษณ์ของขนมไทย ความเป็นไปได้เชิงปฏิบัติ และความยั่งยืนของการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งนี้ การใช้หัวสุพรรณในฐานะสินค้า GI ยังสามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่เข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และยกระดับเศรษฐกิจฐานชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น กรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จึงมิได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากหัวสุพรรณเท่านั้น แต่ยังสามารถประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบอัตลักษณ์หรือสินค้า GI อื่น ๆ ของประเทศไทย โดยใช้หลักการบูรณาการทรัพยากรท้องถิ่น คุณสมบัติเชิงหน้าที่ของวัตถุดิบ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และความต้องการของตลาด เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงที่สามารถแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์และสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2560). *แส้วสุพรรณ: สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย*. กระทรวงพาณิชย์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). *แนวทางการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*.
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). *อาหารและขนมไทย: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม*. กระทรวงวัฒนธรรม.
- เกื้อจิตร ชีระกาญจน์, จริญญา ปานเจริญ, และสุกัญญา สิงห์ตุ้ย. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบจาก
ແหัวเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์
สมหวังที่วังยาง ตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัย
นอร์ทกรุงเทพ*, 13(2), 32–41. <https://doi.org/10.14456/nbu.2024.17>
- ชาญณรงค์ เป็งเรือน, พัชรวดี ศรีบุญเรือง และชาลธ จูเจริญ. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการปลูกแส้วสุพรรณ
ภายใต้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 40(1),
50–61. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/MJUN/article/view/246771>
- นิโบล วงศ์ภทรนนท์. (2567). การสำรวจสถานะองค์ความรู้การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรโดยการแปรรูป
เป็นขนมไทยเพื่อเป็นสินค้าวัฒนธรรม. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 50(1), 99–114. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/268226>
- ป. อินทรปาลิต. (2563). *สามเกลอ ตอนพิเศษ: เกาะมัจจุราช* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แสงดาว.
- พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์. (2564). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น*. สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภควรรณ คุณากรวงศ์. (2569). *แส้วสุพรรณ*. กรมศิลปากร
<https://www.finearts.go.th/promotion/view/31612>
- ศิวกร ตลับนาค, จักรกฤษณ์ ทองคำ, น้อมจิตต์ สุธิบุตร, จักรวสุ ภูเสม, สุนีย์ สหัสโพธิ์ และเจตนิพัทธ์
บุญยวัสดี. (2568). แส้วสุพรรณสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ : คุณค่าทางโภชนาการ สารออกฤทธิ์ทาง
ชีวภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 8(3):
258–266. <https://doi.org/10.14456/issc.2025.58>
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2554). *ขนมไทย: รากเหง้าวัฒนธรรมอาหาร*. สำนักพิมพ์มติชน.
- สุนีย์ สกุลแก้ว. (2560). อาหารพื้นถิ่นกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม. ใน *วัฒนธรรมอาหารไทย* (น. 35–60)
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2561). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวณีย์ ไชยเดช. (2560). ภูมิปัญญาอาหารไทยกับวิถีชีวิตชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*,
43(2), 85–102.

- Chakraborty, I., Pooja, N., Ma, S. S., Paul, U. C., Rahman, M. H., & Mazumder, N. (2022). An insight into the gelatinization properties influencing the modified starches used in food industry: A review. *Food and Bioprocess Technology*, 15(6), 1195–1223. <https://doi.org/10.1007/s11947-022-02761-z>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Drake, M. A., Watson, M. E., & Liu, Y. (2023). Sensory analysis and consumer preference: Best practices. *Annual Review of Food Science and Technology*, 14, 427–448. <https://doi.org/10.1146/annurev-food-060721-023619>
- Guiné, R. P. F. (2022). Textural properties of bakery products: A review of instrumental and sensory evaluation studies. *Applied Sciences*, 12(17), 8628. <https://doi.org/10.3390/app12178628>
- Kaur, K., Kaur, G., & Singh, A. (2023). Water chestnut starch: Extraction, chemical composition, properties, modifications, and application concerns. *Sustainable Food Technology*, 1(2), 228–262. <https://doi.org/10.1039/d2fb00041e>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Pen, L. T., & Jiang, Y. M. (2003). *Effects of chitosan coating on shelf life and quality of fresh-cut Chinese water chestnut*. *LWT – Food Science and Technology*, 36(3), 359–364. [https://doi.org/10.1016/S0023-6438\(03\)00024-0](https://doi.org/10.1016/S0023-6438(03)00024-0)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rahman, M. S. (2020). *Handbook of food preservation* (3rd ed.). CRC Press.
- Schumacher, E. F. (1973). *Small is beautiful: Economics as if people mattered*. Blond & Briggs.
- Vandecastelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2010). *Linking people, places and products: A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Zhang, Y., Li, X., Wang, H., & Chen, G. (2023). Recent advances in drying technologies and quality characteristics of dehydrated fruits and vegetables: A review. *Foods*, 12(18), Article 3405. <https://doi.org/10.3390/foods12183405>