

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อชนมไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่โดยใช้บุคคลสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 325 ตัวอย่าง ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือช่วงอายุ 15-19 ปี จำนวน 163 ตัวอย่าง และช่วงอายุ 20-24 ปี จำนวน 162 ตัวอย่าง และแบ่งเป็นเพศชายเพศหญิงจำนวนเท่าๆ กัน ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาคั้งนี้ การประมวลผลใช้เครื่องมือทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- รูปแบบการบริโภคชนมไทย

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อชนมไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- องค์กรประกอบด้านความเข้าใจ
- องค์กรประกอบด้านความรู้สึก
- องค์กรประกอบด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อชนมไทยในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

- ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
- ปัญหาด้านราคา
- ปัญหาด้านสถานที่
- ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบของค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อมูลพื้นฐานต่างกัน

- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้จักชนมไทยแต่ละชนิดในแต่ละประเภทของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้จักชนมไทยแต่ละชนิดในแต่ละประเภทของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบของค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อมูลพื้นฐานต่างกัน

- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี

- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้สึกลดปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อมูลพื้นฐานต่างกัน

- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานที่ซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
- ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปริมาณการซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	162	49.85
หญิง	163	50.15
รวม	325	100.00

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการศึกษา โดยเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.15 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 49.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-19 ปี	163	50.15
20-24 ปี	162	49.85
รวม	325	100.00

ตารางที่ 2 แสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการศึกษา โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.15 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	69	21.23
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	97	29.85
อนุปริญญา / ปวส.	53	16.30
ปริญญาตรี	97	29.85
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.46
อื่นๆ	1	0.31
รวม	325	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ประถมศึกษา

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. และระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.85 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 21.23 อนุปริญญาหรือปวส. ร้อยละ 16.30 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.46 และอื่นๆ ร้อยละ 0.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	134	41.23
นักศึกษา	128	39.38
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	0.62
พนักงานบริษัทเอกชน	44	13.54
เจ้าของกิจการ	3	0.92
รับจ้างอิสระ	14	4.31
อื่นๆ	0	0.00
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.23 รองลงมาได้แก่ นักศึกษา ร้อยละ 39.38 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 13.54 รับจ้างอิสระ ร้อยละ 4.31 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 0.92 รับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	184	56.61
3,001 - 5,000 บาท	75	23.08
5,001-7,000 บาท	27	8.31
7,001-9,000 บาท	16	4.92
9,001 บาท ขึ้นไป	23	7.08
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.61 รองลงมาได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 23.08 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-7,000 ร้อยละ 8.31 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 7.08 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,001-9,000 บาท ร้อยละ 4.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริโภคขนมไทย

รูปแบบการบริโภคขนมไทย	จำนวน	ร้อยละ
เคยและทานเป็นประจำ	148	45.54
เคย นานๆ ครั้ง	177	54.46
ไม่เคยบริโภคเลย	0	0.00
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยบริโภคขนมไทยและมีรูปแบบการบริโภคแบบนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.46 รองลงมาคือเคยบริโภคและบริโภคเป็นประจำ ร้อยละ 45.54 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่เคยบริโภคขนมไทย

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อขนมไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

องค์ประกอบด้านความเข้าใจ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภท กวนแต่ละชนิด

ขนมไทยประเภทกวน	จำนวน	ร้อยละ
กาดะแม	301	92.62
ผลไม้กวนต่างๆ	301	92.62
เปียกปูน	268	82.46
ตะโก้	263	80.92
เผือกกวน	226	69.54
ถั่วกวน	219	67.38
อั่ว	123	37.85
ลื้มกลืน	54	16.62

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 พบว่าในขนมไทยประเภทกวน ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกาดะแมและผลไม้กวนต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.62 รองลงมาได้แก่ เปียกปูน ร้อยละ 82.46 ตะโก้ ร้อยละ 80.92 เผือกกวน ร้อยละ 69.54 ถั่วกวน ร้อยละ 67.38 อั่ว ร้อยละ 37.85 และลื้มกลืน ร้อยละ 16.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภท
 หนึ่งแต่ละชนิด

ขนมไทยประเภทหนึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
ข้าวต้มมัด	312	96.00
ขนมชั้น	311	95.69
ขนมถ้วยฟู	298	91.69
ขนมใส่ไส้	280	86.15
ขนมปุยฝ้าย	271	83.38
ขนมตาล	263	80.92
ขนมกล้วย	261	80.31
สาเล่อ่อน	145	44.62
ขนมถ้วยตะไล	118	36.31

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่าในขนมไทยประเภทหนึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.00 รองลงมาได้แก่ ขนมชั้น ร้อยละ 95.69 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 91.69 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 86.15 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 83.38 ขนมตาล ร้อยละ 80.92 ขนมกล้วย ร้อยละ 80.31 สาเล่อ่อน ร้อยละ 44.62 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 36.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทย ประเภทเชื่อมแต่ละชนิด

ขนมไทยประเภทเชื่อม	จำนวน	ร้อยละ
ทองหยอด	308	94.77
ฝอยทอง	307	94.46
ทองหยิบ	306	94.15
เม็ดยนูน	293	90.15
ผลไม้เชื่อมต่างๆ	281	86.46

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าในขนมไทยประเภทเชื่อม ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักทองหยอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.77 รองลงมาได้แก่ ฝอยทอง ร้อยละ 94.46 ทองหยิบ ร้อยละ 94.15 เม็ดยนูน ร้อยละ 90.15 และ ผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 86.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทย
ประเภททอดแต่ละชนิด

ขนมไทยประเภททอด	จำนวน	ร้อยละ
กล้วยฉาบ	310	95.38
ครองแครง	282	86.77
เผือกฉาบ	255	78.46
กรอบเค็ม	192	59.08
ขนมปั้นสับ	170	52.31
ขนมดอกจอก	148	45.54

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่าในขนมไทยประเภททอด ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 95.38 รองลงมาได้แก่ ครองแครง ร้อยละ 86.77 เผือกฉาบ ร้อยละ 78.46 กรอบเค็ม ร้อยละ 59.08 ขนมปั้นสับ ร้อยละ 52.31 และขนมดอกจอก ร้อยละ 45.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทย ประเภทแป้งหรืออบแต่ละชนิด

ประเภทแป้งหรืออบ	จำนวน	ร้อยละ
ทองม้วน	299	92.00
ขนมหม้อแกง	291	89.54
ขนมฝิง	285	87.69
ก๊วยลี้	259	79.69
ขนมบัวปิ่น	252	77.54

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่าในขนมไทยประเภทแป้งหรืออบ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักทองม้วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมาได้แก่ ขนมหม้อแกง ร้อยละ 89.54 ขนมฝิง ร้อยละ 87.69 ก๊วยลี้ ร้อยละ 79.69 และขนมบัวปิ่น ร้อยละ 77.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทย ประเภทต้มหรือลวกแต่ละชนิด

ประเภทต้มหรือลวก	จำนวน	ร้อยละ
ลอคชอง	311	95.69
บัวลอย	306	94.15
ทับทิมกรอบ	295	90.77
ซ่าหริ่ม	277	85.23
แกงบวชต่างๆ	274	84.31
สากุเป็ยก	269	82.77
ข้าวเหนียวเป็ยก	262	80.62
ขนมถั่วแปบ	249	76.62
ลอยแก้วต่างๆ	247	76.00
ขนมต้ม	245	75.38
ปลากริมไข่เต่า	192	59.08

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่าในขนมไทยประเภทต้มหรือลวก ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักขนมลอคชองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.69 รองลงมาได้แก่ บัวลอย ร้อยละ 94.15 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 90.77 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 85.23 แกงบวชต่างๆ ร้อยละ 84.31 สากุเป็ยก ร้อยละ 82.77 ข้าวเหนียวเป็ยก ร้อยละ 80.62 ขนมถั่วแปบ ร้อยละ 76.62 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 76.00 ขนมต้ม ร้อยละ 75.38 และขนมปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 59.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับความมีศรัทธา
 ยี่ห้อยของขนมไทย

ความรู้เกี่ยวกับความมีศรัทธายี่ห้อย	จำนวน	ร้อยละ
ทราบว่าไม่มีศรัทธายี่ห้อย	176	54.15
ทราบว่ามีความมีศรัทธายี่ห้อย	149	45.85
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าขนมไทยไม่มีศรัทธายี่ห้อย คิดเป็น
 ร้อยละ 54.15 และทราบว่าขนมไทยมีความมีศรัทธายี่ห้อย ร้อยละ 45.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักในศรัทธายี่ห้อยของ
 ขนมไทย

ความรู้จักในศรัทธายี่ห้อย	จำนวน	ร้อยละ
รู้จักศรัทธายี่ห้อย	52	16.00
ไม่รู้จักศรัทธายี่ห้อย	151	46.46
ไม่สนใจจำศรัทธายี่ห้อย	122	37.54
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักศรัทธายี่ห้อยของขนมไทย คิดเป็น
 ร้อยละ 46.46 ไม่สนใจจำศรัทธายี่ห้อย ร้อยละ 37.54 และรู้จักศรัทธายี่ห้อยร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามครายี่ห้อของขนมไทยที่รู้จัก

ครายี่ห้อที่รู้จักได้แก่	จำนวน	ร้อยละ
อินโฮม	17	32.69
วิไลขนมไทย	16	30.77
ขนมบ้านอาจารย์	12	23.08
นราขนมไทย	9	17.31
ใบตองขนมไทย	7	13.46
เทียนหยด	4	7.69

หมายเหตุ มีผู้ตอบแบบสอบถาม 52 รายที่รู้จักครายี่ห้อขนมไทย

จากตารางที่ 15 พบว่าครายี่ห้อขนมไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักคือ อินโฮม คิดเป็นร้อยละ 32.69 รองลงมาได้แก่ วิไลขนมไทย ร้อยละ 30.77 ขนมบ้านอาจารย์ ร้อยละ 23.08 นราขนมไทย ร้อยละ 17.31 ใบตองขนมไทย ร้อยละ 13.46 และเทียนหยด ร้อยละ 7.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ด้านรสชาติขนมไทย

การรับรู้ด้านรสชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ขนมชนิดเดียวกัน ผู้ผลิตต่างกัน รสชาติขนมต่างกัน	293	90.15
ขนมชนิดเดียวกัน ผู้ผลิตต่างกัน รสชาติขนมเหมือนกัน	32	9.85
อื่นๆ	0	0.00
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ว่าจะขนมชนิดเดียวกัน ผู้ผลิตต่างกัน รสชาติขนมต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 90.15 และรับรู้ว่าจะขนมชนิดเดียวกัน ผู้ผลิตต่างกัน รสชาติขนมเหมือนกัน ร้อยละ 9.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ด้านความมีคุณค่าทางอาหารของขนมไทย

ความรู้ด้านความมีคุณค่าทางอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ทราบว่ามีคุณค่าทางอาหาร	275	84.62
ไม่ทราบว่ามีคุณค่าทางอาหาร	50	15.38
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าขนมไทยมีคุณค่าทางอาหาร คิดเป็นร้อยละ 84.62 และทราบว่าขนมไทยไม่มีคุณค่าทางอาหาร ร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ด้านสถานที่จำหน่ายขนมไทย

สถานที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสด	311	95.69
ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ	215	66.15
ห้างสรรพสินค้า	201	61.85
มินิมาร์ท	198	60.92
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	197	60.62
หาบเร่	181	55.69
ร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน	155	47.69
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าขนมไทยมีจำหน่ายที่ตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.69 รองลงมาได้แก่ ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ ร้อยละ 66.15 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 61.85 มินิมาร์ทและไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 60.92 หาบเร่ ร้อยละ 55.69 และร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน ร้อยละ 47.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลด้านสถานที่จำหน่ายข้างคันจากบุคคลอื่น

บุคคลที่ให้ความรู้ด้านสถานที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา	237	72.92
เพื่อนสนิท	185	56.92
ญาติ	176	54.15
พี่น้อง	158	48.62
เพื่อนบ้าน	112	34.46
โฆษณาทางสื่อต่างๆ	107	32.92
อื่นๆ	43	13.23

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ทราบด้วยตนเอง

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลด้านสถานที่จำหน่ายจากบิดา มารดามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.92 รองลงมาได้แก่ เพื่อนสนิท ร้อยละ 56.92 ญาติ ร้อยละ 54.15 พี่น้อง ร้อยละ 48.62 เพื่อนบ้าน ร้อยละ 34.46 โฆษณาทางสื่อต่างๆ ร้อยละ 32.92 และอื่นๆ ร้อยละ 13.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเข้าใจด้านการพบ
โฆษณาบนมไทยในสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อที่โฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสาร	132	40.62
ป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ	130	40.00
โบปลิว	107	32.92
โทรทัศน์	106	32.62
หนังสือพิมพ์	84	25.85
วิทยุ	68	20.92
อื่นๆ	63	19.38

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ การพูดปากต่อปาก และ อินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใจว่าจะพบโฆษณาบนมไทยจากสื่อ
นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.62 รองลงมาได้แก่ ป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ร้อยละ 40.00 โบ
ปลิว ร้อยละ 32.92 โทรทัศน์ ร้อยละ 32.62 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 25.85 วิทยุ ร้อยละ 20.92 และอื่นๆ
ร้อยละ 19.38 ตามลำดับ

องค์ประกอบด้านความรู้สึกลึก

ตารางที่ 21 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกลึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ								ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ		
ขนมไทยมีหลากหลายชนิด	72.62	27.07	0.31	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.72	มีผลมากที่สุด
ขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารับประทาน	57.84	35.08	6.77	0.31	0.31	0.00	0.00	0.00	4.50	มีผลมากที่สุด
ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และรสชาติความเป็นไทย	55.38	39.08	4.30	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	4.48	มีผลมาก
ขนมไทยมีรสชาติอร่อย	50.15	41.23	8.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.42	มีผลมาก
ขนมไทยมีสีสันสวยงาม	45.85	45.85	7.37	0.62	0.62	0.31	0.31	0.31	4.36	มีผลมาก
ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร	31.69	41.54	25.54	1.23	1.23	0.00	0.00	0.00	4.04	มีผลมาก
ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษายาวนาน	24.92	52.00	19.39	3.69	3.69	0.00	0.00	0.00	3.98	มีผลมาก
ขนมไทยสะอาดมีอนามัย	23.39	45.85	27.38	3.38	3.38	0.00	0.00	0.00	3.89	มีผลมาก
ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก	22.16	47.38	24.92	5.54	5.54	0.00	0.00	0.00	3.86	มีผลมาก
ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน	21.23	42.46	30.46	5.54	5.54	0.31	0.31	0.31	3.79	มีผลมาก
ขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม	16.92	40.61	37.85	4.00	4.00	0.62	0.62	0.62	3.69	มีผลมาก
ขนมไทยมีการแสดงตราหีบห่ออย่างชัดเจน	8.61	22.77	44.92	21.85	21.85	1.85	1.85	1.85	3.14	มีผลน้อย
ตราหีบห่อของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย	8.92	20.00	45.23	22.15	22.15	3.70	3.70	3.70	3.08	มีผลน้อย
ผลรวม	33.82	38.53	21.77	5.30	5.30	0.57	0.57	0.57	3.99	มีผลมาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขนมไทยมีหลากหลายชนิด และขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารับประทาน

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงความเป็นไทย ขนมไทยมีรสชาติอร่อย ขนมไทยมีสีอันสวยงาม ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น ขนมไทยสะอาดมีอนามัย ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน และขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม

และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย ได้แก่ ขนมไทยมีการแสดงตราหีบห่อที่ชัดเจนและตราหีบห่อของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย

ตารางที่ 22 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	มากที่สุด		น้อย		น้อยที่สุด				ไม่มีผล	
	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ	จำนวน
ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง	21.85	51.69	22.77	22.77	3.07	3.07	0.62	3.91	มีผลมาก	
ระดับราคาของขนมไทย	5.23	25.54	43.08	43.08	22.77	22.77	3.38	3.06	มีผลน้อย	
ผลรวม	13.54	38.62	32.93	32.93	12.92	12.92	2.00	3.49	มีผลน้อย	

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ได้แก่ ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในระดับน้อย ได้แก่ ระดับราคาของขนมไทย

ตารางที่ 23 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		ไม่มีผล			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ		
ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะดวกมีอนามัย	12.31	40.00	45.23	2.46	0.00	3.62	มีผลมาก	
ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก	12.00	37.85	43.68	5.85	0.62	3.55	มีผลมาก	
ร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย	12.92	42.77	30.77	12.62	0.92	3.54	มีผลมาก	
ผลรวม	12.41	40.21	39.89	6.98	0.51	3.57	มีผลมาก	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะดวกมีอนามัย ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก และร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย

ตารางที่ 24 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกรับรองแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ								ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล				
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
การโฆษณาของขนมไทย	36.92	47.69	13.85	1.23	0.31				4.20	มีผลมาก	
การจัดรายการส่งเสริมการขายของขนมไทย ได้	28.00	39.08	25.23	6.15	1.54				3.86	มีผลมาก	
แก่ การลดราคาและการให้ของแถม	13.85	33.54	51.07	1.54	0.00				3.60	มีผลมาก	
การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย	14.46	33.54	46.46	5.23	0.31				3.57	มีผลมาก	
ความสุภาพและมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย											
การประชาสัมพันธ์ขนมไทยของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน	9.54	15.08	34.15	32.92	8.31				2.85	มีผลน้อย	
ผลรวม	20.55	33.79	34.15	9.41	2.09				3.62	มีผลมาก	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาของขนมไทย การจัดรายการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคาและการให้ของแถม การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทยส่วนใหญ่ และความสุภาพและมีมารยาทของผู้ขายขนมไทยส่วนใหญ่

และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ขนมไทยของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทกวน

ประเภทกวน	พฤติกรรมการบริโภค					
	เป็นประจำ		นานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลไม้กวนต่างๆ	95	29.23	212	65.23	18	5.54
กาดะแม	57	17.54	254	78.15	14	4.31
ตะโก้	40	12.31	245	75.38	40	12.31
เฟือกกวน	34	10.46	215	66.15	76	23.38
ถั่วกวน	33	10.15	210	64.62	82	25.23
เปียกปูน	27	8.31	253	77.85	45	13.85
อถั่ว	19	5.85	134	41.23	172	52.92
ลื้มกลืน	12	3.69	83	25.54	230	70.77

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทกวนของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ชนิดของขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคเป็นประจำ ได้แก่ ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 29.23 รองลงมา กาดะแม ร้อยละ 17.54 ตะโก้ ร้อยละ 12.31 เฟือกกวน ร้อยละ 10.46 ถั่วกวน ร้อยละ 10.15 เปียกปูน ร้อยละ 8.31 อถั่ว ร้อยละ 5.85 และลื้มกลืน ร้อยละ 3.69 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคนานๆ ครั้ง ได้แก่ กาดะแม ร้อยละ 78.15 รองลงมา เปียกปูน ร้อยละ 77.85 ตะโก้ ร้อยละ 75.38 เฟือกกวน ร้อยละ 66.15 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 65.23 ถั่วกวน ร้อยละ 64.62 อถั่ว ร้อยละ 41.23 และลื้มกลืน ร้อยละ 25.54 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทกวนที่ไม่เคยบริโภค ได้แก่ ลื้มกลืน ร้อยละ 70.77 รองลงมา อถั่ว ร้อยละ 52.92 ถั่วกวน ร้อยละ 25.23 เฟือกกวน ร้อยละ 23.38 เปียกปูน ร้อยละ 13.85 ตะโก้ ร้อยละ 12.31 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 5.54 กาดะแม ร้อยละ 4.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทหนึ่ง

ประเภทหนึ่ง	พฤติกรรมการบริโภค					
	เป็นประจำ		นานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าวต้มมัด	142	43.69	177	54.46	6	1.85
ขนมชั้น	126	38.77	196	60.31	3	0.92
ขนมใส่ไส้	101	31.08	206	63.38	18	5.54
ขนมถ้วยฟู	74	22.77	226	69.54	25	7.69
ขนมปุยฝ้าย	73	22.46	212	65.23	40	12.31
ขนมกล้วย	65	20.00	227	69.85	33	10.15
ขนมตาล	64	19.69	222	68.31	39	12.00
สาเลื่อ่อน	43	13.23	167	51.38	115	35.38
ขนมถ้วยตะไล	31	9.54	146	44.92	148	45.54

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคเป็นประจำ ได้แก่ ข้าวต้มมัด ร้อยละ 43.69 รองลงมาขนมชั้น ร้อยละ 38.77 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 31.08 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 22.77 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 22.46 ขนมกล้วย ร้อยละ 20.00 ขนมตาล ร้อยละ 19.69 สาเลื่อ่อน ร้อยละ 13.23 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 9.54 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคนานๆ ครั้ง ได้แก่ ขนมกล้วย ร้อยละ 69.85 รองลงมาขนมถ้วยฟู ร้อยละ 69.54 ขนมตาล ร้อยละ 68.31 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 65.23 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 63.38 ขนมชั้น ร้อยละ 60.31 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 54.46 สาเลื่อ่อน ร้อยละ 51.38 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 44.92 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ได้แก่ ขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 45.54 รองลงมาสาเลื่อ่อน 35.38 ปุยฝ้าย ร้อยละ 12.31 ขนมตาล ร้อยละ 12.00 ขนมกล้วย ร้อยละ 10.15 ถ้วยฟู ร้อยละ 7.69 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 5.54 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 1.85 และขนมชั้น ร้อยละ 0.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค
ขนมไทยประเภทเชื่อม

ประเภทเชื่อม	พฤติกรรมการบริโภค					
	เป็นประจำ		นานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ฝอยทอง	122	37.54	191	58.77	12	3.69
ทองหยอด	116	35.69	195	60.00	14	4.31
เม็ดยนูน	116	35.69	189	58.15	20	6.15
ผลไม้เชื่อมต่างๆ	110	33.85	187	57.54	28	8.62
ทองหยิบ	108	33.23	202	62.15	15	4.62

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 27 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทเชื่อมของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ชนิดของขนมไทยประเภทเชื่อมที่บริโภคเป็นประจำ ได้แก่ ฝอยทอง ร้อยละ 37.54 รองลงมา ทองหยอดและเม็ดยนูน ร้อยละ 35.69 ผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 33.85 และทองหยิบ ร้อยละ 33.23 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทเชื่อมที่บริโภคนานๆ ครั้ง ได้แก่ ทองหยิบ ร้อยละ 62.15 รองลงมา ทองหยอด ร้อยละ 60.00 ฝอยทอง ร้อยละ 58.77 เม็ดยนูน ร้อยละ 58.15 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 57.54 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทเชื่อมที่ไม่เคยบริโภค ได้แก่ ผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 8.62 รองลงมา เม็ดยนูน ร้อยละ 6.15 ทองหยิบ ร้อยละ 4.62 ทองหยอด ร้อยละ 4.31 และฝอยทอง ร้อยละ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค
ขนมไทยประเภททอด

ประเภททอด	พฤติกรรมการบริโภค					
	เป็นประจำ		นานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กล้วยฉาบ	126	38.77	193	59.38	6	1.85
เผือกฉาบ	82	25.23	196	60.31	47	14.46
กรอบเค็ม	71	21.85	163	50.15	91	28.00
ครองแครง	68	20.92	231	71.08	26	8.00
ป่นสับ	49	15.08	140	43.08	136	41.85
คอกจอก	22	6.77	149	45.85	154	47.38

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภททอดของผู้ตอบแบบสอบถามมี
รายละเอียดดังนี้

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่บริโภคเป็นประจำ ได้แก่ กล้วยฉาบ ร้อยละ 38.77 รองลงมา
เผือกฉาบ ร้อยละ 25.23 กรอบเค็ม ร้อยละ 21.85 ครองแครง ร้อยละ 20.92 ป่นสับ ร้อยละ 15.08 และ
คอกจอก ร้อยละ 6.77 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่บริโภคนานๆ ครั้ง ได้แก่ ครองแครง ร้อยละ 71.08 รองลง
มาเผือกฉาบ ร้อยละ 60.31 กล้วยฉาบ ร้อยละ 59.38 กรอบเค็ม ร้อยละ 50.15 คอกจอก ร้อยละ 45.85
และป่นสับ ร้อยละ 43.08 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่ไม่เคยบริโภค ได้แก่ คอกจอก ร้อยละ 47.38 รองลงมา
ป่นสับ ร้อยละ 41.85 กรอบเค็ม ร้อยละ 28.00 เผือกฉาบ ร้อยละ 14.46 ครองแครง ร้อยละ 8.00 และ
กล้วยฉาบ ร้อยละ 1.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค
ขนมไทยประเภทแป้งหรืออบ

ประเภทแป้ง/อบ	พฤติกรรมการบริโภค					
	เป็นประจำ		นานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทองม้วน	114	35.08	196	60.31	15	4.62
ขนมฝิง	108	33.23	198	60.92	19	5.85
กลีบลำควน	99	30.46	179	55.08	47	14.46
หม้อแกง	86	26.46	214	65.85	25	7.69
บัวปิ่น	73	22.46	190	58.46	62	19.08

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทแป้งหรืออบของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคเป็นประจำ ได้แก่ ทองม้วน ร้อยละ 35.08 รองลงมา ขนมฝิง ร้อยละ 33.23 กลีบลำควน ร้อยละ 30.46 หม้อแกง ร้อยละ 26.46 และบัวปิ่น ร้อยละ 22.46 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคนานๆ ครั้ง ได้แก่ หม้อแกง ร้อยละ 65.85 รองลงมา ขนมฝิง ร้อยละ 60.92 ทองม้วน ร้อยละ 60.31 บัวปิ่น ร้อยละ 58.46 และกลีบลำควน ร้อยละ 55.07 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ได้แก่ บัวปิ่น ร้อยละ 19.08 รองลงมา กลีบลำควน ร้อยละ 14.46 หม้อแกง ร้อยละ 7.69 ขนมฝิง ร้อยละ 5.85 และทองม้วน ร้อยละ 4.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทคัมหรือลาวก

ประเภทคัม/ลาวก	พฤติกรรมการบริโภค					
	เป็นประจำ		นานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทับทิมกรอบ	129	39.69	181	55.69	15	4.62
ลอดช่อง	116	35.69	197	60.62	12	3.69
บัวลอย	109	33.54	202	62.15	14	4.31
ซ่าหริ่ม	95	29.23	199	61.23	31	9.54
แกงบวชต่างๆ	94	28.92	196	60.31	35	10.77
ขนมคัม	86	26.46	198	60.92	41	12.62
สาकुเปี้ยก	77	23.69	209	64.31	39	12.00
ลอยแก้วต่างๆ	71	21.85	198	60.92	56	17.23
ข้าวเหนียวเปียก	65	20.00	216	66.46	44	13.54
ถั่วแปบ	59	18.15	207	63.69	59	18.15
ปลากริมไข่เต่า	58	17.85	156	48.00	111	34.15

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ชนิดของขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่บริโภคเป็นประจำ ได้แก่ ทับทิมกรอบ ร้อยละ 39.69 รองลงมา ลอดช่อง ร้อยละ 35.69 บัวลอย ร้อยละ 33.54 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 29.23 แกงบวชต่างๆ ร้อยละ 28.92 ขนมคัม ร้อยละ 26.46 สาकुเปี้ยก ร้อยละ 23.69 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 21.85 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 20.00 ถั่วแปบ ร้อยละ 18.15 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 17.85 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่บริโภคนานๆ ครั้ง ได้แก่ ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 66.46 รองลงมา สาकुเปี้ยก ร้อยละ 64.31 ถั่วแปบ ร้อยละ 63.69 บัวลอย ร้อยละ 62.15 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 61.23 ขนมคัมและลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 60.92 ลอดช่อง ร้อยละ 60.62 แกงบวชต่างๆ ร้อยละ 60.31 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 55.69 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทต้มหรือลวกที่ไม่เคยบริโภค ได้แก่ ปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 34.15 รองลงมา ถั่วแปบ ร้อยละ 18.15 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 17.23 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 13.54 ขนมต้ม ร้อยละ 12.62 สาकुเปียก ร้อยละ 12.00 แกงบัวต่างๆ ร้อยละ 10.77 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 9.54 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 4.62 บัวลอย ร้อยละ 4.31 และลอดช่อง ร้อยละ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทกวน

ประเภทกวน	จะซื้อในครั้งต่อไป	
	จำนวน	ร้อยละ
ผลไม้กวนต่างๆ	277	85.23
กาดะแม	265	81.54
ตะโก้	252	77.54
เปียกปูน	245	75.38
เผือกกวน	211	64.92
ถั่วกวน	207	63.69
อั่ว	122	37.54
ลื้มกลืน	81	24.92

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 พบว่าความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทกวนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 85.23 รองลงมา กาดะแม ร้อยละ 81.54 ตะโก้ ร้อยละ 77.54 เปียกปูน ร้อยละ 75.38 เผือกกวน ร้อยละ 64.92 ถั่วกวน ร้อยละ 63.69 อั่ว ร้อยละ 37.54 และลื้มกลืน ร้อยละ 24.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทหนึ่ง

ประเภทหนึ่ง	จะซื้อในครั้งต่อไป	
	จำนวน	ร้อยละ
ขนมชั้น	288	88.62
ข้าวต้มมัด	284	87.38
ขนมใส่ไส้	260	80.00
ขนมถ้วยฟู	247	76.00
ขนมก้ามปู	227	69.85
ขนมปุยฝ้าย	219	67.38
ขนมตาล	214	65.85
สาเลื้อยอ่อน	163	50.15
ขนมถ้วยตะไล	137	42.15

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่าความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ขนมชั้น ร้อยละ 88.62 รองลงมา ข้าวต้มมัด ร้อยละ 87.38 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 80.00 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 76.00 ขนมก้ามปู ร้อยละ 69.85 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 67.38 ขนมตาล ร้อยละ 65.85 สาเลื้อยอ่อน ร้อยละ 50.15 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 42.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทเชื่อม

ประเภทเชื่อม	จะซื้อในครั้งต่อไป	
	จำนวน	ร้อยละ
ฝอยทอง	281	86.46
ทองหยอด	280	86.15
ทองหยิบ	278	85.54
เม็ดขนุน	262	80.62
ผลไม้เชื่อมต่างๆ	235	72.31

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่าความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทเชื่อมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ฝอยทอง ร้อยละ 86.46 รองลงมา ทองหยอด ร้อยละ 86.15 ทองหยิบ ร้อยละ 85.54 เม็ดขนุน ร้อยละ 80.62 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 72.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภททอด

ประเภททอด	จะซื้อในครั้งต่อไป	
	จำนวน	ร้อยละ
กล้วยฉาบ	286	88.00
ครองแครง	248	76.31
เผือกฉาบ	234	72.00
กรอบเค็ม	192	59.08
ป็นสิบ	155	47.69
ดอกจอก	124	38.15

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 34 พบว่าความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภททอดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ กล้วยฉาบ ร้อยละ 88.00 รองลงมา ครองแครง ร้อยละ 76.31 เผือกฉาบ ร้อยละ 72.00 กรอบเค็ม ร้อยละ 59.08 ป็นสิบ ร้อยละ 47.69 และดอกจอก ร้อยละ 38.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทปังหรืออบ

ประเภทปังหรืออบ	จะซื้อในครั้งต่อไป	
	จำนวน	ร้อยละ
ทองม้วน	299	92.00
หม้อแกง	291	89.54
ขนมฝิง	285	87.69
กลีบลำดวน	259	79.69
บัวปั้น	252	77.54

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่าความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทปังหรืออบของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ทองม้วน ร้อยละ 92.00 รองลงมา หม้อแกง ร้อยละ 89.54 ขนมฝิง ร้อยละ 87.69 กลีบลำดวน ร้อยละ 79.69 และบัวปั้น ร้อยละ 77.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทต้มหรือลวก

ประเภทต้มหรือลวก	จะซื้อในครั้งต่อไป	
	จำนวน	ร้อยละ
ลอคชอง	311	95.69
บัวลอย	306	94.15
ทับทิมกรอบ	295	90.77
ซ่าหริ่ม	277	85.23
แกงบวชต่างๆ	274	84.31
สากุเปี้ยก	269	82.77
ข้าวเหนียวเปียก	262	80.62
ถั่วแปบ	249	76.62
ลอยแก้วต่างๆ	247	76.00
ขนมต้ม	245	75.38
ปลากุริมไข่เต่า	192	59.08

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่าความโน้มเอียงที่จะซื้อขนมไทยประเภทต้มหรือลวกของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ลอคชอง ร้อยละ 95.69 รองลงมา บัวลอย ร้อยละ 94.15 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 90.77 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 85.23 แกงบวชต่างๆ ร้อยละ 84.31 สากุเปี้ยก ร้อยละ 82.77 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 80.62 ถั่วแปบ ร้อยละ 76.62 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 76.00 ขนมต้ม ร้อยละ 75.38 และปลากุริมไข่เต่า ร้อยละ 59.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดขนมไทยที่ชอบ
10 อันดับ

ชนิดขนมไทย	จำนวน	ร้อยละ
1. ทองหยอด	83	25.54
2. ฝอยทอง	77	23.69
3. ขนมชั้น	58	17.85
4. ทองหยิบ	55	16.92
5. ลูกชุบ	50	15.38
6. ทับทิมกรอบ	45	13.85
7. บัวลอย	41	12.62
8. กลิบลำควน	40	12.31
9. ตะโก้	39	12.00
10. เม็ดขนุน	38	11.69

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 พบว่า 10 อันดับขนมไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบมากที่สุด ได้แก่ ทองหยอด ร้อยละ 25.54 รองลงมา ฝอยทอง ร้อยละ 23.69 ขนมชั้น ร้อยละ 17.85 ทองหยิบ ร้อยละ 16.92 ลูกชุบ ร้อยละ 15.38 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 13.85 บัวลอย ร้อยละ 12.62 กลิบลำควน ร้อยละ 12.31 ตะโก้ ร้อยละ 12.00 และเม็ดขนุน ร้อยละ 11.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อขนมไทยจากสถานที่ต่างๆ

สถานที่ซื้อขนมไทย	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสด	298	91.69
ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ	166	51.08
มินิมาร์ท	139	42.77
ห้างสรรพสินค้า	131	40.31
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	116	35.69
หาบเร่	115	35.38
ร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน	101	31.08
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.69 รองลงมา ได้แก่ ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ ร้อยละ 51.08 มินิมาร์ท ร้อยละ 42.77 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 40.31 ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 35.69 หาบเร่ ร้อยละ 35.38 และร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน ร้อยละ 31.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อขนมไทยในปริมาณต่างๆ

ปริมาณการซื้อขนมไทย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 บาท	29	8.92
11-20 บาท	120	36.92
21-30 บาท	107	32.92
31-40 บาท	29	8.92
41-50 บาท	28	8.62
51 บาทขึ้นไป	12	3.69
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อขนมไทยอยู่ในช่วง 11-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.92 รองลงมาอยู่ในช่วง 21-30 บาท ร้อยละ 32.92 น้อยกว่า 10 บาท และ 31-40 บาท ร้อยละ 8.92 41-50 บาท ร้อยละ 8.62 และ 51 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อขนมไทย

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อรับประทานเอง	317	97.54
เพื่อฝากบุคคลอื่นในครอบครัว	207	63.69
เพื่อฝากเพื่อน	105	32.31
เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ หรือในเทศกาลต่างๆ	65	20.00
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อขนมไทยเพื่อรับประทานเอง ร้อยละ 97.54 รองลงมา เพื่อฝากบุคคลอื่นในครอบครัว ร้อยละ 63.69 เพื่อฝากเพื่อน ร้อยละ 32.31 และเพื่อให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษหรือในเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อขนมไทย

เหตุผลในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ขนมไทยมีรสชาติอร่อย	293	90.15
ขนมไทยสวยงามน่ารับประทาน	185	56.92
ขนมไทยมีราคาไม่แพง	160	49.23
สามารถหาซื้อได้ง่ายเนื่องจากมี จำหน่ายหลายร้าน	96	29.54
อื่นๆ	17	5.23

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ครอบครัวชอบทาน อยากรองชิม และช่วยอนุรักษ์ขนมไทย

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อขนมไทย คือ ขนมไทยมีรสชาติอร่อย ร้อยละ 90.15 รองลงมา ขนมไทยสวยงามน่ารับประทาน ร้อยละ 56.92 ขนมไทยมีราคาไม่แพง ร้อยละ 49.23 ขนมไทยสามารถหาซื้อได้ง่ายเนื่องจากมีจำหน่ายหลายร้าน ร้อยละ 29.54 และอื่นๆ ร้อยละ 5.23 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อชนมไทยในด้านต่างๆ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาของชนมไทยที่พบ
ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้นเกินไป	259	79.69
ชนมไทยไม่ระบุวันผลิตและวันหมดอายุทำให้เลือกซื้อยาก	201	61.85
ชนมไทยไม่มีตราหือที่ชัดเจน	172	52.92
คุณภาพของชนมไทยไม่สม่ำเสมอ ไม่มีมาตรฐานการผลิต	143	44.00
ชนมไทยไม่ระบุแหล่งผลิตชนม ทำให้ไม่รู้ที่มาและซื้อจากแหล่งผลิตโดยตรงยาก	139	42.77
ชนมไทยไม่ระบุส่วนผสมของชนมทำให้ไม่กล้าซื้อ	133	40.92
ตราหือของชนมไทยใช้ชื่อที่สามารถจดจำได้ยาก	87	26.77
ชนมไทยมีการใช้หือที่ที่ไม่เหมาะสมกับชีวิตประจำวัน	61	18.77
ชนมไทยมีให้เลือกไม่หลากหลาย	60	18.46
ชนมไทยดูไม่สะอาด ไม่น่ารับประทาน	43	13.23
ชนมไทยเป็นชนมที่ไม่มีคุณค่าทางอาหาร	34	10.46
ชนมไทยมีรสชาติไม่อร่อย	24	7.38
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปัญหาด้านชนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้นเกินไป คิดเป็นร้อยละ 79.69 รองลงมาได้แก่ ชนมไทยไม่ระบุวันผลิตและวันหมดอายุทำให้เลือกซื้อยาก ร้อยละ 61.85 ชนมไทยไม่มีตราหือที่ชัดเจน ร้อยละ 52.92 คุณภาพของชนมไทยไม่สม่ำเสมอ ไม่มีมาตรฐานการผลิต ร้อยละ 44.00 ชนมไทยไม่ระบุแหล่งผลิตชนม ทำให้ไม่รู้ที่มาและซื้อจากแหล่งผลิตโดยตรงยาก ร้อยละ 42.77 ชนมไทยไม่ระบุส่วนผสมของชนมทำให้ไม่กล้าซื้อ ร้อยละ 40.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาของขนมไทยที่พบ
 ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ขนมไทยแต่ละร้านขายราคาไม่เท่ากันแม้ว่าจะเป็นขนมชนิดเดียวกัน	268	82.46
ขนมไทยมีราคาแพงเกินไป	100	30.77
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 43 พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อส่วนประสมทางการตลาด
 ด้านราคา ได้แก่ ขนมไทยแต่ละร้านขายราคาไม่เท่ากันแม้ว่าจะเป็นขนมชนิดเดียวกัน ร้อยละ 82.46
 รองลงมา ขนมไทยมีราคาแพงเกินไป ร้อยละ 30.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาของขนมไทยที่พบ
ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนร้านจำหน่ายขนมไทยมีน้อยทำให้หาซื้อได้ยาก	179	55.08
ร้านจำหน่ายขนมไทยตั้งอยู่ในที่ที่มีการสัญจรไปมาไม่สะดวก	143	44.00
สถานที่จำหน่ายขนมไม่สะอาด	112	34.46
ขนมไทยขาดตลาดบ่อย เสียเวลาในการหาซื้อ	75	23.08
อื่นๆ	2	0.62

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ร้านจำหน่ายมักจะแคบและอึดอัด

จากตารางที่ 44 พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ ได้แก่ จำนวนร้านจำหน่ายขนมไทยมีน้อยทำให้หาซื้อได้ยาก ร้อยละ 55.08 รองลงมา ร้านจำหน่ายขนมไทยตั้งอยู่ในที่ที่มีการสัญจรไปมาไม่สะดวก ร้อยละ 44.00 สถานที่จำหน่ายขนมไม่สะอาด ร้อยละ 34.46 และขนมไทยขาดตลาดบ่อย เสียเวลาในการหาซื้อ ร้อยละ 23.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาของชนมไทยที่พบ
ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ชนมไทยไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	252	77.54
การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ยังน้อยเกินไป	227	69.85
ชนมไทยมีการส่งเสริมการขายน้อย	184	56.62
ผู้ขายชนมไทยแต่งกายไม่สะอาด ไม่มีสุขภาพอนามัยที่ดี	77	23.69
ผู้ขายชนมไทยไม่มีมารยาท ไม่สุภาพ	66	20.31
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 325 รายและแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 45 พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ชนมไทยไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ร้อยละ 77.54 รองลงมา การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนยังน้อยเกินไป ร้อยละ 69.85 ชนมไทยมีการส่งเสริมการขายน้อย ร้อยละ 56.62 ผู้ขายชนมไทยแต่งกายไม่สะอาด ไม่มีสุขภาพอนามัยที่ดี ร้อยละ 23.69 และผู้ขายชนมไทยไม่มีมารยาท ไม่สุภาพ ร้อยละ 20.31 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีข้อมูลพื้นฐานต่างกัน

ตารางที่ 46 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทกวนและเพศ

ขนมไทยประเภทกวน	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
ตะโก้	81.99	79.88
ลืมหูลิ้น	14.91	18.29
เปียกปูน	84.47	80.49
ถั่วกวน	68.32	66.46
เผือกกวน	66.46	72.56
อั่ว	34.78	40.85
กาดะแม	92.55	92.68
ผลไม้กวนต่างๆ	91.93	93.29

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 ราย หญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 46 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
รู้จักกาดะแมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.55 รองลงมา ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 91.93 เปียกปูน ร้อยละ
84.47 ตะโก้ ร้อยละ 81.99 ถั่วกวน ร้อยละ 68.32 เผือกกวน ร้อยละ 66.46 อั่ว ร้อยละ 34.78 และ
ลืมหูลิ้น ร้อยละ 14.91 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักผลไม้กวน
ต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.29 รองลงมา กาดะแม ร้อยละ 92.68 เปียกปูน ร้อยละ 80.49 ตะโก้
ร้อยละ 79.88 เผือกกวน 72.56 ถั่วกวน ร้อยละ 66.46 อั่ว ร้อยละ 40.85 และลืมหูลิ้น ร้อยละ 18.29
ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทหนึ่งและเพศ

ขนมไทยประเภทหนึ่ง	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมชั้น	95.65	95.73
ข้าวต้มมัด	96.27	95.73
สาเลื้อยอ่อน	49.07	40.24
ขนมกล้วย	78.90	81.70
ขนมตาล	80.75	81.10
ขนมใส่ไส้	85.09	87.20
ขนมถ้วยตะไล	42.24	30.49
ขนมถ้วยฟู	93.17	90.24
ขนมปุยฝ้าย	81.99	84.76

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 ราย หญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 47 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.27 รองลงมา ขนมชั้น ร้อยละ 95.65 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 93.17 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 85.09 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 81.99 ขนมตาล ร้อยละ 80.75 ขนมกล้วย ร้อยละ 78.90 สาเลื้อยอ่อน ร้อยละ 49.07 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 42.24 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักขนมชั้นและข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.73 รองลงมา ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 90.24 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 87.20 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 84.76 ขนมตาลและขนมกล้วย ร้อยละ 81.70 สาเลื้อยอ่อน ร้อยละ 40.24 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 30.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทเชื่อมและเพศ

ขนมไทยประเภทเชื่อม	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
ทองหยอด	96.27	93.29
ทองหยิบ	96.27	92.07
ฝอยทอง	96.90	92.10
เม็คขนุน	91.93	88.41
ผลไม้เชื่อม	86.34	86.59

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 ราย หญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 48 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่รู้จักฝอยทองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.90 รองลงมา ทองหยอดและทองหยิบ ร้อยละ 96.27 เม็คขนุน ร้อยละ 91.93 และผลไม้เชื่อม ร้อยละ 86.34 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองหยอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.29 รองลงมา ฝอยทอง ร้อยละ 92.10 ทองหยิบ ร้อยละ 92.07 เม็คขนุน ร้อยละ 88.41 และผลไม้เชื่อม ร้อยละ 86.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภททอดและเพศ

ขนมไทยประเภททอด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
กรอบเค็ม	62.11	56.10
กรอบแครง	87.58	85.98
ขนมคอกจอก	44.10	46.95
ขนมปั้นสิบ	55.90	48.80
กล้วยฉาบ	95.65	95.12
เผือกฉาบ	82.61	74.39

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 ราย หญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 49 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมา กรอบแครง ร้อยละ 87.58 เผือกฉาบ ร้อยละ 82.61 กรอบเค็ม ร้อยละ 62.11 ขนมปั้นสิบ ร้อยละ 55.90 และขนมคอกจอก ร้อยละ 44.10 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.12 รองลงมา กรอบแครง ร้อยละ 85.98 เผือกฉาบ ร้อยละ 74.39 กรอบเค็ม ร้อยละ 56.10 ขนมปั้นสิบ ร้อยละ 48.80 และขนมคอกจอก ร้อยละ 46.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทแป้งหรืออบ และเพศ

ขนมไทยประเภทแป้งหรืออบ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมหม้อแกง	90.06	89.02
กlibล้าควน	77.64	81.71
ขนมฝิง	88.20	87.20
ขนมบ้าบิ่น	78.88	76.22
ทองม้วน	91.93	92.07

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 ราย หญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 50 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองม้วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.93 รองลงมา ขนมหม้อแกง ร้อยละ 90.06 ขนมฝิง ร้อยละ 88.20 ขนมบ้าบิ่น ร้อยละ 78.88 และกlibล้าควน ร้อยละ 77.64 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองม้วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.07 รองลงมา ขนมหม้อแกง ร้อยละ 89.02 ขนมฝิง ร้อยละ 87.20 กlibล้าควน ร้อยละ 81.71 ขนมบ้าบิ่น ร้อยละ 76.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทต้มหรือลวก และเพศ

ขนมไทยประเภทต้มหรือลวก	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมต้ม	77.02	73.78
ขนมถั่วแปบ	76.40	76.83
แกงบวชต่างๆ	86.96	81.71
บัวลอย	93.17	95.12
ปลากริมไข่เต่า	63.98	54.27
สาकुเปี้ยก	84.47	81.10
ข้าวเหนียวเปียก	78.30	82.90
ทับทิมกรอบ	92.55	89.02
ซ่าหริ่ม	83.20	87.20
ลอคช้อง	95.03	96.34
ลอยแก้วต่างๆ	77.02	75.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 ราย หญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 51 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักลอคช้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.03 รองลงมา บัวลอย ร้อยละ 93.17 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 92.55 แกงบวชต่างๆ ร้อยละ 86.96 สาकुเปี้ยก ร้อยละ 84.47 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 83.20 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 78.30 ขนมต้ม ร้อยละ 77.02 ขนมถั่วแปบ ร้อยละ 76.40 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 63.98 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักลอคช้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.34 รองลงมา บัวลอย ร้อยละ 95.12 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 89.02 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 87.20 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 82.90 แกงบวชต่างๆ ร้อยละ 81.71 สาकुเปี้ยก ร้อยละ 81.10 ขนมถั่วแปบ ร้อยละ 76.83 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 75.00 ขนมต้ม ร้อยละ 73.78 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 54.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทกวนและอายุ

ขนมไทยประเภทกวน	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
ตะโก้	69.51	92.55
ลื้มกลืน	15.85	17.39
เปียกปูน	78.05	86.96
ถั่วกวน	59.10	75.80
เผือกกวน	64.63	74.53
อลัว	26.80	49.10
กาละแม	90.24	95.03
ผลไม้กวนต่างๆ	90.24	95.03

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 52 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักผลไม้กวนต่างๆ และกาละแมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.24 รองลงมา เปียกปูน ร้อยละ 78.05 ตะโก้ ร้อยละ 69.51 เผือกกวน ร้อยละ 64.63 ถั่วกวน ร้อยละ 59.10 อลัว ร้อยละ 26.80 และลื้มกลืน ร้อยละ 15.85 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักผลไม้กวนต่างๆ และกาละแมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.03 รองลงมา ตะโก้ ร้อยละ 92.55 เปียกปูน ร้อยละ 86.96 ถั่วกวน ร้อยละ 75.80 เผือกกวน ร้อยละ 74.53 อลัว ร้อยละ 49.10 และลื้มกลืน ร้อยละ 17.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทหนึ่งและอายุ

ขนมไทยประเภทหนึ่ง	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมชั้น	94.51	96.89
ข้าวต้มมัด	93.29	98.76
สาเลื้อย	38.41	50.93
ขนมกล้วย	75.61	85.09
ขนมตาล	78.05	83.85
ขนมใส่ไส้	82.93	89.44
ขนมถ้วยตะไล	25.61	47.20
ขนมถ้วยฟู	89.02	94.41
ขนมปุยฝ้าย	80.49	86.34

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 53 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักขนมชั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.51 รองลงมา ข้าวต้มมัด ร้อยละ 93.29 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 89.02 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 82.93 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 80.49 ขนมตาล ร้อยละ 78.05 ขนมกล้วย ร้อยละ 75.61 สาเลื้อย ร้อยละ 38.41 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 25.61 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.76 รองลงมา ขนมชั้น ร้อยละ 96.89 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 94.41 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 89.44 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 86.34 ขนมกล้วย ร้อยละ 85.09 ขนมตาล ร้อยละ 83.35 สาเลื้อย ร้อยละ 50.93 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 47.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทเชื่อมและอายุ

ขนมไทยประเภทเชื่อม	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
ทองหยอด	94.51	95.03
ทองหยิบ	93.29	95.03
ฝอยทอง	93.90	95.03
เม็คขนุน	86.59	93.79
ผลไม้เชื่อมต่างๆ	82.93	90.06

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 54 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองหยอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.51 รองลงมา ฝอยทอง ร้อยละ 93.90 ทองหยิบ ร้อยละ 93.29 เม็คขนุน ร้อยละ 86.59 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 82.93 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองหยิบ ทองหยอด และฝอยทองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.03 รองลงมา เม็คขนุน ร้อยละ 93.79 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 90.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภททอดและอายุ

ขนมไทยประเภททอด	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
กรอบเค็ม	51.22	67.08
ครองแครง	80.49	93.17
ดอกจอก	37.20	54.00
ปิ่นสืบ	43.29	61.49
กล้วยฉาบ	95.10	95.70
เผือกฉาบ	75.00	81.99

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 55 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมา ครองแครง ร้อยละ 80.49 เผือกฉาบ ร้อยละ 75.00 กรอบเค็ม ร้อยละ 51.22 ปิ่นสืบ ร้อยละ 43.29 และดอกจอก ร้อยละ 37.20 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.70 รองลงมา ครองแครง ร้อยละ 93.17 เผือกฉาบ ร้อยละ 81.99 กรอบเค็ม ร้อยละ 67.08 ปิ่นสืบ ร้อยละ 61.49 และดอกจอก ร้อยละ 54.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทแป้งหรืออบ และอายุ

ขนมไทยประเภทแป้งหรืออบ	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
หม้อแกง	86.59	92.55
กลีบลำดวน	71.95	87.58
ขนมฝิง	84.76	90.68
บัวปั้น	68.90	86.30
ทองม้วน	88.41	95.65

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 56 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองม้วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.41 รองลงมา หม้อแกง ร้อยละ 86.59 ขนมฝิง ร้อยละ 84.76 กลีบลำดวน ร้อยละ 71.95 และบัวปั้น ร้อยละ 68.90 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักทองม้วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมา หม้อแกง ร้อยละ 92.55 ขนมฝิง ร้อยละ 90.68 กลีบลำดวน ร้อยละ 87.58 และบัวปั้น ร้อยละ 86.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักขนมไทยประเภทคัมหรือลาวก และอายุ

ขนมไทยประเภทคัมหรือลาวก	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมคัม	72.56	78.26
ถั่วแปบ	67.07	86.34
แกงบวชต่างๆ	78.05	90.68
บัวลอย	91.46	96.89
ปลากริมไข่เต่า	45.73	72.67
สาकुเปี้ยก	75.00	90.68
ข้าวเหนียวเปี้ยก	73.17	88.20
ทับทิมกรอบ	85.37	96.27
ชำหริ่ม	79.30	91.30
ลอดช่อง	95.12	96.27
ลอยแก้วต่างๆ	76.83	75.16

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 57 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักลอดช่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.12 รองลงมา บัวลอย ร้อยละ 91.46 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 85.37 ชำหริ่ม ร้อยละ 79.30 แกงบวชต่าง ๆ ร้อยละ 78.05 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 76.83 สาकुเปี้ยก ร้อยละ 75.00 ข้าวเหนียวเปี้ยก ร้อยละ 73.17 ขนมคัม 72.56 ถั่วแปบ ร้อยละ 67.07 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 45.73 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักบัวลอยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.89 รองลงมา ทับทิมกรอบและลอดช่อง ร้อยละ 96.27 ชำหริ่ม ร้อยละ 91.30 สาकुเปี้ยกและแกงบวชต่างๆ ร้อยละ 90.68 ข้าวเหนียวเปี้ยก ร้อยละ 88.20 ถั่วแปบ ร้อยละ 86.34 ขนมคัม ร้อยละ 78.26 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 75.16 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 72.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยพื้นฐานต่างกัน

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและเพศ

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ขนมไทยมีหลากหลายชนิด	4.75 (มีผลมากที่สุด)	4.69 (มีผลมากที่สุด)
ขนมไทยมีรสชาติอร่อย	4.47 (มีผลมาก)	4.36 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีสีกลิ่นสวยงาม	4.42 (มีผลมาก)	4.31 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารับประทาน	4.49 (มีผลมาก)	4.52 (มีผลมากที่สุด)
ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร	4.08 (มีผลมาก)	3.99 (มีผลมาก)
ขนมไทยสะอาดมีอนามัย	3.91 (มีผลมาก)	3.87 (มีผลมาก)
ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก	3.86 (มีผลมาก)	3.86 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น	3.99 (มีผลมาก)	3.98 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม	3.72 (มีผลมาก)	3.66 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน	3.80 (มีผลมาก)	3.77 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีการแสดงตราเครื่องหมายชัดเจน	3.09 (มีผลน้อย)	3.20 (มีผลน้อย)
ตราเครื่องหมายของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย	2.99 (มีผลน้อย)	3.18 (มีผลน้อย)
ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงความเป็นไทย	4.45 (มีผลมาก)	4.51 (มีผลมากที่สุด)
ผลรวม	4.00 (มีผลมาก)	3.99 (มีผลมาก)

จากตารางที่ 58 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขนมไทยมีหลากหลายชนิด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ ขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารักประทาน ขนมไทยมีรสชาติอร่อย ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงความความเป็นไทย ขนมไทยมีสีสันสวยงามขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น ขนมไทยสะอาดมีอนามัยขนมไทยสามารถทานได้สะดวก และขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม

และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย ได้แก่ ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ขนมไทยมีการแสดงตราสัญลักษณ์ที่ชัดเจน และตราสัญลักษณ์ของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขนมไทยมีหลากหลายชนิด ขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารักประทาน และขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงความความเป็นไทย

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ ขนมไทยมีรสชาติอร่อย ขนมไทยมีสีสันสวยงาม ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น ขนมไทยสะอาดมีอนามัย ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก ขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม

และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย ได้แก่ ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ขนมไทยมีการแสดงตราสัญลักษณ์ที่ชัดเจน และตราสัญลักษณ์ของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและเพศ

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ระดับราคาของขนมไทย	3.00 (มีผลน้อย)	3.02 (มีผลน้อย)
ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง	3.94 (มีผลมาก)	3.90 (มีผลมาก)
ผลรวม	3.47 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)

จากตารางที่ 59 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับน้อย ได้แก่ ระดับราคาของขนมไทย

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและเพศ

ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก	3.57 (มีผลมาก)	3.71 (มีผลมาก)
ร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย	3.50 (มีผลมาก)	3.58 (มีผลมาก)
ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย	3.60 (มีผลมาก)	3.64 (มีผลมาก)
ผลรวม	3.56 (มีผลมาก)	3.64 (มีผลมาก)

จากตารางที่ 60 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก และร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย และร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและเพศ

ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาของขนมไทย	4.26 (มีผลมาก)	4.13 (มีผลมาก)
การจัดรายการส่งเสริมการขายของขนมไทย ได้แก่ การลดราคาและการให้ของแถม	3.88 (มีผลมาก)	3.83 (มีผลมาก)
การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย	3.62 (มีผลมาก)	3.58 (มีผลมาก)
ความสุภาพมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย	3.63 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)
การประชาสัมพันธ์ขนมไทยของหน่วยงานทั้ง ภาครัฐและเอกชน	2.77 (มีผลน้อย)	2.93 (มีผลน้อย)
ผลรวม	3.63 (มีผลมาก)	3.59 (มีผลมาก)

จากตารางที่ 61 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาของขนมไทย การจัดรายการส่งเสริมการขายของขนมไทย ความสุภาพและมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับน้อย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาของขนมไทย การจัดรายการส่งเสริมการขายของขนมไทย การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย ความสุภาพและมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับน้อย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยกับอายุ

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ขนมไทยมีหลากหลายชนิด	4.66 (มีผลมากที่สุด)	4.78 (มีผลมากที่สุด)
ขนมไทยมีรสชาติอร่อย	4.34 (มีผลมาก)	4.49 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีสีสันสวยงาม	4.33 (มีผลมาก)	4.40 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารับประทาน	4.45 (มีผลมาก)	4.56 (มีผลมากที่สุด)
ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร	4.01 (มีผลมาก)	4.06 (มีผลมาก)
ขนมไทยสะอาดมีอนามัย	3.98 (มีผลมาก)	3.81 (มีผลมาก)
ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก	3.97 (มีผลมาก)	3.74 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น	3.85 (มีผลมาก)	4.12 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม	3.70 (มีผลมาก)	3.69 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต ของคนในปัจจุบัน	3.79 (มีผลมาก)	3.79 (มีผลมาก)
ขนมไทยมีการแสดงตราหืออย่างชัดเจน	3.24 (มีผลน้อย)	3.04 (มีผลน้อย)
ตราหือของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย	3.14 (มีผลน้อย)	3.02 (มีผลน้อย)
ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึง ความเป็นไทย	4.48 (มีผลน้อย)	4.48 (มีผลน้อย)
ผลรวม	4.00 (มีผลมาก)	4.00 (มีผลมาก)

จากตารางที่ 62 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขนมไทยมีหลากหลายชนิด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงความเป็นไทย ขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารับประทาน ขนมไทยมีรสชาติอร่อย ขนมไทยมีสีสวยงาม ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร ขนมไทยสะอาดมีอนามัย ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน และขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับน้อย ได้แก่ ขนมไทยมีการแสดงตราหือที่ชัดเจน และตราหือของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขนมไทยมีหลากหลายชนิด และขนมไทยมีลักษณะประณีตน่ารับประทาน

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ขนมไทยมีรสชาติอร่อย ขนมไทยเป็นขนมที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงความเป็นไทย ขนมไทยมีสีสวยงาม ขนมไทยมีอายุการเก็บรักษาสั้น ขนมไทยเป็นขนมที่มีคุณค่าทางอาหาร ขนมไทยสะอาดมีอนามัย ขนมไทยมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ขนมไทยสามารถทานได้สะดวก และขนมไทยมีหีบห่อที่สวยงาม

และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับน้อย ได้แก่ ขนมไทยมีการแสดงตราหือที่ชัดเจน และตราหือของขนมไทยสามารถจดจำได้ง่าย

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและอายุ

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ระดับราคาของขนมไทย	3.00 (มีผลน้อย)	3.13 (มีผลน้อย)
ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง	3.94 (มีผลมาก)	3.88 (มีผลมาก)
ผลรวม	3.47 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)

จากตารางที่ 63 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย ได้แก่ ระดับราคาของขนมไทย

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ ความแตกต่างของราคาขนมไทยที่จำหน่ายแต่ละแห่ง และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย ได้แก่ ระดับราคาของขนมไทย

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและอายุ

ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก	3.65 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)
ร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย	3.66 (มีผลมาก)	3.42 (มีผลมาก)
ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย	3.71 (มีผลมาก)	3.53 (มีผลมาก)
ผลรวม	3.67 (มีผลมาก)	3.52 (มีผลมาก)

จากตารางที่ 64 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย ร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อได้ง่าย และร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับมาก ได้แก่ ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก ร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย และร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายแห่งจึงสามารถหาซื้อขนมไทยได้ง่าย

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยและอายุ

ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาของขนมไทย	4.20 (มีผลมาก)	4.19 (มีผลมาก)
การจัดรายการส่งเสริมการขายของขนมไทย ได้แก่ การลดราคาและการให้ของแถม	3.90 (มีผลมาก)	3.82 (มีผลมาก)
การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย	3.63 (มีผลมาก)	3.57 (มีผลมาก)
ความสุภาพมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย	3.62 (มีผลมาก)	3.51 (มีผลมาก)
การประชาสัมพันธ์ขนมไทยของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน	3.01 (มีผลน้อย)	2.68 (มีผลน้อย)
ผลรวม	3.67 (มีผลมาก)	3.55 (มีผลน้อย)

จากตารางที่ 65 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และ 20-24 ปี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาของขนมไทย การจัดรายการส่งเสริมการขายของขนมไทย การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย และความสุภาพมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับน้อย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ขนมไทยของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
ปัจจัยพื้นฐานต่างกัน

ตารางที่ 66 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย
ประเภทกวนและเทศ

ประเภทกวน	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	เทศ		เทศ		เทศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ตะโก้	9.94	14.63	79.50	71.34	10.60	14.00
ลืมหูลิ้น	4.35	3.05	26.71	24.39	68.90	72.60
เปียกปูน	9.32	7.32	82.61	73.17	8.10	19.50
ถั่วกวน	14.91	5.49	64.60	64.63	20.50	29.90
เผือกกวน	9.94	10.98	68.32	64.02	21.70	25.00
อั่ว	4.97	6.71	43.48	39.02	51.60	54.30
กาละแม	19.88	15.24	78.88	77.44	1.20	7.30
ผลไม้กวนต่างๆ	32.30	26.22	62.73	67.68	5.00	6.10

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 66 ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลไม้กวนต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมา กาละแม ร้อยละ 19.88 ถั่วกวน ร้อยละ 14.91 ตะโก้และเผือกกวน ร้อยละ 9.94 เปียกปูน ร้อยละ 9.32 อั่ว ร้อยละ 4.97 และลืมหูลิ้น ร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลไม้กวนต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.22 รองลงมา กาละแม ร้อยละ 15.24 ตะโก้ ร้อยละ 14.63 เผือกกวน ร้อยละ 10.98 เปียกปูน ร้อยละ 7.32 อั่ว ร้อยละ 6.71 ถั่วกวน ร้อยละ 5.49 และลืมหูลิ้น ร้อยละ 3.05 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมเปียกปูนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.61 รองลงมา ตะโก้ ร้อยละ 79.50 กาละแม ร้อยละ 78.88 เผือกกวน ร้อยละ 68.32 ถั่วกวน ร้อยละ 64.60 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 62.73 อลัว ร้อยละ 43.48 และลื้มกลืน ร้อยละ 26.71 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกาละแมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.44 เปียกปูน ร้อยละ 73.17 ตะโก้ ร้อยละ 71.34 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 67.68 ถั่วกวน ร้อยละ 64.63 เผือกกวน ร้อยละ 60.02 อลัว ร้อยละ 39.02 และลื้มกลืน ร้อยละ 24.39 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยบริโภคลื้มกลืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงมา อลัว ร้อยละ 51.60 เผือกกวน ร้อยละ 21.70 ถั่วกวน ร้อยละ 20.50 ตะโก้ ร้อยละ 10.60 เปียกปูน ร้อยละ 8.10 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 5.00 และกาละแม ร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคลื้มกลืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.60 รองลงมา อลัว ร้อยละ 54.30 ถั่วกวน ร้อยละ 29.90 เผือกกวน ร้อยละ 25.00 เปียกปูน ร้อยละ 19.50 ตะโก้ ร้อยละ 14.00 กาละแม ร้อยละ 7.30 และผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทหนึ่งและเพศ

ประเภทหนึ่ง	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	เพศ		เพศ		เพศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมชั้น	41.61	35.98	57.76	62.80	0.60	1.20
ข้าวต้มมัด	44.10	43.29	54.04	54.88	1.90	1.80
สาเล่อ่อน	17.39	9.15	52.80	50.00	29.80	40.90
ขนมกล้วย	21.74	18.29	67.08	72.56	11.20	9.10
ขนมตาล	17.39	21.95	69.57	67.07	13.00	11.00
ขนมใส่ไส้	28.57	33.54	66.46	60.98	5.00	5.50
ขนมถ้วยตะไล	13.04	6.10	51.55	38.41	35.40	55.50
ขนมถ้วยฟู	22.98	22.56	70.19	68.90	6.80	8.50
ขนมปุยฝ้าย	22.36	22.56	67.08	63.41	10.60	14.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 67 ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวต้มมัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมา ขนมชั้น ร้อยละ 41.61 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 28.57 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 22.98 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 22.36 ขนมกล้วย ร้อยละ 21.74 สาเล่อ่อนและขนมตาล ร้อยละ 17.39 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 13.04 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวต้มมัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.29 รองลงมา ขนมชั้น ร้อยละ 35.98 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 33.54 ขนมถ้วยฟูและขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 22.56 ขนมตาล ร้อยละ 21.95 ขนมกล้วย ร้อยละ 18.29 สาเล่อ่อน ร้อยละ 9.15 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมด้วยฟูกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.19 รองลงมา ขนมตาล ร้อยละ 69.57 ขนมกล้วยและขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 67.08 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 66.46 ขนมชั้น ร้อยละ 57.76 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 54.04 สาลี่อ่อน ร้อยละ 52.80 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 51.54 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมกล้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.56 รองลงมา ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 68.90 ขนมตาล ร้อยละ 67.07 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 63.41 ขนมชั้น ร้อยละ 62.80 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 60.98 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 54.88 สาลี่อ่อน ร้อยละ 50.00 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 38.41 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคขนมถ้วยตะไลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมา สาลี่อ่อน ร้อยละ 29.80 ขนมตาล ร้อยละ 13.00 ขนมกล้วย ร้อยละ 11.20 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 10.60 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 6.80 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 5.00 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 1.90 และขนมชั้น ร้อยละ 0.60 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 55.50 รองลงมา สาลี่อ่อน ร้อยละ 40.90 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 14.00 ขนมตาล ร้อยละ 11.00 ขนมกล้วย ร้อยละ 9.10 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 8.50 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 5.50 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 1.80 และขนมชั้น ร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทเชื่อมและเพศ

ประเภทเชื่อม	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	เพศ		เพศ		เพศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ทองหยอด	36.02	35.37	59.01	60.98	5.00	3.70
ทองหยิบ	33.54	32.93	60.87	63.41	5.60	3.70
ฝอยทอง	36.65	38.41	58.39	59.15	5.00	2.40
เม็ดขนุน	36.65	34.76	57.76	58.54	5.60	6.70
ผลไม้เชื่อมต่างๆ	37.27	30.49	53.42	61.59	9.30	7.90

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 68 ชนิดขนมไทยประเภทเชื่อมที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลไม้เชื่อมต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.27 รองลงมา ฝอยทองและเม็ดขนุน ร้อยละ 36.65 ทองหยอด ร้อยละ 36.02 และทองหยิบ ร้อยละ 33.54 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทเชื่อมที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคฝอยทอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.93 รองลงมา ทองหยอด ร้อยละ 35.37 เม็ดขนุน ร้อยละ 34.76 ทองหยิบ ร้อยละ 32.93 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 30.49 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทเชื่อมที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทองหยิบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมา ทองหยอด ร้อยละ 59.01 ฝอยทอง ร้อยละ 58.39 เม็ดขนุน ร้อยละ 57.76 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 53.42 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทเชื่อมที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทองหยิบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.41 รองลงมา ผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 61.59 ทองหยอด ร้อยละ 60.98 ฝอยทอง ร้อยละ 59.15 และเม็คขนุน ร้อยละ 58.54 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทเชื่อมที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคผลไม้เชื่อมต่างๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.30 รองลงมา ทองหยิบและเม็คขนุน ร้อยละ 5.60 และทองหยอดและฝอยทอง ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทเชื่อมที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 7.90 รองลงมา เม็คขนุน ร้อยละ 6.70 ทองหยิบและทองหยอด ร้อยละ 3.70 และฝอยทอง ร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภททอดและเทศ

ประเภททอด	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	เทศ		เทศ		เทศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
กรอบเค็ม	24.84	18.90	47.83	52.44	27.30	28.70
ครองแครง	22.36	19.51	68.32	73.78	9.30	6.70
คอกจอก	5.59	7.93	44.10	47.56	50.30	44.50
ปั้นสิบ	11.80	18.29	44.72	41.46	53.50	40.20
กล้วยฉาบ	40.99	36.59	58.39	60.37	0.60	3.00
เผือกฉาบ	25.47	25.00	61.49	59.15	13.00	15.90

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 69 ชนิดขนมไทยประเภททอดที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกล้วยฉาบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.99 รองลงมา เผือกฉาบ ร้อยละ 25.47 กรอบเค็ม ร้อยละ 24.84 ครองแครง ร้อยละ 22.36 ปั้นสิบ ร้อยละ 11.80 และคอกจอก ร้อยละ 5.59 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภททอดที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกล้วยฉาบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.59 รองลงมา เผือกฉาบ ร้อยละ 25.00 ครองแครง ร้อยละ 19.51 กรอบเค็ม ร้อยละ 18.90 ปั้นสิบ ร้อยละ 18.29 และคอกจอก ร้อยละ 7.93 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภททอดที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคครองแครงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.32 รองลงมา เผือกฉาบ ร้อยละ 61.49 กล้วยฉาบ ร้อยละ 58.39 กรอบเค็ม ร้อยละ 47.83 ปั้นสิบ ร้อยละ 44.72 และคอกจอก ร้อยละ 44.10 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภททอดที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคครองแครงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.41 รองลงมา กุ้งฝอย ร้อยละ 60.37 เผือกฉาบ ร้อยละ 59.15 กรอบเค็ม ร้อยละ 52.44 คอกจอก ร้อยละ 47.59 และป่นสับ ร้อยละ 41.46 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภททอดที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยบริโภคป่นสับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา คอกจอก ร้อยละ 50.30 กรอบเค็ม ร้อยละ 27.30 เผือกฉาบ ร้อยละ 13.00 ครองแครง ร้อยละ 9.30 และกุ้งฝอย ร้อยละ 0.60 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภททอดที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคคอกจอก ร้อยละ 44.50 รองลงมา ป่นสับ ร้อยละ 40.20 กรอบเค็ม ร้อยละ 28.70 เผือกฉาบ ร้อยละ 15.90 และครองแครง ร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทแป้งหรืออบและเพศ

ประเภทแป้ง/อบ	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	เพศ		เพศ		เพศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
หม้อแกง	29.80	23.20	62.70	68.90	7.50	7.90
กลีบลำดวน	31.68	29.27	52.17	57.93	16.15	12.80
ขนมฝิง	39.13	27.44	55.28	66.46	5.59	6.10
น้ำปั้น	22.98	21.95	60.25	56.71	16.80	21.30
ทองม้วน	35.40	34.76	57.76	62.80	6.83	2.44

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 70 ชนิดขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมฝิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมา ทองม้วน ร้อยละ 35.40 กลีบลำดวน ร้อยละ 31.68 น้ำปั้น ร้อยละ 22.98 และหม้อแกง ร้อยละ 29.80 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทองม้วน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.76 รองลงมา กลีบลำดวน ร้อยละ 29.27 ขนมฝิง ร้อยละ 27.44 หม้อแกง ร้อยละ 23.20 และน้ำปั้น ร้อยละ 21.95 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคหม้อแกงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.70 รองลงมา น้ำปั้น ร้อยละ 60.25 ทองม้วน ร้อยละ 57.76 ขนมฝิง ร้อยละ 55.28 และกลีบลำดวน ร้อยละ 52.17 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคหม้อแกงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงมา ขนมฝิง ร้อยละ 66.46 ทองม้วน ร้อยละ 62.80 กลิบลำควน ร้อยละ 57.93 และบัวปั้น ร้อยละ 56.71 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยบริโภคบัวปั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.80 รองลงมา กลิบลำควน ร้อยละ 16.15 หม้อแกง ร้อยละ 7.50 ทองม้วน ร้อยละ 6.83 และขนมฝิง ร้อยละ 5.59 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคบัวปั้น ร้อยละ 21.30 รองลงมา กลิบลำควน ร้อยละ 12.80 หม้อแกง ร้อยละ 7.90 ขนมฝิง ร้อยละ 6.10 และทองม้วน ร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย
ประเภทคัมหรือลวกและเพศ

ประเภทคัม/ลวก	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	เพศ		เพศ		เพศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมคัม	27.95	25.00	60.87	60.98	11.18	14.02
ถั่วแปบ	16.15	20.12	63.98	63.41	19.88	16.46
แกงบวดต่างๆ	33.54	24.39	60.25	60.37	6.21	15.24
บัวลอย	37.27	29.88	59.01	65.24	3.73	4.88
ปลากริมไข่เต่า	24.84	10.98	45.34	50.61	29.81	38.41
สาकुเปียก	26.09	21.34	63.98	64.63	9.94	14.02
ข้าวเหนียวเปียก	23.60	16.46	64.60	68.29	11.80	15.24
ทับทิมกรอบ	42.86	36.59	52.80	58.54	4.35	4.88
ข้าหริ่ม	31.68	26.83	58.39	64.02	9.94	9.15
ลอดช่อง	38.51	32.93	56.52	64.63	4.97	2.44
ลอยแก้วต่างๆ	22.98	20.73	59.63	62.20	17.39	17.07

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 71 ชนิดขนมไทยประเภทคัมหรือลวกที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทับทิมกรอบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา ลอดช่อง ร้อยละ 38.51 บัวลอย ร้อยละ 37.27 แกงบวดต่างๆ ร้อยละ 33.54 ข้าหริ่ม ร้อยละ 31.68 ขนมคัม ร้อยละ 27.95 สาकुเปียก ร้อยละ 26.09 ปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 24.84 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 23.60 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 22.98 และถั่วแปบ ร้อยละ 16.15 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทับทิมกรอบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.59 รองลงมา ลอดช่อง ร้อยละ 32.95 บัวลอย ร้อยละ 29.88 ซ้ำหริ่ม ร้อยละ 26.83 ขนมคัม ร้อยละ 25.00 แกงบัวชต่างๆ ร้อยละ 24.39 สาकुเปี้ยก ร้อยละ 21.34 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 20.73 ถั่วแปบ ร้อยละ 20.12 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 16.46 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 10.98 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวเหนียวเปียกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมา สาकुเปี้ยกและถั่วแปบ ร้อยละ 63.98 ขนมคัม ร้อยละ 60.87 แกงบัวชต่างๆ ร้อยละ 60.25 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 59.63 บัวลอย ร้อยละ 59.01 ซ้ำหริ่ม ร้อยละ 58.39 ลอดช่อง ร้อยละ 56.52 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 52.80 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 45.34 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวเหนียวเปียกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.29 รองลงมา บัวลอย ร้อยละ 65.24 ลอดช่องและสาकुเปี้ยก ร้อยละ 64.63 ถั่วแปบ ร้อยละ 63.41 ซ้ำหริ่ม ร้อยละ 64.02 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 62.20 ขนมคัม ร้อยละ 60.98 แกงบัวชต่างๆ 60.37 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 58.54 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 50.61 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยบริโภคปลากริมไข่เต่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.81 รองลงมา ถั่วแปบ ร้อยละ 19.88 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 17.39 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 11.80 ขนมคัม ร้อยละ 11.18 ซ้ำหริ่มและสาकुเปี้ยก ร้อยละ 9.94 แกงบัวชต่างๆ ร้อยละ 6.21 ลอดช่อง ร้อยละ 4.97 ทับทิมกรอบ ร้อยละ 4.35 และบัวลอย ร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทคัมหรือลาวกที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 38.41 รองลงมา ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 17.07 ถั่วแปบ ร้อยละ 16.46 แกงบัวชต่างๆและข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 15.24 ขนมคัมและสาकुเปี้ยก ร้อยละ 14.02 ซ้ำหริ่ม ร้อยละ 9.15 บัวลอยและทับทิมกรอบ ร้อยละ 4.88 และลอดช่อง ร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย
ประเภทหวานและอายุ

ประเภทหวาน	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	อายุ		อายุ		อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ตะโก้	14.63	9.94	68.29	82.61	17.07	7.45
ลื้มกลืน	4.27	3.11	23.78	27.33	71.95	69.57
เป็ยกปูน	9.15	7.45	71.34	84.47	19.51	8.07
ถั่วกวน	12.80	7.45	56.71	72.67	30.49	19.88
เผือกกวน	12.80	8.07	62.20	70.19	25.00	21.74
อั่ว	4.88	6.83	36.59	45.96	58.54	47.20
กาละแม	23.17	11.80	71.34	85.09	5.49	3.11
ผลไม้กวนต่างๆ	31.10	27.33	60.37	70.19	8.54	2.48

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 72 ชนิดขนมไทยประเภทหวานที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลไม้กวนต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.10 รองลงมา กาละแม ร้อยละ 23.17 ตะโก้ ร้อยละ 14.63 ถั่วกวนและเผือกกวน ร้อยละ 12.80 เป็ยกปูน ร้อยละ 9.15 อั่ว ร้อยละ 4.88 และลื้มกลืน ร้อยละ 4.27 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหวานที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลไม้กวนต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.33 รองลงมา ตะโก้ ร้อยละ 9.94 กาละแม ร้อยละ 11.80 เผือกกวน ร้อยละ 8.07 เป็ยกปูนและถั่วกวน ร้อยละ 7.45 อั่ว ร้อยละ 6.83 และลื้มกลืน ร้อยละ 3.11 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเปียกปูนและกาละแม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.34 รองลงมา ตะโก้ ร้อยละ 68.29 เผือกกวน ร้อยละ 62.20 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 60.37 ถั่วกวน ร้อยละ 56.71 กล้วย ร้อยละ 36.59 ลี้มกลืน ร้อยละ 23.78 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกาละแม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.09 รองลงมา เปียกปูน ร้อยละ 84.47 ตะโก้ ร้อยละ 82.61 ถั่วกวน ร้อยละ 72.67 เผือกกวนและผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 70.19 กล้วย ร้อยละ 45.96 และลี้มกลืน ร้อยละ 27.33 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยบริโภคลี้มกลืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.95 รองลงมา กล้วย ร้อยละ 58.54 ถั่วกวน ร้อยละ 30.49 เผือกกวน ร้อยละ 25.00 เปียกปูน ร้อยละ 19.51 ตะโก้ ร้อยละ 17.07 ผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 8.54 และกาละแม ร้อยละ 5.49 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคลี้มกลืน ร้อยละ 69.57 รองลงมา กล้วย ร้อยละ 47.20 เผือกกวน ร้อยละ 21.74 ถั่วกวน ร้อยละ 19.88 เปียกปูน ร้อยละ 8.07 ตะโก้ ร้อยละ 7.45 กาละแม ร้อยละ 3.11 และผลไม้กวนต่างๆ ร้อยละ 2.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทหนึ่งและอายุ

ประเภทหนึ่ง	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	อายุ		อายุ		อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมชั้น	48.17	29.19	51.22	69.57	0.61	1.24
ข้าวต้มมัด	50.00	37.27	48.17	60.87	1.83	1.86
สาลืออ่อน	12.20	14.29	45.12	57.76	42.68	27.95
ขนมกล้วย	18.90	21.12	70.12	69.57	10.98	9.32
ขนมตาล	20.12	19.25	67.68	68.94	12.20	11.80
ขนมใส่ไส้	32.32	29.81	60.37	67.08	7.32	3.11
ขนมถ้วยตะไล	6.71	12.42	34.76	55.28	58.54	32.30
ขนมถ้วยฟู	21.59	23.60	68.90	70.19	9.15	6.21
ขนมปุยฝ้าย	23.78	21.12	62.20	68.32	14.02	10.56

หมายเหตุ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย

อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 73 ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ขนมชั้น ร้อยละ 48.17 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 32.32 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 23.78 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 21.59 ขนมตาล ร้อยละ 20.12 ขนมกล้วย ร้อยละ 18.90 สาลืออ่อน ร้อยละ 12.20 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 6.71 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.27 รองลงมา ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 29.81 ขนมชั้น ร้อยละ 29.19 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 23.60 ขนมกล้วยและขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 21.12 ขนมตาล ร้อยละ 19.25 สาลืออ่อน ร้อยละ 14.29 และขนมถ้วยตะไล ร้อยละ 12.42 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมกล้วย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.12 รองลงมา ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 68.90 ขนมตาล ร้อยละ 67.68 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 62.20 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 60.37 ขนมชั้น ร้อยละ 51.22 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 48.17 สาลี่อ่อน ร้อยละ 45.12 และขนมถั่วเน่า ร้อยละ 34.76 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทกวนที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมถ้วยฟูมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.19 รองลงมา ขนมชั้นและขนมกล้วย ร้อยละ 69.57 ขนมตาล ร้อยละ 68.95 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 68.32 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 67.08 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 60.87 สาลี่อ่อน ร้อยละ 57.76 และขนมถั่วเน่า ร้อยละ 55.28 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคขนมถั่วเน่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.54 รองลงมา สาลี่อ่อน ร้อยละ 42.68 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 14.02 ขนมตาล ร้อยละ 12.20 ขนมกล้วย ร้อยละ 10.98 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 9.15 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 7.32 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 1.83 และขนมชั้น ร้อยละ 0.61 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคขนมถั่วเน่ามากที่สุด ร้อยละ 32.30 รองลงมา สาลี่อ่อน ร้อยละ 27.95 ขนมตาล ร้อยละ 11.80 ขนมปุยฝ้าย ร้อยละ 10.59 ขนมกล้วย ร้อยละ 9.32 ขนมถ้วยฟู ร้อยละ 6.21 ขนมใส่ไส้ ร้อยละ 3.11 ข้าวต้มมัด ร้อยละ 1.86 และขนมชั้น ร้อยละ 1.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทเชื่อมและอายุ

ประเภทเชื่อม	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	อายุ		อายุ		อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ทองหยอด	41.46	29.81	53.66	66.46	4.88	3.73
ทองหยิบ	37.20	29.19	57.93	66.46	4.88	4.35
ฝอยทอง	45.12	29.81	51.22	66.46	3.66	3.73
เม็ดยก	39.02	32.30	51.83	64.60	9.15	3.11
ผลไม้เชื่อมต่างๆ	35.37	32.30	52.44	62.73	12.20	4.97

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 74 ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคฝอยทองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.12 รองลงมา ทองหยอด ร้อยละ 41.46 เม็ดยก 39.02 ผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 35.37 และทองหยิบ ร้อยละ 37.20 ตามลำดับ

ชนิดขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเม็ดยกและผลไม้เชื่อมต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมา ทองหยอดและฝอยทอง ร้อยละ 29.81 และทองหยิบ ร้อยละ 29.19 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทองหยิบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.93 รองลงมา ทองหยอด ร้อยละ 53.66 ผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 52.44 เม็ดยก ร้อยละ 51.83 และฝอยทอง ร้อยละ 51.22 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทองหยิบ ทองหยอดและฝอยทอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.46 รองลงมา เม็ดขนุน ร้อยละ 64.60 และผลไม้เชื่อมต่างๆ ร้อยละ 62.73 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคผลไม้เชื่อมต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.20 รองลงมา เม็ดขนุน ร้อยละ 9.15 ทองหยอดและทองหยิบ ร้อยละ 4.88 และฝอยทอง ร้อยละ 3.66 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทหนึ่งที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคผลไม้เชื่อมต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.97 รองลงมา ทองหยิบ ร้อยละ 4.35 ทองหยอดและฝอยทอง ร้อยละ 3.73 และเม็ดขนุน ร้อยละ 3.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภททอดและอายุ

ประเภททอด	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	อายุ		อายุ		อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
กรอบเค็ม	20.12	23.60	44.51	55.90	35.37	20.50
ครองแครง	23.17	18.63	62.80	79.50	14.02	1.86
คอกจอก	6.71	6.83	41.46	50.31	51.83	42.86
ปิ่นสืบ	12.80	17.39	38.41	47.83	48.78	34.78
กล้วยฉาบ	35.98	41.61	61.59	57.14	2.44	1.24
เผือกฉาบ	20.73	29.81	62.20	58.39	17.07	11.80

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 75 ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.98 รองลงมา ครองแครง ร้อยละ 23.17 เผือกฉาบ ร้อยละ 20.73 กรอบเค็ม ร้อยละ 20.12 ปิ่นสืบ ร้อยละ 12.80 และคอกจอก ร้อยละ 6.71 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกล้วยฉาบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.61 รองลงมา เผือกฉาบ ร้อยละ 29.81 กรอบเค็ม ร้อยละ 23.60 ครองแครง ร้อยละ 18.63 ปิ่นสืบ ร้อยละ 17.39 และคอกจอก ร้อยละ 6.83 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคครองแครงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.80 รองลงมา เผือกฉาบ ร้อยละ 62.20 กล้วยฉาบ ร้อยละ 61.59 กรอบเค็ม ร้อยละ 44.51 คอกจอก ร้อยละ 41.46 และปิ่นสืบ ร้อยละ 38.41 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคครองแครงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.50 รองลงมา เผือกฉาบ ร้อยละ 58.39 กุ้งฝอย ร้อยละ 57.14 กรอบเค็ม ร้อยละ 55.90 ดอกจอก ร้อยละ 50.31 และป่นสับ ร้อยละ 47.83 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคดอกจอกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.83 รองลงมา ป่นสับ ร้อยละ 48.78 กรอบเค็ม ร้อยละ 35.37 เผือกฉาบ ร้อยละ 17.07 ครองแครง ร้อยละ 14.02 และกุ้งฝอย ร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภททอดที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคดอกจอกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา ป่นสับ ร้อยละ 34.78 กรอบเค็ม ร้อยละ 20.50 เผือกฉาบ ร้อยละ 11.80 ครองแครง ร้อยละ 1.86 และกุ้งฝอย ร้อยละ 1.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทแป้งหรืออบและอายุ

ประเภทแป้งหรืออบ	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	อายุ		อายุ		อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
หม้อแกง	29.88	22.98	61.59	70.12	8.54	6.83
กlibล้าควน	34.15	26.71	47.56	62.73	18.29	10.56
ขนมฝิง	39.63	26.71	54.88	67.08	5.49	6.21
บัวปั้น	24.39	20.50	54.27	62.73	21.34	16.77
ทองม้วน	37.80	32.30	54.88	65.84	7.32	1.86

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 76 ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคขนมฝิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.63 รองลงมา ทองม้วน ร้อยละ 37.80 กlibล้าควน ร้อยละ 34.15 หม้อแกง ร้อยละ 29.88 และบัวปั้น ร้อยละ 24.39 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทองม้วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมา กlibล้าควนและขนมฝิง ร้อยละ 26.71 หม้อแกง ร้อยละ 22.98 และบัวปั้น ร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคหม้อแกงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.59 รองลงมา ขนมฝิงและทองม้วน ร้อยละ 54.88 บัวปั้น ร้อยละ 54.27 และกlibล้าควน ร้อยละ 47.56 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคแบบนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคหม้อแกงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.12 รองลงมา ขนมฝิง ร้อยละ 67.08 ทองม้วน ร้อยละ 65.84 และบัวปั้นและกลีบลำควน ร้อยละ 62.73 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคบัวปั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.34 รองลงมา กลีบลำควน ร้อยละ 18.29 หม้อแกง ร้อยละ 8.54 ทองม้วน ร้อยละ 7.32 และขนมฝิง ร้อยละ 5.49 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคบัวปั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.77 รองลงมา กลีบลำควน ร้อยละ 10.56 หม้อแกง ร้อยละ 6.83 ขนมฝิง ร้อยละ 6.21 และทองม้วน ร้อยละ 1.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย ประเภทคัมหรือลวกและอายุ

ประเภทคัมหรือลวก	บริโภคเป็นประจำ		บริโภคนานๆ ครั้ง		ไม่เคยบริโภค	
	อายุ		อายุ		อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมคัม	29.88	22.98	53.66	68.32	16.46	8.70
ถั่วแปบ	18.29	18.01	57.93	69.57	23.78	12.42
แกงบวดต่างๆ	31.10	26.71	51.83	68.94	17.07	4.35
บัวลอย	35.37	31.68	56.71	67.70	7.93	0.62
ปลากุริมไข่เต่า	14.63	21.12	40.85	55.28	44.51	23.60
สาขุเปียก	26.22	21.12	57.32	71.43	16.46	7.45
ข้าวเหนียวเปียก	23.78	16.15	57.32	75.78	18.90	8.07
ทับทิมกรอบ	39.02	40.37	53.05	58.39	7.93	1.24
ซ่าหริ่ม	32.31	26.09	55.49	67.08	12.20	6.83
ลอคชอง	38.41	32.92	57.93	63.35	3.66	3.73
ลอยแก้วต่างๆ	25.61	18.01	54.27	67.70	20.12	14.29

หมายเหตุ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย

อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 77 ชนิดของขนมไทยประเภทบั้งหรืออบที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคทับทิมกรอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.02 รองลงมา ลอคชอง ร้อยละ 38.41 บัวลอย ร้อยละ 35.37 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 32.31 แกงบวดต่างๆ ร้อยละ 31.10 ขนมคัม ร้อยละ 29.88 สาขุเปียก ร้อยละ 26.22 ลอยแก้วต่างๆ ร้อยละ 25.61 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 23.78 ถั่วแปบ ร้อยละ 8.29 และปลากุริมไข่เต่า ร้อยละ 14.63 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคเป็นประจำ ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคหัตถิกรอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.37 รองลงมา ลอดช่อง ร้อยละ 32.92 บัวลอย ร้อยละ 31.68 แกงบัวต่างๆ ร้อยละ 26.71 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 26.09 ขนมต้ม ร้อยละ 22.98 ปลากริมไข่เต่าและสากุเปือก ร้อยละ 21.12 ถั่วแปบและลวยแก้วต่างๆ ร้อยละ 18.01 และข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 16.15 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคลอดช่องและถั่วแปบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.93 รองลงมา สากุเปือกและข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 57.32 บัวลอย ร้อยละ 56.71 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 55.49 ลวยแก้วต่างๆ ร้อยละ 54.27 ขนมต้ม ร้อยละ 53.66 หัตถิกรอบ ร้อยละ 53.05 แกงบัวต่างๆ ร้อยละ 51.83 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 40.85 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่บริโภคนานๆ ครั้ง ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวเหนียวเปียกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.78 รองลงมา สากุเปือก ร้อยละ 71.43 ถั่วแปบ ร้อยละ 69.57 แกงบัวต่างๆ ร้อยละ 68.94 ขนมต้ม ร้อยละ 68.32 บัวลอยและลวยแก้วต่างๆ ร้อยละ 67.70 ลอดช่อง ร้อยละ 63.35 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 67.08 หัตถิกรอบ ร้อยละ 58.39 และปลากริมไข่เต่า ร้อยละ 55.28 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคปลากริมไข่เต่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.51 รองลงมา ถั่วแปบ ร้อยละ 23.78 ลวยแก้วต่างๆ ร้อยละ 20.12 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 18.90 แกงบัวต่างๆ ร้อยละ 17.07 ขนมต้มและสากุเปือก ร้อยละ 16.46 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 12.20 บัวลอยและหัตถิกรอบ ร้อยละ 7.93 และลอดช่อง ร้อยละ 3.66 ตามลำดับ

ชนิดของขนมไทยประเภทแป้งหรืออบที่ไม่เคยบริโภค ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคปลากริมไข่เต่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.60 รองลงมา ลวยแก้วต่างๆ ร้อยละ 14.29 ถั่วแปบ ร้อยละ 12.42 ขนมต้ม ร้อยละ 8.70 ข้าวเหนียวเปียก ร้อยละ 8.07 สากุเปือก ร้อยละ 7.45 ซ่าหริ่ม ร้อยละ 6.83 แกงบัวต่างๆ ร้อยละ 4.35 ลอดช่อง ร้อยละ 3.73 หัตถิกรอบ ร้อยละ 1.24 และ บัวลอย ร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อขนมไทยและเทศ

สถานที่ซื้อ	เทศ	
	ชาย	หญิง
	ร้อยละ	ร้อยละ
ตลาดสด	91.30	92.07
ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ	57.14	45.12
มินิมาร์ท	51.55	34.15
ห้างสรรพสินค้า	45.96	34.76
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	39.80	31.70
หาบเร่	40.99	29.88
ร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน	32.92	28.05
อื่นๆ	0.62	0.61

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 162 ราย เพศหญิง 163 ราย
แต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 78 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.30 รองลงมา ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ ร้อยละ 57.14 มินิมาร์ท ร้อยละ 51.55 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 45.96 หาบเร่ ร้อยละ 40.99 ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 39.80 ร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน ร้อยละ 32.92 และอื่นๆ ร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.07 รองลงมา ร้านจำหน่ายขนมไทยโดยเฉพาะ ร้อยละ 45.12 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 34.76 มินิมาร์ท ร้อยละ 34.15 ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 31.70 หาบเร่ ร้อยละ 29.88 ร้านอาหารในสถานศึกษาหรือที่ทำงาน ร้อยละ 28.05 และอื่นๆ ร้อยละ 0.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อขนมไทยและอายุ

ปริมาณการซื้อขนมไทย	อายุ	
	15-19 ปี	20-24 ปี
	ร้อยละ	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 บาท	9.15	8.70
11-20 บาท	31.71	42.24
21-30 บาท	35.98	29.81
31-40 บาท	9.76	8.07
41-50 บาท	9.15	8.07
มากกว่า 50 บาท ขึ้นไป	4.27	3.11

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี 163 ราย
อายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี 162 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 79 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อขนมไทยอยู่ในช่วง 21-30 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.98 รองลงมา ช่วง 11-20 บาท ร้อยละ 31.71 ช่วง 31-40 บาท ร้อยละ 9.76 น้อยกว่า 10 บาท และช่วง 41-50 บาท ร้อยละ 9.15 และมากกว่า 50 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.27

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-24 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อขนมไทยอยู่ในช่วง 11-20 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.24 รองลงมา ช่วง 21-30 บาท ร้อยละ 29.81 น้อยกว่า 10 บาท ร้อยละ 8.70 ช่วง 31-40 บาท และ 41-50 บาท ร้อยละ 8.07 และมากกว่า 50 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.11 ตามลำดับ