

ศึกษาและพัฒนาการทำขนมไทยพื้นบ้าน จ.สุพรรณบุรี จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่เชิงพาณิชย์
 ศันสนีย์ ทิมทอง , จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ ,
 ชมกฤษณ์ เผื่อนพิภพ , นฤศร มังกรศิลา
 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมภูมิปัญญาการผลิตขนมในท้องถิ่น จ.สุพรรณบุรี ศึกษาผลิตภัณฑ์พื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้ ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น 5 กลุ่ม ขนม 5 ชนิด ได้แก่ ขนมกง ถั่วทอดงาแผ่น ข้าวตังหมูหยอง ขนมเปี๊ยะและขนมไข่ปลา โดยวิธีการสัมภาษณ์ ทดลองทำผลิตภัณฑ์ นำตัวอย่างที่ได้ ประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส และวิเคราะห์คุณภาพทางจุลินทรีย์ พบว่าขนมกง ข้าวตังหมูหยอง ขนมไข่ปลา และถั่วทอดงาแผ่น มีคะแนนเฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับดี ผลตรวจสอบคุณภาพทางจุลินทรีย์ไม่เกินค่ามาตรฐาน ใน มผช. แต่ขนมเปี๊ยะ มีปริมาณยีสต์และราเกินมาตรฐานกำหนด จากมาตรฐาน มผช. 115/ 2549 เรื่อง ขนมเปี๊ยะ ผู้วิจัยได้เข้าไปพัฒนาสูตรขนมเปี๊ยะและอบรมถ่ายทอดความรู้กระบวนการผลิต

ศึกษาอายุการเก็บรักษา ขนมกง ถั่วทอดงาแผ่น ข้าวตังหมูหยอง และขนมเปี๊ยะ บรรจุในถุงพลาสติกใส PS (Polystyrene) เก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง ประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสด้านลักษณะที่ปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และเนื้อสัมผัส ทุก 2 วัน พบว่า ขนมกงและข้าวตังหมูหยองเก็บรักษาได้ 2 เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำมันในการทอด ถั่วทอดงาแผ่น และ ขนมเปี๊ยะ มีอายุการเก็บรักษา 5 วัน การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นถุงฟอลด์เยมทัลไลต์ และมีช่องดูดความชื้น จะสามารถช่วยยืดอายุผลิตภัณฑ์ได้ คุณค่าทางโภชนาการ 100 กรัม ของถั่วทอดโบราณ ให้พลังงาน 604 กิโลแคลอรี ข้าวตังน้ำพริกเผาหมูหยอง ให้พลังงาน 516 กิโลแคลอรี ขนมกงโบราณ ให้พลังงาน 470 กิโลแคลอรี ขนมเปี๊ยะ ให้พลังงาน 427 กิโลแคลอรี ให้พลังงานน้อยที่สุดคือ ขนมไข่ปลา 258 กิโลแคลอรี การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าทันสมัยแต่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นไทยไว้ด้วย

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวใน จ.สุพรรณบุรี พฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร พบว่า สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อมากที่สุดคือ ร้านศูนย์รวมของฝากในจังหวัด เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ ต้องการอุดหนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน และปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อ คือบรรจุภัณฑ์ ผลการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ชนิด ผู้บริโภคให้คะแนนในทุกๆ อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านความสะดวกในการซื้อ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตกันเองในท้องถิ่น การซื้อขายจึงเป็นการซื้อขายกันเองภายในชุมชน ยังขาดหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมทำการตลาด มีผลิตภัณฑ์เพียงตัวเดียวที่ผู้บริโภคให้คะแนนอยู่ในระดับมาก คือขนมเปี๊ยะบ้านเขานางงาม เนื่องจากมีการนำไปฝากขายยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ใน จ.สุพรรณบุรี อีกทั้งยังมีวางจำหน่ายในเว็บไซต์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิด ยังเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่น่าสนับสนุน อยู่ในระดับมากที่สุด

การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีให้กับกลุ่มผู้ผลิตเรื่องความรู้และเทคโนโลยีการทำขนมไทยพื้นบ้าน และบรรจุภัณฑ์ เรื่องการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน การทำบรรจุภัณฑ์ฉลากโภชนาการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ร่วมโครงการอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ : ขนมไทย, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, เชิงพาณิชย์

Study and Development Local Thai Dessert (Suphanburi),

From Wisdom Local to Commercial

Sansanee Thimthong , Jomkhawn Suwannarak

Chompoonuch Phuenpipob , Narusorn Mangkornsila

Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Abstract

This research aims to gather the wisdom of the local confectionery. Suphanburi study based products to guide development toward commercialization. Transferring knowledge to those related to benefits. Data were collected from five local groups, five produce of wheel cake / fried beans sesame sheet / rice cracker with flossy pork / Chinese cake / fish eggs cake. By interview Try making Bring samples Sensory evaluation And microbiological analysis found that wheel cake / fried beans sesame sheet / rice cracker with flossy pork and fish eggs cake. The average scores in all areas was good. The results determine the microbiological quality up to standard in the past. But Chinese Cake with yeast and mold beyond the standard set of standards Assistant. 115/2549 regarding Chinese Cake researchers to develop recipes Chinese Cake training and knowledge transfer processes. wheel cake / fried beans sesame sheet / rice cracker with flossy pork / Chinese cake / fish eggs cake. Education shelf wheel cake / fried beans sesame sheet / rice cracker with flossy pork / Chinese cake shredded and packed in a clear plastic bag PS (Polystyrene) and stored at room temperature. Sensory evaluation of appearance, color, aroma, taste and texture every two days were shredded wheel cake and rice cracker with flossy pork as a second storage product to use in frying oil. Fried beans sesame sheet and Chinese cake plates five-day shelf life, packaging foil bag metallic highlights. And a desiccant sachet You can help extend the life products.

The present state of our knowledge as to the significance of the product that provide high energy can be details as ancient fried bean at 604 kilocalories, rice cracker with flossy pork at 516 kilocalories, wheel cake at 470 kilocalories, Chinese cake at 427 kilocalories and fish eggs cake at 258 kilocalories, respectively. Package design and branding, while maintaining a modern Thailand with. The study of consumer behavior and consumer acceptance of products as a tourist in Thailand. Suphanburi Community food product purchase behavior, found a place to buy a product that was also the most popular. Shop in the center of the deposit. Reasons to buy most products. To subsidized products from the community Factors buy Is packaging Test results emptied from local products, developed into a commercial product, both 5 rating in every type of consumer. At a high level Except

for the ease of purchase. Because it is manufactured locally friendly. Stock trading is a friendly community. The agency also lacks support the market. Is the only product that consumers rated at a high level. Chinese cake to its consignment to the main tourist attractions. Suphanburi is also available on the website of One Tambon One Product. The five types of products and also to support local products. In most. After the development stage to commercial-oriented agency already has implemented. The transfer of knowledge and technology to manufacturers of theoretical knowledge and technologies. Local Thai Dessert And Packaging Workshop and to develop process to standards. The workshop on nutrition labeling, packaging, distribution channels, overall satisfaction of participants in the highest level.

Key words : Thai dessert, traditional knowledge, commercial