

ความเชื่อเรื่องโภชนาการของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภคขนมไทย ในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า

Nutritional Beliefs of the New Generation Toward the Consumption of Thai Desserts Originating in the Ayutthaya Period by Thao Thong Kip Ma (Marie Guimar)

สร้อย ทองงาม / Sarat Thongngam

สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Foods and Nutrition Program, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

เปรมระพี อุยามาวีร์หิรัญ / Premraphi Ooaymaweerahirun

สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Foods and Nutrition Program, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

ธัญวาท สุทธิชาติ / Tunwa Suthichart

สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Foods and Nutrition Program, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

เอนก ศรีฟ้า / Anek Sonfa

สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Foods and Nutrition Program, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

ชวินโรจน์ ธรรมกิตติโกศล / Chawinroj Thammakitphokhin

สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Foods and Nutrition Program, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

ชัชววรรณ วิชัยดิษฐ์ / Chatchawun Vichaidith

ฝ่ายโภชนาการและโภชนบำบัด โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย
Dietetics and Diet Therapy, King Chulalongkorn Memorial Hospital

วันที่รับบทความ 8 ตุลาคม 2568 / แก้ไขบทความ 24 พฤศจิกายน 2568 / ตอบรับบทความ 12 ธันวาคม 2568

วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568 | 93

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความเชื่อเรื่องโภชนาการของชนมไทยในสมัยอยุธยา ที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้าของชนรุ่นใหม่ (2) ศึกษาการบริโภคชนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้าของชนรุ่นใหม่ (3) ศึกษาอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโภชนาการของชนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภคชนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่ม Generation Z และ Millennials อายุ 18-42 ปี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และไม่มีโรคประจำตัว โดยส่วนใหญ่เคยไปเยี่ยมชมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3-4 ครั้ง การรับรู้เกี่ยวกับท้าวทองกิมม้า ส่วนใหญ่เคยได้ยินชื่อท้าวทองกิมม้า แต่ไม่แน่ใจในรายละเอียด โดยได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เมื่อถามถึงความรู้เกี่ยวกับชนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้าสามารถตอบได้ว่าชนมไทยเหล่านี้มีต้นกำเนิดจากท้าวทองกิมม้า (2) ความเชื่อเรื่องโภชนาการของชนมไทย ส่วนใหญ่ชนรุ่นใหม่มีความเชื่อเรื่องโภชนาการของชนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเชื่อด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีค่าสูงสุด รองลงมาคือ ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ และความเชื่อด้านสรรพคุณของชนมไทยแต่ละชนิดมีค่าต่ำสุด (3) การบริโภคชนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถระบุชื่อและลักษณะของชนมไทยสมัยอยุธยาได้มากที่สุด รองลงมาคือ มีความตั้งใจจะแนะนำและชักชวนให้ผู้อื่นรับประทานชนมไทยโบราณ การรับประทานชนมไทยในงานพิธี งานมงคล หรือเทศกาลสำคัญมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (4) อิทธิพลของความเชื่อเรื่องโภชนาการต่อการบริโภคชนมไทย โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ความเชื่อเรื่องโภชนาการทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการบริโภคชนมไทยในระดับสูง เมื่อพิจารณาอิทธิพลของความเชื่อแต่ละด้านพบว่า มี 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชนมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1.ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด 2.ความเชื่อเปรียบเทียบกับชนสมัยใหม่ มีอิทธิพลเชิงบวกรองลงมา และ 3.ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ มีอิทธิพลเชิงลบ

คำสำคัญ : ความเชื่อ โภชนาการ ชนมไทย อยุธยา ท้าวทองกิมม้า

Abstract

This research article aimed to (1) examine the nutritional beliefs about Thai desserts originating in the Ayutthaya period and attributed to Thao Thong Kip Ma among the new generation, (2) study the consumption of these Ayutthaya-period Thai desserts among the new generation, and (3) investigate the influence of nutritional beliefs on their consumption. This quantitative study employed a survey research design. The sample consisted of 400 Generation Z and Millennial participants aged 18–42 years, selected through convenience sampling. A questionnaire was used as the research instrument. Data were analyzed using frequency and percentage, mean and standard deviation, and multiple regression.

The findings revealed that (1) most respondents were female, aged 18–22 years, held a bachelor's degree, were students, earned less than 15,000 baht per month, originated from Bangkok and its metropolitan area, and had no chronic diseases. Most had visited Ayutthaya Province three to four times. Regarding awareness of Thao Thong Kip Ma, most had heard her name but were unsure of the details, with information primarily obtained from social media. When asked about Thai desserts originating from Thao Thong Kip Ma, they correctly identified their origin. (2) Overall, the new generation held nutritional beliefs about Thai desserts from the Ayutthaya period at a high level. Considering individual dimensions, beliefs about cultural and historical value ranked highest, followed by beliefs about health impacts, while beliefs regarding the specific properties of each dessert ranked lowest. (3) Consumption of these Thai desserts was also at a high level. Respondents demonstrated the highest ability to identify the names and characteristics of Ayutthaya-era Thai desserts, followed by their intention to recommend traditional Thai desserts to others. Consumption during ceremonies, auspicious events, or essential festivals showed the lowest mean score. (4) Regarding the influence of nutritional beliefs on consumption, multiple regression analysis indicated that all seven belief dimensions were highly correlated with dessert consumption. Three variables significantly influenced consumption at the .05 level: (1) beliefs about nourishing bodily elements according to traditional wisdom, which showed the most substantial positive influence; (2) comparative beliefs between traditional and modern desserts, which showed a moderate positive influence; and (3) beliefs about health impacts, which showed a negative influence.

Keywords : Beliefs , Nutrition , Thai Desserts , Ayutthaya , Thao Thong Kip Ma (Marie Guimar)

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ขนมไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ สะท้อนถึงภูมิปัญญา ความประณีต และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทยที่สืบทอดมายาวนาน โดยเฉพาะขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า หรือมารีอา กุยมาร์ (Maria Guyomar de Pinha) ชาวโปรตุเกส-ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นภริยาของคอนสแตนติน ฟอลคอน (Constantine Phaulkon) ที่ปรึกษาของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้ประดิษฐ์และพัฒนาขนมไทยหลายชนิด ได้แก่ ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด ทองม้วน สังขยา กะหรี่ปั๊บ ขนมหม้อแกว และลูกชุบ โดยผสมผสานเทคนิคการทำขนมจากโปรตุเกสเข้ากับวัตถุดิบและภูมิปัญญาไทย สร้างสรรค์เป็นขนมไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากวัตถุดิบในการทำขนมไทยแบบดั้งเดิมที่ใช้ส่วนผสม แป้ง น้ำตาล และมะพร้าวเป็นส่วนผสมหลักนั้นเกิดการใช้ไข่ในขนมไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ขนมไทยเกิดความแปลกในด้านกายภาพมากขึ้น (ธนวิทย์ ลายิ้ม, 2565) ขนมเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นอาหารว่างหรือของหวาน แต่ยังสะท้อนถึงความเจริญรุ่งเรืองเรื่องทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในสมัยอยุธยา รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมและประเพณีไทยที่สำคัญ (UNESCO, 2003)

ในยุคปัจจุบันที่สังคมไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งด้านเทคโนโลยี วิถีชีวิต และค่านิยม โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Z และ Millennials) ที่เติบโตมาพร้อมกับโลกาภิวัตน์ และวัฒนธรรมตะวันตก มีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย (Dimock, 2019) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภคอาหารและทัศนคติต่อมรดกทางวัฒนธรรมอาหารไทย การสำรวจของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2564) พบว่าคนรุ่นใหม่มีความรู้เกี่ยวกับขนมไทยโบราณลดลงเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อน และมีแนวโน้มบริโภคขนมไทยน้อยลง โดยหันไปบริโภคขนมสมัยใหม่หรือขนมต่างชาติมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการสืบทอดและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอาหารไทยในระยะยาว คนรุ่นใหม่มีความตระหนักรู้ด้านสุขภาพ และความกังวลเรื่องโภชนาการสูงขึ้น โดยเฉพาะเรื่องน้ำตาล ไขมัน และแคลอรี ที่มีผลต่อน้ำหนักและสุขภาพ (World Health Organization, 2021) ตามทฤษฎีความเชื่อด้านสุขภาพของ Rosenstock (1974) การรับรู้ความเสี่ยงและความรุนแรงของโรค เช่น โรคอ้วนและเบาหวาน จะส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ขนมไทยโบราณซึ่งมีส่วนผสมหลักคือไข่แดง น้ำตาล และกะทิ จึงอาจถูกมองว่ามีน้ำตาลและไขมันสูง ไม่เหมาะกับการบริโภคสำหรับคนที่ใส่ใจสุขภาพ แม้ว่าจะมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและใช้วัตถุดิบธรรมชาติก็ตาม

ความเชื่อเรื่องโภชนาการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารของบุคคล ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ความเชื่อ ทัศนคติ และบรรทัดฐานทางสังคม จะส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการบริโภค การศึกษาของ Paquette (2005) พบว่าความเชื่อด้านโภชนาการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเลือกบริโภคอาหาร โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่

ที่มีการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพและโภชนาการจากหลากหลายช่องทาง ความเชื่อเรื่องโภชนาการของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อขนมไทยโบราณ โดยเฉพาะขนมไทยที่มีต้นกำเนิดในสมัยอยุธยาโดยท้าวทองกีบม้ายังไม่มี การศึกษาอย่างเป็นระบบ ทั้งที่ความเชื่อดังกล่าวอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและการอนุรักษ์ มรดกทางวัฒนธรรมอาหารไทยในอนาคต โดยภูริชา กรพูนันท์ และชุตินาถ ทองจีน (2559) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า รูปแบบ การดำเนินชีวิต ทัศนคติต่อขนมไทย และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย แต่การศึกษาดังกล่าวยังไม่ได้เจาะลึกถึงความเชื่อเรื่องโภชนาการโดยเฉพาะ และไม่ได้ แยกศึกษาเฉพาะขนมไทยที่มีต้นกำเนิดในสมัยอยุธยา ซึ่งมีเอกลักษณ์และความสำคัญทางประวัติศาสตร์ แตกต่างจากขนมไทยประเภทอื่น นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่เชื่อมโยง กับอาหารและขนมไทย โดยเฉพาะหลักธาตุทั้งสี่และสรรพคุณของขนมไทยแต่ละชนิด ยังคงเป็นช่องว่าง ทางวิชาการที่ควรได้รับการศึกษาในบริบทของคนรุ่นใหม่

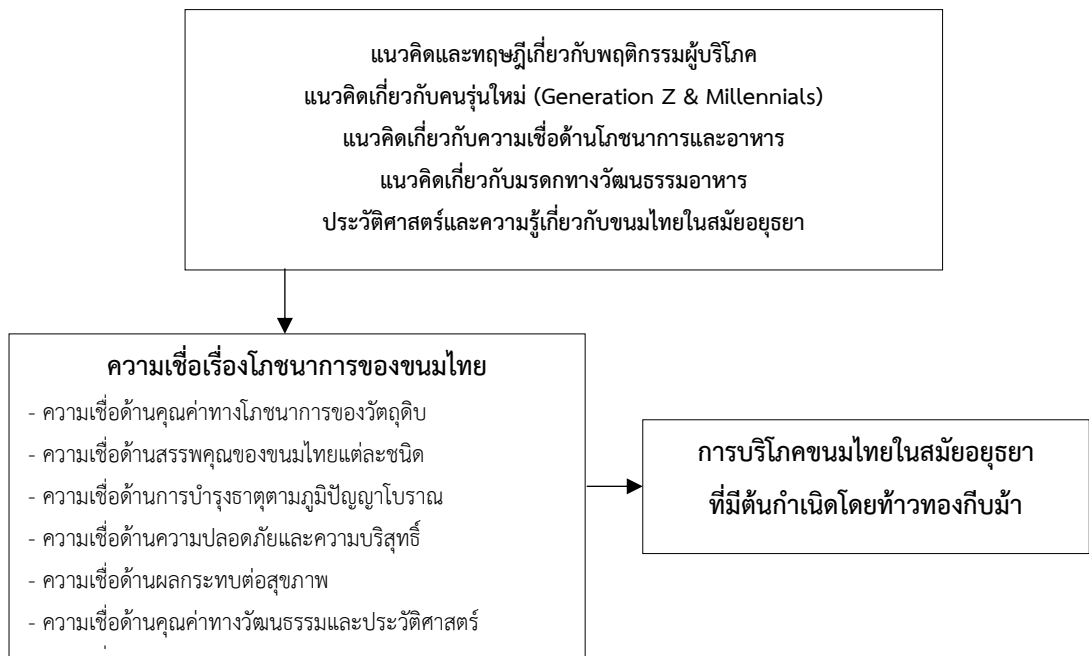
จากความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมอาหารไทย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ของคนรุ่นใหม่ และความจำเป็นในการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา ความเชื่อเรื่องโภชนาการของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิด โดยท้าวทองกีบม้า เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค รวมทั้งเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร การตลาด และการส่งเสริมการบริโภคขนมไทยโบราณให้เหมาะสม กับบริบทและค่านิยมของคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอาหารไทย ให้คงอยู่สืบไปอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความเชื่อเรื่องโภชนาการของขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า ของคนรุ่นใหม่
- 2) เพื่อศึกษาการบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้าของคนรุ่นใหม่
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโภชนาการของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภคขนมไทยในสมัย อยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า

3. กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบของงานวิจัยที่ผู้วิจัยใช้ในการดำเนินงานวิจัยประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ เอกสาร ตำรา บทความ และตัวแปรที่ศึกษาสามารถนำเสนอได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

4. ระเบียบวิธีวิจัย/วิธีวิทยาของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) **ระยะเวลาของการศึกษา** ได้แก่ เดือนเมษายน 2568 ถึง เดือน กันยายน 2568

2) **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากร ได้แก่ กลุ่ม Generation Z อายุ 18-27 ปี (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2555-2564 หรือ ค.ศ. 2012-2021) และ กลุ่ม Millennials อายุ 28-42 ปี (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540-2554 หรือ ค.ศ. 1997-2011) ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนมาก จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนของ Cochran (1977) ความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (กำหนดที่ 0.05 หรือ 5%) เพื่อชดเชยแบบสอบถามที่อาจไม่สมบูรณ์หรือตอบกลับไม่ครบถ้วน โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าถึงได้สะดวก เช่น ศูนย์การค้า มหาวิทยาลัย แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสื่อสังคมออนไลน์

3) **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างโดยอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ของชนชาวไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า แบบมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 การบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า แบบมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แบบปลายเปิด (Open Ended Question)

4) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ดังนี้ 1) ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม 3) สร้างข้อคำถามในแต่ละส่วนให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดการวิจัย 4) นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ IOC จำนวน 5 ท่าน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 5) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ Try Out กับกลุ่มที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน 6) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่า .97 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง สามารถนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปได้

5) การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) อธิบายวัตถุประสงค์การวิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ 2) ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม (อายุ 18-42 ปี) 3) แจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบ 4) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม 5) นำแบบสอบถามลงข้อมูลกำหนดรหัส 6) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

6) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ความเชื่อ และพฤติกรรมการบริโภค ด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ทำนายและหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวต่อตัวแปรตาม

5. ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน ร้อยละ 55.50 เพศชาย จำนวน 117 คน ร้อยละ 29.25 ไม่ระบุเพศ จำนวน 61 คน ร้อยละ 15.25 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี จำนวน 145 คน ร้อยละ 36.25 รองลงมามีอายุระหว่าง 23 – 27 ปี จำนวน 82 คน ร้อยละ 20.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 266 คน ร้อยละ 66.50 รองลงมาระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 110 คน ร้อยละ 27.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 149 คน ร้อยละ 37.25 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 83 คน ร้อยละ 20.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15000 บาท จำนวน 153 คน ร้อยละ 38.25 รองลงมามีรายได้ 15000 – 30000 บาท จำนวน 122 คน ร้อยละ 30.50 มีภูมิลำเนาในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 157 คน ร้อยละ 39.25

รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (นอกจากอยุธยาและกรุงเทพฯ) จำนวน 94 คน ร้อยละ 23.50 โดยไม่มีโรคประจำตัว จำนวน 348 คน ร้อยละ 87.00 และจำนวน 52 คน ร้อยละ 13.00 มีโรคประจำตัว เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง โรคอ้วน ภูมิแพ้อาหาร เป็นต้น นอกจากนี้เคยไปเยี่ยม ชมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 – 4 ครั้ง จำนวน 166 คน ร้อยละ 41.50 รองลงมา ไป 1 – 2 ครั้ง จำนวน 130 คน ร้อยละ 32.50

ตารางที่ 1 การรับรู้เกี่ยวกับ “ท้าวทองกีบม้า”

การรับรู้เกี่ยวกับ “ท้าวทองกีบม้า”	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านรู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับ “ท้าวทองกีบม้า” หรือไม่		
รู้จักดีและทราบบทบาทของท่าน	170	42.50
เคยได้ยินชื่อแต่ไม่แน่ใจในรายละเอียด	180	45.00
ไม่เคยได้ยินมาก่อน	50	12.50
หากรู้จักท้าวทองกีบม้า ท่านได้รับข้อมูลจากแหล่งใดบ้าง		
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย	91	22.75
ครอบครัว	51	12.75
สื่อสังคมออนไลน์	113	28.25
รายการทีวี / สารคดี	39	9.75
หนังสือ / นิตยสาร	26	6.50
พิพิธภัณฑ์ / แหล่งท่องเที่ยว	39	9.75
ไม่เคยได้รับข้อมูล	41	10.25
ท่านรู้หรือไม่ว่าขนมไทยในสมัยอยุธยา ได้แก่ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมทองโปร่ง ทองพลุ ขนมฝิง ขนมฝรั่ง ขนมชิง ขนมไข่เต่า ขนมทองม้วน ขนมสั้มนี่ ขนมหม้อแกง เป็นต้น เหล่านี้มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า		
รู้	313	78.25
ไม่รู้	87	21.75

จากตารางที่ 1 การรับรู้เกี่ยวกับ “ท้าวทองกิบม้า” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้ยินชื่อแต่ไม่แน่ใจ ในรายละเอียดเกี่ยวกับท้าวทองกิบม้า จำนวน 180 คน ร้อยละ 45.00 รองลงมา รู้จักดีและทราบบทบาทของท่าน จำนวน 170 คน ร้อยละ 42.00 โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับท้าวทองกิบม้าจากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 113 คน ร้อยละ 28.25 รองลงมา จากโรงเรียน/ สถานศึกษา จำนวน 91 คน ร้อยละ 22.75 และรู้เกี่ยวกับขนมไทยในสมัยอยุธยา ได้แก่ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมทองโปร่ง ทองพลุ ขนมฝักรัง ขนมฝรั่ง ขนมขี้แต้ ขนมทองม้วน ขนมสั้มนี่ และขนมหม้อแกง เป็นต้น เหล่านี้มีต้นกำเนิดโดย ท้าวทองกิบม้า จำนวน 313 คน ร้อยละ 78.25 และอีกจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.75 ไม่รู้ข้อมูลนี้

ตารางที่ 2 ความเชื่อเรื่องโภชนาการของขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า

ความเชื่อเรื่องโภชนาการของขนมไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ความเชื่อด้านคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบ	3.69	.586	มาก
ความเชื่อด้านสรรพคุณของขนมไทยแต่ละชนิด	3.49	.622	ปานกลาง
ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ	3.54	.612	มาก
ความเชื่อด้านความปลอดภัยและความบริสุทธิ์	3.84	.647	มาก
ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ	3.87	.686	มาก
ความเชื่อด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	3.97	.706	มาก
ความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่	3.82	.701	มาก
รวม	3.75	.514	มาก

จากตารางที่ 2 ความเชื่อเรื่องโภชนาการของขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.514) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเชื่อด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.706) รองลงมาคือ ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.686) และน้อยที่สุดคือ ความเชื่อด้านสรรพคุณของขนมไทยแต่ละชนิด ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.622)

ด้านคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.586) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ไข่ที่ใช้ในขนมไทย สมัยอยุธยามีคุณค่าทางโภชนาการสูง (โปรตีน วิตามิน) ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.885) รองลงมาคือ วัตถุดิบธรรมชาติในขนมไทยโบราณปลอดภัยเพราะไม่มีสารเคมี ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.934) และน้อยที่สุดคือ แป้งที่ใช้ในสมัยอยุธยามีคุณภาพดี ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.762)

ด้านสรรพคุณของขนมไทยแต่ละชนิด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.622) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนมไทยแต่ละชนิด มีสรรพคุณเฉพาะตามภูมิปัญญาโบราณ ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.923) รองลงมาคือ ฝอยทอง ทองหยิบ และทองหยอด เสริมสิริมงคล นำความก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.801) และน้อยที่สุดคือ สังขยาช่วยบำรุงธาตุ เหมาะสำหรับผู้ป่วยและผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 0.921)

ด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.612) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนมที่มีกะทิช่วยบำรุง ธาตุน้ำ ทำให้ร่างกายชุ่มชื้นเย็น ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.834) รองลงมาคือ การผสมผสานส่วนผสม หลายชนิดช่วยให้ธาตุในร่างกายสมดุล ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.790) และน้อยที่สุดคือ การกินขนมไทย ตามภูมิปัญญาโบราณช่วยรักษาสุขภาพ ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.960)

ด้านความปลอดภัยและความบริสุทธิ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.647) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วิธีการทำแบบโบราณรักษา คุณค่าทางโภชนาการได้ดี ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.879) รองลงมาคือ ขนมไทยที่ทำสดใหม่ทุกวันปลอดภัย กว่าขนมโรงงาน ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.921) และน้อยที่สุดคือ วัตถุดิบธรรมชาติในขนมโบราณดีกว่า วัตถุดิบสมัยใหม่ ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.822)

ด้านผลกระทบต่อสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.686) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนมไทยโบราณไม่เหมาะ กับคนที่ควบคุมน้ำหนัก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.977) รองลงมาคือ ขนมไทยมีไขมันจากกะทิสูงเกินไป และการกินขนมไทยบ่อยๆ เสี่ยงต่อโรคเบาหวาน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.868 และ 0.911 ตามลำดับ) และน้อยที่สุดคือ ขนมไทยมีแคลอรีสูง ทำให้อ้วนง่าย ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.829)

ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.706) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่าค่าเฉลี่ยข้อที่มี สูงสุดคือ ขนมไทยสมัย อยู่อยุธยาเป็นภูมิปัญญาที่ควรภาคภูมิใจ ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.906) รองลงมาคือ ขนมไทยโดยทั่วทางกับ ม้าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีค่า และ สูตรขนมไทยโบราณควรได้รับการอนุรักษ์และสืบทอด ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.963 และ 0.954 ตามลำดับ) และน้อยที่สุดคือ ขนมไทยสะท้อนความเจริญรุ่งเรืองของ อาณาจักรไทยสมัยอยุธยา ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.898)

ด้านความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.701) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนมไทยโบราณมีคุณภาพ วัตถุดิบดีกว่าขนมสมัยใหม่ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.958) รองลงมาคือ ขนมไทยโบราณมีรสชาติดีกว่าขนม สมัยใหม่ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.841) และน้อยที่สุดคือ ขนมไทยโบราณมีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่า ขนมสมัยใหม่ ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.949)

ตารางที่ 3 การบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า

การบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยา ที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ท่านสามารถระบุชื่อและลักษณะของขนมไทยสมัยอยุธยาได้	3.85	.949	มาก
ท่านรับประทานขนมไทยสมัยอยุธยา (ฝอยทอง ทองหยิบ สังขยา ขนมชั้น ฯลฯ) เป็นประจำ	3.55	.941	มาก
ท่านรับประทานขนมไทยในงานพิธี งานมงคล หรือเทศกาล สำคัญ	3.06	.943	ปานกลาง
ท่านซื้อหาหรือรับประทานขนมไทยโบราณเมื่อไปท่องเที่ยว	3.20	.862	ปานกลาง
ท่านพิจารณาส่วนผสมและคุณภาพก่อนซื้อขนมไทย	3.54	.863	มาก
ท่านเต็มใจจ่ายในราคาที่สูงขึ้นสำหรับขนมที่ทำตามสูตร โบราณ	3.56	.899	มาก
ท่านสนใจเรียนรู้วิธีทำขนมไทยสมัยอยุธยา	3.42	.978	ปานกลาง
ท่านแชร์ข้อมูลหรือรูปภาพขนมไทยโบราณบนโซเชียลมีเดีย	3.10	1.118	ปานกลาง
ท่านตั้งใจจะบริโภคขนมไทยสมัยอยุธยาอย่างสม่ำเสมอใน อนาคต	3.47	.933	ปานกลาง
ท่านจะแนะนำและชักชวนให้ผู้อื่นรับประทานขนมไทย โบราณ	3.82	.986	มาก
ท่านภาคภูมิใจเมื่อรับประทานขนมไทยสมัยอยุธยา	3.63	.878	มาก
ท่านพึงพอใจกับรสชาติและคุณภาพของขนมไทยโบราณ	3.56	.838	มาก
ท่านรู้สึกว่ขนมไทยโบราณเหมาะสมกับการบริโภคใน ปัจจุบัน	3.43	.856	มาก
ท่านพร้อมสนับสนุนร้านขนมที่อนุรักษ์สูตรโบราณ	3.78	.899	มาก
เมื่อมีโอกาส ท่านจะเลือกซื้อขนมไทยโบราณเป็นอันดับแรก	3.61	.851	มาก
รวม	3.51	.617	มาก

จากตารางที่ 3 การบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.617) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสามารถระบุชื่อและลักษณะของขนมไทยสมัยอยุธยาได้ ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.949) รองลงมาคือ ท่านจะแนะนำและชักชวนให้ผู้อื่นรับประทานขนมไทยโบราณ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. =

0.986) และน้อยที่สุดคือ ท่านรับประทานขนมไทยในงานพิธี งานมงคล หรือเทศกาลสำคัญ ($\bar{X}$ = 3.06, S.D. = 0.943)

ตารางที่ 4 อิทธิพลของความเชื่อเรื่องโภชนาการของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า

ตัวแปร	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.638	.166		3.839	.000
ความเชื่อด้านคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบ	.058	.057	.055	1.014	.311
ความเชื่อด้านสรรพคุณของขนมไทยแต่ละชนิด	.063	.053	.064	1.191	.234
ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ	.418	.055	.415	7.591	.000*
ความเชื่อด้านความปลอดภัยและความบริสุทธิ์	.067	.052	.070	1.297	.195
ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ	-.111	.054	-.124	-2.061	.040*
ความเชื่อด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	.068	.057	.078	1.187	.236
ความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่	.225	.047	.255	4.770	.000*
R = .700 R ² = .491 Adjusted R Square = .481 Std. Error of the Estimate = 0.444 F = 53.914 Sig. = .000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโภชนาการทั้ง 7 ด้านที่มีต่อการบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.700 หมายถึง ความเชื่อเรื่องโภชนาการทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการบริโภคขนมไทยในระดับสูง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) = 0.491 หมายถึง ความเชื่อเรื่องโภชนาการทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริโภคขนม

ไทยได้ 49.1% หรือกล่าวได้ว่า ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ทั้ง 7 ด้าน สามารถทำนายการบริโภชนมไทยได้ร้อยละ 49.1 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R²) = 0.481 โดยปรับค่าตามจำนวนตัวแปรอิสระแล้ว ความสามารถในการพยากรณ์คงเหลือ 48.1% ค่า F-test = 53.914, Sig. = 0.000* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายถึง สมการถดถอยพหุคูณนี้มีความเหมาะสมและสามารถใช้ในการพยากรณ์ได้ โดยตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Std. Error of the Estimate) = 0.444 ค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ในระดับต่ำ แสดงว่าสมการมีความแม่นยำในการพยากรณ์ค่อนข้างสูงอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภชนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า

การวิเคราะห์อิทธิพลของความเชื่อแต่ละด้าน โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า มี 3 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภชนมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

1. ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริโภชนมไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การบริโภชนมไทยเพิ่มขึ้น 0.418 หน่วย

2. ความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริโภชนมไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การบริโภชนมไทยเพิ่มขึ้น 0.225 หน่วย

3. ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ มีอิทธิพลเชิงลบต่อการบริโภชนมไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การบริโภชนมไทยลดลง 0.111 หน่วย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยพหุคูณ สามารถเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.638 + 0.058(X_1) + 0.063(X_2) + 0.418(X_3) + 0.067(X_4) - 0.111(X_5) + 0.068(X_6) + 0.225(X_7)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.055(Z_1) + 0.064(Z_2) + 0.415(Z_3) + 0.070(Z_4) - 0.124(Z_5) + 0.078(Z_6) + 0.255(Z_7)$$

6. อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่ม Generation Z เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dimock (2019) ที่ระบุว่า Generation Z เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลมีการศึกษาสูง และมีความ

ตระหนักรู้ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม มีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน สะท้อนถึงทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ตามแนวคิดของ Bourdieu (1986) ที่ชี้ว่าการศึกษาเป็นทรัพยากรสำคัญที่ส่งผลต่อรสนิยมและการบริโภค โดยส่วนใหญ่เคยไปเยี่ยมชมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงให้เห็นว่าจังหวัดอยุธยาเป็นซอฟต์แวร์มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วยมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปะจิตรกรรม และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หรือมรดกวัฒนธรรมทางภูมิปัญญา เช่น อาหารไทยโบราณ โรตีสายไหม กุ้งแม่น้ำเผา ขนมไทย งานช่างฝีมือดั้งเดิม ศิลปะการแสดงโขนอยุธยา และงานประเพณีเทศกาลงานลอยกระทงอยุธยา (เบญจภักดิ์ เจริญมหาวิทยาลัย, 2567)

การรับรู้เกี่ยวกับท้าวทองกิมม้า ส่วนใหญ่เคยได้ยินชื่อท้าวทองกิมม้าแต่ไม่แน่ใจในรายละเอียด ซึ่งได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยท้าวทองกิมม้า มีชื่อจริงว่า มารี กิมาร์ (Marie Guimar) เกิดในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ประมาณปี พ.ศ. 2201 หรือ 2202 มีบิดาชื่อ ฟานิก (Fanik) เป็นลูกครึ่งญี่ปุ่นแขกเบงกอล แต่มีการสันนิษฐานที่แตกต่างไปว่าบิดาของมารี กิมาร์ นั้นมีเชื้อสายโปรตุเกส จากมารดา ส่วนมารดาของท้าวทองกิมม้านั้นเป็นชาวญี่ปุ่นชื่อ อูรซูลา ยามาดา (Ursula Yarnada) ท้าวทองกิมม้ารับราชการเป็นหัวหน้าห้องเครื่องต้นในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ ประมาณปี พ.ศ. 2251-2275 (จริยา เดชกุญชร, 2549) โดยรับรู้เกี่ยวกับขนมไทยในสมัยอยุธยาว่าที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิมม้า ซึ่งหนังสือจดหมายเหตุฝรั่งเศสโบราณพิมพ์ที่โรงพิมพ์หมอสุมิต หน้า 15 ได้กล่าวถึงพระยาวิชาเยนทร์ว่า ภรรยาเป็นท้าวทองกิมม้าได้เป็นผู้กำกับการชาวเครื่องพนักงานของหวาน เป็นผู้ตั้งต้นสั่งสอนให้ชาวสยามทำของหวาน คือ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมทองโปร่ง ทองพลุ ขนมฝรั่ง ขนมชิง ขนมไข่เต่า ขนมทองม้วน ขนมสำปันนี ขนมหม้อแกง (เวนิสา โชติอรุณ, 2548) และธนวิทย์ ลายิ้ม (2022) ก็ได้ศึกษาไว้ว่า สมัยอยุธยามีการเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับต่างชาติ มีการรับเอาวัฒนธรรมด้านอาหารเช่นกัน มีการดัดแปลงให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่กับเครื่องมือ อุปกรณ์ และวัตถุดิบที่หาได้ในขณะนั้น ได้แก่ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมทองโปร่ง ทองพลุ ขนมฝรั่ง ขนมชิง ขนมไข่เต่า ขนมทองม้วน ขนมสำปันนี ขนมหม้อแกง เป็นต้น ซึ่งขนมเหล่านี้ได้รับการถ่ายทอดจากหญิงเชื้อสายโปรตุเกส-ญี่ปุ่น ชื่อ มารี กิมาร์ หรือท้าวทองกิมม้า นอกจากนี้ก็สอดคล้องกับ หลักฐานเกี่ยวกับอาหารไทยไม่มีบันทึกไว้ในวรรณคดีสมัยอยุธยา ไม่มีขนบการพรรณนาด้านอาหารการกิน แต่กลับพบอยู่ในบันทึกของชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาค้าขายและเข้ามาเจริญสัมพันธไมตรีทางการทูตตั้งแต่สมัยพระเจ้าทรงธรรมลงมา (สุกัญญา สุขฉายา, 2560) และสอดคล้องกับ รุ่งทิพาวงศ์ไพศาลฤทธิ์ (2553) กล่าวว่า สมัยอยุธยามีขนมไทยหลากหลายชนิดแล้ว โดยเฉพาะในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชประเทศไทยเริ่มมีความสัมพันธ์ทางการค้าและการทูตกับต่างประเทศมากขึ้น

เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ทำให้ชนมีส่วนผสมและรูปร่างเปลี่ยนไป มีหลากหลายชนิดมากขึ้น

ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ของชนไทย คนรุ่นใหม่มีความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ของชนไทย ในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความเชื่อด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีค่าสูงสุด โดยในจดหมายเหตุในความทรงจำ กล่าวไว้ว่า เมื่อมีงานพระราชพิธีสมโภชพระพุทธมณีนีรตนมหาภิณายการพระแก้วมรกต และฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้มีการนิมนต์พระสงฆ์ฉันภัตตาหารวันละ 2,000 รูป มีการตั้งสำรับคาวหวาน มีขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมไส้ไก่ ขนมฝอย ข้าวเหนียวแก้ว ขนมผิง สังขยา และขนมอื่น ๆ อีกมาก (วันดี ณ สงขลา, 2550) ซึ่งสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนไทยที่มีต้นกำเนิดในสมัยอยุธยา ที่มีคุณค่ากับสังคมไทยมาอย่างช้านาน ส่วนด้านความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพมีค่าสูงเป็นอันดับสอง สอดคล้องกับ ความเชื่อด้านสุขภาพของ Rosenstock (1974) ที่การรับรู้ความเสี่ยงและความรุนแรงของโรคส่งผลต่อทัศนคติ

การบริโภคชนไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้า คนรุ่นใหม่มองเห็นความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ตามทฤษฎีทำนายพฤติกรรมของ Ajzen (1991) โดยคนรุ่นใหม่มีความรู้สูง (สามารถระบุชื่อและลักษณะได้) และมีทัศนคติเชิงบวก (ตั้งใจแนะนำผู้อื่นและสนับสนุนร้านอนุรักษ์) แต่พฤติกรรมการบริโภคจริงยังไม่สูงตามไปด้วย โดยเฉพาะการบริโภคในงานพิธีและเทศกาลมีค่าต่ำสุด ซึ่งสะท้อนช่องว่างระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมที่ Sheeran และ Webb (2016) อธิบายว่า ความตั้งใจไม่เสมอไปที่นำไปสู่การกระทำจริง เนื่องจากมีอุปสรรคต่างๆ เช่น การเข้าถึง ราคาหรือบรรทัดฐานทางสังคม

อิทธิพลของความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ต่อการบริโภคชนไทย โดยผลการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการบริโภคชนไทยในระดับสูง มี 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชนไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณมีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด ตามที่ Giddens (1991) อธิบายว่า ผู้บริโภคหันกลับมาให้ความสนใจภูมิปัญญาดั้งเดิมเพื่อสร้างความสมดุลกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ ตามด้วยความเชื่อเปรียบเทียบกับชนสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการเปรียบเทียบทางสังคมในจิตวิทยาของ Festinger (1954) และแนวคิด พฤติกรรมแสวงหาความเป็นของแท้ ที่ Beverland and Farrelly (2010) พบว่า ผู้บริโภคแสวงหาความแท้จริงเพื่อสร้างความหมายให้กับการบริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ฐริชา กรพุดินันท์ และชุตินาถ ทองจีน (2016) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติต่อชนไทย และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคชนไทย แต่ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพมีอิทธิพลเชิงลบ สะท้อน วัฒนธรรมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ร่างกายที่ Dittmar (2008) อธิบายว่า คนรุ่นใหม่ถูกกดดันจากมาตรฐานความงามและสุขภาพที่เข้มงวด ทำให้เกิดความวิตกกังวล

เกี่ยวกับอาหารและกิจกรรมทางสังคมแม้ว่าอาหารนั้นจะมีคุณค่าทางวัฒนธรรม และสอดคล้องกับ Layim (2019) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ขนมไทยแบบดั้งเดิมสมัยอยุธยาทำจากวัตถุดิบแบบดั้งเดิมที่ใช้ส่วนผสม แป้ง น้ำตาล และมะพร้าวเป็นส่วนผสมหลักนั้นเกิดการใช้ใช้ในขนมไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ขนมไทยเกิดความแปลกในด้านกายภาพมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้บริโภคมีความกังวลเรื่องปัญหาสุขภาพหากบริโภคให้ปริมาณที่มาก

7. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.50 มีอายุระหว่าง 18-22 ปี ร้อยละ 36.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 37.25 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 38.25 มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ร้อยละ 39.25 และไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 87.00 โดยส่วนใหญ่เคยไปเยี่ยมชมจังหวัด พระนครศรีอยุธยา 3-4 ครั้ง ร้อยละ 41.50

การรับรู้เกี่ยวกับท้าวทองกิบม้า ส่วนใหญ่เคยได้ยินชื่อท้าวทองกิบม้าแต่ไม่แน่ใจในรายละเอียด ร้อยละ 45.00 รองลงมารู้จักดีและทราบบทบาทของท่าน ร้อยละ 42.50 โดยได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 28.25 และจากโรงเรียน/มหาวิทยาลัย ร้อยละ 22.75 เมื่อถามถึงความรู้เกี่ยวกับขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า พบว่า ร้อยละ 78.25 รู้ว่าขนมไทยเหล่านี้มีต้นกำเนิดจากท้าวทองกิบม้า

ความเชื่อเรื่องโภชนาการของขนมไทย ส่วนใหญ่คนรุ่นใหม่มีความเชื่อเรื่องโภชนาการของขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.514) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเชื่อด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีค่าสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.706) รองลงมาคือ ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.686) ความเชื่อด้านความปลอดภัยและความบริสุทธิ์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.647) ความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.701) ความเชื่อด้านคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบ ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.586) ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.612) และความเชื่อด้านสรรพคุณของขนมไทยแต่ละชนิดมีค่าต่ำสุด ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.622)

การบริโภคขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.617) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถระบุชื่อและลักษณะของขนมไทยสมัยอยุธยาได้มากที่สุด ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ มีความตั้งใจจะแนะนำและชักชวนให้ผู้อื่นรับประทานขนมไทยโบราณ ($\bar{X} = 3.82$) และพร้อมสนับสนุนร้านขนมที่อนุรักษ์สูตรโบราณ ($\bar{X} = 3.78$) นอกจากนี้ พบว่าการรับประทานขนมไทยในงานพิธี งานมงคล หรือเทศกาลสำคัญมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.06$)

อิทธิพลของความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ต่อการบริโภคขนมไทย โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการบริโภคขนมไทยในระดับสูง ($R = 0.700$) และสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริโภคขนมไทยได้ร้อยละ 49.1 ($R^2 = 0.491$) โดยสมการถดถอยพหุคูณมีความเหมาะสมและสามารถใช้ในการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 53.914$, $Sig. = 0.000$)

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของความเชื่อแต่ละด้าน พบว่า มี 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคขนมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1) ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณ มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด ($Beta = 0.415$, $Sig. = 0.000$) หมายความว่า เมื่อความเชื่อด้านนี้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การบริโภคขนมไทยเพิ่มขึ้น 0.418 หน่วย 2) ความเชื่อเปรียบเทียบกับขนมสมัยใหม่ มีอิทธิพลเชิงบวกรองลงมา ($Beta = 0.255$, $Sig. = 0.000$) เมื่อความเชื่อด้านนี้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การบริโภคขนมไทยเพิ่มขึ้น 0.225 หน่วย และ 3) ความเชื่อด้านผลกระทบต่อสุขภาพ มีอิทธิพลเชิงลบ ($Beta = -0.124$, $Sig. = 0.040$) หมายความว่า เมื่อความเชื่อด้านนี้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การบริโภคขนมไทยลดลง 0.111 หน่วย

โดยสรุปได้ว่า คนรุ่นใหม่มีความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ต่อขนมไทยในสมัยอยุธยาที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกีบม้าในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มากที่สุด แต่ทั้งนี้ก็ยังมีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพซึ่งส่งผลเชิงลบต่อการบริโภค ในขณะที่ความเชื่อด้านการบำรุงธาตุตามภูมิปัญญาโบราณและความเชื่อว่าขนมไทยโบราณดีกว่าขนมสมัยใหม่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการบริโภคขนมไทยในกลุ่มคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ยังพบช่องว่างความรู้เกี่ยวกับท้าวทองกีบม้า โดยมีเพียงบางส่วนที่เข้าใจบทบาทอย่างลึกซึ้ง และสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งข้อมูลหลัก มากกว่าสถาบันการศึกษาและครอบครัว สะท้อนการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ทางวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล ถึงแม้ว่าคนรุ่นใหม่มีความรู้และทัศนคติที่ดี แต่ยังมีช่องว่างระหว่างเจตคติกับพฤติกรรมจริง โดยเฉพาะการบริโภคในชีวิตประจำวันและงานพิธียังไม่สูงมาก ซึ่งจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการแปลงความเชื่อเชิงบวกให้เป็นพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน



ภาพที่ 2 ความเชื่อเรื่องโภชนาการของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการบริโภชนมไทยในสมัยอยุธยา
ที่มีต้นกำเนิดโดยท้าวทองกิบม้า

8. ข้อเสนอแนะ

1) ควรเน้นสื่อสารผ่านภูมิปัญญาการบำรุงธาตุเชื่อมโยงชนมไทยกับหลักการแพทย์แผนไทย เรื่องการบำรุงธาตุเพราะมีอิทธิพลต่อการบริโภคสูงสุด มากกว่าการเน้นเพียงมิติวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ นำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิกและคลิปสั้นที่เข้าใจง่ายบนโซเชียลมีเดีย

2) ควรแก้ไขความกังวลด้านสุขภาพด้วยนวัตกรรมการพัฒนาสูตรชนมไทยที่ลดน้ำตาลและไขมัน แต่ยังคงรสชาติดั้งเดิม พร้อมสื่อสารเรื่องการบริโภคอย่างพอเหมาะและนำเสนอข้อมูลโภชนาการ เพื่อลดอุปสรรคด้านความกังวลสุขภาพที่ส่งผลเชิงลบต่อการบริโภค

3) ควรใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจบน TikTok, Instagram, YouTube โดยใช้ Influencer ร่วมเผยแพร่ และจัดกิจกรรมต่างๆ ให้น่าสนใจเนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลักของคนรุ่นใหม่

4) ควรเพิ่มการเข้าถึงและสร้างประสบการณ์ใหม่เพิ่มจุดจำหน่ายในพื้นที่ที่คนรุ่นใหม่เข้าถึง พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย จัดเวิร์กช็อปกิจกรรมที่มีแนวคิดร่วมสมัยเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดี ให้เป็นพฤติกรรมบริโภคที่เพิ่มขึ้นและรูปแบบการนำไปใช้ให้กว้างขวางอย่างยั่งยืน

9.กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านในสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่ให้คำแนะนำข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจนทำให้บทความนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สถานที่ทำงานที่ทำให้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานที่ดีมาโดยตลอด

10.เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2564). รายงานสถานการณ์การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้.

<https://ich.unesco.org/en/home>.

จริยา เดชกุญชร. (2549). *ขนมไทย เล่ม 1*. บริษัท วี.พรินท์ (1991) จำกัด.

ธนวิทย์ ลายั้ม. (2565). ขนมไทย : วัฒนธรรมและการประยุกต์เพื่อสุขภาพ. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 23(44), 70-84. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/254859

เบญจภักดิ์ เจริญมหาวิทยาลัย. (2567). ซอฟต์แวร์มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา*, 16(1), 84-101. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jas/article/view/263809>

ภูริชา กรพูนันท์ และชุดิมาวดี ทองจีน. (2559). พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 8(2), 81-95. <https://doi.org/10.53848/irdssru.v8i2.214464>

รุ่งทิพา วงศ์ไพศาลฤทธิ์. (2553). *ขนมไทยในงานพิธี*. ไทยควอลิตี้บุ๊คส์.

วันดี ณ สงขลา. (2550). *ขนมไทยเมื่อวันวาน*. โรงเรียนครีวันดี

เวนนิสา โชติอรุณ. (2543). *ขนมไทย 2*. แสงแดด.

สุกัญญา สุฉฉายา. (2560). อาหารไทยสมัยกรุงศรีอยุธยา. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 24(2), 1-29. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/80259>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Beverland, M. B., & Farrelly, F. J. (2010). The quest for authenticity in consumption: Consumers' purposive choice of authentic cues to shape experienced outcomes. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 838-856. <https://doi.org/10.1086/615047>

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Greenwood Press.

- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dittmar, H. (2008). *Consumer culture, identity and well-being: The search for the 'good life' and the 'body perfect'*. Psychology Press.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Layim, T. (2019). *Documents for Teaching Thai Dessert Business*. Rajamangala University of Technology Krungthep.
- Paquette, M. C. (2005). Perceptions of healthy eating: State of knowledge and research gaps. *Canadian Journal of Public Health*, 96(3), 15-19. <https://doi.org/10.17269/cjph.96.1031>
- Rosenstock, I. M. (1974). Historical origins of the health belief model. *Health Education Monographs*, 2(4), 328-335. <https://doi.org/10.1177/109019817400200403>
- Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The intention-behavior gap. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(9), 503-518. <https://doi.org/10.1111/spc3.12265>
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- World Health Organization. (2021). *Obesity and overweight*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>