พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวแกงไทยของชาวญี่ปุ่น
THE JAPANESE CONSUMPTION BEHAVIOR ON THAI CURRY NOODLE

นฤมล นันทรักษ์* และ นันทพร รุจิขจร
โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Naruemon Nantaragsa* and Nanthaporn Ruchikachorn
School of Culinary Arts, Suan Dusit University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวแกงไทยของชาวญี่ปุ่น เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่น โดยใช้แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้ (1) พฤติกรรมด้านการบริโภค โดยข้อมูลทางประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี เป็นพนักงานเอกชน และ พำนักในกรุงโตเกียว รู้จักกับก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็ก ในลักษณะก๋วยเตี๋ยวลวกมากที่สุด และมีความรู้เกี่ยวกับกะทิ และ แกงไทย (2) ข้อมูลการยอมรับต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวไทย ขั้นแรกให้ผู้ทดสอบพิจารณาก๋วยเตี๋ยวแห้งที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย 2 ชนิดด้วยสเกลเส้นพบว่า ผู้ทดสอบให้คะแนนการยอมรับก๋วยเตี๋ยวที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสีที่สวยงามดึงดูดความสนใจ เส้นก๋วยเตี๋ยวมีความยาวเหมาะสมต่อการประกอบอาหาร รวมถึงมีฉลากโภชนาการ และแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน จากข้อมูลทางประสาทสัมผัส โดยสรุปการผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวให้เป็นที่ยอมรับของชาวญี่ปุ่น ควรผลิตให้มี สี ความใส ความพองตัว ความเหนียว และความนุ่มใกล้เคียงกับเส้นเล็ก ข้อมูลการยอมรับก๋วยเตี๋ยวแกงไทย โดยศึกษาชนิดของเส้น และแกงไทยอย่างละ 3 ชนิด ออกแบบการทดลองแบบ 3x3 แฟคทอเรียล พบว่า ปัจจัยเรื่องชนิดของแกงทำให้คุณลักษณะด้านสี ลักษณะปรากฏ กลิ่น ความข้น รสเค็ม ความเผ็ด รสชาติตกค้างในปาก และ ความชอบโดยรวม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแกงเขียวหวานและแกงเผ็ดได้รับคะแนนมากกว่าแกงกะหรี่ และ (3) ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย พบว่า ร้อยละ 90 อยากบริโภค โดยเหตุผลที่สำคัญคือ รสชาติโดยรวม และรสชาติแกง และอยากให้มีจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นในลักษณะ วัตถุดิบพร้อมปรุงกึ่งสำเร็จรูป เพื่อให้สามารถปรุงเองที่บ้านได้

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค ก๋วยเตี๋ยวแกงไทย ชาวญี่ปุ่น

Abstract

The purpose of this research was to study of the Japanese consumption behavior on Thai curry noodle. The data were collected from Japanese consumers in Japan. The

* **ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)**
E-mail: monnanta@hotmail.com

questionnaires were divided into 3 parts. (1) From consumer behavioral information, demographic information showed that the majorities are female with 31-40 years of age and most of them live in Tokyo, and the most of the respondents were familiar with boiled narrow rice noodles, coconut milk, and traditional Thai noodles. (2) The experimental information on Thai rice noodles, first, the respondents observed the 2 kinds of instant rice noodles packed in plastic bags ready for sale. The line-scale was used in this study. The result showed that the respondents were likely to be attracted by the beautiful and colorful package, rice noodles with appropriate length, and informative details on the packages. From sensory data, preference and intensity of the 3 types of noodle including Somen, narrow rice noodle (Lek) and narrow rice Chanthaburi's style noodle (Jan), the results showed that if you wanted to produce a noodle accepted by Japanese, the attributes of color, clarify, swelling, stickiness and tenderness might be similar to Lek. In the sensory evaluation test, three kinds of noodles were mixed with three curries. The 3x3 factorial test was utilized in this step. The result showed that the difference in type of curry is the main factor affecting color, concentration, and flavor of the curry. Moreover, some factors such as salty taste, greasy intensity, spicy taste, and after taste were significantly different. Green curry and spicy curry are among the best getting highest score in comparison to yellow curry. (3) The data set of the attitude towards this Thai menu, rice noodle with curry, showed that ninety percent of the respondents want to eat it because of the overall good flavor and delicious taste. The Japanese respondents also expressed their need to have instant Thai rice noodle with Thai curry on market shelf or in ordinary Japanese supermarkets.

Keywords: Consumption behavior, Thai curry noodle, Japanese

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่จัดอยู่อันดับต้น ๆ ของโลกด้านการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ ข้าวยังถูกส่งออกในรูปแบบการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการส่งออกเช่นเดียวกัน คือ เส้นหมี่ และแป้งข้าวเจ้า ส่วนเส้นก๋วยเตี๋ยวสดและแห้ง เช่น เส้นใหญ่ และเส้นเล็ก ซึ่งมีการบริโภคกันมากในประเทศไทย และมีการใช้ข้าวเป็นองค์ประกอบเช่นกัน มีการผลิตกันอย่างเป็นอุตสาหกรรมในประเทศไทย ยังไม่ได้รับการส่งเสริมไปสู่การส่งออกมากนักทั้งที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย โดยก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่มีการบริโภคกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทยซึ่งมีวัตถุดิบหลักจากแป้งข้าวเจ้า ปัจจุบันการบริโภคก๋วยเตี๋ยวสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งชนิดเส้นใหญ่ เส้นเล็ก เส้นหมี่ และเส้นกวยจั๊บ หรือแม้แต่การใช้แผ่นก๋วยเตี๋ยวในบางตำรับ เช่น ก๋วยเตี๋ยวลุยสวน เป็นต้น นอกจากนี้ เมื่อนำเส้นก๋วยเตี๋ยวมาปรุงอาหารก็สามารถปรุงได้ในหลาย ๆ รูปแบบ ได้แก่ การลวก การผัด การห่อ โดยมีส่วนประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ น้ำซุป ผัก เนื้อสัตว์

และสมุนไพร เป็นองค์ประกอบ ซึ่งตำรับก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทยก็มีหลากหลาย และเป็นที่นิยมทั้งในหมู่คนไทยและคนต่างประเทศ

ประเทศญี่ปุ่น ก็เป็นอีกเป้าหมายหนึ่งซึ่งประชาชนในประเทศดังกล่าวมีความคุ้นเคยกับการบริโภคอาหารประเภทเส้น ได้แก่ อูด้ง รวมถึงมีร้านอาหารไทยจำนวนหนึ่ง เปิดจำหน่ายอาหารจำพวกอาหารจานเดียว ก็พบว่า ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นก็ให้การต้อนรับเป็นอย่างดี ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมธุรกิจการค้าในต่างประเทศ ก็ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ซึ่งหากมีการส่งเสริมเพื่อการส่งออกอย่างจริงจังน่าจะส่งผลดีต่อการเพิ่มมูลค่าให้กับข้าว นอกจากนี้ การไปสู่ตลาดในรูปแบบของเส้นอย่างเดียวนั้น สามารถไปได้หลายรูปแบบ เช่น ไปพร้อมกับตำรับอาหารที่เป็นที่รู้จักกันดีในประเทศไทย คือ ตำรับก๋วยเตี๋ยวต่าง ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยวน้ำ ก๋วยเตี๋ยวแห้งผัดไทย ราดหน้า หรืออาหารอื่น ๆ ซึ่งความจำเป็นในการศึกษาเพื่อให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ นั้น จึงมีความจำเป็นอย่างมาก

ทั้งนี้จากงานวิจัยของ ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์ (2549) พบว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในตลาดสำคัญของอาหารไทยร้อยละ 25 ของสินค้าไทยที่ส่งออกไปญี่ปุ่น คือ อาหาร ทั้งนี้จากการผลักดันนโยบาย “Kitchen of the World” ทำให้ประเทศญี่ปุ่นเป็นเป้าหมายสำคัญที่ภาครัฐคาดหวังว่าอาหารไทยสามารถจะทำรายได้เข้าประเทศ แต่คำว่า “อาหารไทย” ในต่างประเทศนั้นมิได้หมายความถึงร้านอาหารไทยและอาหารที่ขายในร้านเท่านั้น แต่รวมถึงทุกอย่างที่บริโภคได้ นำมาแปรรูปเพื่อบริโภคได้ และกระจายสู่ตลาดได้ในรูปแบบต่าง ๆ มิใช่เฉพาะผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาหารไทยเท่านั้น ดังนั้น การพิจารณาขอบเขตของ “อาหารไทย” ควรที่จะมองกลับไปถึงแหล่งที่มาที่มีความต้องการอาหารไทยของคนญี่ปุ่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูปและวัตถุดิบในประเทศไทยด้วย

งานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงตำรับก๋วยเตี๋ยว และชนิดของเส้นที่เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเพื่อส่งเสริมก๋วยเตี๋ยวไทยในตลาดญี่ปุ่นต่อไป รวมถึงนักธุรกิจที่จะไปเปิดตลาดธุรกิจอาหารในประเทศญี่ปุ่น จะได้มีทางเลือกในการจัดตั้งธุรกิจและความเป็นไปได้ของชาวญี่ปุ่นในการบริโภคอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวจากประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรจากประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย และก๋วยเตี๋ยวแกงไทย
2. เพื่อศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย และก๋วยเตี๋ยวแกงไทย
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

วิธีการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย และก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

1.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

สำรวจข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา และ สถานที่พำนัก นำเสนอ

ผลเป็นร้อยละ

1.2 ข้อมูลพฤติกรรมด้านการบริโภคอาหารจำพวกเส้น

สำรวจข้อมูลพฤติกรรมด้านการบริโภคอาหารจำพวกเส้นของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล ได้แก่ ความถี่ในการบริโภคอาหารจำพวกเส้นของญี่ปุ่นและไทย ความรู้เกี่ยวกับเส้นก๋วยเตี๋ยวและประเภทของก๋วยเตี๋ยวจากไทย และแหล่งที่รับประทาน นำเสนอผลเป็นร้อยละ

2. การยอมรับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย และก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

2.1 ข้อมูลการยอมรับตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวแห้งในบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย

เสนอตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวแห้งที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่ายให้ผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถามประเมินความชอบด้วยสเกลเส้น 10 เซนติเมตร (0 แทน ไม่ชอบมากที่สุด และ 10 แทน ชอบมากที่สุด) โดยใช้ตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวไทยที่สามารถหาซื้อได้ง่ายในประเทศญี่ปุ่น 2 ชนิดคือ ก๋วยเตี๋ยวเส้นจันท์ตราสินค้า H และก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กตราสินค้า M เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบการใช้งาน ความยาวเส้น ขนาดเส้น น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุ ความขาวของเส้น และความสะอาดของเส้น

2.2 ข้อมูลความเข้มของคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว

เสนอตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวลวกพร้อมรับประทานให้ผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 60 คน ใช้แบบสอบถาม โดยใช้เวลาลวก 1 นาที ในขณะที่น้ำเดือดอุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส ให้ผู้ทดสอบปริมาณ 25 กรัม ทดสอบทีละตัวอย่างแบบสุ่ม ประเมินความเข้มด้วยสเกลเส้น 15 เซนติเมตร (0 แทน เข้มน้อยที่สุด และ 15 แทน เข้มมากที่สุด) โดยใช้ตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวไทย 2 ชนิดคือ ก๋วยเตี๋ยวเส้นจันท์ตราสินค้า H (โดยก่อนนำไปลวกต้องนำไปแช่ในน้ำสะอาดที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลา 30 นาที) ก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กตราสินค้า M และ ตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวของญี่ปุ่น 1 ชนิดเป็นตัวอย่างควบคุม คือ โซเมง (Somen) ซึ่งเป็นเส้นก๋วยเตี๋ยวทำจากแป้งสาลี ที่มีสีขาว เส้นบาง เส้นผ่านศูนย์กลางน้อยกว่า 1.3 มิลลิเมตร เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเส้นก๋วยเตี๋ยว 3 ชนิดในด้านความเข้มคุณลักษณะดังนี้ สี ความใส ความนุ่ม ความเหนียว และความพองตัวของเส้น

2.3 ข้อมูลการยอมรับต่อคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว

เสนอตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวลวกให้ผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถาม โดยวิธีการดังข้อ 2.2 ประเมินความชอบด้วยสเกลเส้น 10 เซนติเมตร (0 แทน ไม่ชอบมากที่สุด และ 10 แทน ชอบมากที่สุด) โดยใช้ตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวไทย 2 ชนิด และ ตัวอย่างควบคุม เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในด้าน สี ความใส ความนุ่ม ความเหนียว และ ความพองตัวของเส้น

2.4 ข้อมูลการยอมรับต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

เสนอตัวอย่างก๋วยเตี๋ยวแกงไทย ให้ผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถาม แปรชนิดเส้นก๋วยเตี๋ยวลวก (ปริมาณ วิธีการเตรียม และชนิด แสดงในข้อ 4 จำนวน 3 ชนิด และแกงไทย 3 ชนิด คือ แกงเขียวหวาน แกงเผ็ด และแกงกะหรี่ ซึ่งเป็นแกงที่ผู้ผลิตต้องการทำการตลาดในประเทศญี่ปุ่น รายละเอียดปริมาณส่วนประกอบ และวิธีการเตรียม แสดงในตารางที่ 1 ออกแบบการทดลอง

แบบ 3x3 แฟคทอเรียล ให้ผู้ทดสอบ ทดสอบทีละตัวอย่างแบบสุ่ม ประเมินการยอมรับด้วยสเกลเส้น 10 เซนติเมตร (0 แทน ไม่ชอบมากที่สุด และ 10 แทน ชอบมากที่สุด) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในด้าน สี ลักษณะปรากฏ กลิ่น ความข้น รสเค็ม ความเผ็ด รสตกค้างในปาก และ ความชอบโดยรวม วิเคราะห์ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัส

3. ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

สำรวจด้านทัศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทยของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลได้แก่ เหตุผลสำคัญที่ทำให้เลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวแกงไทย และ แหล่งที่ควรจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

สรุปและวิจารณ์ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่นต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย และ ก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

จากการสอบถามชาวญี่ปุ่นโดยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจากข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่น เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่าประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ทดสอบ และ เป็นพนักงานเอกชน เกินกว่าร้อยละ 50 และ ตามด้วย แม่บ้าน รับราชการ งานพิเศษ กิจการส่วนตัว ตามลำดับ มีสถานที่พำนักในกรุงโตเกียวร้อยละ 87 และ ภูมิลำเนาในเขตคันโตประมาณร้อยละ 70 ซึ่งก็สอดคล้องกับเขตภูมิศาสตร์ในประเทศญี่ปุ่นที่คันโตเป็นพื้นที่ราบลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น ทำให้มีประชากรหนาแน่นที่สุด คือ 15,600 คนต่อตารางกิโลเมตร หรือรวม 39.6 ล้านคน เป็นที่ตั้งของกรุงโตเกียว เมืองหลวงของประเทศ นอกจากนั้นในเขตคันโตยังประกอบด้วยอีก 6 จังหวัด ได้แก่ กุนมะ โทะจิงิ ไซตะมะ คะนะงะวะ จิบะ และอิบะระกิ

ข้อมูลด้านการบริโภคเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย โดยทั่วไปแล้วผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่นบริโภคอาหารจำพวกเส้นของญี่ปุ่น 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ครึ่งหนึ่ง และ มีความรู้เกี่ยวกับอาหารประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทยมากกว่าไม่มี ส่วนใหญ่รู้จักเส้นเล็กมากที่สุดตามด้วย เส้นใหญ่ เส้นหมี่ เส้นกวยจั๊บ เส้นจันท์ และ เกี้ยมอี๋ ตามลำดับ และ รู้จักอาหารไทยที่ทำจากเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย ในลักษณะ ก๋วยเตี๋ยวลวก น้ำ/แห้ง ตามด้วย ผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวหลอด ผัดซีอิ้ว ผัดขี้เมา ราดหน้า ก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ กวยจั๊บ ก๋วยเตี๋ยวลุยสวน ตามลำดับ และ ร้อยละ 80 เคยรับประทานอาหารที่ปรุงจากเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย โดยแหล่งที่เคยรับประทานในประเทศไทย ส่วนมากคือ ในร้านอาหาร เช่นเดียวกับในญี่ปุ่น โดยร้อยละ 80 บริโภคก๋วยเตี๋ยวไทยน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้ทดสอบชาวญี่ปุ่นมีความรู้เกี่ยวกับกะทิในอาหารไทยและประโยชน์มาก่อน ร้อยละ 60 ส่วนที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับกะทิ หลังจากกิจกรรมนี้แล้วทำให้ผู้ทดสอบมีความรู้เกี่ยวกับกะทิในอาหารไทย และประโยชน์เพิ่มขึ้น โดยร้อยละ 50 สนใจ และอยากลองรับประทานอาหารไทยที่ปรุงด้วยกะทิ ส่วนความรู้เกี่ยวกับเครื่องแกงในอาหารไทย มีผู้ทดสอบรู้จักร้อยละ 35 ส่วนผู้ที่ไม่รู้จักเครื่องแกงในอาหารไทยได้รับความรู้เพิ่มเติมจากกิจกรรมนี้ และอยากลองรับประทานอาหารไทยที่ปรุงด้วยเครื่องแกงร้อยละ 55 ในด้านความรู้เกี่ยวกับแกงกะทิของไทยมีผู้รู้จักร้อยละ 40 โดยร้อยละ 60 สนใจ และอยากลองรับประทานแกงกะทิของไทย

2. การยอมรับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าวไทย และก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

2.1 การยอมรับตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวอบแห้งในบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย

การยอมรับตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวอบแห้งในบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย 2 ชนิดคือ ก๋วยเตี๋ยวเส้นจันท์อบแห้งตราสินค้า H และ ก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กอบแห้งตราสินค้า M โดยสเกลเส้น 10 เซนติเมตร แสดงในตารางที่ 1 พบว่าคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบการใช้งาน ความยาวเส้น และ ความสะอาดของเส้น โดยในทั้งสี่คุณลักษณะ ก๋วยเตี๋ยวเส้นจันท์อบแห้งตราสินค้า H ได้รับคะแนนมากกว่า ก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กอบแห้งตราสินค้า M โดยเส้นก๋วยเตี๋ยวตราสินค้า H มีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีรูปร่างลักษณะที่เหมาะสมกว่าในการเก็บรักษาและการขนส่ง มีสีที่สวยงามดึงดูดความสนใจ เส้นก๋วยเตี๋ยวมีความยาวเหมาะสมต่อการประกอบอาหาร รวมถึงมีฉลากโภชนาการและ แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน อาจจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมีความชอบต่อเส้นก๋วยเตี๋ยวตราสินค้า H มากกว่า ตราสินค้า M ส่วนขนาดของเส้น น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุ และ ความขาวของเส้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) เนื่องจากขนาดของเส้นของผลิตภัณฑ์ที่สองตราสินค้ามีความกว้างเท่ากันคือ 1 มิลลิเมตร และน้ำหนักบรรจุของตราสินค้า H บรรจุ 500 กรัม และ ตราสินค้า M 400 กรัม ซึ่งไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 1 การยอมรับตัวอย่างก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กอบแห้งในบรรจุภัณฑ์

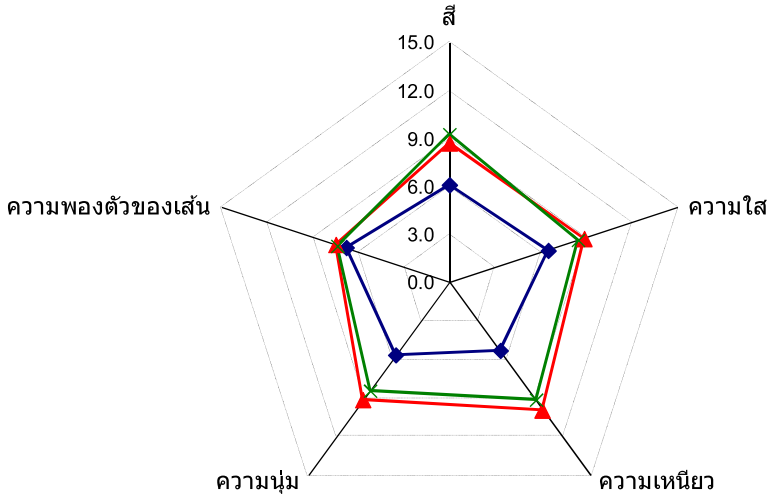
	เส้นจันท์ (H)	เส้นเล็ก (M)
รูปแบบบรรจุภัณฑ์*	7.0±0.6	4.9±0.4
รูปแบบการใช้งาน*	6.8±0.3	3.8±0.3
ความยาวเส้น*	6.9±0.3	4.7±1.1
ขนาดเส้น	6.8±0.2	6.2±0.8
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุ	6.5±0.4	5.7±1.0
ความขาวของเส้น	6.8±0.5	6.2±0.3
ความสะอาดของเส้น*	6.9±0.9	5.6±0.7

* ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบในแนวนอน มีความแตกต่างอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2.2 ความเข้มของคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว

ความเข้มของตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวลวก 3 ชนิดคือ เส้นโซเมงตราสินค้า S ซึ่งจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ เส้นจันท์ตราสินค้า H และเส้นเล็กตราสินค้า M โดยสเกลเส้น 15 เซนติเมตร แสดงในภาพที่ 1 พบว่า ทุกคุณลักษณะมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) คือ สี ความใส ความนุ่ม ความเหนียว และ การพองตัวของเส้น ซึ่งโดยรวมแล้ว เส้นที่ได้รับคะแนนความชอบมากกว่าคือ เส้นจันท์และเส้นเล็ก ซึ่งความชอบในสี และความใส ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้คะแนนโซเมงน้อยกว่า อาจเป็นเพราะ เส้นหลังจากการลวกยังคงมีลักษณะทึบแสงอยู่ เนื่องจากองค์ประกอบหลักคือแป้งสาลี (Katagiri & Kitabatake, 2010)

แตกต่างจากเส้นจันท์และเส้นเล็กที่เป็นเส้นที่ผลิตจากแป้งข้าวเจ้าเป็นหลักและมีความโปร่งแสงเมื่อสุก (Bhattacharya, Zee & Corke, 1999) รวมถึงเส้นโซเมงก็ยังมีความเหนียว อยู่ในช่วง 1.5-3.0 N เมื่อวัดค่า F_{max} และ อัตราความพองตัว 1.7-2.7 (Katagiri & Kitabatake, 2010) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เส้นก๋วยเตี๋ยวจากแป้งข้าวเจ้าที่มีความเหนียวเท่ากับ 7.5±2 N และ อัตราความพองตัว 11.9±1.8 (Bhattacharya, Zee & Corke, 1999) ส่วนความนุ่มมีความสัมพันธ์อยู่กับความเหนียวจึงมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในลักษณะเดียวกัน

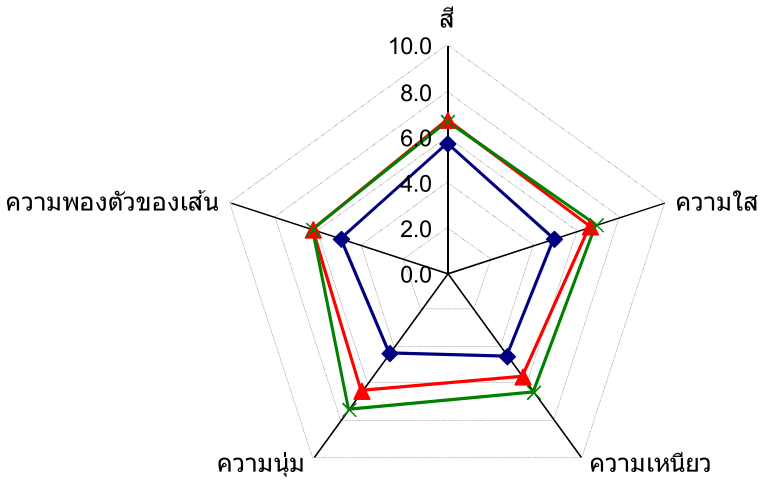


ภาพที่ 1 กราฟใยแมงมุมของคุณลักษณะด้านความเข้มของเส้นก๋วยเตี๋ยว 3 ชนิด สเกล 15 (◆: เส้นโซเมง / ▲: เส้นจันท์ / X : เส้นเล็ก)

2.3 การยอมรับต่อคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว

คะแนนการยอมรับต่อคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยสเกลเส้น 10 เซนติเมตร แสดงในภาพที่ 2 พบว่า ทุกคุณลักษณะคือ สี ความใส ความนุ่ม ความเหนียว และ การพองตัวของเส้น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ซึ่งโดยรวมแล้ว เส้นที่ได้รับคะแนนความชอบมากกว่าคือ เส้นจันท์และเส้นเล็ก ซึ่งได้รับคะแนนเกินกว่าระดับ “เฉย ๆ” ทุกคุณลักษณะ โดยน่าจะมีความสัมพันธ์กับความเข้มของคุณลักษณะต่าง ๆ ของเส้นที่ได้อธิบายไปข้างต้น

เมื่อพิจารณาภาพที่ 1 และ 2 ประกอบกันพบว่า เส้นโซเมงมีความเข้มทุกคุณลักษณะต่ำกว่าเส้นก๋วยเตี๋ยวจากแป้งข้าวเจ้าทำให้ความชอบต่ำกว่าเช่นกัน ส่วนคุณลักษณะความเข้มด้าน สี ความใส และความพองตัวของเส้นของเส้นเล็กและเส้นจันท์ไม่แตกต่างกันทำให้ความชอบไม่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ส่วนลักษณะด้านความเหนียว และความนุ่มซึ่งมีความสัมพันธ์กันอยู่พบว่า เส้นจันท์มีความเข้มของคุณลักษณะมากกว่าเส้นเล็ก แต่ผู้ทดสอบกลับชอบเส้นที่มีความเหนียวและความนุ่มพอดีอย่างเส้นเล็กมากกว่า โดยสรุปแล้วถ้าต้องการผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวให้เป็นที่ยอมรับของชาวญี่ปุ่น น่าจะผลิตให้มี สี ความใส ความพองตัวใกล้เคียงกับเส้นเล็กหรือเส้นจันท์ให้มากที่สุด และ มีความเหนียว และ ความนุ่ม ใกล้เคียงกับเส้นเล็กมากที่สุด



ภาพที่ 2 กราฟใยแมงมุมของคุณลักษณะด้านความชอบของเส้นก๋วยเตี๋ยว 3 ชนิด สเกล 10 (◆: เส้นโซเมง / ▲: เส้นจันท์ / X : เส้นเล็ก)

2.4 การยอมรับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

การยอมรับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย โดยแปรชนิดเส้นก๋วยเตี๋ยวลวก 3 ชนิด คือ เส้นโซเมง เส้นจันท์ และ เส้นเล็ก และแปรชนิดของแกงไทย 3 ชนิดคือ แกงเขียวหวาน แกงเผ็ด และแกงกะหรี่ ออกแบบการทดลองแบบ 3x3 แฟคทอเรียล โดยใช้สเกลเส้น 10 เซนติเมตร แสดงในตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยเรื่องชนิดของแกงทำให้คุณลักษณะด้าน สี ลักษณะปรากฏ กลิ่น ความข้น รสเค็ม ความเผ็ด รสชาติตกค้างในปาก และ ความชอบโดยรวม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยในคุณลักษณะที่มีความแตกต่างพบว่า แกงเขียวหวานและแกงเผ็ดได้รับคะแนนมากกว่า แกงกะหรี่ อาจเป็นเพราะแกงเขียวหวานและแกงเผ็ด เป็นแกงไทยที่เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นเป็นอันดับต้น ๆ สังเกตได้จากผลิตภัณฑ์แกงไทยสำเร็จรูปที่สามารถหาซื้อได้ในร้านค้าในประเทศญี่ปุ่น แต่ในขณะที่แกงกะหรี่แบบไทยไม่เป็นที่คุ้นเคยของชาวญี่ปุ่น อาจทำให้เกิดการเปรียบเทียบกับแกงกะหรี่แบบญี่ปุ่น และทำให้คะแนนการยอมรับต่ำ แต่ก็พบว่าคะแนนไม่ต่ำกว่า 5 คะแนน หรือ การยอมรับต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย ไม่ต่ำกว่าระดับ เฉย ๆ เมื่อถามถึงการยอมรับแกงชนิดต่าง ๆ พบว่า ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้การยอมรับแกงเผ็ดมากที่สุด ร้อยละ 95 ตามด้วยแกงเขียวหวาน ร้อยละ 94 และ แกงกะหรี่ ร้อยละ 86

ตารางที่ 2 การยอมรับตัวอย่างก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

	แกงเขียวหวาน	แกงเผ็ด	แกงกะหรี่
สี	$7.1^{a}\pm0.7$	$6.9^{a}\pm0.8$	$6.0^{b}\pm0.4$
ลักษณะปรากฏ	$6.5^{a}\pm0.5$	$6.4^{a}\pm0.3$	$5.5^{b}\pm0.4$
ความข้น	$6.6^{a}\pm0.9$	$6.7^{a}\pm0.6$	$5.7^{b}\pm1.0$
กลิ่น	$6.7^{a}\pm1.1$	$6.4^{a}\pm0.7$	$5.8^{b}\pm0.9$

ตารางที่ 2 (ต่อ)

	แกงเขียวหวาน	แกงเผ็ด	แกงกะหรี่
รสเค็ม	6.1^{a}±0.4	5.7^{b}±1.3	5.3^{c}±0.8
ความเผ็ด	6.6^{a}±0.2	6.2^{b}±1.2	5.3^{c}±1.1
รสตกค้างในปาก	6.3^{a}±0.9	5.8^{b}±0.9	5.4^{c}±0.8
ความชอบโดยรวม	6.6^{a}±0.7	6.6^{a}±0.7	5.7^{b}±0.8

ค่าเฉลี่ยที่มีตัวอักษรในแนวนอนต่างกัน มีความแตกต่างอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3. การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย

จากข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น พบว่า ชาวญี่ปุ่น ร้อยละ 90 อยากจะบริโภคก๋วยเตี๋ยวแกงไทย ถ้าหากมีก๋วยเตี๋ยวแกงไทยจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น โดยมีเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวแกงไทยเรียงลำดับได้ดังนี้ รสชาติโดยรวม และ รสชาติของแกงที่เสิร์ฟพร้อมก๋วยเตี๋ยว (ร้อยละ 75) เนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว (ร้อยละ 63) เนื้อสัตว์ที่เป็นองค์ประกอบของก๋วยเตี๋ยว ผักที่ใส่ในก๋วยเตี๋ยว และความสะดวกในการรับประทาน (ร้อยละ 18) หาซื้อง่าย มีคุณค่าทางอาหาร และ ความแปลกใหม่ (ร้อยละ 9 6 และ 3 ตามลำดับ)

ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น อยากให้มีการจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแกงไทยในประเทศญี่ปุ่นในลักษณะ วัตถุดิบพร้อมปรุงกึ่งสำเร็จเพื่อให้สามารถปรุงเองที่บ้านได้ (ร้อยละ 74.2) เสิร์ฟในร้านอาหาร (ร้อยละ 38.7) อาหารปรุงสำเร็จในร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์มาร์เก็ต และ คีออส/แผงลอยเท่ากัน (ร้อยละ 29) ตามลำดับ

4. สังเคราะห์ผลงานวิจัย

จากการศึกษาเบื้องต้นในประเทศญี่ปุ่น ร้านจำหน่ายวัตถุดิบอาหารเพื่อปรุงในลักษณะซูเปอร์มาร์เกตของชาวเอเชีย พบว่า มีการวางขายเส้นก๋วยเตี๋ยวจากแป้งข้าวเจ้าจากประเทศต่าง ๆ เช่น ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และ ประเทศฟิลิปปินส์ ในขณะเดียวกันหากเป็นร้านค้าทั่วไป รวมถึงร้านสะดวกซื้อจะมีขายเพียงเส้นก๋วยเตี๋ยวของชาวญี่ปุ่นเช่น เส้นโซเมง เส้นโซบะ เส้นอูด้ง ฯ ซึ่งเป็นเส้นที่ผลิตจากแป้งสาลี ดังนั้นผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงมีความคุ้นเคยไม่มากนักกับเส้นที่ผลิตจากแป้งข้าวเจ้า ยกเว้นในกลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับความรู้ และมีประสบการณ์ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยวจากแป้งข้าวเจ้า ซึ่งอาจมาจากหลายช่องทางเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ สื่อทางโทรทัศน์ สื่ออินเตอร์เน็ต หรือจากงานเทศกาล เช่น งานเทศกาลไทยเป็นต้น

จากการศึกษาการยอมรับตัวอย่างเส้นก๋วยเตี๋ยวในบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่ายพบว่าผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นแทบทุกชนิดที่บรรจุภัณฑ์ต้องมี รูปร่างลักษณะสวยงาม ดึงดูดสายตาผู้บริโภค รวมทั้งต้องมีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน ดังนั้นหากผู้ผลิตต้องการผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวเพื่อวางจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นจะต้องพิจารณาเรื่องบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ

ส่วนคุณลักษณะของเส้นที่ชาวญี่ปุ่นนิยมพบว่า ถ้าเป็นก๋วยเตี๋ยวแกงไทย เส้นที่เหมาะสมคือ เส้นเล็ก และเส้นจันท์ ที่เป็นเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ทำจากแป้งข้าวเจ้า ถึงแม้ว่าชาวญี่ปุ่นจะมีความคุ้นเคยกับเส้นจาก

แป้งสาลี เช่น เส้นโซเมง มากกว่า แต่เนื่องจากเส้นจากแป้งข้าวเจ้ามีคุณลักษณะด้านสี ความใส ความเหนียว ความนุ่ม และความพองตัวของเส้น มากกว่าซึ่งส่งผลต่อความชอบด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในเชิงลึก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยวกับแกงไทยที่พบว่า แกงไทยทั้ง แกงเขียวหวาน แกงเผ็ด และ แกงกะหรี่ เหมาะสมที่จะรับประทานคู่กับเส้นจากแป้งข้าวเจ้ามากกว่า ดังนั้นหากผู้ผลิตต้องการผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวจากแป้งข้าวเจ้าเพื่อวางจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นควรผลิตให้มี สี ความใส ความพองตัวใกล้เคียงกับเส้นเล็กหรือเส้นจันท์ให้มากที่สุด และ มีความเหนียว และ ความนุ่ม ใกล้เคียงกับเส้นเล็กมากที่สุด ดังการทดลองหาความสัมพันธ์ระหว่างความชอบและความเข้มของคุณลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว

นอกจากนั้นแล้วงานวิจัยยังสามารถต่อยอดในรูปแบบพ็อกเกตบุ๊ก “ก๋วยเตี๋ยวแกงไทยในญี่ปุ่นจากงานวิจัยสู่บทเรียน” และการประกวด “วิจัยแปลงร่าง 2 ตอน กินอยู่” โดยนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น ได้นำงานวิจัยนี้พัฒนาในรูปแบบสื่อโมชั่นกราฟิก และได้รับรางวัลชมเชย (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 รูปแบบสื่อโมชั่นกราฟิกเรื่อง การศึกษาทัศนคติของชาวญี่ปุ่นต่อก๋วยเตี๋ยวแกงไทย https://fb.watch/2mFRqDD7jE/

Reference

ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์. (2549). *โซ่อุปทานและโลจิสติกส์ : ทฤษฎี - งานวิจัย - กรณีศึกษา พ.1 : Supply Chain & Logistics Thery-Research-Case Study.* กรุงเทพฯ: ไอทีเอล เทรด มีเดีย.

Bhattacharya, M., Zee, S.Y., & Corke , H. (1999). Physicochemical Properties Related to Quality of Rice Noodles. *Cereal Chem. 76*(6): 861–867.

Katagiri, M. & Kitabatake, N. (2010). Rheological Properties of Somen Noodles—A Traditional Japanese Wheat Product. *Journal of Food Science. 75*: 51-58.

ผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล นันทรักษ์

โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

204/3 ถนนสิรินธร แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

e-mail: monnanta@hotmail.com

นันทพร รุจิขจร

โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

204/3 ถนนสิรินธร แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

e-mail: rmuina@yahoo.com