

การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

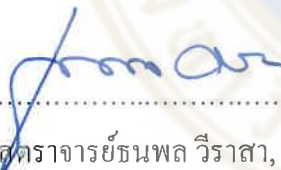
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

กมลวรรณ โกมุตสกุลณี

นางสาวกมลวรรณ โกมุตสกุลณี


ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



ตรียุทธ พรหมศิริ,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์




รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล



วิสุ กীরติวุฒิสเรษฐ,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ได้รับความกรุณา และช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยครั้งนี้ ให้คำปรึกษาทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้สมบูรณ์ ตามเป้าหมาย และกรอบระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ คุณชนกฤต เกตษ์ชญนพ และครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและอนุญาตให้ผู้วิจัยนำธุรกิจร้านขนม Dear IRIN มาเป็นกรณีศึกษา ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านและเพื่อนสาขา BM รุ่น 24B ที่ได้สละเวลา และให้ความกรุณาในการให้ข้อมูล ช่วยแจกแบบสอบถามและตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง ผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยของข้าพเจ้าในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์กับผู้ที่สนใจศึกษาและเจ้าของธุรกิจ แม้จะเป็นการศึกษาในช่วงระยะสั้น แต่ได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย จะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและศึกษาความรู้ทางด้านนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดและกลยุทธ์ของธุรกิจเบเกอรี่ให้เหมาะสมต่อไป

กมลวรรณ โกมุตสกุลณี

การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN

A STUDY OF CONSUMER PERCEIVED VALUE IN DEAR IRIN BEKERY

กมลวรรณ โกมุตสกุลณี 6450129

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D., ตรียุทธ พรหมศิริ, Ph.D., วสุ กิระดิวุฒิสเรษฐ, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN และนำข้อมูลที่ได้ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ การทำการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านขนม Dear IRIN ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน โดยศึกษาการรับรู้คุณค่าในมิติต่างๆ ทั้ง 3 ด้าน การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) กับผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิดของร้าน Dear IRIN ได้แก่ ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม พายสับประรดรูปเรือ และคุกกี้ตัวหนอนไส้สับประรด เป็นต้น จากกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่อายุ 22 ปีขึ้นไป จำนวน 267 คน แบบ Face to Face โดยการชิมผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ของร้าน Dear IRIN จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมีการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) มากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์รูปร่างหน้าตาลักษณะที่ดี นำรับประทาน และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

คำสำคัญ : Dry Shampoo/ Natural Extract/ สารสกัดธรรมชาติ/ แชมพูแห้ง

สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทคัดย่อ	ค
	สารบัญตาราง	ง
	สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 คำถามวิจัย	2
	1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
	1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
	1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2	เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
	2.1 ภาพรวมธุรกิจร้านขนม Dear IRIN	5
	2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
	2.3 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
	2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย	20
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	22
	3.1 ประชากรขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	22
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
	3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	24
	3.4 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
	3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
บทที่ 4	การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	27
	4.1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)	27
	4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	32
4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร(Factor Analysis)	55
4.5 ความเห็นด้านรสชาติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	65
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	69
5.3 ข้อเสนอแนะ	70
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	78
แบบสอบถามสำหรับการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	78
ตารางความคิดเห็นเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง	83
ประวัติผู้วิจัย	134

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
4.1	แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อมูล จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน	28
4.2	แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อมูล จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 267 คน	28
4.3	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
4.4	ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.5	แสดงภาพรวมการรับรู้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ต่างๆ	32
4.6	แสดงคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	33
4.7	แสดงคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	34
4.8	แสดงคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	35
4.9	แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	36
4.10	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	37
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	38
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	40
4.14 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	41
4.15 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	42
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประดรูปเรือ	44
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประดรูปเรือ	45
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประดรูปเรือ	46
4.19 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประดรูปเรือ	47
4.20 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประดรูปเรือ	48
4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด	50
4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด	51
4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด	52
4.24 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.25 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกันกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค กับผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด	54
4.26 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูล	55
4.27 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	56
4.28 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	57
4.29 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	58
4.30 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	59
4.31 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับปะรดรูปเรือ	60
4.32 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับปะรดรูปเรือ	61
4.33 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้ สับปะรด	62
4.34 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด	63
4.35 แสดงภาพรวมการรับรู้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ต่างๆ	64
4.36 แสดงความเห็นเพิ่มเติมจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 267 คน	65

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ		หน้า
2.1	ภาพแสดงเมนูร้านขนม Dear IRIN	6
2.2	ภาพแสดงบรรยากาศร้านขนม Dear IRIN	7
2.3	ภาพแสดงเมนูเครื่องดื่มร้านขนม Dear IRIN	9
2.4	ภาพแสดงความสัมพันธ์ของคุณค่า (Value)	10
2.5	ภาพกรอบแนวคิดงานวิจัย	21



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจเบเกอรี่เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากเบเกอรี่เป็นขนมที่คนทุกเพศทุกวัยสามารถรับประทานได้ ด้วยวิถีชีวิตในการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เบเกอรี่สามารถนำมาเป็นอาหารหลักอาหารระหว่างมื้อได้ และคนไทยนิยมนทานขนมและเครื่องดื่มแทนอาหารมื้อหลักมากที่สุดเป็นอันดับสองในตลาดเอเชียแปซิฟิก (Mintel, 2564) นอกจากนี้ ยังสามารถซื้อไปเป็นของฝากได้ ทำให้ในปัจจุบันธุรกิจเบเกอรี่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนและผู้ประกอบการ และถูกจัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจดาวรุ่งในปี 2565 มีมูลค่าตลาดประมาณ 30,000 ล้านบาท ถึงแม้ว่าธุรกิจเบเกอรี่จะเติบโตอยู่เพียงปีละประมาณร้อยละ 7 (ข่าวสด, 2565)

อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยหลายด้านที่ท้าทายธุรกิจเบเกอรี่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นราคาต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น อัตราเงินเฟ้อ สภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ด้วยผลของต้นทุนที่สูงขึ้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเน้นการทำตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง รวมไปถึงจำนวนผู้เล่นที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างจุดเด่นที่แข็งแกร่งและนำเสนอแนวทางที่แตกต่างของสินค้าและบริการที่มีอยู่เดิมหรือสิ่งใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ความพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบ หรือกรรมวิธีการพัฒนาตัวสินค้าและกระบวนการผลิต จะยิ่งช่วยเสริมให้แบรนด์ดูน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ที่สำคัญในด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ต้องมีรสชาติที่กลมกล่อมและเป็นเอกลักษณ์

ตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น ประเภทขนมปัง 67.8% ประเภทเพสตรี 25.3% ประเภทขนมเค้ก 6.7% ประเภทขนมอบแบบแช่แข็ง 0.1% ประเภทขนมหวานแบบอบอื่นๆ 0.1% (สถาบันอาหาร, 2560) ในด้านราคาเบเกอรี่มีความแตกต่างตามคุณภาพ ซึ่งตลาดระดับบนเป็นตลาดที่มีมูลค่ามากที่สุดมีมูลค่าถึง 9,903 ล้านบาท มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 42 เกิดจากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจเบเกอรี่แบบโฮมเมด โดยมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาผลิต ความสดใหม่ของสินค้า การผลิตแบบจำกัดปริมาณการผลิตต่อวัน มีความหลากหลาย รวมถึงความสะดวกในการหาซื้อ (สถาบันอาหาร, 2558)

ร้าน Dear IRIN เป็นร้านขนมโฮมเมดสูตรครอบครัว ที่เปิดมาเป็นระยะเวลา 3 ปี พัฒนาสูตรโดยคุณแม่ของเจ้าของแบรนด์ ส่งต่อความรักและความอร่อยให้กับลูกค้าเปรียบเสมือนกับคนในครอบครัว มีขนมที่เป็น signature เมนู คือ ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม รูปดอกไม้ ที่ผสมผสานทั้งความเป็น homemade และ handmade เมนูขนมของทางร้านจะมี 14 เมนู ได้แก่ ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม ขนมเปียะมะพร้าวแปะก๊วยกวน ขนมเปียะถั่วสามเกลอไข่เค็ม ขนมเปียะปักไข่เค็ม พายสับปะรดรูปเรือ พายสตอว์เบอร์รี่รูปเรือ ลูกกึ่งตัวนอนไส้สับปะรด ลูกกึ่งตัวนอนไส้สตอว์เบอร์รี่ ลูกกึ่งเนื้อมวลไข่เค็ม ลูกกึ่งเนยสด ลูกกึ่งกาแฟ ลูกกึ่งช็อคโกแลต คอร์นเฟลกคาราเมล เป็นต้น

ร้าน Dear IRIN มีช่องทางการนำเสนอสินค้าด้วยการให้บริการทางหน้าร้านสไตล์คาเฟ่ ที่ให้บริการทั้งขนมและเครื่องดื่ม รวมไปถึง Bakery/Snack Box Service สำหรับแจกเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ รวมไปถึงมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Chat (Facebook / Line), Shopee, Food Delivery, Line Shopping และมีช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารกับลูกค้าทางสื่อโซเชียลมีเดียผ่านหน้าเพจ Facebook และ Instagram ในปัจจุบัน ผลกระทบจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นประกอบกับผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ทำให้ร้าน Dear IRIN ประสบปัญหายอดขายและกำไรมีแนวโน้มลดลง เจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องกลับมาตรวจสอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบกระบวนการทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ว่าสอดคล้องกันหรือไม่ และรวมไปถึงการขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ร้านยังไม่ได้เข้าไปทำตลาดอย่างจริงจัง

ถึงแม้กระแสการรักสุขภาพของผู้บริโภคในประเทศไทยในปัจจุบัน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ แต่ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารประเภทเบเกอรี่สำหรับวิถีชีวิตคนสมัยใหม่มองว่าการบริโภคของหวานจะต้องตามด้วยของหวาน ทำให้เป็นโอกาสของธุรกิจ Dear IRIN ที่จะทำการตลาดผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดของร้านให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมีการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน และสามารถพัฒนาให้ธุรกิจมีรูปแบบขนมหวานที่ตอบสนองผู้บริโภคได้หลากหลายกลุ่ม ทั้งมีรสชาติที่ดี กลมกล่อม คุณสมบัติเอื้อต่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เพื่อนำข้อมูลด้านการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคในแต่ละผลิตภัณฑ์มาพัฒนารูปแบบขนมหวานให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พัฒนารูปลักษณ์ให้มีความแปลกใหม่ ตลอดจนการสร้างเรื่องราว (story telling) เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีในการทานของหวาน และเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดและกลยุทธ์ของธุรกิจร้าน Dear IRIN ให้เหมาะสมต่อไป

1.2 คำถามวิจัย

ผู้บริโภครับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้บริโภคขนมร้าน Dear IRIN เปรียบเทียบตามข้อมูลประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ของร้าน Dear IRIN
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์ร้าน DEAR IRIN เพื่อให้เติบโตและแข่งขันในตลาดได้
4. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมร้าน Dear IRIN

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคจากการประสบการณ์ หลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ร้านขนม Dear IRIN โดยมีตัวอย่างให้ชิม ผู้วิจัยเลือกการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Method) ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

- ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างอายุ 21 ปี ขึ้นไป เพื่อศึกษาถึงข้อมูลของประชากรศาสตร์กับการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN

- ขอบเขตด้านเนื้อหาตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ การรับรู้คุณค่า (Perceived Value)

1. คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)

2. คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)

3. คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)

- ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้จัดทำได้ประเมินระยะเวลาดำเนินการศึกษาอยู่ระหว่างเดือน ธันวาคม 2565 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2566

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำผลการศึกษาจากการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการวางแผนการตลาดของร้าน Dear IRIN

1.6 นิยามศัพท์

เบเกอรี่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ขนมอบชนิดต่างๆ ที่ใช้แป้งสาลีเป็นส่วนประกอบ เช่น ขนมปัง ขนมเค้ก แชนวีซ พาย เดนิช ครีวซอง แยม โรล เอแคลร์ คุกกี้ ฯลฯ

ธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง ผู้ประกอบการที่ขายเบเกอรี่ต่างๆ ทั้งที่เป็ยรูปแบบร้านขายเบเกอรี่ที่มีชื่อร้านค้าและชื่อตราสินค้า ที่ขายในห้างสรรพสินค้าต่างๆ หรือตั้งร้านขายในทำเลต่างๆ และร้านขายเบเกอรี่ทั่วไปไม่มีชื่อตราสินค้าเป็นของตนเอง ขายตามสถานที่ทั่วไป

คุณค่าที่ลูกค้าต้องการ (Customer Value) หมายถึง คุณค่าที่ลูกค้าคาดหวังจากผลิตภัณฑ์นั้น กล่าวถึงความต้องการในมุมมองของลูกค้า

การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) หมายถึง การตระหนักถึงคุณภาพของสินค้าโดยคำนึงถึงอรรถประโยชน์ คุณภาพของสินค้าและบริการ ที่ได้รับจากการซื้อสินค้านั้นผ่านการประเมินการรับรู้คุณค่า

คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) หมายถึงการรับรู้ประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ที่ได้จากคุณภาพที่รับรู้ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) หมายถึงการรับรู้ประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ โดยประเมินจากความคุ้มค่าของราคา กับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้มีการศึกษาค้นคว้า แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาคูณค่าที่ลูกค้าต้องการ (Customer Value) การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ผลិតภัณฑ์ขนม Dear IRIN เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 ภาพรวมธุรกิจร้านขนม Dear IRIN
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 ภาพรวมธุรกิจร้านขนม Dear IRIN

ธุรกิจร้านขนม “Dear IRIN” ร้านขนมไทยสไตล์ประยุกต์ ขนม Homemade Premium สูตรรสมือแม่เป็นร้านธุรกิจของครอบครัว รวมคำจำกัดความสั้นๆ ของแบรนด์ว่า “ขนมโฮมเมดจากใจ ส่งต่อถึงสมาชิกในครอบครัว” ที่มีการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์คือ “ความอร่อยและความสุขสามารถส่งต่อได้ผ่านขนมที่มาจากกระบวนการทำแบบพิถีพิถัน” มีการคัดสรรวัตถุดิบ และกระบวนการผลิต เพื่อคุณภาพที่ดี ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีกระแสการตื่นตัวเรื่องสุขภาพมากขึ้น เจ้าของธุรกิจได้ตระหนักถึงสุขภาพของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของ Dear IRIN จึงเป็นผลิตภัณฑ์หวานน้อย แต่ยังคงความอร่อย โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ที่บริโภคหวานน้อยขึ้นพอดีคำ ผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย มาพร้อมบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยมีเมนูที่ขายดีของร้านคือขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม ในรูปแบบที่มีความแตกต่าง คือรูปดอกไม้ ที่ผ่านกระบวนการทำที่ปราณีต มีรูปแบบสวยงาม สำหรับเป็นของฝากหรือซื้อบริโภคเองก็ได้ นอกจากนี้ทางร้านมีผลิตภัณฑ์ Bakery / Snack Box สำหรับแจกเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ อีกด้วย ร้านขนม Dear IRIN เริ่มขายผ่านช่องทางออนไลน์ตั้งแต่ ปี 2562 ผ่านทาง Facebook ขายผ่านช่องทาง Chat (Facebook / Line), Instagram, Shopee , Food Delivery, Line Shopping การขาย ซึ่งมีขนม 14 เมนู ที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ดังนี้

- ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

- ขนมเป็ยะถั่วไข่เค็ม
- ขนมเป็ยะมะพร้าวแปะก๊วยกวน
- ขนมเป็ยะถั่วสามเกลอไข่เค็ม
- ขนมเป็ยะฟักไข่เค็ม
- พายสับประครูปเรือ
- พายสตรอว์เบอร์รี่รูปเรือ
- คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประรด
- คุกกี้ตัวหนอนสตรอเบอร์รี่
- คอรั้นเฟลคคาราเมล
- ขนมเนื่อนวลไข่เค็ม
- คุกกี้เนยสด
- คุกกี้กาแฟ
- คุกกี้ช็อคโกแลต



ภาพที่ 2.1 : ภาพแสดงเมนูร้านขนม Dear IRIN

ในปี 2565 ร้าน Dear IRIN ได้เปิดหน้าร้านเป็นคาเฟ่ขายขนมและเครื่องดื่ม ตั้งอยู่ที่
เมทโทร บิซทาวน์ แจ่งวัฒนะ 3 65/27 หมู่ 3 ตำบลคลองพระอุดม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
11120



ภาพที่ 2.2 : ภาพแสดงบรรยากาศร้านขนม Dear IRIN

มีสินค้าให้บริการทางหน้าร้านสไตล์คาเฟ่ ที่ให้บริการทั้งขนมและเครื่องดื่ม โดยมีเมนู
เพิ่มจากช่องทางออนไลน์ดังนี้

มีสินค้าให้บริการทางหน้าร้านสไตล์คาเฟ่ ที่ให้บริการทั้งขนมและเครื่องดื่ม โดยมีเมนู
เพิ่มจากช่องทางออนไลน์ดังนี้

ไอศกรีม

- ไอศกรีมกะทิไข่แข็ง + เปียะฝอยทองไข่เค็ม
- ไอศกรีมวานิลลาคาราเมล + เปียะถั่วไข่เค็ม
- ไอศกรีมกะทิสด + เปียะมะพร้าวแปะก๊วยกวน
- ไอศกรีมส้มมะปี้ด + พายและคุกกี้สับประรด
- ไอศกรีมสตอว์เบอร์รี่เชอร์เบท + พายและคุกกี้สตอว์เบอร์รี่

เครื่องดื่ม

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| - Amaranico | - Honey lemon tea |
| - Black honey | - Thai tea latte |
| - Black lime honey | - Matcha latte |
| - Black Yuzu | - Hojicha latte |
| - Cappucino | - Thai tea espresso |
| - Latte | - Matcha espresso |
| - Es-Yen | - Matcha Yuzu |
| - Mocha | - Lemon tea |
| - Caramel macchiato | - Cacao |
| - Milk | - Caramel milk |
| - Toffly cake caramel fresh milk | - Chocolate brownie fudge fresh milk |
| - Cornflake caramel fresh milk | - นมเย็น |
| - น้ำผึ้งมะนาวโซดา | - เก๊กฮวยโซดา |
| - กระจับปี่โซดา | - มะตูมโซดา |
| - อัญชันมะนาวโซดา | - น้ำผึ้งมะนาว |
| - น้ำเก๊กฮวย | - น้ำกระเจี๊ยบ |
| - น้ำมะตูม | - น้ำอัญชันมะนาว |

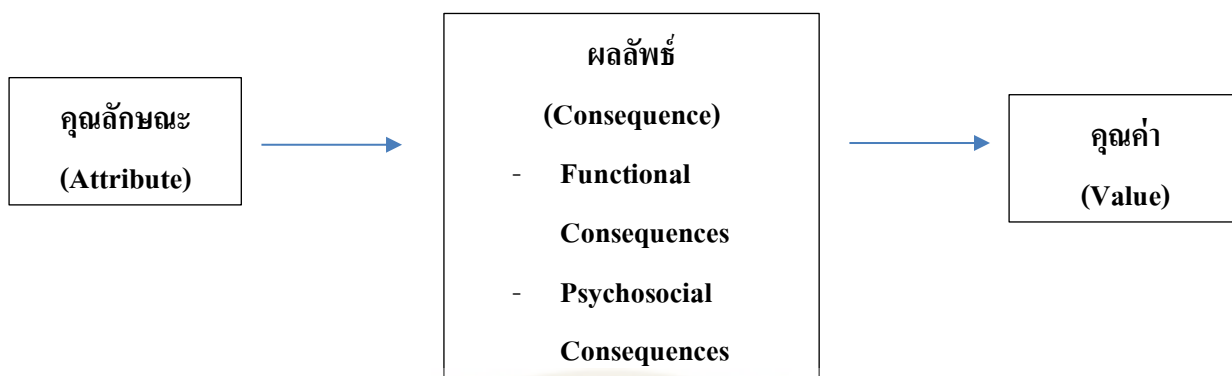


ภาพที่ 2.3 : ภาพแสดงเมนูเครื่องดื่มร้านขนม Dear IRIN

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา (Means End Chain Theory)

ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา (Means End Chain Theory) กล่าวว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีลำดับขั้นตอน เป็นการศึกษาทำความเข้าใจในเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า ความต้องการ ปัจจัย เงื่อนไขใดบ้างที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือการรับรู้คุณลักษณะของสินค้า (Attribute) ลักษณะทางกายภาพหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่สังเกตได้ รับรู้ได้ นำไปสู่ผลลัพธ์คือการบริโภคสินค้านั้น (Consequence) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ Functional consequences ผลลัพธ์จากการบริโภคที่จับต้องได้ และ Psycho-social consequences ผลลัพธ์จากการบริโภคที่จับต้องไม่ได้ สุดท้ายจึงเกิดคุณค่า (Value) หลังจากทีบริโภคสินค้านั้น ตามรูปแบบความสัมพันธ์ด้านล่าง และได้มีการปรับรูปแบบความสัมพันธ์เพื่อนำมาใช้เป็นรูปแบบมาตรฐานสำหรับ Means-end chain (Reynolds & Olson, 2001) ดังภาพ



ภาพที่ 2.4 : ภาพแสดงความสัมพันธ์ของคุณค่า (Value)

2.2.2 ทฤษฎีการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค (Perceived Value)

การรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค (Perceived Value) หมายถึง การตระหนักถึงคุณภาพของสินค้าโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย คุณภาพของสินค้าและบริการ ที่มาจากการประมวลการรับรู้ของลูกค้าในการได้รับสินค้านั้นว่าได้รรถประโยชน์โดยรวมมากน้อยเพียงใดจากสินค้านั้น มีความแตกต่าง โดดเด่นจากสินค้าอื่นอย่างไร เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า (Zeithaml, 1988) “คุณค่าในสายตาของผู้บริโภค (Consumer Perceived Value : CPV)” คือ การประเมินประโยชน์ที่ได้รับและคุณภาพของผลิตภัณฑ์กับค่าใช้จ่ายที่ต้องสูญเสียไป (Hellier et al., 2003; Zeithaml, 1988) จากการศึกษาของ Sheth, Newman, & Gross (1991) องค์ประกอบการรับรู้คุณค่าของลูกค้า 5 มิติประกอบด้วย

1. คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) เป็นการรับรู้ในด้านประโยชน์จากรูปแบบการใช้งาน ที่เกี่ยวกับคุณภาพ ประสิทธิภาพ ราคา เป็นต้น
2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าของสินค้าส่งเสริมการรับรู้ทางสังคม ผลิตภัณฑ์สามารถสะท้อนค่านิยม ทัศนคติของผู้อซื้อ
3. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากอารมณ์ ความรู้สึกที่สินค้าและบริการสร้างขึ้น
4. คุณค่าทางความรู้ความคิด (Epistemic Value) ความรู้สึกที่บริโภคได้ลงสิ่งแปลกใหม่ มีความรู้สึกตื่นตาตื่นใจต่อผลิตภัณฑ์ เป็นคุณค่าที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แปลกใหม่
5. คุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional Value) การรับรู้ประโยชน์เกิดจากการตัดสินใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไปตามเงื่อนไข

การศึกษาในภายหลังของ Sweeney and Soutar (2001) ไม่ได้คำนึงถึงขนาดของคุณค่าทางความรู้ความคิด (Epistemic Value) และมิตีคุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional Value) และได้ลดทอน 5 มิตีขององค์ประกอบเดิมเหลือ 3 มิตี ได้แก่ คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางอารมณ์ และได้ขยายขอบเขตที่ออกแบบมาเพื่อวัดคุณค่า มาตราส่วนนี้เรียกว่ามาตราส่วน PERVAL ตามกรอบทฤษฎีของ Sheth et al. (1991)

โดยมาตรวัด PERVAL (Perceived Value) Sweeney and Soutar (2001) ได้แบ่งออกเป็น 4 มิตี ดังนี้

1. คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) คืออรรถประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ อันเนื่องมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน ในระยะสั้นและระยะยาว

2. คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) คือ อรรถประโยชน์ที่ได้จากคุณภาพที่รับรู้และประสิทธิภาพที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์

3. คุณค่าด้านสังคม (Social Value) หมายถึง อรรถประโยชน์ที่ได้จากความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างแนวความคิดทางสังคม

4. คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) หมายถึง อรรถประโยชน์ที่ได้จากความรู้สึกหรือสถานะทางอารมณ์ที่ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้น

Sweeney and Soutar (2001) ได้สรุปความแตกต่างของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) และความพึงพอใจ (Satisfaction) เอาไว้พอสังเขป ซึ่งการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) มีความแตกต่างจากความพึงพอใจ (Satisfaction) โดยที่มีการรับรู้คุณค่าสามารถเกิดขึ้นในทุก ๆ ขั้นตอน กระบวนการในการซื้อ ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการซื้อ (Woodstuf, 1977) ส่วนความพึงพอใจได้รับการยอมรับกันในระดับสากลว่าเป็นการประมวลผลในระยะยาวและจะเกิดขึ้นหลังจากการซื้อแล้ว (Hunt, 1977; Oliver, 1981) ดังนั้นการรับรู้คุณค่าสามารถสร้างขึ้นได้โดยที่ยังไม่ต้องซื้อสินค้าหรือใช้บริการก็ได้ ในขณะที่ ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ นอกจากนี้ความพึงพอใจยังได้รับแนวคิดเป็นโครงสร้างที่มีเพียงมิติเดียว ส่วนใหญ่มาจากการสันนิษฐานว่ามีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ (Sweeney and Soutar, 2001 อ้างถึงใน Westbrook & Oliver, 1991) ทั้งนี้ จากการทบทวนงานวิจัยในอดีต ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การรับรู้คุณค่า เป็นผลลัพธ์สำคัญที่นำไปสู่ความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ (Kim & Thapa, 2018) ซึ่งการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค (Customer Perceive Value) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และการซื้อในมุมมองของผู้ผลิต เป็นวิธีที่นักการตลาดสามารถใช้การวิจัยตลาดเพื่อค้นหาความชอบของลูกค้าผลลัพธ์ที่

ได้มาจากการเปรียบเทียบผลประโยชน์ของลูกค้าทั้งหมดกับต้นทุนของลูกค้าทั้งหมด ผลลัพธ์ของการฝึกนี้คือการเสนอมูลค่าที่ลูกค้ามองเห็น ด้วยคุณลักษณะทางการเงินและคุณภาพที่สามารถใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่จะดึงดูดตลาดได้ แต่ไม่มีงานวิจัยที่สำรวจมิติของ CPV จากมุมมองของผู้บริโภคและประสบการณ์การบริโภค

2.2.3 แนวคิดที่เกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ

คุณภาพของอาหาร(Food Quality) หมายถึงลักษณะด้านต่างๆ ของอาหารที่เป็นความต้องการของผู้บริโภคและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยลักษณะในด้านต่างๆ ของอาหารที่มีผลต่อความต้องการของผู้ผลิตหรือผู้บริโภคประกอบด้วย คุณค่าทางประสาทสัมผัส คุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพด้านความปลอดภัยอาหาร ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค คุณภาพอาหารแบ่งออกเป็นลักษณะทางกายภาพและคุณค่าทางโภชนาการ ลักษณะทางกายภาพ เช่น รูปร่าง ลักษณะ สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส ปริมาณ บรรจุภัณฑ์ การรับรู้ สิ่งต่างๆเหล่านี้อิทธิพลต่อความชอบหรือไม่ชอบในอาหาร ส่วนคุณภาพทางโภชนาการ คืออาหารกลุ่มที่ให้สารอาหารที่จำเป็นต่อระบบการทำงานของร่างกายและให้พลังงาน โดยผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยทางด้านอันตรายทางชีวภาพ ด้านเคมี และด้านกายภาพ (Wongsangam, 2013)

คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) เป็นการวัดประสิทธิผลของการทำงาน เช่น ความมีมาตรฐาน ความคุ้มค่า เป็นต้น สามารถใช้กลยุทธ์ในการกำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

Wong & Sohal (2003) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์คือสิ่งสำคัญของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่จะส่งผลต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมการซื้อในอนาคต

2.2.4 แนวคิดที่เกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าด้านราคา

Hui and Malliga (2014) กล่าวว่า คุณค่าที่รับรู้ด้านราคา หมายถึง ประโยชน์ที่เป็นตัวเงินที่ลูกค้าได้รับ โดยมาจากสินค้าหรือบริการที่คุ้มค่างบราคา และเหมาะสมกับตัวเงิน รวมถึงประหยัดราคา หรือค่าบริการเป็นสิ่งแรกที่ผู้รับบริการนับเป็นต้นทุนเมื่อตัดสินใจรับบริการ (Dodds et al., 1991) ในการซื้อสินค้าทั่วไปราคากับความตั้งใจซื้อมีความสัมพันธ์เชิงลบ แต่พบว่ากลุ่มผู้รับบริการที่นิยมรับบริการจากตราผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง หรือบริการที่มีความสำคัญต่อความต้องการ ราคาจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณค่าที่รับรู้และมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้รับบริการที่มีระดับรายได้ และค่าใช้จ่ายใน ครอบครัวต่างกันจะมีระดับการรับรู้ราคาที่แตกต่างกัน

จากงานวิจัยของ Azhar Ahmad, Sallehuddin Mohd Noor และ Che Aniza Che Wel (2557) การรับรู้คุณค่าด้านราคาส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมากที่สุดโดยผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความเหมาะสมของราคาศึกษา ซึ่งศึกษากับกลุ่มประชากรในห้างสรรพสินค้า TESCO เมือง มะละกา จำนวน 300 คน ระบุผลการศึกษากว่าการรับรู้คุณค่าด้านราคา ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และงานวิจัยของ กัทธ ตั้งเจริญ (2562) ศึกษาในผู้บริโภคที่เคยตัดสินใจซื้อแท็บเล็ต จำนวน 405 คน ระบุผลการศึกษากว่าการรับรู้คุณค่าด้านราคาส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับที่ 2 โดย ผู้บริโภคให้ความสำคัญ กับเรื่องความเหมาะสมของราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

2.2.5 แนวคิดที่เกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบไปด้วยข้อมูลพื้นฐานของบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ส่วนตัว ถิ่นที่อยู่อาศัย และสถานภาพสมรส ซึ่งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จัดเป็นหนึ่งในเครื่องมือพื้นฐานที่สำคัญที่สุดสำหรับนักการตลาดที่ใช้ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย แม้จะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ใกล้เคียงกันแต่ก็มีความแตกต่างในด้านการรับรู้คุณค่า ซึ่งอาจจะส่งผลกับความคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ณัฐนนท์, 2560) ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เพื่อนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อการเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น

2.2.6 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis)

พัทธ์ธดา ยาประเสริฐ (2555) กล่าวว่า เทคนิควิธีทางสถิติที่จะจับกลุ่มหรือรวมกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ตัวแปรภายในองค์ประกอบเดียวกัน จะมีความสัมพันธ์กันสูง ส่วนตัวแปรที่ต่างองค์ประกอบ จะสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มี สามารถใช้ได้ทั้งการพัฒนาทฤษฎีใหม่ หรือการทดสอบหรือยืนยันทฤษฎีเดิม

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันจะใช้กรณีที่คุณศึกษาทราบโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือคาดว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรควรจะเป็นรูปแบบใด หรือคาดว่าตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กันมากและควรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน หรือคาดว่าไม่มีตัวแปรใดที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ควรจะอยู่ต่างองค์ประกอบกัน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ศึกษาทราบโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือคาดไว้ว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นอย่างไรและจะใช้

เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมาตรวจสอบหรือยืนยันความสัมพันธ์ว่าเป็นอย่างที่คาดไว้หรือไม่

กุลปรียา (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสะสมตุ๋กตาไอคอดอล โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดจาก 10 ตัวแปร จัดองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดใหม่ได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ คือ การส่งเสริมทางการตลาด ความเหมาะสมของราคา การออกแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จากองค์ประกอบใหม่ของส่วนประสมทางการตลาด พบว่า องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และการส่งเสริมทางการตลาด มีองค์ประกอบใหม่ ปัจจัยละ 1 องค์ประกอบ

รุ่งโรจน์ (2564) ศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันของกลยุทธ์การตลาดสู่ความปกติในรูปแบบใหม่หลังสิ้นสุดการระบาดของไวรัส COVID-19 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ของตัวแปรสังเกตได้ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงด้านกลยุทธ์การตลาดสู่ความปกติในรูปแบบใหม่ จากการตรวจสอบตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปรเป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของตัวแปรตามทฤษฎี นวัตกรรมที่ได้ตรวจสอบตาม แนวทางการสร้างกลยุทธ์การตลาดสู่ความปกติรูปแบบใหม่หลังสิ้นสุดการระบาดของไวรัส COVID-19 ในด้านกลยุทธ์การตลาดแบบเจาะจง (SM1) ด้านกลยุทธ์การจัดซื้อด้วยเทคโนโลยี (SM2) ด้านกลยุทธ์ความมั่นคงของแบรนด์ (SM3) ด้านกลยุทธ์การโฆษณา ผ่านสื่อดิจิทัล (SM4) ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล(SM5) ด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล (SM6) เส้นทางความสัมพันธ์เชิงเส้นโยงระหว่างตัวแปร (Path Analysis) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป AMOS และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

2.3 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2.1 แสดงวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่องานวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	ผลการศึกษาที่ได้
กนกกร วิเศษ โวหาร(2564)	การรับรู้คุณค่าบรรจุ ภัณฑ์กระดาษต่อการ ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร บรรจุภัณฑ์	ผู้บริโภคที่รู้จักหรือเคยซื้อ ผลิตภัณฑ์ อาหารบรรจุ ภัณฑ์กระดาษหรือเคยทาน อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์ กระดาษเพื่อการบริโภค	ปัจจัยการรับรู้คุณค่า 4 ด้าน มีเพียงปัจจัยการ รับรู้คุณค่า 2 ด้าน ที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุ

		เท่านั้น อายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน	ภัยที่กระดาชอย่างมี นัยสำคัญ คือ ปัจจัย การ รับรู้คุณค่าด้าน สังคม และการรับรู้ คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม
พัชณี มาเสถียร (2564)	การรับรู้คุณค่าด้าน ผลิตภัณฑ์และ ทัศนคติที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เสริมอาหารที่ใช้สาร ให้ความหวานแทน น้ำตาลของผู้บริโภค	ประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ผู้ที่เคยซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเสริม อาหารที่ใช้สารให้ความ หวานแทนน้ำตาลในช่วง ระยะเวลาในปี พ.ศ. 2563 - 2564 จำนวน 409 คน	การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งานในแง่คุณภาพ การรับรู้คุณค่าด้าน อารมณ์ ทัศนคติด้าน รางวัลแห่งความ เชื่อมั่นและทัศนคติ ด้านสังคม ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เสริมอาหารที่ใช้สาร ให้ความหวานแทน น้ำตาลของผู้บริโภค
พัชรชานนท์ และ สวรศ (2562)	การรับรู้คุณค่าและ ทัศนคติของ ผู้บริโภคด้านส่วน ประสมทาง การตลาดที่ส่งผลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมคอลลาเจน ใน เขตกรุงเทพมหานคร	สุ่มตัวอย่างกับผู้ซื้อและ ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คอลลาเจน ใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 381 ตัวอย่าง	การรับรู้คุณค่าด้าน อารมณ์ด้านสังคมและ ด้านคุณภาพส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมคอลลาเจน และ ทัศนคติส่วนประสม ทาง การตลาดด้านสื่อ ออนไลน์และการ ส่งเสริมการขายด้าน โฆษณาและตัวแทน จำหน่าย ด้านราคา ส่งผลต่อกระบวนการ

			ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมคอลลา เจน
สหรัฐ อ่อนเอี่ยม (2562)	การรับรู้คุณค่าที่ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้ออาหารที่ มีฉลากออร์แกนิก ของผู้บริโภค	กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค อาหารที่มีฉลากออร์แกนิก 400 คน ที่มาเลือกซื้อสินค้า และอาหารเพื่อสุขภาพ ณ ร้านเลมอน ฟาร์ม	การรับรู้คุณค่าที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารที่มีฉลากออร์ แกนิกของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ด้าน คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการรับรู้คุณค่า ด้านราคา
เจตวัฒน์ เกษมไช ยานันท์ (2561)	การรับรู้คุณค่าตรา สินค้าที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการซื้อ น้ำแร่บรรจุขวด	ผู้บริโภคที่ซื้อน้ำแร่บรรจุ ขวดที่อยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 275 คน	การรู้จักตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการรับรู้คุณภาพ ส่งผลต่อความภักดีต่อ ตราสินค้า โดยการ รับรู้ด้านคุณภาพส่งผล ต่อความภักดีต่อตรา สินค้ามากที่สุด
อักรเดช, ชีรณัฐ และสุพัตรา (2545)	การศึกษาพฤติกรรม การบริโภคเบเกอรี่ ในเขต กรุงเทพมหานคร	กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใน เขตกรุงเทพมหานครที่ รู้จักเบเกอรี่	กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ รับประทานเบ เกอรี่เป็นของทานเล่น หรือของว่างในช่วงเช้า สัปดาห์ละครั้งหรือ น้อยกว่า โดยนิยมทาน ร่วมกับกาแฟมากที่สุด โดยนิยมทานร่วมกับ เครื่องดื่มประเภท กาแฟมากที่สุด สิ่งที่ ผู้บริโภคคำนึงถึงใน

			<p>การเลือกรับประทานมากที่สุดคือ ความสะอาด รสชาติอร่อย คุณค่าทางโภชนาการ และตราสินค้า</p> <p>ตามลำดับ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ความสะอาดของตราสินค้า รสชาติอร่อย รูปร่างหน้าตาผลิตภัณฑ์น่ารับประทาน มีให้เลือกหลากหลาย และราคาเหมาะสม ตามลำดับ</p>
ฉันทนันท์ กลิ่นโสภณ (2560)	การรับรู้คุณค่าและการตั้งใจซื้อของสินค้าระดับบน	กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 18 ปี อาศัยอยู่ในประเทศไทย และเคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าระดับบน จำนวน 405 คน	<p>คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านส่วนบุคคล และคุณค่าทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการตั้งใจซื้อสินค้าระดับบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่คุณค่าด้านส่วนบุคคลและคุณค่าด้านสังคมส่งผลด้านบวกต่อการตั้งใจซื้อสินค้าระดับบน ในขณะที่คุณค่าด้านการใช้งานส่งผลด้านลบต่อการตั้งใจซื้อสินค้าระดับบน และคุณค่า</p>

			ด้านการเงิน ไม่มี ความสัมพันธ์ต่อการ ตั้งใจซื้อสินค้า ระดับบน
อัมพล ชูสนุก, ธร รพรรษ์ โรจโชติ กุล, และฉวีวรรณ ชูสนุก (2557)	อิทธิพลของส่วน ประสมทาง การตลาดต่อคุณค่าที่ รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดี ของลูกค้าร้านทอม ซิก	เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามา เลือกซื้อเครื่องแต่งกายของ ร้านทอมซิก จำนวน 427 คน	ส่วนประสมการตลาด ในมิติด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพของสินค้ามี อิทธิพลเชิงบวกต่อคุณ ค่าที่ลูกค้ารับรู้ และ ส่วนประสมการตลาด ในมิติด้านราคามี อิทธิพลเชิงบวกต่อคุณ ค่าที่ลูกค้ารับรู้
พีรวิษณุ ธีระกาญจน์ (2561)	อิทธิพลของการรับรู้ คุณค่าและการ ตระหนักรู้ตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความ ตั้งใจในการซื้อซ้ำ ของผลิตภัณฑ์ซีเรียล ผ่านช่องทาง ออนไลน์ของ ผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้อ ซีเรียลผ่านช่องทาง ออนไลน์ อายุ 25 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 357 คน	การรับรู้คุณค่าด้าน คุณภาพและราคา มี อิทธิพลต่อความพึง พอใจ และการรับรู้ คุณค่าด้านคุณภาพมี อิทธิพลต่อความตั้งใจ ในการซื้อซ้ำมากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ คุณค่าด้านราคา
จอมพล เวชการ (2558)	อิทธิพลของคุณค่าที่ รับรู้ด้านราคา และ ด้านคุณภาพที่มีต่อ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การ บอกต่อ และการ กลับมาซื้อซ้ำของ	ผู้บริโภคสินค้าไทยกูลิโกะ จำนวน 406 คน	การรับรู้คุณค่าด้านรา คามิทธิพลเชิงบวก ต่อความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ของผู้บริโภค เช่นเดียวกันกับ การ รับรู้คุณค่าด้าน

	ผู้บริโภคลิ้นค้าไทยกูลิโกะ		คุณภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของผู้บริโภค
ยุ่น หนาน ชุน (2559)	การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผักและผลไม้สดแกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน	การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านความปลอดภัย การรับรู้คุณค่าด้านสุขภาพ และการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผักและผลไม้สดแกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

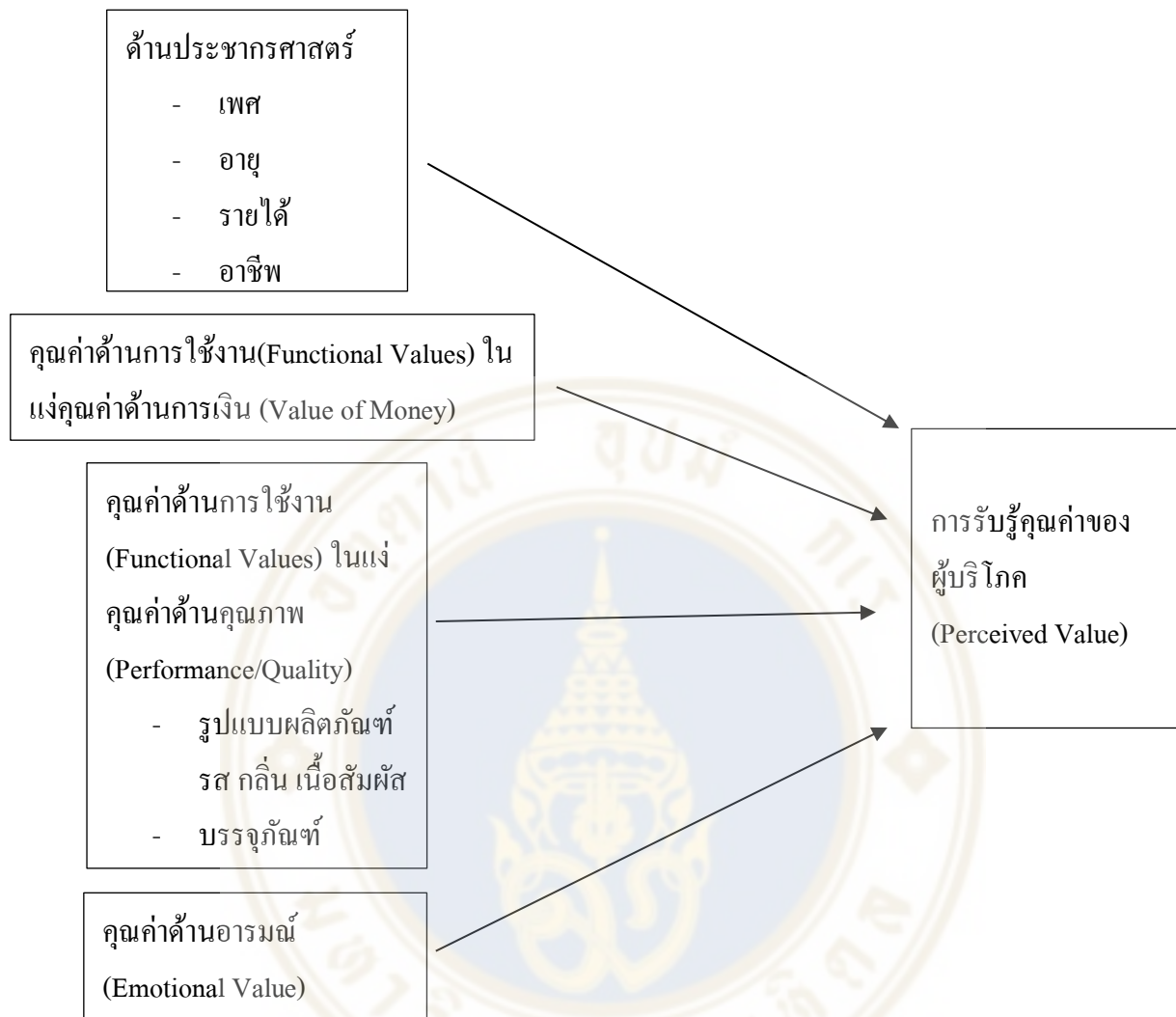
จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยของ กนกอร (2564) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าบรรจุภัณฑ์กระดาษต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านสังคมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุภัณฑ์ ตรงกับงานวิจัยของ พัชรชานนท์ และ สวรรส (2562) พบว่าการรับรู้คุณค่าด้านสังคมมีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน รวมไปถึงงานวิจัยของ ฉันทนันท์ (2560) ที่พบว่าคุณค่าด้านส่วนบุคคล และคุณค่าทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการตั้งใจซื้อสินค้าระดับบน และงานวิจัยส่วนใหญ่พบว่าการรับรู้คุณค่า 2 ด้านคือ ด้านคุณภาพและด้านราคา ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ และความพึงพอใจ ความไว้วางใจ เชื่อใจ เช่น งานวิจัยการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพของ กนกอร (2564), พัชณี (2564), พัชรชานนท์ และ สวรรส (2562), สหรัญ (2562) เจตวัฒน์ (2561) ฉันทนันท์ (2560) อัมพล และคณะ (2557) พีรวิษญ์ (2561) จอมพล (2558) ยุ่น หนาน ชุน (2559) มีความสอดคล้องกัน และการรับรู้คุณค่าด้านราคา พัชรชานนท์ และ สวรรส (2562) สหรัญ (2562) มพล และคณะ (2557) พีรวิษญ์ (2561) จอมพล (2558) ยุ่น หนาน ชุน (2559) และจากงานวิจัยของ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร อัครเดช, ชีรณัฐ และสุพัศตรา (2545) ที่มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร สิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงใน

การเลือกรับประทานมากที่สุดคือ ความสะอาด รสชาติอร่อย คุณค่าทางโภชนาการ และตราสินค้าตามลำดับ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ความสะอาดของตราสินค้า รสชาติอร่อย รูปร่างหน้าตาผลิตภัณฑ์ที่น่ารับประทาน มีให้เลือกหลากหลาย และราคาเหมาะสม ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่า มาตรการ PERVAL วัดการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพและราคามีความนิยมอย่างมากในการนำมาศึกษาในผลิตภัณฑ์อาหารเนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงคุณภาพเป็นคุณค่าที่ได้จากคุณภาพที่รับรู้และประสิทธิภาพที่คาดหวังหรือเกินความคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ซึ่งส่งผลต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและคุณค่าทางการเงินที่ลูกค้าได้รับการนำการรับรู้คุณค่าในมิติต่างๆทั้ง 4 ด้านโดยใช้มาตรวัด PERVAL ของ Sweeney and Soutar (2001) จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในแง่การรับรู้คุณค่าได้ และในแง่การตลาดพบว่าทำให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่ามากขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจที่มากขึ้น (Hyun et al., 2011; Jang Ha & Park, 2012) ผู้บริโภคจะรับรู้คุณค่าจากการบริโภคจะมีความถึงพอใจมากกว่าผู้บริโภครู้คุณค่าที่ไม่เห็นคุณค่า การรับรู้คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากประสบการณ์จะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจและผู้ประกอบการต่างๆจึงพยายามนำเสนอคุณค่าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดให้กับผู้บริโภค (Song, 2017; Fu et al., 2017)

2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย (Research Framework)

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคทำให้ได้กรอบแนวคิดที่ผู้บริโภค “รับรู้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ร้านขนม Dear IRIN” โดยเลือกมาตรวัด PERVAL มาศึกษา 3 มิติ คือ การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) โดยนำข้อคำถามมารวมกันและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ออกมาเป็นการมิตการรับรู้คุณค่าในแต่ละด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2.5 : ภาพกรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN ” การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Design) ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้ออกมาวิเคราะห์สรุปผลในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยไว้ ดังนี้

- 3.1 ประชากร ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ โดยการกำหนดประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป โดยเน้นกลุ่มที่บริโภคเบเกอรี่ โดยขนาดตัวอย่างของการวิจัย กำหนดจาก Rules of Thumb โดยจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยที่วิเคราะห์ Factor Analysis คือ 300 คน (Carmen & Batsy, 2007)

ซึ่งสอดคล้องกับ Comrey & Lee (1992) ได้เสนอแนะขนาดตัวอย่างสำหรับการใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการวิจัย ดังนี้

- ขนาดตัวอย่างจำนวน 100 ราย ถือว่า ไม่ดี (Poor)
- ขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย ถือว่า พอใช้ (Fair)
- ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ถือว่า ดี (Good)
- ขนาดตัวอย่างจำนวน 500 ราย ถือว่า ดีมาก (Very Good)

- ขนาดตัวอย่างจำนวนมากกว่า 1,000 ราย ถือว่า ยอดเยี่ยม (Excellent)

ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling Method) แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และลูกค้าที่มาใช้บริการหน้าร้านขนม Dear IRIN ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามแบบ Face to Face ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ให้กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย พร้อมแจกตัวอย่างขนมในการชิม ประกอบการตอบแบบสอบถาม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN ภายหลังจากการชิมผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List)

- เพศ ใช้มาตราการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- อายุ ใช้มาตราการวัดระดับอัตราส่วน (Ratio Scale)
- รายได้ต่อเดือน ใช้มาตราการวัดระดับอัตราส่วน (Nominal Scale)
- อาชีพ ใช้มาตราการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่

ส่วนที่ 3 อธิบายผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างชิม

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้คุณค่า

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN ควรพัฒนาด้านใดบ้าง เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question)

ในส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกระดับความคิดเห็นหลังจากการชิมผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด โดยให้คะแนนตามลำดับ (Rating Scale) ตามแบบลิเกิร์ต (Likert Scale) ดัดแปลงคำถามจาก Sweeney and Soutar (2001) มีคำถามให้เลือกเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนความคิดเห็น ดังนี้

- 1 หมายถึง ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ความคิดเห็นระดับน้อย
- 3 หมายถึง ความคิดเห็นระดับปานกลาง

4 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมาก

5 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมากที่สุด

การแปลผลคะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ ความคิดเห็นใช้สูตรคำนวณจากการคำนวณ
 อันตรภาค คือ

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \text{พิสัย (Range)} / \text{จำนวนชั้น (Class)}$$

$$= (5-1) / 5$$

$$= 0.80$$

โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายเพื่อแสดงระดับความคิดเห็น ดังนี้

1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ

3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย

4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.3.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ดังนี้

1. ศึกษาทบทวนเอกสาร ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร (Independent Variable) ที่เกี่ยวข้องการกับรับรู้คุณค่า (Perceived Value) จากนั้นจึงกำหนดกรอบงานวิจัย เนื้อหา และ วัตถุประสงค์ที่ทำการวิจัย

2. ศึกษาแบบสอบถามต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือ ให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา

3. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยก่อนหน้ามาดัดแปลงเนื้อหาในคำถามให้เหมาะสมกับงานวิจัยมากขึ้น

4. นำเสนอคำถามที่ได้กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาและ โครงสร้างของแบบสอบถาม พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ดังกล่าวให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับงานวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย เสนอแนะเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับงานวิจัย

3.3.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการทดสอบคำถามที่ถามในเรื่องเดียวกัน มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทำการทดสอบ เพื่อตรวจสอบดูว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ และนำผลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งหากได้ผลมากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978) แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น ยอมรับได้ สามารถมีความเหมาะสมที่จะใช้ในงานวิจัยเชิงสำรวจ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภครเบเกอร์ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยมี อายุตั้งแต่อายุ 22 ปีขึ้นไป เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่ได้แปลงข้อมูลจาก GoogleForm ให้อยู่ในรูปแบบ Microsoft Excel เพื่อนำ ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ธันวาคม 2565 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2566

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ทำการรวบรวมข้อมูลจนครอบคลุมขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน แล้วทางผู้วิจัยได้ทำการจัดข้อมูล โดยทำการตรวจสอบข้อมูล ว่าทุกแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ไม่มีข้อมูลใดขาดหายและทำการลงรหัส เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้เป็นข้อมูล (Information) เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

ทางผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้วิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

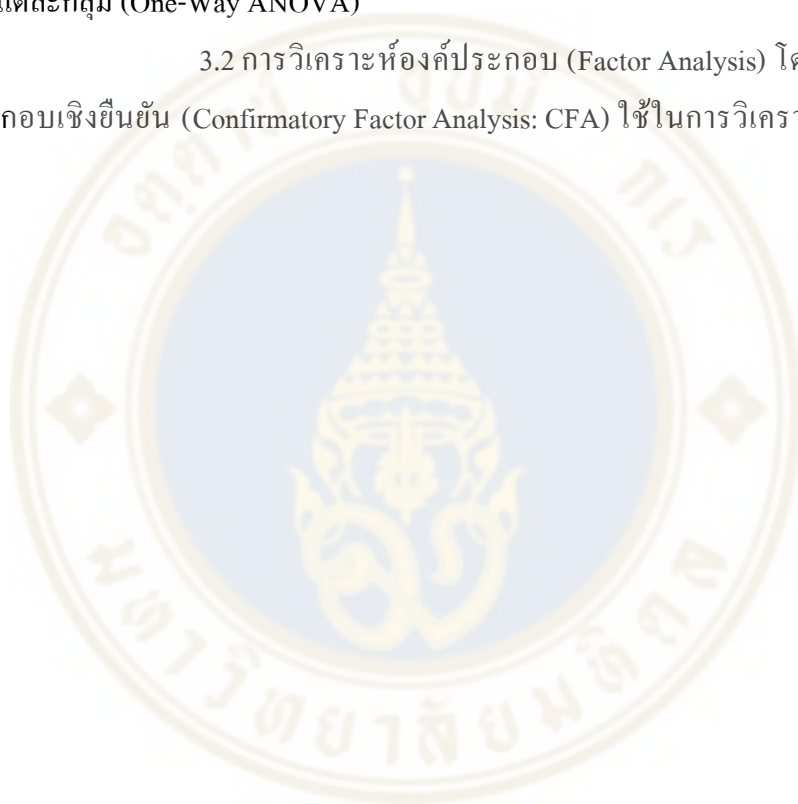
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลและแสดงผลสำหรับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการบริโภครเบเกอร์ (บริโภครเบเกอร์ หรือ ชื่อเป็นของฝาก) โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) การหาค่าความถี่ (Frequency Distribution) และการหาร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยรูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์จากคำอธิบายที่แสดงความเห็นของผลิตภัณฑ์ที่ชิม ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของ Power & Hubbard (1999)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการใช้สถิติในการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการรับรู้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ความแตกต่างกับการรับรู้คุณค่าในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม (One-Way ANOVA)

3.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้คุณค่า



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามแบบ Face to Face ด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 267 คน นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยได้ผลวิจัย และการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย เป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์
- 4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis)
- 4.5 ความเห็นด้านรสชาติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN

4.1 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)

ประกอบด้วยข้อมูล การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) กับผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ประเภท ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อมูล จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน

ข้อมูล	จำนวนข้อคำถาม	α
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	44	0.970
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	24	0.939
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	20	0.972

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่า ความคิดเห็นต่อการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 แสดงว่าข้อมูลของแต่ละตัวแปรมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามต่อได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อมูล จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 267 คน

ข้อมูล	จำนวนข้อคำถาม	α
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	44	0.973
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	24	0.946
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	20	0.973

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 267 คน พบว่า ความคิดเห็นต่อการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่

คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 แสดงว่าข้อมูลของแต่ละตัวแปรมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการประมวลผลแบบสอบถามจำนวน 267 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวนการตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ	ลำดับที่
เพศ	หญิง	267	206	77.2	1
	ชาย		61	22.8	2
อายุ	21-30 ปี	267	132	49.4	1
	31-40 ปี		70	26.2	2
	41-50 ปี		31	11.6	3
	51-60 ปี		17	6.4	4
	60 ปี ขึ้นไป		17	6.4	5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท	267	98	36.7	1
	15,001 – 25,000 บาท		59	22.1	2
	55,001 บาทขึ้นไป		39	14.6	3
	25,001 – 35,000 บาท		36	13.5	4
	35,001 – 45,000 บาท		19	7.1	5
	45,001 – 55,000 บาท		16	6.0	6
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	267	90	33.7	1
	นักศึกษา		80	30.0	2
	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ		38	14.2	3
	อาชีพอิสระ		22	8.2	4
	อื่น		19	7.1	5
	ธุรกิจส่วนตัว		18	6.7	

นี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.3 สรุปได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 77.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีอายุช่วง 21- 40 ปี ร้อยละ 75.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีระดับรายได้กระจายอยู่ในทุกกลุ่มรายได้ไม่

เกินกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และประกอบอาชีพหลัก เป็นพนักงานเอกชนคิดเป็นร้อยละ 33.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่		จำนวนการตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ	ลำดับที่
ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อบริโภคเองหรือเป็นของฝาก	เลือกทั้งสองคำตอบ	267	119	44.6	1
	บริโภคเอง		111	41.6	2
	ซื้อเป็นของฝาก		37	13.9	3
ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	น้อยกว่า 2 ครั้งต่อ สัปดาห์	267	137	51.3	1
	2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์		89	33.3	2
	4-5 ครั้งต่อ สัปดาห์		20	7.5	3
	มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์		13	4.9	4
	อื่นๆ		8	3.0	5
ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากช่องทางใดบ้าง	หน้าร้าน	446 (จำนวนคำตอบ)	260	58.3	1
	Food เดลิเวอรี่ แพลตฟอร์ม		89	20.0	2
	สั่งกับร้านผ่านช่องทางออนไลน์		60	13.4	3
	E-Market Place		37	8.3	4

จากการประมวลผลแบบสอบถามจำนวน 267 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ตามรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.4 สรุปได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อบริโภคเองและเป็นของฝาก ร้อยละ 44.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ร้อยละ 51.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ผ่านหน้าร้าน ร้อยละ 58.3 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด

4.3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.5 แสดงภาพรวมการรับรู้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ต่างๆ

	การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)
ขนมเปียะฝอยทอง ไข่เค็ม	4.03 (เห็นด้วย)	3.22 (ไม่แน่ใจ)	3.57 (เห็นด้วย)
ขนมเปียะถั่วไข่ เค็ม	3.90 (เห็นด้วย)	3.20 (ไม่แน่ใจ)	3.49 (เห็นด้วย)
ขนมพายสับปะรด รูปเรือ	3.98 (เห็นด้วย)	3.16 (ไม่แน่ใจ)	3.51 (เห็นด้วย)
ขนมคุกกี้ตัวหนอน ไส้สับปะรด	3.91 (เห็นด้วย)	3.31 (ไม่แน่ใจ)	3.53 (เห็นด้วย)

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.5 พบว่า ผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด มีการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) อยู่ในค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับการรับรู้คุณค่าด้านอื่น และเมื่อเทียบการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

คือ ขนมหายลับประครูปเรือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) พบว่า ผลិតภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ขนมเป็ยะฝอยทองไข่เค็มมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57

ตารางที่ 4.6 แสดงคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมเป็ยะฝอยทองไข่เค็ม

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความเห็น ดีเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพ สม่ำเสมอ	3.82	0.87	เห็นด้วย
2. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคถูกผลิตมาอย่างดี	4.07	0.83	เห็นด้วย
3. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีรสชาติที่ดี อร่อย	3.95	0.95	เห็นด้วย
4. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีรูปร่าง หน้าตา ลักษณะที่ดี น่ารักประทาน	4.27	0.83	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีเนื้อสัมผัสที่ดี	3.76	1.05	เห็นด้วย
6. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีกลิ่นที่ดี	4.10	0.98	เห็นด้วย
7. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพที่ดี	4.10	0.87	เห็นด้วย
8. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคผลิตด้วยความ เชี่ยวชาญ	3.86	0.90	เห็นด้วย
9. ท่านมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภค ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	4.08	0.86	เห็นด้วย
10. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม้รั่วซึม	4.25	0.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11. ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ ท่านบริ โภคมีคุณภาพ	4.11	0.83	เห็นด้วย
รวม	4.03	0.68	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.6 พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมเป็ยะฝอยทองไข่เค็ม โดยรวม

ความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.03 โดยผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มีรูปร่างหน้าตาลักษณะที่ดี นำรับประทาน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 รองลงมา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม่รั่วซึม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 และด้านคุณภาพของภาพรวมผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 ตามลำดับ และระดับความเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านเนื้อสัมผัส มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

ตารางที่ 4.7 แสดงคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)			
12. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีราคาสมเหตุสมผล	3.13	1.04	ไม่แน่ใจ
13. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีความคุ้มค่าคุ้มราคา	3.13	1.07	ไม่แน่ใจ
14. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีเหมาะสมราคา	3.19	1.02	ไม่แน่ใจ
15. ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.53	1.15	เห็นด้วย
16. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา	3.26	0.96	ไม่แน่ใจ
17. ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น	3.09	0.97	ไม่แน่ใจ
รวม	3.22	0.75	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้บริโภคยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายหรือไม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.22 โดยผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.26 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่เหมาะสมราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.19 และระดับความเห็นไม่แน่ใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความรู้สึกคุ้มค่า เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น มี

ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.09 ตามลำดับ ทั้งนี้ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มากที่สุด อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53

ตารางที่ 4.8 แสดง คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)			
18. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.73	1.06	เห็นด้วย
19. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค	3.45	1.13	เห็นด้วย
20. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3.48	1.05	เห็นด้วย
21. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกดี	3.61	1.04	เห็นด้วย
22. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านมีความสุขใจ	3.58	1.05	เห็นด้วย
รวม	3.57	0.97	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม โดยรวมความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.57 โดยผู้บริโภคเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ ระดับความเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 รองลงมาคือ การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้รู้สึกดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 และ มีความสุขใจเมื่อได้บริโภคผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 ตามลำดับ ทั้งนี้ การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค มีระดับความเห็นด้วยที่มีค่าน้อยที่สุดอยู่ที่ 3.45

ตารางที่ 4.9 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

		21 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่ คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	N	203	64
	Mean	4.10	3.82
	S.D.	0.68	0.64
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่ คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	N	203	64
	Mean	3.35	2.80
	S.D.	0.70	0.77
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	N	203	64
	Mean	3.64	3.34
	S.D.	0.97	0.95

จากตารางที่ 4.9 การศึกษาอายุกับความคิดเห็นที่มีต่อขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรทั้ง 3 ตัวที่นำมาใช้ในการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 21-40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 และ โดยกลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์ห้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig.(2-tailed)
การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่า ด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	Equal variances assumed	0.457	0.500	2.912	265	0.004
	Equal variances not assumed			2.990	110.445	0.003
การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้าน การเงิน (Value of Money)	Equal variances assumed	1.111	0.293	5.422	265	0.000
	Equal variances not assumed			5.139	97.489	0.000
การรับรู้คุณค่าด้าน อารมณ์ (Emotional Value)	Equal variances assumed	0.818	0.367	2.169	265	0.031
	Equal variances not assumed			2.196	107.811	0.030

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของทั้ง 2 กลุ่มอายุมาเปรียบเทียบกัน ดังตารางที่ 4.10 พบว่า ค่า P-Value < 0.05 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มอายุ 21-40 ปี มีการรับรู้คุณค่าทุกด้านของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มมากกว่า กลุ่มอายุ มากกว่า 40 ปี แสดงว่าผู้บริโภคกลุ่มอายุ 21-40 ปี ต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่มีคุณภาพ ผลิตจากวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพคงที่ ผลิตภัณฑ์จึงต้องมีลักษณะ นำรับประทาน มีบรรจุภัณฑ์ที่มิดชิด เพราะผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝากและบริโภคเอง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไป อีกทั้งในปัจจุบันผู้บริโภคชอบลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความแปลกใหม่ทางรสชาติอีกด้วย

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพสม่ำเสมอ	3.78	0.88	เห็นด้วย
2. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคถูกผลิตมาอย่างดี	3.91	0.88	เห็นด้วย
3. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรสชาติที่ดีอร่อย	3.70	1.08	เห็นด้วย
4. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรูปร่าง หน้าตา ลักษณะที่ดี น่ารับประทาน	3.92	0.86	เห็นด้วย
5. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีเนื้อสัมผัสที่ดี	3.82	0.99	เห็นด้วย
6. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีกลิ่นที่ดี	3.87	1.01	เห็นด้วย
7. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพที่ดี	3.98	0.88	เห็นด้วย
8. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคผลิตด้วยความเชี่ยวชาญ	3.76	0.89	เห็นด้วย
9. ท่านมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	3.98	0.92	เห็นด้วย
10. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม่รั่วซึม	4.24	0.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11. ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพ	4.00	0.89	เห็นด้วย
รวม	3.90	0.70	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.90 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับความเห็นด้วย คือด้านคุณภาพของภาพรวมผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีและผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 ส่วนผลิตภัณฑ์มีรสชาติที่ดี มีค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นด้วยน้อย

ที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 ทั้งนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญและมีการรับรู้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะกล้วยไข่เค็ม

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)			
12. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีราคาสมเหตุสมผล	3.13	1.05	ไม่แน่ใจ
13. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีความคุ้มค่าคุ้มราคา	3.12	1.06	ไม่แน่ใจ
14. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีเหมาะสมราคา	3.18	1.02	ไม่แน่ใจ
15. ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.47	1.17	เห็นด้วย
16. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา	3.26	0.98	ไม่แน่ใจ
17. ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น	3.04	1.01	ไม่แน่ใจ
รวม	3.20	0.76	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้บริโภคยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะกล้วยไข่เค็มว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายหรือไม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.20 โดยผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.26 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เหมาะสมราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18 และระดับความเห็นไม่แน่ใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความรู้สึกคุ้มค่า เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.04 ทั้งนี้ ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มากที่สุด อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)			
18. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.63	1.10	เห็นด้วย
19. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค	3.38	1.16	ไม่แน่ใจ
20. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3.45	1.12	เห็นด้วย
21. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกดี	3.50	1.12	เห็นด้วย
22. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านมีความสุขใจ	3.51	1.12	เห็นด้วย
รวม	3.49	1.04	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.13 พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม โดยรวมความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.49 โดยผู้บริโภคมีความเห็นด้วยกับความเพลิดเพลินขณะบริโภคผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ที่ 3.63 รองลงมา คือความสุขใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 และรู้สึกดีเมื่อบริโภคผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 3.50 ตามลำดับ แต่ผู้บริโภคยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38

ตารางที่ 4.14 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

		21 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่ คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	N	203	64
	Mean	3.95	3.76
	S.D.	0.71	0.64
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่ คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	N	203	64
	Mean	3.31	2.84
	S.D.	0.74	0.71
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	N	203	64
	Mean	3.53	3.37
	S.D.	1.05	1.03

จากตารางที่ 4.14 การศึกษาอายุกับความคิดเห็นที่มีต่อขนมเปียะถั่วไข่เค็มของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรทั้ง 3 ตัวที่นำมาใช้ในการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 21-40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 และ โดยกลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

ตารางที่ 4.15 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig.(2-tailed)
การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่า ด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	Equal variances assumed	1.831	0.177	1.865	265	0.063
	Equal variances not assumed			1.969	115.988	0.051
การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้าน การเงิน (Value of Money)	Equal variances assumed	0.800	0.372	4.486	265	0.000
	Equal variances not assumed			4.589	109.747	0.000
การรับรู้คุณค่าด้าน อารมณ์ (Emotional Value)	Equal variances assumed	0.454	0.501	1.064	265	0.288
	Equal variances not assumed			1.073	107.212	0.286

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของทั้ง 2 กลุ่มอายุมาเปรียบเทียบกัน ดังตารางที่ 4.15 ค่า P-Value < 0.05 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มอายุ 21-40 ปี มีการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) และ ด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็มมากกว่า กลุ่มอายุที่มากกว่า 40 ปี แสดงว่าผู้บริโภคกลุ่มอายุ 21-40 ปี ต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่มีคุณภาพ สม่่าเสมอ ผลิตภัณฑ์จาก

วัตถุดิบที่ดี ผลิตภัณฑ์จึงต้องมีลักษณะ น่ารับประทาน มีบรรจุภัณฑ์ที่มิดชิด เพราะผู้บริโภคนิยมซื้อ เป็นของฝากและบริโภคเอง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไป ส่วนการรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของกลุ่มอายุ 21-40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53 และกลุ่มอายุที่มากกว่า 40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 จึงไม่สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มอายุ 21-40 ปี มีการรับรู้คุณค่าที่มากกว่ากลุ่ม อายุที่มากกว่า 40 ปี



ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือ

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพสม่ำเสมอ	3.83	0.89	เห็นด้วย
2. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคถูกผลิตมาอย่างดี	4.05	0.87	เห็นด้วย
3. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีรสชาติที่ดี อร่อย	3.81	1.01	เห็นด้วย
4. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีรูปร่างหน้าตาลักษณะที่ดี น่ารับประทาน	4.32	0.82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีเนื้อสัมผัสที่ดี	3.76	1.00	เห็นด้วย
6. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีกลิ่นที่ดี	3.93	0.95	เห็นด้วย
7. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพที่ดี	3.96	0.90	เห็นด้วย
8. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคผลิตด้วยความเชี่ยวชาญ	3.83	0.58	เห็นด้วย
9. ท่านมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	4.02	0.87	เห็นด้วย
10. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิดไม่รั่วซึม	4.22	0.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11. ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพ	4.08	0.92	เห็นด้วย

รวม	3.98	0.71	เห็นด้วย
------------	-------------	-------------	-----------------

จากตารางที่ 4.16 พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือ โดยรวมความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.98 โดยผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มีรูปร่างหน้าตาลักษณะที่ดี นำรับประทาน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 รองลงมาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม้รั่วซึม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 และคุณภาพของภาพรวมผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ตามลำดับ และระดับความเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านเนื้อสัมผัส มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือ

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)			
12. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีราคาสมเหตุสมผล	3.09	1.05	ไม่แน่ใจ
13. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีความคุ้มค่า	3.03	1.03	ไม่แน่ใจ
14. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีเหมาะสมราคา	3.07	1.00	ไม่แน่ใจ
15. ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.57	1.13	เห็นด้วย
16. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา	3.22	0.91	ไม่แน่ใจ
17. ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น	3.01	0.95	ไม่แน่ใจ
รวม	3.16	0.74	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้บริโภคยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมพาย

สับปะรดรูปเรือ ว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายหรือไม่ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.16 โดยผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ได้เสนอคุณค่าที่ติชมกับราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.22 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีราคาสมเหตุสมผล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.09 และระดับความเห็นไม่แน่ใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความรู้สึกคุ้มค่า เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.01 ตามลำดับ ทั้งนี้ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มากที่สุด อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับปะรดรูปเรือ

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)			
18. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.64	1.06	เห็นด้วย
19. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความ ต้องการในการบริโภค	3.42	1.10	เห็นด้วย
20. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3.42	1.09	เห็นด้วย
21. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกดี	3.54	1.06	เห็นด้วย
22. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านมีความสุขใจ	3.52	1.10	เห็นด้วย
รวม	3.51	0.98	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.18 พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับปะรดรูปเรือ โดยรวมความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.51 โดยผู้บริโภคเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ ระดับความเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 รองลงมาคือ การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้รู้สึกดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และ มีความสุขใจเมื่อได้บริโภคผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 ตามลำดับ ทั้งนี้ การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความ ต้องการในการบริโภคและทำให้รู้สึกผ่อนคลาย มีระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 3.42

ตารางที่ 4.19 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือ

		21 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่ คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	N	203	64
	Mean	4.04	3.80
	S.D.	0.68	0.74
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่ คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	N	203	64
	Mean	3.28	2.80
	S.D.	0.72	0.68
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	N	203	64
	Mean	3.55	3.39
	S.D.	0.97	1.00

จากตารางที่ 4.19 การศึกษาอายุกับความคิดเห็นที่มีต่อขนมพายสับประครูปเรือของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรทั้ง 3 ตัว ที่นำมาใช้ในการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 21-40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 และ โดยกลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือ

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig.(2-tailed)
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	Equal variances assumed	0.00	0.993	2.360	265	0.019
	Equal variances not assumed			2.269	99.534	0.025
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	Equal variances assumed	0.726	0.395	4.724	265	0.000
	Equal variances not assumed			4.849	110.376	0.000
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	Equal variances assumed	0.017	0.895	1.152	265	0.250
	Equal variances not assumed			1.132	102.859	0.260

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของทั้ง 2 กลุ่มอายุมาเปรียบเทียบกัน ดังตารางที่ 4.20 ค่า P – Value < 0.05 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มอายุ 21-40 ปี มีการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) และ ด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือมากกว่า กลุ่มอายุ มากกว่า 40 ปี แสดงว่าผู้บริโภคกลุ่มอายุ 21-40 ปี ต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่มีคุณภาพ สม่่าเสมอ ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่ดี ผลิตภัณฑ์จึงต้องมีลักษณะ น่ารักประทาน มีบรรจุภัณฑ์ที่มีคิขิด เพราะผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝากและบริโภคเอง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค้ำกับราคาที่ต้องจ่ายไป ส่วนการรับรู้คุณค่า

ด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของกลุ่มอายุ 21-40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 และกลุ่มอายุที่มากกว่า 40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 จึงไม่สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มอายุ 21-40 ปี มีการรับรู้คุณค่าที่มากกว่ากลุ่มอายุที่มากกว่า 40 ปี



ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมียุภาพสม่ำเสมอ	3.76	0.95	เห็นด้วย
2. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคถูกผลิตมาอย่างดี	3.94	0.93	เห็นด้วย
3. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีสชาติที่ดี อร่อย	3.71	1.08	เห็นด้วย
4. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรูปร่างหน้าตาลักษณะที่ดี น่ารับประทาน	4.04	0.84	เห็นด้วย
5. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีเนื้อสัมผัสที่ดี	3.67	1.09	เห็นด้วย
6. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีกลิ่นที่ดี	3.85	1.00	เห็นด้วย
7. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพที่ดี	3.93	0.92	เห็นด้วย
8. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคผลิตด้วยความเชี่ยวชาญ	3.82	0.89	เห็นด้วย
9. ท่านมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	3.96	0.94	เห็นด้วย
10. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิดไม่รั่วซึม	4.24	0.86	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11. ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพ	4.11	0.88	เห็นด้วย

รวม	3.91	0.72	เห็นด้วย
------------	-------------	-------------	-----------------

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้บริโภครู้สึกเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.91 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับความเห็นด้วย คือด้านคุณภาพของภาพรวมผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีรูปร่าง หน้าตาน่ารับประทานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 ส่วนด้านเนื้อสัมผัส มีค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 ทั้งนี้ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นด้วย ของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)			
12. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีราคาสมเหตุสมผล	3.31	1.11	ไม่แน่ใจ
13. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีความคุ้มค่าคุ้มราคา	3.25	1.12	ไม่แน่ใจ
14. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีเหมาะสมราคา	3.29	1.08	ไม่แน่ใจ
15. ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.49	1.16	เห็นด้วย
16. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา	3.32	0.98	ไม่แน่ใจ
17. ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น	3.18	1.06	ไม่แน่ใจ
รวม	3.31	0.81	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรดว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายหรือไม่ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.31 โดย

ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ได้เสนอคุณค่าที่ตีสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีราคาสมเหตุสมผล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 และระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความรู้สึกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18 ตามลำดับ ทั้งนี้ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN มากที่สุดอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด

การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)			
18. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN	3.66	1.06	เห็นด้วย
19. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค	3.42	1.08	เห็นด้วย
20. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3.46	1.08	เห็นด้วย
21. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกดี	3.56	1.08	เห็นด้วย
22. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านมีความสุข	3.55	1.09	เห็นด้วย
รวม	3.53	1.00	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.23 พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรดโดยรวมความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.53 โดยผู้บริโภคเพลิดเพลินขณะที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ ระดับความคิดเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 รองลงมาคือ การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้รู้สึกดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 และ มีความสุขใจเมื่อได้บริโภคผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 ตามลำดับ ทั้งนี้ การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค มีระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 3.42

ตารางที่ 4.24 แสดงอายุกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอน
ไส้สับปะรด

		21 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่ คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	N	203	64
	Mean	3.97	3.75
	S.D.	0.73	0.68
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่ คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	N	203	64
	Mean	3.44	2.89
	S.D.	0.79	0.74
การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	N	203	64
	Mean	3.62	3.24
	S.D.	0.99	0.97

จากตารางที่ 4.24 การศึกษาอายุกับความคิดเห็นที่มีต่อขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด
ของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรทั้ง 3 ตัว ที่นำมาใช้ในการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)
มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 21-40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 และ โดยกลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า
40 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig.(2-tailed)
การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่า ด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	Equal variances assumed	1.680	0.196	2.134	265	0.034
	Equal variances not assumed			2.210	112.034	0.029
การรับรู้คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้าน การเงิน (Value of Money)	Equal variances assumed	1.170	0.280	4.858	265	0.000
	Equal variances not assumed			5.051	112.826	0.000
การรับรู้คุณค่าด้าน อารมณ์ (Emotional Value)	Equal variances assumed	0.351	0.554	2.693	265	0.008
	Equal variances not assumed			2.725	107.729	0.008

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของทั้ง 2 กลุ่มอายุมาเปรียบเทียบกัน ดังตารางที่ 4.25 ค่า P – Value < 0.05 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มอายุ 21-40 ปี มีการรับรู้คุณค่าทุกด้านของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรดมากกว่า กลุ่มอายุ มากกว่า 40 ปี แสดงว่าผู้บริโภคกลุ่มอายุ 21-40 ปี ต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่มีคุณภาพ ผลิตจากวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพคงที่ ผลิตภัณฑ์จึงต้องมีลักษณะ นำรับประทาน มีบรรจุภัณฑ์ที่มิดชิด เพราะผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝากและบริโภคเอง ซึ่งจะทำให้

ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่างับราคาที่ต้องจ่ายไป อีกทั้งในปัจจุบันผู้บริโภคชอบลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความแปลกใหม่ทางรสชาติอีกด้วย

4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis)

ตารางที่ 4.26 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์	แทนค่าตัวแปร
F	ขนมเปี๊ยะฝอยทองไข่เค็ม
B	ขนมเปี๊ยะถั่วไข่เค็ม
P	พายสับประดรูปรเรือ
C	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประค

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ของการรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคขนมเปี๊ยะฝอยทองไข่เค็มทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) เนื่องจากในแต่ละปัจจัยประกอบด้วยข้อมูลจำนวนมาก ซึ่งอาจก่อให้เกิดรวมกลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเอง ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเหมาะสมของการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อทำการจัดกลุ่มของตัวแปร โดยวิเคราะห์หาค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง โดยค่าของ KMO ควรจะมากกว่า 0.5 ถ้าขนาดกลุ่มตัวอย่างเหมาะสม โดยใช้สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.27 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.948
Bartlett's Test of Sphericity	4382.785
df	171
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.27 พบว่าค่า KMO ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มเท่ากับ 0.948 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัย อยู่ในระดับที่เหมาะสมสำหรับการทดสอบ และการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 4382.785 และค่า Sig (P-Value) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบ แสดงว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะทำ Factor Analysis มากขึ้น (กัลยาพานิชย์ บัญชา, 2540) ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อสกัดและจัดกลุ่ม (Extraction) แบบ Principal Component Analysis (PCA) โดยกำหนดให้ โปรแกรมสถิติ SPSS หมุนด้วยวิธี Varimax เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่า Communalities ซึ่งเป็นค่าความแปรปรวนที่เกิดจากองค์ประกอบร่วม ใช้เกณฑ์ กำหนดจำนวนตัวแปรที่เหมาะสมด้วยค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตัวแปรไม่น้อยกว่า 0.50 ตัวแปรอิสระแต่ละตัว ต้องไม่มีค่า Factor Loading พบอยู่มากกว่า 1 องค์ประกอบ สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มมีการตัดข้อความออก จำนวน 3 ข้อความ ได้แก่ F03 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมึรรสชาติที่ดี อร่อย) F10 (บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมึคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม้รั่วซึม) และ F15 (ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ ได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ เป็นไปตามทฤษฎีการรับรู้คุณค่า ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

	Component		
	1	2	3
F01	.679		
F02	.775		
F04	.722		
F05	.644		
F06	.608		
F07	.739		
F08	.712		
F09	.749		
F11	.622		
F12			.859
F13			.830
F14			.813
F16			.795
F17			.686
F18		.694	
F19		.813	
F20		.870	
F21		.855	
F22		.852	

พบว่า มีจำนวน 19 ข้อ ที่ผ่านเกณฑ์โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้
 องค์ประกอบที่ 1 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้าน
 คุณภาพ(Performance/Quality) จำนวน 9 ข้อ
 องค์ประกอบที่ 2 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้าน
 การเงิน (Value of Money) จำนวน 5 ข้อ
 องค์ประกอบที่ 3 การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) จำนวน 5 ข้อ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.944
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 4227.699
df	153
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.29 พบว่าค่า KMO ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็มเท่ากับ 0.944 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัย อยู่ในระดับที่เหมาะสมสำหรับการทดสอบ และการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 4227.699 และค่า Sig (P-Value) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบ แสดงว่าข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะทำ Factor Analysis มากขึ้น (กัลยวานิชย์ บัญชา, 2540) ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อสกัดและจัดกลุ่ม (Extraction) แบบ Principal Component Analysis (PCA) โดยกำหนดให้ โปรแกรมสถิติ SPSS หมุนด้วยวิธี Varimax เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่า Communalities ซึ่งเป็นค่าความแปรปรวนที่เกิดจากองค์ประกอบร่วม ใช้เกณฑ์ กำหนดจำนวนตัวแปรที่เหมาะสมด้วยค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตัวแปรไม่น้อยกว่า 0.50 ตัวแปรอิสระแต่ละตัว ต้องไม่มีค่า Factor Loading พบอยู่มากกว่า 1 องค์ประกอบ สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็มมีการตัดข้อคำถามออก จำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ B03 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรสชาติที่ดี อร่อย) B05(ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีเนื้อสัมผัสที่ดี) B07(ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพที่ดี) B10 (บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม่รั่วซึม) และ B15 (ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ ได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ เป็นไปตามทฤษฎีการรับรู้คุณค่า ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

	Component		
	1	2	3
B01		.591	
B02		.733	
B04		.606	
B06		.605	
B08		.725	
B09		.733	
B10		.701	
B11		.686	
B12			.850
B13			.837
B14			.843
B16			.800
B17			.692
B18	.798		
B19	.803		
B20	.844		
B21	.852		
B22	.854		

พบว่า มีจำนวน 18 ข้อ ที่ผ่านเกณฑ์โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ(Performance/Quality) จำนวน 8 ข้อ

องค์ประกอบที่ 2 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) จำนวน 5 ข้อ

องค์ประกอบที่ 3 การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) จำนวน 5 ข้อ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูป
เรือ

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.935
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	4380.245
Sphericity	
df	171
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.31 พบว่าค่า KMO ของผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือเท่ากับ 0.935 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยอยู่ในระดับที่เหมาะสมสำหรับการทดสอบ และการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 4380.245 และค่า Sig (P-Value) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบ แสดงว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะทำ Factor Analysis มากขึ้น (กัลยาวิชย์ บัญชา, 2540) ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อสกัดและจัดกลุ่ม (Extraction) แบบ Principal Component Analysis (PCA) โดยกำหนดให้ โปรแกรมสถิติ SPSS หมุนด้วยวิธี Varimax เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่า Communalities ซึ่งเป็นค่าความแปรปรวนที่เกิดจากองค์ประกอบร่วม ใช้เกณฑ์ กำหนดจำนวนตัวแปรที่เหมาะสมด้วยค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตัวแปรไม่น้อยกว่า 0.50 ตัวแปรอิสระแต่ละตัว ต้องไม่มีค่า Factor Loading พบอยู่มากกว่า 1 องค์ประกอบ สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมพายสับประครูปเรือมีการตัดข้อความออก จำนวน 3 ข้อความ ได้แก่ P03 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมิตรชาติที่ดี อร่อย) P05(ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมิเนื้อสัมผัสที่ดี) B07(ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมิคุณภาพที่ดี) และ P15 (ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ ได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ เป็นไปตามทฤษฎีการรับรู้คุณค่า ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมพายลับประครูปเรือ

	Component		
	1	2	3
P01	.677		
P02	.750		
P04	.649		
P06	.571		
P07	.693		
P08	.758		
P09	.731		
P10	.686		
P11	.759		
P12			.829
P13			.861
P14			.863
P16			.743
P17			.672
P18		.803	
P19		.826	
P20		.848	
P21		.836	
P22		.831	

พบว่า มีจำนวน 19 ข้อ ที่ผ่านเกณฑ์โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้
 องค์ประกอบที่ 1 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้าน
 คุณภาพ(Performance/Quality) จำนวน 9 ข้อ
 องค์ประกอบที่ 2 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้าน
 การเงิน (Value of Money) จำนวน 5 ข้อ
 องค์ประกอบที่ 3 การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) จำนวน 5 ข้อ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.937
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	3978.730
Sphericity	
df	120
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.33 พบว่าค่า KMO ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรดเท่ากับ 0.937 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัย อยู่ในระดับที่เหมาะสมสำหรับการทดสอบ และการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 3978.730 และค่า Sig (P-Value) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบ แสดงว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะทำ Factor Analysis มากขึ้น (กัลยาวิเศษย์ บัญญา, 2540) ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อสกัดและจัดกลุ่ม (Extraction) แบบ Principal Component Analysis (PCA) โดยกำหนดให้ โปรแกรมสถิติ SPSS หมุนด้วยวิธี Varimax เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่า Communalities ซึ่งเป็นค่าความแปรปรวนที่เกิดจากองค์ประกอบรวม ใช้เกณฑ์ กำหนดจำนวนตัวแปรที่เหมาะสมด้วยค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตัวแปรไม่น้อยกว่า 0.50 ตัวแปรอิสระแต่ละตัว ต้องไม่มีค่า Factor Loading พบอยู่มากกว่า 1 องค์ประกอบ สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรดมีการตัดข้อความออก จำนวน 6 ข้อความ ได้แก่ C03 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมึรรสชาติที่ดี อร่อย) C05 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมึเนื้อสัมผัสที่ดี) C06 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมึกลิ่นที่ดี) C07 (ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมึคุณภาพที่ดี) C15 (ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN) และ C17 (ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ ได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ เป็นไปตามทฤษฎีการรับรู้คุณค่า ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 Factor Analysis ของผลิตภัณฑ์ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด

	Component		
	1	2	3
C01		0.640	
C02		0.754	
C04		0.555	
C08		0.659	
C09		0.732	
C10		0.714	
C11		0.706	
C12			0.847
C13			0.844
C14			0.827
C16			0.754
C18	0.802		
C19	0.800		
C20	0.855		
C21	0.870		
C22	0.867		

พบว่า มีจำนวน 16 ข้อ ที่ผ่านเกณฑ์โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้
 องค์ประกอบที่ 1 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้าน
 คุณภาพ(Performance/Quality) จำนวน 7 ข้อ
 องค์ประกอบที่ 2 การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้าน
 การเงิน (Value of Money) จำนวน 4 ข้อ
 องค์ประกอบที่ 3 การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) จำนวน 5 ข้อ
 เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง
 ยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และจัดองค์ประกอบใหม่ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผู้วิจัยได้
 หาค่าเฉลี่ยของของการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงภาพรวมการรับรู้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ต่างๆ

	การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)	การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)	การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)
ขนมเปียะฝอยทอง ไข่เค็ม	4.02 (เห็นด้วย)	3.15 (ไม่แน่ใจ)	3.57 (เห็นด้วย)
ขนมเปียะถั่วไข่ เค็ม	3.93 (เห็นด้วย)	3.14 (ไม่แน่ใจ)	3.49 (เห็นด้วย)
พายสับประรดรูป เรือ	4.03 (เห็นด้วย)	3.08 (ไม่แน่ใจ)	3.51 (เห็นด้วย)
คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับปะรด	3.98 (เห็นด้วย)	3.29 (ไม่แน่ใจ)	3.53 (เห็นด้วย)

จากผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.35 ภายหลังจากการจัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ใหม่ เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าด้านต่างๆกับ ผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด พบว่าการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดอันดับแรก คือการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พายสับประรดรูปเรือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 รองลงมา คือด้านการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และค่าเฉลี่ยรวมน้อยสุดคือในด้านการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29

4.5 ความคิดเห็นด้านรสชาติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN

ตารางที่ 4.36 แสดงความเห็นเพิ่มเติมจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 267 คน

	ขนมเปียะ ฝอยทองไข่เค็ม (จำนวนคำตอบ)	ขนมเปียะถั่วไข่ เค็ม (จำนวนคำตอบ)	พายสับปะรดรูป เรือ (จำนวนคำตอบ)	คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับปะรด (จำนวนคำตอบ)
รสชาติ	รสชาติกลม กลม (152) ร้อยละ 56.93	รสชาติกลม กลม (103) ร้อยละ 38.58	รสชาติกลม กลม (108) ร้อยละ 40.45	รสชาติกลม กลม (91) ร้อยละ 34.08
	รสชาติไม่กลม กลม (51) ร้อยละ 19.10	รสชาติไม่กลม กลม (83) ร้อยละ 31.09	รสชาติไม่กลม กลม (59) ร้อยละ 22.10	รสชาติไม่กลม กลม (53) ร้อยละ 19.85
เนื้อสัมผัส	เนื้อสัมผัสดี (24) ร้อยละ 8.99	เนื้อสัมผัสดี (97) ร้อยละ 36.33	เนื้อสัมผัสดี (56) ร้อยละ 22.60	เนื้อสัมผัสดี (70) ร้อยละ 26.22
	เนื้อสัมผัสไม่ดี (71) ร้อยละ 26.59	เนื้อสัมผัสไม่ดี (13) ร้อยละ 4.87	เนื้อสัมผัสไม่ดี (61) ร้อยละ 22.85	เนื้อสัมผัสไม่ดี (76) ร้อยละ 28.46
กลิ่น	กลิ่นดี (112) ร้อยละ 41.95	กลิ่นดี (81) ร้อยละ 30.34	กลิ่นดี (48) ร้อยละ 17.98	กลิ่นดี (53) ร้อยละ 19.85
	กลิ่นไม่ดี (0) ร้อยละ 0	กลิ่นไม่ดี (29) ร้อยละ 10.86	กลิ่นไม่ดี (14) ร้อยละ 5.24	กลิ่นไม่ดี (18) ร้อยละ 6.74

จากตารางที่ 4.36 มีการแสดงความคิดเห็นโดยสรุป 3 ด้าน คือ ด้านรสชาติ ด้านเนื้อสัมผัส และด้านกลิ่น สามารถสรุปได้ดังนี้

- ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าขนมเปียะฝอยทองไข่เค็มมีรสชาติกลมกลม หวานในระดับพอดี เคี้ยวที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.93 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีการกล่าวถึง กลิ่นหอมของควันทึ้น คิดเป็นร้อยละ 41.95 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แต่ในด้านเนื้อสัมผัส ร้อยละ 26.59 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีเนื้อสัมผัสไม่ดี แบ่งมีความแข็งและกระด้างเกินไป รับประทานแล้วฝืดคอ

- ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าขนมเปียะถั่วไข่เค็มมีรสชาติกลมกล่อม หวานกำลังดี คิดเป็นร้อยละ 38.58 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาผู้บริโภคกล่าวถึง แป้งบางนุ่มกำลังดี ไม่ฝืดคอ คิดเป็นร้อยละ 36.33 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแต่ก็มีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังไม่ชื่นชอบในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 31.09 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เพราะหวานน้อยเกินไป

- พายสับปะรดรูปเรือ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าพายสับปะรดรูปเรือมีรสชาติกลมกล่อม ใส้สับปะรดอร่อย หวานกำลังดี คิดเป็นร้อยละ 40.45 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาผู้บริโภคไม่ชอบเนื้อสัมผัสของพายสับปะรดรูปเรือแป้งแข็งกระด้างเกินไป คิดเป็นร้อยละ 22.85 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แต่มีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ให้ความเห็นว่ารสชาติไม่กลมกล่อม เนื่องจากใส้สับปะรดน้อยเกินไป และรสชาติใส้สับปะรดที่อ่อนเกินไป ทำให้ไม่รู้สึกลิ้นถึงรสชาติ ร้อยละ 19.85 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

- คุกกี้ตัวหนอนใส้สับปะรด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าคุกกี้ตัวหนอนใส้สับปะรดมีรสชาติกลมกล่อม โดยเฉพาะใส้มีความละมุน เบี้ยวหวานจากสับปะรดกำลังดี คิดเป็นร้อยละ 34.08 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาแสดงความเห็นเกี่ยวกับด้านเนื้อสัมผัสที่ไม่ดีร้อยละ 28.46 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เห็นว่าเนื้อสัมผัสของคุกกี้ตัวหนอนใส้สับปะรด ที่เนื้อแป้งของคุกกี้ร่วนเกินไป ไม่จับตัว และในด้านรสชาติไม่กลมกล่อม เพราะหวานน้อยเกินไปค่อนข้างไปทางจืดจากการที่ใส้สับปะรดมีปริมาณที่น้อยไป คิดเป็นร้อยละ 19.85 เท่ากับความชื่นชอบในด้านกลิ่นของคุกกี้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามแบบ Face to Face ด้วยตนเอง ในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 267 คน ผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย (Limitations)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยการศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN สรุปผลได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 267 คน ส่วนใหญ่เป็น 1) เพศหญิง มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 77.2 2) มีอายุช่วง 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.6 3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.8 4) และมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.70

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อบริโภคเองและเป็นของฝาก ร้อยละ 44.6 ควรมีการจัด Package แบบแยกประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค เมื่อซื้อบริโภคเอง หรือจัด Promotion ตามเทศกาลต่างๆ สำหรับซื้อเป็นของฝาก โดยความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้บริโภคส่วนใหญ่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 51.3 ทั้งนี้ทางร้านควรหากลยุทธ์เพื่อเพิ่มความถี่ในการซื้อ และดึงกลุ่มเป้าหมายให้กลับมาซื้อซ้ำในระหว่างสัปดาห์มากขึ้น

และผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ผ่านหน้าร้าน ร้อยละ 58.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อผลิตภัณฑ์จากหน้าร้าน ดังนั้นร้านควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ที่ตั้งร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.1.2 การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าด้านต่างๆกับ ผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด พบว่าการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดอันดับแรก คือการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พายสับประรดรูปเรือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 รองลงมา คือด้านการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนมเปี๊ยะฝอยทองไข่เค็ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และค่าเฉลี่ยรวมน้อยสุดคือในด้านการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ลูกกั้วหนอนไส้สับประรด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29

จากข้อมูล ผู้บริโภคมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) และเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ด้านรูปร่างหน้าตา รสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส ในขณะที่การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) และการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา ดังนั้น หากทางร้าน Dear IRIN พัฒนาผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร เพิ่มรสชาติ ที่หลากหลาย ผลิตจากวัตถุดิบที่ดี พร้อมสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภค รับรู้คุณค่าด้านอารมณ์และคุณค่าด้านการเงิน ความคุ้มค่ากับราคา ที่ต้องจ่ายตามมา ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายและเกิดการซื้อซ้ำมากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นำมาศึกษาสร้างการรับรู้คุณค่าในกลุ่มอายุ 21-40 ปี แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้คือที่เราจะต้องโฟกัสและเข้าไปทำการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

5.1.3 ความเห็นเพิ่มเติมของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ Dear IRIN

ความเห็นเพิ่มเติมจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 267 คน ผู้บริโภค ให้ความสำคัญเรื่องรสชาติโดยมีให้ความเห็นมากที่สุดในการกรอกแบบสอบถาม โดยให้ความสำคัญเรื่อง เนื้อสัมผัส และกลิ่น นั้นรองลงมา จึงมองได้ว่า การพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ควรพิจารณาเรื่องรสชาติเป็นสำคัญอันดับแรก อาจจะพิจารณาข้อที่ควรปรับปรุงจากการแสดงความ

คิดเห็นในแบบสอบถาม แต่ยังคงต้องไม่ลืม เรื่องเนื้อสัมผัส และกลิ่น ควบคู่กันไปด้วย โดยพิจารณาข้อที่ควรพัฒนาจากการแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม ดังนี้

- ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม

ด้านรสชาติกลมกล่อม หวานกำลังดี ส่วนสิ่งที่จะต้องพัฒนาเป็นด้านเนื้อสัมผัส ที่แป้งแข็งเกินไป

- ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม

บริโภคมั้ทัศนคติที่ดีในทุกด้านของผลิตภัณฑ์ ทั้งรสชาติ เนื้อสัมผัส และกลิ่น แต่ด้านรสชาติความเห็นของผู้บริโภคค่อนข้างใกล้เคียงกันระหว่าง 2 กลุ่ม จึงเป็นสิ่งที่เจ้าของธุรกิจควรพิจารณา ว่าจุดไหนควรพัฒนา เช่น รสชาติหวานกำลังดี แต่ข้อเสียที่รสชาติไม่กลมกล่อมคือใส่ไข่เค็มน้อยเกินไปอาจจะนำไปสู่การพัฒนาเพิ่มปริมาณไข่ของไข่เค็ม

- ขนมพายสับประครูปเรือ

ด้านรสชาติกลมกล่อม และกลิ่นที่ดี แต่ในด้านเนื้อสัมผัสยังต้องพัฒนาเรื่องแป้งแข็ง มีความกระด้าง

- ขนมคุกกี้ตัวหนอนไส้สับประค

ด้านรสชาติกลมกล่อม และกลิ่นที่ดี แต่ในด้านเนื้อสัมผัสยังต้องพัฒนาเรื่องแป้งของคุกกี้มีความแตก่วน ไม่จับตัว

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ 2) ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) กับผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ประเภทของผู้บริโภค สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาปัจจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อบริโภคเองและเป็นของฝาก สอดคล้องกับการศึกษาของ อัครเดช รัตนจารุศิริ, ชีรณัฐ นาคบรรพ์และสุพัตรา บุรณปัทมะ(2545) ที่มีการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สรุปไว้ว่าพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้บริโภคส่วนใหญ่เพื่อ

รับประทานเองและให้ผู้อื่น แต่ไม่สอดคล้องในด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นไปตาม การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นงานที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อกระบวนการตัดสินใจทางการตลาด (Kotler, 1997 อ้างถึงใน Sara Pérez and Bárbara Martínez , 2008 : 8-9) ลักษณะของผู้ซื้อและ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ มาจากสิ่งเร้าภายนอก ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม บุคคล และจิตใจ ลักษณะเหล่านี้เป็นเรื่องภายในของแต่ละคน ผู้บริโภคจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนและ ความชอบในกระบวนการตัดสินใจที่แตกต่างกัน สิ่งสำคัญคือต้องคำนึงถึงว่ากระบวนการนี้ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ด้วย

5.2.2 ผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มอายุ 21 - 40 ปี มีการรับรู้ คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) และ ด้าน การใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) มากกว่ากลุ่มอายุที่ มากกว่า 40 ปี โดยการตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ รูปแบบการดำรงชีวิต โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน (Kotler, 1997 อ้างถึงใน อัครเดช, ชีรณัฐ และสุพัตรา, 2545: 13)

5.2.3 ผลการศึกษาการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ของ ร้าน Dear IRIN จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมีการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) มากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ พัทธณี มาเสถียร (2564) พัชรานนท์ และ สวรรส (2562) สหรัฐ อ่อนเอี่ยม (2562) และ ชุ่น หนาน ชุน (2559) ที่สรุปว่าการรับรู้การคุณค่าด้านการใช้งานในแง่คุณภาพ ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, ชรรพรรษ์ โรจโชติกุล, และฉวีวรรณ ชูสนุก (2557) ส่วนประการตลาดในมิติด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อ คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ และการศึกษาของ พีรวิชญ์ ชีระกาญจน์ (2561) การรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ โดย คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) ที่ลูกค้ารับรู้ได้อย่างโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ DEAR IRIN คือ ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรูปร่าง หน้าตาลักษณะที่ดี นำรับประทาน และบรรจุ ภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม่ รั่วซึม สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครของ อัครเดช รัตน จารุศิริ, ชีรณัฐ นาคบรรพ์และสุพัตรา บุณย์ปัทมา(2545) ที่สรุปไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มากที่สุดคือ ความสะอาดของตราสินค้า รสชาติอร่อย รูปร่างหน้าตาผลิตภัณฑ์นำรับประทาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร (Managerial Implication)

การแข่งขันของตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยปัจจุบันมีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคในการรับรู้คุณค่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money) และ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะต้องนำมาพิจารณาและให้ความสำคัญ ผลการวิจัยพบว่าด้านการรับรู้คุณค่าทางด้านคุณภาพและทางด้านอารมณ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นทางร้านควรเน้นกลยุทธ์ที่เน้นอิทธิพลที่ช่วยเพิ่มการรับรู้คุณค่าทางคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยทำการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาเน้นไปที่รายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ ให้รู้สึกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN จะช่วยให้รู้สึกดี ผ่อนคลายและมีความสุข ทางร้านควรกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยพยายามให้เน้นการใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพทำให้ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตที่ดี เนื่องจากทัศนคติของผู้บริโภคแต่ละรายมีความแตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถต่อสู้กับสถานะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต จึงควรศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงควรทำการศึกษาและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อยู่เสมอ ควรจะต้องนำมาพิจารณาและให้ความสำคัญ จากการศึกษาการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ ที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ผู้บริหารควรจะเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เพิ่มการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยการปรับและพัฒนาสูตร ตั้งแต่การคัดสรรเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ความแปลกใหม่ของรสชาติ และควรจะมีการศึกษาผลิตภัณฑ์แบรนด์อื่น โดยนำมาเปรียบเทียบ เพื่อพัฒนาให้คุณภาพที่ดีอยู่เสมอ ได้แก่ เนื้อสัมผัสในผลิตภัณฑ์ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม ขนมพายสับปะรดรูปเรือ และขนมลูกก็ตัวนอนไส้สับปะรด ด้านมีรสชาติที่ดี อร่อย ของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม รองลงมาคือการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ เน้นการสื่อสารทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้บริโภคโดยการประชาสัมพันธ์โดยเน้นไปที่การสร้างเนื้อหา (Content) ทางโซเชียลมีเดียที่เป็นช่องทางการสื่อสารของทางร้านในช่องทางต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ ให้รู้สึกดี เพลิดเพลิน และมีความสุข และคุณค่าด้านการเงินที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ การรับรู้คุณค่าด้านอื่น สะท้อนว่า ผู้บริโภคมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไม่คุ้มค่างบเงินที่ต้องเสียไป สิ่งที่สำคัญคือเจ้าของธุรกิจควรพิจารณาว่า หากมุ่งเน้นแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนค่าใช้จ่าย การใช้ต้นทุนให้

เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการทำการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ก็จะไม่สามารถทำกำไรให้กับธุรกิจได้ ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรพิจารณาถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่การตั้งราคาที่เหมาะสมทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าคุ้มค่า สร้างการรับรู้คุณค่าทางการเงินได้อีกด้วย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงแค่การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่การรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคยังมีมิติด้านอื่นๆอีกที่ไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ อีกที่ควรศึกษาพัฒนาควบคู่ไปด้วย เช่น ชื่อแบรนด์ โลโก้ ให้เป็นที่จดจำ การจัดและตกแต่งร้าน การบริหารจัดการภายในร้าน การให้บริการ แผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ ด้วยภาพและสื่อต่างๆ การเล่าเรื่องราวของร้านให้เป็นที่น่าสนใจ เป็นต้น

นอกเหนือไปจากกำไรแล้วก็คือการสร้างมูลค่าในระยะยาว โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด(Stakeholder) และสังคมโดยรวมทั้งหมด เพื่อสร้างมูลค่าธุรกิจในระยะยาว โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้ดังนี้

1. คู่ค้า (Supplier) ทำข้อตกลงกับคู่ค้าในการควบคุมมาตรฐานวัตถุดิบ ให้มีคุณภาพสม่ำเสมอ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของร้าน Dear IRIN มีคุณภาพคงที่ และสินค้าสามารถส่งมอบได้ตามระยะเวลาที่กำหนด มีการส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง

2. พันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) ผู้ให้เช่าสถานที่ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีโดยการจ่ายค่าเช่าตรงเวลา การดูแลสถานที่ให้เช่าหรือหน้าร้านให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยตลอดระยะเวลาสัญญาเช่า

3. ลูกค้า (Customer) มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีกับลูกค้า รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ในการประชาสัมพันธ์ร้าน เพื่อสนับสนุนการซื้อ ใช้สื่อ โปรโมชัน เสนอประโยชน์ที่ทำให้เกิดความคุ้มค่า รวมไปถึงการรับผิดชอบต่อลูกค้าและบริการหลังการขาย ความใส่ใจ กระตือรือร้นในการให้บริการ

4. ผู้บริโภค (Consumer) ผู้ได้รับคุณค่าจากผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สดใหม่ มีความสะอาด คัดเลือกสินค้าให้ตรงกับความต้องการแต่ละกลุ่ม พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีการส่งเสริมการตลาดในช่องทางการขาย ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อกระตุ้นยอดขายและทำให้เกิดการซื้อซ้ำ

5.3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

5.3.2.1 ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป สามารถศึกษาการรับรู้คุณค่าในมิติอื่น ๆ นอกเหนือจากการรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณค่าด้านสังคม (Social Value) คุณค่าทางความรู้ความคิด (Epistemic Value) ความรู้สึกที่บริโภคได้ลองสิ่งแปลกใหม่ เป็นคุณค่าที่

เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แปลกใหม่ ที่อาจสร้างการรับรู้คุณค่าให้กับผู้บริโภคได้

5.3.2.2 ในการทำวิจัยครั้งต่อไป สามารถตั้งสมมติฐานว่าการรับรู้คุณค่าในด้านใดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกับการซื้อหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ร้าน Dear IRIN ซึ่งเป็นประโยชน์ในการกำหนดทิศทางของธุรกิจและสร้างจุดแข็งให้กับแบรนด์ Dear IRIN

5.3.2.3 ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ในการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลาย และข้อมูลที่ลึกมากขึ้น ทำสามารถทำการตลาดเชิงลึก และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้เพียง 267 คนเท่านั้น ซึ่งในขอบเขตการวิจัยที่วางไว้ ขนาดตัวอย่างของการวิจัย กำหนดจาก Rules of Thumb จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยที่วิเคราะห์ Factor Analysis คือ 300 คน (Carmen & Batsy, 2007) ซึ่งมีข้อจำกัดในการวิจัยโดยต้องแจกตัวอย่างในการชิมผลิตภัณฑ์ มีการแจกแบบสอบถามและตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ของผู้วิจัย ที่มีการแจกแบบสอบถามแบบ Face to Face และมีข้อจำกัดเรื่องการกระจายแบบสอบถามที่อาจจะถูกกระจายไปในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่หลากหลาย ข้อจำกัดในการกระจายตัวอย่างในการชิมผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มตัวอย่าง อายุในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่มีระยะเวลาจำกัด รวมไปถึงรูปแบบการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross sectional study) เท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ DEAR IRIN เพื่อนำไปสู่การปรับกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะทำให้ต่อสู้กับภาวะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคตได้ จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค เพราะความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำไปสู่การวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้กับธุรกิจต่อไป

บรรณานุกรม

- กนกอร วิเศษโวหาร. (2564). การรับรู้คุณค่าบรรจุภัณฑ์กระดาษต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุภัณฑ์กระดาษของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2540). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จอมพล เวชการ. (2558). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และด้านคุณภาพที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าไทยคูลิโกะ. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เจตวัฒน์ เกษมไชยานันท์. (2561). การรับรู้คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำแร่บรรจุขวด. (การค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- ณัฐกานต์ ศรีรัตนธรรม. (2557). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสร้างการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระดับพรีเมียมในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- ณัฐนนท์ กลิ่นโสภณ. (2560). การรับรู้คุณค่าและการตั้งใจซื้อของสินค้าระดับบน. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาบริหารการตลาด
- พัชณี มาเสถียร. (2564). การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเสริมอาหารที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- พัชรชานนท์ อธิก้องเกียรติ และ สวรรศ ศรีสุโต. (2562) การรับรู้คุณค่าและทัศนคติของผู้บริโภคด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการตลาด

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พีรวิษณุ ชีระกาญจน์ (2561)อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าและการตระหนักรู้ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำของผลิตภัณฑ์ซีเรียลผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
- มณัชยา อำพันดี. (2565). อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารสดผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- ยุ่น หนาน ชุน. (2559). การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผักและผลไม้สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วสันต์ เกียรติทะนงศักดิ์.(2563). การรับรู้คุณค่าตราสินค้าและการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- สหรัฐ อ่อนเยี่ยม. (2562). การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารที่มีฉลากออร์แกนิกของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- สุชญา อากาภัทร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- อัครเดช รัตนจารุศิริ ชีรณัฐ นาคบรรพ์ และสุพัตรา บุรณปัทมา. (2545). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการมหิดล
- อัมพล ชูสนุก ธรรมพรชัย โรจโชติกุล และฉวีวรรณ ชูสนุก. (2557). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าร้านทอมซิค. วารสารปัญญาวิวัฒน์. ปีที่ 6(ฉบับที่ 1)
- Carmen R., Wilson VanVoorhis and Betsy L. Morgan. (2007). Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3(2), 43-50.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Comrey, A.L., & Lee, H.B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2nd ed). Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum Associated.
- Feng, C.P. (2013). PERVAL in Accessing the Strength of Services Offered by Different Forms of Ownership. *Research Gate*
- J. C. Sweeney & Geoffrey Soutar. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple ItemScale. *Journal of Retailing*, 77, 203-220
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.), New York: McGraw-Hill
- Power, B. & Hubbard, R. (1999). Becoming teacher researchers one moment at a time. *Language Arts*. 77(1), 34-39.
- Raquel Sánchez-Fernández and M. Ángeles Iniesta-Bonillo. (2007). The concept of perceived value: a systematic review of the research. *Research Gate*
- Sara Pérez and Bárbara Martínez. (2008). *Consumer Behaviour*. DiVa portal



ภาคผนวก

ชุดแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา วิชา MGMG697 Thematic Paper I หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง พฤติกรรม ประสิทธิภาพ การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของผู้บริโภคขนมร้าน Dear IRIN เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์ร้าน DEAR IRIN

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับจากแบบสอบถามนั้นจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับซึ่งการนำเสนอข้อมูลจะถูกนำเสนอในรูปแบบของบทสรุปภาพรวมโดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้ ตามความเป็นจริงและครบถ้วนเพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 เลือกตัวอย่างที่ท่านชิม จำนวน 1 ข้อ (ทำครั้งละผลิตภัณฑ์)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อบัณฑิตการรับรู้คุณค่า 21 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ขนม

Dear IRIN ควรพัฒนาด้านใดบ้าง เป็นคำถามปลายเปิด (Open ended response question)

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถาม**ส่วนที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51 -60 ปี

60 ปีขึ้นไป

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 15,000 บาท

15,000 – 25,000 บาท

25,001 – 35,000 บาท

35,001 - 45,000 บาท

45,001 – 55,000 บาท

มากกว่า 55,001 บาทขึ้นไป

4. อาชีพ

นักศึกษา

ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

อาชีพอิสระ

อื่นๆ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่

5. ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อบริโภคเองหรือเป็นของฝาก

บริโภคเอง

ซื้อเป็นของฝาก

6. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของท่าน

น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์

2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

4-5 ครั้งต่อสัปดาห์

มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

อื่นๆ

7. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากช่องทางใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน้าร้าน

Food เดลิเวอรี่แพลตฟอร์ม

E-Market Place (Shopee, Lazada, TikTok, Line Shopping)

สั่งกับร้านผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Line , IG, FB

ส่วนที่ 3 อธิบายผลิตภัณฑ์ท่านชม

ผลิตภัณฑ์	ขนมเปียะฝอยทอง ไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
อธิบายผลิตภัณฑ์ (เช่น รสชาติ เป็น ต้น)				

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้คุณค่า

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แบบสอบถาม	ระดับความเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
การรับรู้คุณค่าด้านคุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Values) ในแง่คุณค่าด้านคุณภาพ (Performance/Quality)					
1. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีคุณภาพสม่ำเสมอ					
2. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคถูกผลิตมาอย่างดี					
3. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรสชาติที่ดี อร่อย					
4. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีรูปร่าง หน้าตา ลักษณะที่ดี น่ารับประทาน					
5. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริโภคมีเนื้อสัมผัสที่ดี					

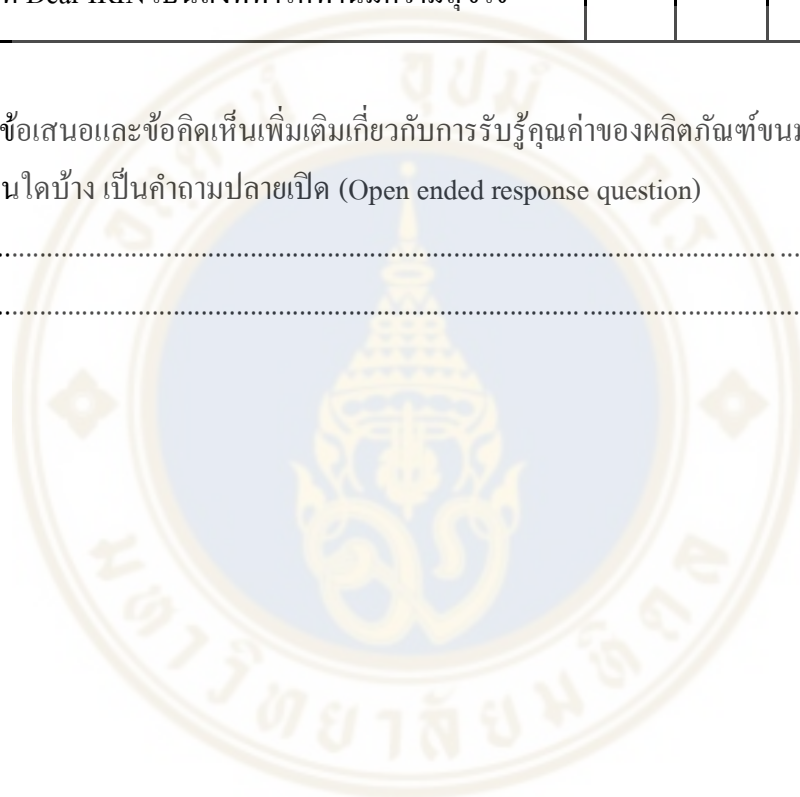
6. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีกลิ่นที่ดี					
7. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพที่ดี					
8. ด้านผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคผลิตด้วยความเชี่ยวชาญ					
9. ท่านมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
10. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เช่น สะอาด แข็งแรง มิดชิด ไม่รั่วซึม					
11. ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ Dear IRIN รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ท่านบริ โภคมีคุณภาพ					
ความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) ในแง่คุณค่าด้านการเงิน (Value of Money)					
12. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีราคาสมเหตุสมผล					
13. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคมีความคุ้มค่าคุ้มราคา					
14. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ที่ท่านบริ โภคเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีเหมาะสมราคา					
15. ราคาเป็นอุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ Dear IRIN					
16. ผลิตภัณฑ์ได้เสนอคุณค่าที่ดีสมกับราคา					
17. ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น					
ความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)					
18. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินขณะที่ได้บริ โภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN					

19. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภค					
20. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย					
21. การบริโภคผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกดี					
22. ผลิตภัณฑ์ Dear IRIN เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านมีความสุขใจ					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ขนม Dear IRIN ควรพัฒนาในด้านใดบ้าง เป็นคำถามปลายเปิด (Open ended response question)

.....

.....



ตารางความคิดเห็นเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับปะรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด
1	อร่อย หวานกำลังดี รสชาติกลมกล่อม มีกลิ่นหอมอ่อนๆ	เนื้อแป้งนุ่มกำลังดี รสชาติอ่อนๆไม่หวานมาก	ไส้สับปะรดอร่อย แต่แป้งค่อนข้างแข็ง	แป้งรสชาติดี ไส้อร่อย รสชาติลงตัว
2	ไส้ฝอยทองกับไข่เค็มเข้ากันได้ดี หอมอบควันเทียน แป้งบางกำลังดี	มีกลิ่นอบควันเทียน แป้งบางกำลังดี ไส้ถั่วเหลืองหวานกำลังดี ขนาดพอดีคำ	แป้งกรอบกำลังดี ไส้ไม่หวานหรือเปรี้ยวเกินไป	แป้งนุ่มดี ไม่ร่วนเกิน ไส้หวานกำลังดี เปรี้ยวหวานลงตัว
3	รสชาติหวานกำลังดี เนื้อสัมผัสแป้งนุ่มพอดี สีสวยดี แต่ขนาดขึ้นต่อราคาเล็กไปนิด	รสชาติหวานกำลังดี เนื้อแป้งหวานกำลังดี และนุ่มกำลังพอดี แต่ขึ้นอาจจะเล็กไปหน่อย เนื้อกึ่งนึ่งหวานกำลังดี	เนื้อแป้งเนื้อหนากำลังพอดี ไส้หวานกำลังพอดี รสชาติดี ราคาต่อชิ้นแพงไปหน่อย เมื่อเทียบกับขนาด และผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันที่อยู่ในท้องตลาด	เนื้อแป้งหวานกำลังพอดี ไม่แข็งจนเกินไป นึ่งกำลังพอดี ไส้หวานกำลังดีแต่น้อยไปหน่อย
4	มีกลิ่นหอมของไข่เค็มและฝอยทอง ได้รสของไข่เค็มและฝอยทอง ขนาดพอดีคำ	มีกลิ่นอบควันเทียน ไข่เค็มที่เป็นไส้หน่อยไป แป้งบางกำลังดี ไส้ถั่วเหลืองนึ่ง อร่อยกำลังดี ขนาดพอดีคำ	กลิ่นหอมสับปะรด แป้งพายบางกรอบกำลังดี เนื้อสับปะรดเปรี้ยวหวาน กำลังดี ขนาดพอดีคำ	มีกลิ่นหอมของคุกกี้ แป้งนึ่งกำลังดี ไส้สับปะรดเปรี้ยวหวานกำลังดี ขนาดพอดีคำ
5	รสชาติจืด ขนมแข็งเกินไป	รสชาติดี	จืดมากๆ	ไม่อร่อย รสชาติจืด ไม่นุ่ม

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับปะรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด
6	หวานน้อย กลิ่นไข่เค็มชัดเจนดี	รสชาติหวานน้อย กลิ่นถั่วชัดเจน	กลิ่นสับปะรดชัดเจน ได้รสชาติความหวานของสับปะรด แป้งดี ความหวานไม่มาก	แป้งดี รสชาติหวานน้อย ใสหวานน้อยดี
7	หอม ใสหวานไม่มาก รสชาติอร่อย	แป้งหอมควั่นเทียน หวานกำลังดี ใสเหนียวไปนิด	ตัวแป้งหอมเนย แต่แข็ง ใสหวานไม่มาก	หวานน้อย หอมเนยสับปะรดอร่อย
8	หอมอร่อย ไม่หวานจัด	นุ่มเนียน (เนื้อแข็ง) ใสกลมกล่อม ไม่หวาน อร่อย หอมละมุน	แป้งแข็ง เดี่ยวแล้ว รู้สึกไม่นุ่มเนียน ถ้านุ่มกว่านี้จะดี	ใสน้อยไป จุดเด่นควรเป็นไส้ขนม แป้งควรบางกว่านี้ เหมือนว่าแป้งหวานกว่าใส
9	หวานพอดี แป้งแข็ง	ได้รสชาติของถั่ว น้อยมาก	รสชาติดกลมกล่อม	แป้งรสชาติดี แต่ใสน้อยไป
10	ไม่หวานมาก รสชาติหอมพอดี	ไม่หวานมาก ถั่วไข่เค็มไม่ค่อยหอม	ราคาสูงไปหน่อย รสชาติยังไม่โดดเด่น	รสชาติจัด ไม่ค่อยหอม แป้งเหนียวติดคอ
11	หวานกำลังดี แต่อบแห้งไปนิดนึง จึงทำให้แป้งแข็ง	แป้งกับไส้และไปหน่อย หรืออมน้ำมัน ตัวแป้งกับไส้รวมกันไปหน่อย	อร่อย	หวานกำลังดี
12	หอมมาก รสชาติอร่อย ไม่หวานมากจนเกินไป	นุ่มมาก หวานกำลังดี	แป้งกรอบดี เนื้อสับปะรดหวานก็เหนียวนุ่ม	อร่อย แป้งนุ่ม

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
13	อร่อยมาก ไข่ฝอยทองหอม ควันเทียน	กลมกล่อม ไข่ถั่ว และไข่เค็ม เข้ากัน ได้ลงตัว	หวานมันและหอม ไข่สับประดมาก	ตัวแป้งมีความ ละมุน หวานๆ เค็มๆ อร่อยเลย
14	ใสนุ่ม รสชาติกลมกล่อม	นุ่มนวล ควันเทียน หอม	แป้งพายหอมอร่อย รสชาติดีมาก	รสสัมผัสดี นุ่มนวล
15	รูปร่างสวยงาม หอมกลิ่น ควันเทียนและฝอยทอง ฝอยทองกรอบๆ ไม่นุ่ม สีน้ำตาล สวยงาม พอดีคำ	พอดีคำ หอมควัน เทียน(กลิ่น) นุ่ม เนื้อสัมผัส สีน้ำตาล ไม่ควาไข่	รูปร่างน่าทาน แป้ง ไม่แข็งเกินไป สับประดมีเนื้อ สัมผัสที่แข็ง บางส่วน ไม่ค่อย หอมสับประदनม เนย ไม่หวาน	รูปร่างทั่วไปตาม ตลาด แป้งนุ่ม ละลาย สับประดมี แข็ง เนื้อหยาบบาง จุด ไม่หวานมาก หอมนมเนย
16	รูปร่างหน้าตาขนมดู น่าสนใจ แต่ยังไม่เห็น ฝอยทองชัดเจนนัก หวาน กำลังดี แต่ค่อนข้างฝืดคอ หอมดี	หวานกำลังดี แต่ รสชาติซับซ้อน มี ความหวานปนไข่ เค็ม ไม่แน่ใจว่า ชอบหรือไม่	รูปลักษณะสวยงาม รสชาติอร่อยตาม มาตรฐาน คุ่มค่า	ค่อนข้างฝืดคอ
17	อร่อยรู้สึกฝอยทองเต็มคำ	ไม่ค่อยรู้สึกถึงไข่ เค็ม	รู้สึกแป้งเยอะใน ช่วงแรกที่ทาน	อร่อย แป้งและไข่ พอดีกัน
18	หวานน้อย กินง่าย ไม่ค่อย ได้รสไข่เค็ม ไข่เยอะดีค่ะ	หวานน้อย หนึบ มี กลิ่นควันเทียน รส ไข่เค็มนวลๆ	ไข่สับประดกลม กลม มีtexture ดี เวลาเคี้ยวแป้ง กิน ง่ายกว่าพาย สับประดทั่วไป	กินง่ายแต่รส สับประดค่อนข้าง อ่อนมาก โดยรวม อร่อยแต่ไม่ค่อย รู้สึกว่กลิ่น สับประดอยู่ค่ะ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่างรี	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
19	แป้งนุ่ม ฝอยทองหอม แต่อยากให้เค็มขึ้นอีกหน่อย ยังไม่ค่อยรู้สึกถึงความเค็มของไข่	นุ่มหนึบ อยากให้เค็มอ่อนๆเพิ่มอีกนิด	หน้าตาสวยงาม ส่วนตัวชอบ สับประดเปรี้ยวกว่านี้อีกหน่อย แป้งกรอบดี	แป้งนุ่มดี อยากให้มีไส้มากกว่านี้อีกนิด ไส้เปรี้ยวขึ้นอีกละมุนดี กินได้เรื่อยๆ
20	ตัวแป้งด้านนอกแข็งนิดนึง แต่รสชาติโอเคเนื้อฝอยทองหวานกำลังดีเนื้อฝอยทองเยอะ รูปลักษณ์ขนมหน้าตาน่ารักสวยงาม กล่องควรเป็นแบบใสให้เห็นหน้าตาขนม	มีความนุ่มขึ้นพอดี คำ ตัวเนื้อขนมถั่วภายในรสชาติกลมกล่อม หวานกำลังดี มีแป้งดี	รูปลักษณ์ สวยแต่เนื้อแป้งแข็งไปนิดนึง ปรับให้แป้งบางลงรสชาติ สับประดเพิ่มเปรี้ยวนิดนึง	ตัวสับประदन้อยไปหน่อยแต่ความหวานกำลังดีอยากให้มีเปรี้ยวนิดนึงเนื้อของคุกกี้ดี รู้สึกนุ่มไปนิด ก่อนข้างจะนั่งพอกัดแล้วมันแตกร่วนง่ายไปหน่อย
21	คำแรกรู้สึกคอแห้ง แต่หวานกำลังดีของอร่อย ติดฟันค่อนข้างกินลำบาก	หวานไปนิด โดยส่วนตัวคิดว่ากินได้ 2 ชิ้น ไม่ติดฟัน	หอมหวานกำลังดี ส่วนตัวชอบมากที่สุด แอบติดฟัน	ไม่ค่อยมีรสชาติ ส่วนตัวชอบน้อยที่สุด ติดฟัน
22	กลิ่นหอมเนื้อสัมผัสดีไม่ติดคอ หวานกำลังดีหน้าตาน่ารับประทานสวยงาม	กลิ่นหอมมาก กลิ่นชัด เนื้อนุ่มดีมาก ไม่ติดคอหวานกำลังดี	กลิ่นสับประदन้อยไปหน่อย เนื้อสัมผัสดีไม่ติดคอ และไม่แข็งบาดคอ หน้าตาน่ารับประทาน	เนื้อร่วนไปหน่อย หวานกำลังดี ได้รส สับประดชัดเจน แป้งนุ่มไม่ติดค้ะ ขนาดกำลังดี ไม่ค่อยมีกลิ่น

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
23	ไม่หวานเกินไปแป้งนุ่มไม่ เหนียว	แป้งนุ่มดีมากไม่ติด คอ หวานเกินไป กลิ่นหอมดีมากน่า รับประทาน	เนื้อสัมผัสดีมากนุ่ม ส่วนที่กรอบก็ กรอบกำลังดีไม่ แข็ง กลิ่นน้อยมาก	ค่อนข้างหวาน แป้ง ไม่ติดคอแต่อยาก ให้แป้งนุ่มเหนียว หนึบมากกว่านี้
24	รสชาติออกหวานแต่อร่อย เนื้อแป้งนุ่มกำลังดี	รสชาติอร่อยตาม มาตรฐานร้าน ทั่วไปจะมีกลิ่นถั่ว เด่นออก	รสชาติหวานหอม กำลังดีโดยรวม โอเคเนื้อแป้งนุ่ม	รสชาติหวานกำลัง ดีเนื้อสัมผัสนุ่ม
25	ตัวเนื้อแป้งรู้สึกแข็งเกินไป รสชาติฝอยทองอร่อยหวาน กำลังดี	อันนี้ขนมอร่อยไม่ มีที่ติ	ตัวแป้งแข็งเกินไป อยากให้นุ่มกว่านี้ ใส่เยาะอร่อย	ใส่น้อยไปหน่อย รสชาติจืด
26	แป้งหนาเกินไป ได้แต่ รสชาติของแป้ง รสชาติของ ไส้เลยอ่อน กลิ่นหอม	แป้งบาง ใส่อั่วกลบ ไส้ไข่เค็ม ทาน หลายชิ้นน่าจะ เลี่ยน	แป้งกรอบพอดี ใส ลับประดไม่หวาน เกินไป	รสชาติตัวแป้ง ใส อ่อน ตัวแป้งทั้ง สัมผัสในปาก กลิ่น หอมอ่อนๆ
27	กลิ่น หอมควั่นเทียน รสชาติ หวานกำลังดี แต่ไม่ค่อยรู้สึก ถึงไข่เค็ม	รูปลักษณะ สวยงาม (สี,รูปทรง) มีน้ำมัน เยิ้มตามจุดเล็กน้อย กลิ่น ไม่ค่อยมีกลิ่น หอม รสชาติ หวาน กำลังดี อร่อย	รูปลักษณะ สวยงาม กลิ่น หอมเนยมาก รสชาติ หวานกำลัง ดี แป้งร่อนกรอบ ไม่เลี่ยน อร่อย	รูปลักษณะ สีอ่อน กว่าที่เคยทาน กลิ่น หอมแบบขนม กลิ่นขนมไม่ค่อนข้าง ได้กลิ่นเนย รสชาติ ปานกลาง ใส ค่อนข้างน้อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่าง	คู่ก็ตัวหนอนไส้
28	หอมควันเทียน รู้สึกถึงไข่เค็มและฝอยทองน้อย เพราะกลิ่นควันเทียนกลุ่มแต่ได้ texture ฝอยทอง	กลิ่นควันเทียนอ่อนๆ เบียงบางไส้เยอะดี ได้อารมณ์ถ้าไข่เค็มเค็มกว่านี้ อีกนิดจะดี ชื่นเล็กไป	รสชาติใสน้อยไป ไม่แข็งดี รับประทานง่าย	เนื้อแป้งฟูไป ใสน้อยไป ตัวแป้งควรหวานกว่านี้ หวานน้อย สับประรดหวานไปควรหอมเปรี้ยวกว่านี้
29	รสชาติหอมคละคลุ้งในปาก รสฝอยทองกลบรสไข่เค็ม รสชาติไม่หวานเกินไป	รสชาติไม่หวานเกินไป ไม่ค่อยได้รสและกลิ่นไข่เค็ม	รูปลักษณะผลิตภัณฑ์สวยงาม น่าทาน รสชาติไม่หวานเกินไป	รสชาติไม่หวานเกินไป ทานเพลินมากๆ
30	รสชาติดี หวานพอดี หอม	เบียงบาง ใสน่แน่น หอมอร่อย หวานพอดี	หวานพอดีคำ รสชาติดี	อร่อยมาก ชื่นพอดี คำ มีกลิ่นหอม เหมาะมากกับการเป็นของฝาก
31	รสชาติดี ไม่หวานเกินไป เบียงไม่เยอะ หน้าตาขนมดูดี แยกช่องต่อชั้นทำให้รู้สึกสะอาด แบ่งทานได้	รู้สึกว่ถั่วเยอะ อยากให้มีไข่เค็มเพิ่มอีกแต่ไม่หวานเกินไป	เบียงมีความละมุน นุ่ม ไม่หวานเกินไป ใสน่เยอะ อร่อย	เบียงมีความละมุน นุ่ม เบียงหนาเกินไป อยากให้เพิ่มใสน่สับประรด
32	อร่อยไม่หวานเกินไป ให้ใสน่ จุกๆ มีความนัวหอมมัน	รสชาติกลมกล่อม ไม่หวานแหลม มีความมันของไข่เค็มที่ตัดกับความหวานของถั่วและเบียงเข้ากันมากๆ	รสชาติกลมกล่อม ให้ใสน่เยอะ ต้องมีความละมุนเหมาะกับคนที่ชอบใสน่ สับประรดมากๆ	มีรสชาติที่ไม่หวานเกินไปมีความกลมกล่อม และเนื้อสัมผัสที่นุ่มลิ้น

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่างรี	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
33	อร่อยไม่หวานมากเกินไป	อร่อยไม่หวานเกินไป	อร่อยไม่หวานเกินไป	อร่อยไม่หวานเกินไป
34	อร่อยเลยคะ หวานกำลังดี ฝอยทองที่ทำให้ละเอียดมาแล้วคือชอบมาก ถ้าอุ่นก่อนทานจะดีมากคะ	หอมควันเทียน รสชาติหวานกำลังดี ส่วนตัวชอบแบบนี้คะ หวานน้อยดี แต่ถ้าหวานกว่านี้ อีกนิตจะกลมกล่อมมากขึ้นคะ	เข้าที่ชินมาจุดเด่นของแบรนด์คือ หวานน้อยกำลังดี พายรูปรีแฉียง อร่อยไส้สับประรด หอมชอบคะ	อันนี้แฉียงหนาไป หน้อยคะอาจจะต้องเพิ่มไส้ แฉียงทำให้กลิ่นของไส้หายไประสชาติแฉียงหวานไปคะ
35	กลิ่นหอมฝอยทองไข่เค็ม รสชาติกลมกล่อมอร่อย เนื้อสัมผัสแฉียงน้อยรู้สึกได้ถึงไส้ชัดเจนว่ากำลังทานอะไรอยู่	กลิ่นหอมละมุน รสชาติหวานน้อย อร่อยเหมาะกับคนไม่ทานหวานจะตอบใจท้ย เนื้อสัมผัสค่อนข้างหนา ทำให้รู้สึกถึงถั่วน้อย	กลิ่นหอมละมุน รสชาติกลมกล่อม อร่อยกำลังดี เนื้อสัมผัสแฉียงน้อย กำลังดีทานสนุก อร่อย	กลิ่นหอม รสชาติหวานน้อยอร่อย เหมาะกับคนไม่ทานหวาน เนื้อสัมผัสไปค่อนข้างหนายังไม่รู้สึกรถึงไส้
36	แกะซองได้กลิ่นหอมของฝอยทองชัด เปลือกด้านนอกไม่หนาแต่ก็ไม่บางจนเกินไป รสชาติฝอยทองไม่หวานมากทานเพลินๆ	เปลือกบางนึ่ง หอม รสชาติเพราะไม่หวาน ไม่แฉียงเกินไป ไม่ติดฟัน	รสชาติของไส้ สับประรดไม่หวานมาก ขนมไม่แฉียงจนเกินไปขนาดพอดี ไม่เล็กไม่ใหญ่เกินไป ทำให้ไม่หกเลอะเทอะเวลาทาน	เนื้อสัมผัสนุ่ม ไม่แฉียงกระด้าง แต่รสสัมผัส รสชาติของสับประรดไม่ชัดเท่าไรร รสชาติขนมชัดเจน

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรี่	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
37	รสชาติอร่อย กลมกล่อม มีความหอมของแป้ง มีความหวานน้อยจากไส้ โดยรสชาติหวานส่วนมากมาจากฝอยทอง	กลิ่นแป้งมีความจุน รสชาติถั่วกลบ รสชาติไข่เค็ม แต่แป้งมีความนุ่มกำลังพอดี	รูปลักษณะสวยงามมาก เห็นไปถึงกระบวนการทำที่มีความพิถีพิถันกัน รสชาติมีความเฟรชจากสับประดอโรย	มีความนุ่มละมุน ไม่มีกลิ่นจุนของแป้ง ความเปรี้ยวของสับประดมีความอร่อย
38	ขนาดกำลังดี ไม่ค่อยหวาน แป้งยังไม่พอดี เหมือนมันด้านๆ รสชาติแปลกๆ ไม่กลมกล่อม	เนื้อไส้เนียนละเอียด รสชาติหวานน้อยไปนิด	ขนาดกำลังดี ไส้อร่อย แป้งแตก แต่มีความหอมแบบนัวๆ	ไส้อร่อยรสชาติสับประดกำลังดี เปรี้ยวอมหวาน แต่แป้งแตกง่าย มันร่วนเกินไป ไม่จับตัว
39	กลิ่นดี หอม ส่วนตัวชอบค่ะ ไม่หวานมาก	ตัวนี้แป้งนุ่มดี โอเคกว่าตัวอื่นๆ ไส้ไม่หวานมาก OK	แป้งยังไม่อร่อย แป้งร่วนและไม่ละมุน ไส้หวานเปรี้ยวโดด รวมกันแล้วยังไม่โอเค	แป้งยังไม่อร่อย แป้งร่วนและไม่ละมุน ไส้หวานเปรี้ยวโดด รวมกันแล้วยังไม่โอเค
40	แป้งค่อนข้างแข็ง ฝอยทอง+ไข่เค็ม ไม่เข้ากันที่ควร รสชาติต้องปรับปรุง รูปลักษณะสวยงาม	แป้ง ไส้เข้ากันดี รสชาติค่อนข้างดีค่ะ	แป้งไม่ร่วนเหมือนพายทั่วไป แต่ทานพร้อมกับไส้รสชาติดีค่ะ	ตัวแป้งมีความร่วนไม่หวานเกินไป ไส้น้อยไปหน่อย และมีความหวาน น่าจะเพิ่มไส้อีกสักหน่อย
41	รสชาติปานกลาง ราคาค่อนข้างแพง คุณภาพปานกลาง	รสชาติปานกลาง ราคาค่อนข้างแพง คุณภาพปานกลาง	รสชาติปานกลาง ราคาค่อนข้างแพง คุณภาพปานกลาง	รสชาติทั่วไป ราคาค่อนข้างแพง คุณภาพต่ำ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
42	รสชาติแข็งเป็นเปลือกขนมแห้ง กระด้างไม่อร่อย ไข่อร่อยไม่หวาน ถ้าแข็งไม่กระด้างกรอบแล้วเป็นชั้นจะอร่อยกว่านี้ ขนมมีกลิ่นควันเทียนหอมดี	ตัวแข็งที่เป็นเปลือกห่อขนมนุ่มอร่อย ไข่ธรรมดา ก่อนข้างไม่อร่อย	ตัวแข็งที่เป็นเปลือกห่อขนมนุ่มอร่อย ไข่ธรรมดา ก่อนข้างไม่อร่อย	แข็งที่เป็นเปลือกขนมนุ่มดีแต่ธรรมดา ไข่ธรรมดากลางๆ
43	- แข็งบางดี แต่ออกแข็งนิดๆ - หอมควันเทียน - ไข่ฝอยทองไม่หวานเกินไป หวานกำลัง อร่อยดี - ราคาต่อชิ้น 18 บาทกว่าแพงมากๆ	- หอมแบบที่เคยซื้อกินทั่วไป ไม่โดดเด่น - ขนมไม่หวานจัด - ราคาต่อชิ้น 14 บาท ก็ Over price	- หอมแบบที่เคยซื้อกินทั่วไป ไม่โดดเด่น - ขนมไม่หวานจัด - ราคาต่อชิ้น 14 บาท ก็ Over price	- แข็งหนา ใสน้อยไป - ขนมเนื้อแข็ง ฟุติ - ภาพรวมนุ่มปาก - ราคาค่อนข้างสูง
44	แข็ง แข็งไป ความหวานดี รสชาติอ่อน	รสชาติอ่อน	รสชาติอ่อน	ใสน้อยไป รสชาติดี
45	ไม่หวาน แข็งไม่นิ่ม	รสชาติอร่อย กลมกล่อม	รสชาติอร่อย กลมกล่อม	เหนียวไป ไว้โอเคแล้ว อร่อยมาก
46	หน้าตาสวยงาม น่าทาน ชื่นพอดีคำ กลิ่นหอมหวาน เค็มกำลังดี แต่ไข่ชุ่มน้ำ	ไข่ไข่เค็มดี แข็งนิ่มกำลังดี แต่ไม่หอมเท่าชิ้นแรก	กลิ่นหอมน่าทาน รูปร่างสวยงาม แข็งกำลังดี ไข่อร่อยไม่หวานมาก มีรสชาติดี	มีกลิ่นหอมเล็กน้อย แข็งและใสน้อย สมดุลกัน ใสน้อยไป แข็งร่วนไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดुरुป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับประด
47	หวานกำลังดี เนื้อของแป้ง ขนมเปียะถั่วนุ่มขึ้นอีกนิดจะ ทำให้เคี้ยวง่ายขึ้นกว่านี้	เนื้อนุ่ม รสชาติ หวานกำลังดี ไข่ไข่ เค็มไม่รู้สึกรู้สึกว่ากินไข่ เค็ม รากกับขนาด ขึ้นแพงไป	เนื้อแข็งไป รสชาติ สับประดุนิ่มไปนิด (เหลวไปนิด) ต้อง เคี้ยวให้มัดตัวอีก นิด รากรู้สึกแพง ไป	เนื้อแป้งเยอะกั๊ดคำ แรกรู้สึกเจอแต่แป้ง รสชาติสับประด เปรี้ยวไป เนื้อ สับประดเหลวไป ความรู้สึกเหมือน กินแป้ง ไข่ที่ใส่ น้อยไป รากถือว่า ยังแพง
48	เนื้อขนมพอใช้ได้ เพิ่ม ฝอยทองรสชาติอ่อนไปนิด ควรใส่ฝอยทองเพิ่มเพื่อให้ รสเข้มข้น	เนื้อขนมควร เข้มข้นกว่านี้ไม่ ค่อยหอม เคยกาน ยี่ห้ออื่นเนื้อขนม หอมกว่านี้	เนื้อพายok แต่เนื้อ สับประดรสชาติ อ่อนไป	คุกกี้ok ไข่สับประด รสชาติอ่อนไป
49	รสชาติกำลังดีไม่หวานมาก เนื้อแป้งแข็งจืด	รสชาติอร่อย ไข่ถั่ว ไข่เค็มน้อยไป	ไข่สับประดรสชาติ ไม่ค่อยกลมกล่อม	เนื้อแป้งและไข่ สับประดแข็งไป ,ไม่ค่อยกลมกล่อม
50	กรอบนุ่มฝอยทอง,หวาน กำลังดี,ละลายง่ายเคี้ยวไม่ ฝืด,รสชาติอร่อย,พอดีคำไม่ ใหญ่	นุ่มนวลกลมกล่อม ,มีกลิ่นหอม,รสชาติ อร่อย,หวานกำลังดี, พอดีคำไม่ใหญ่	กรอบนุ่มหอม,สับ ประดหวานกำลัง ดี,พอดีคำไม่ใหญ่, รสชาติอร่อย	กรอบ,นุ่ม,หอม, หวานกำลังดี,พอดี คำไม่ใหญ่,รสชาติ อร่อย,เคี้ยวมีเกร็ด กรอบ
51	กลิ่นวนิลาแรงเกินไป	อร่อยกว่าอันแรก กลิ่นหอมพอดี	อร่อยดี	อร่อยมาก อันดับ1 นุ่มนวล นุ่มลิ้น

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
52	ความหวานกำลังดี,ฝอยทอง มีหวานหอม(กำลังดี),แป้ง แข็งไปนิดคะ	ความหวานกำลัง ดี,แป้งนุ่มกำลังดี	ความหวานกำลัง ดี,แป้งไม่นุ่มไม่ แข็งกำลังดี	ความหวานกำลัง ดี,แป้งนุ่มกำลัง ดี,ไส้ลับประดน้อย ไปนิดทำให้ได้กลิ่น แป้งกลบกลิ่น ลับประด
53	แป้งหนาแข็งเล็กน้อย, รสชาติหวานกำลังดี,อร่อย	นุ่มหวานกำลัง ดี,อร่อย,ไข่เค็มจืด ไปนิด	ทานรวมๆอร่อย	อร่อยดี ไส้สั้น
54	แป้งรอบนอกเป็นขนมเปียะ ให้ความรู้สึกแข็งกระด้างให้ ความรู้สึกได้มีส่วนน้อย ไป ถ้าแป้งรอบนอกเป็น แบบขนมโมจิจะให้ความ ความรู้สึกนุ่มนวล เนื้อ เดียวกัน เพิ่มรสชาติในแป้ง ได้ยังไม่รู้สึกอยากทาน เพิ่มเติม	เหมือนขนมเปียะ ฝอยทองไข่เค็ม	ไส้ลับประดชู รสชาติเปรี้ยวหวาน ให้ออยากทานเพิ่ม	แป้งรอบนอกมี ลักษณะเป็นผง กรอบไส้มีรสชาติที่ ดีแต่ยังไม่โดดเด่น
55	แป้งบางกรอบขนาดพอดีคำ ทำให้ทานง่ายหอมควัน เทียน หวานกำลังดี ยังไม่ รู้สึกถึงรสชาติของไข่เค็ม	แป้งนุ่มขึ้นเล็กพอดี คำหวานมันกำลังดี หอมกลิ่นควันเทียน	แป้งกรอบหอมเนย ไส้หวานอม เปรี้ยวทานแล้วไม่ เฟื่อนคอ	แป้งนุ่มหอมเนย หวานไปหน่อย
56	หอมควันเทียนแป้งบาง หวานกำลังดีขึ้นพอดีคำ	หอมเทียนควัน แป้งนุ่ม รสชาติดี	หอมเนยไส้หวาน อมเปรี้ยวรสชาติok	แป้งนุ่มหอมเนยไส้ น้อยไปหน่อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่าง	ผู้กั้ตัวหนอนไส้สับประด
57	โดยรวมokแต่อยากให้แป้งมีความละมุนเพิ่มอีกสักนิดนึงจะดีมากถ้ามีกลิ่นอารมณณ์นมเนยอีกนิดจะดี,ฝอยทองok	โดยรวมok อยากให้แป้งมีความนุ่มละมุนเพิ่มอีกเช่นกันถ้ามีกลิ่นนมเนยอีกนิดจะดีได้ok	โดยรวมอร่อย ไม่หวานมาก อยากให้แป้งมีความนุ่มละมุนหรือไม่ก็เป็นที่รสสัมผัสคล้ายพายจะดีมากเช่นกันถ้ามีกลิ่นนมเนยอีกนิดจะดีมาก	หวานไปหน่อย แป้งดู่วนไปนิด เหมือนตัวอื่น ถ้าเพิ่มกลิ่นนมเนยอีกจะดีมาก
58	รสชาติอร่อยไม่หวานมาก หอมกลิ่นควันเทียนแต่ไม่ค่อยได้รสไข่เค็ม	รสชาติอร่อย ขึ้นเล็กไปหน่อยไม่ค่อยได้กลิ่นควันเทียนและไข่เค็มได้ไข่เค็มค่อนข้างเล็ก	รสชาติอร่อย ได้สับประดโอเคไม่หวานมากแป้งบางไปนิด	รสชาติโอเคมาหวานมากได้กลิ่นได้สับประดและได้รับรสสับประดได้กลิ่นเนยชัดกว่าพายสับประด
59	กลิ่นหอมนำทาน,เนื้อแป้งด้านนอกควรนุ่มกว่านี้, เนื่องจากฝอยทองแน่นมากจึงทำให้รู้สึกหวานมากไปเวลาทานทั้งคำ,รสชาติฝอยทองกลบไข่เค็ม	แป้งด้านนอกหนา นุ่มกำลังดี,รู้สึกว่าได้ถั่วเยอะไปหน่อย แต่ถั่วนุ่มอร่อย, ไข่แดงเค็มควรขึ้นใหญ่ขึ้นอีก 20-30%,เนื่องจากได้ถั่วเยอะคิดว่ารสถั่วกลบไข่เค็มไปนิด	กลิ่นแป้งหอมนำทาน,กลิ่นสับประดไม่แรงเกิน, สับประดหอมหวานกำลังดีทานแล้วไม่ถึงกับแสบคอ,แป้งมีรสชาติและกรอบกำลังดี	กลิ่นแป้งหอมนำทาน,รู้สึกหวานไปค้ะ,แป้งนุ่มกำลังดี, สับประดรสชาติดีค้ะ
60	ขนาดพอดีคำ,ความหวานในระดับพอดี,ไม่ได้รสไข่เค็ม	ขนาดพอดีคำ,หวาน,หอมพอดี,ไข่เค็มน้อย	ขนาดพอดีคำหวานพอดี	เนื้อแป้งร่วนได้สับประดมีความเปรี้ยวเกินไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรี่	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
61	หวานน้อย,มีกลิ่นอบควันเทียน,ไม่ค่อยได้รสชาติไข่เค็ม	ได้กลิ่นอบควันเทียน,หวานน้อย	แป้งรสชาติดี, สับประดอรรอยไม่หวานเกินไปอมเปรี้ยวนิดๆ	แป้งร่วนอรรอย, สับประดเปรี้ยวนิดๆ
62	ความหวานกำลังดีกลิ่นหอมดีแป้งแข็งไปนิดไม่เจอรสชาติไข่เค็ม	ความหวานกำลังดีกลิ่นไม่หอมเท่าฝอยทองของไข่เค็ม รสชาติของถั่วกลบรสถั่วของไข่เค็ม	รสชาติดีเวลาทานตรงที่सानหกอาจทำให้ลำบากเวลาทาน,ชิ้นใหญ่ไปเวลาทานลำบากนิดหน่อย	แป้งร่วนไม่ค่อยหอมเนยเท่าไรรสชาติไส้ดี
63	แป้งไม่แห้งมีกลิ่นหอมไส้ไม่หวานมากกำลังดี	แป้งดีไม่แห้งไส้ไม่หวานมากไส้เยอะมีกลิ่นหอม	แป้งดีไส้สับประดดีไม่หวานไม่เปรี้ยวแต่ไส้ให้น้อยไปหน่อย	แป้งไม่ดีเท่าตัวก่อนหน้านี้ แต่ไส้รู้สึกอรรอยกว่า
64	รสชาติดีขนาดพอเหมาะไม่หวานเกินไป	ขนาดพอดีรสชาติไม่แรงยังไม่ได้รสของไข่เค็ม	ขนาดดีรสชาติดีรสสับประดกำลังเหมาะ	ขนาดดีรสชาติดีรสสับประดกำลังดี
65	รสชาติไม่หวานเพิ่มหวานอีกนิดนึง,รูปทรงไซส์พอดีคำแป้งไม่ค่อยกรอบ	แป้งนุ่ม ไส้หนึบกำลังดี,รสชาติหวานน้อยไปนิด,รูปทรงไซส์พอดีคำ	ไส้หวานกำลังดีแป้งนิ่มไปนิดนึงถ้ากรอบกว่านี้จะกำลังดีมากรูปทรงไซส์กำลังดีพอดีคำ	ไส้ไม่ค่อยหวานและน้อยไปนิดนึงแป้งร่วนไปนิดนึงรูปทรงไซส์กำลังดีพอดีคำ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่าง	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
66	หอมอร่อย, ไข่มีความแข็ง ฝอยทองไม่นุ่ม	แป้งนุ่มๆชอบๆ, ไข่ถั่วไม่ค่อยหวาน, เพิ่มหวานอีกนิด, ชอบอันนี้ที่สุด	เนื้อแป้งแข็ง, เพิ่มน้ำตาลอีกนิดค่ะ	เนื้อแป้งดีหอม รสชาติอร่อย, แนะนำให้อบควันเทียนค่ะ
67	รสชาติกำลังดีไม่หวานไป	ไข่จืดไปหน่อยไม่ค่อยเข้มข้น ควรมีรสไข่เค็มมากกว่านี้	รูปร่างน่าทานไข่สับประดอยากให้เข้มข้นกว่านี้	เนื้อคุกกี้อยากให้หอมมากกว่านี้
68	หอมควันเทียน, ความหวานพอดี, ขนาดพอดี	หอมควันเทียน รสชาติจืดไปหน่อย ขนาดพอดี	รูปร่างสวยรสชาติดี เบี้ยว/หวานพอดี ขนาดพอดีไม่ค่อยมีกลิ่นสับประด	รูปทรงสวยรสชาติ เบี้ยว/หวานขนาดพอดีไม่ค่อยมีกลิ่นสับประด
69	รสชาติดหวานกำลังดีมีความหอมของไข่เค็ม	รสชาติดหวานน้อย โดยส่วนตัวชอบกินหวานน้อย อาจจะเพิ่มความหวานกว่านี้	รสชาติดยังไม่กลม กล่อม, ไข่สับประด น่าจะมีความ เบี้ยวหวานมากกว่า	รสชาติดไม่ได้ถึง รสชาติสับประด
70	หอมควันเทียนรสชาติดีไม่หวานขนาดกำลังดีทานง่าย	แป้งอร่อยรสชาติกำลังดีไม่เค็มโดด จนเกินไป	รสชาติดไม่หวาน ไข่สับประดเข้ากับแป้ง	ไข่สับประดอร่อย แป้งหอมอร่อย
71	รสชาติดทานง่ายเหมาะกับคนหลายกลุ่มมีความเป็นธรรมชาติ	วัตถุดิบแป้งดี	รสชาติดดี ไม่หวาน	รสชาติดแป้งกับไข่เข้ากัน

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
72	รูปร่างสวยงามรสชาติไม่ หวานมาก	ชิ้นเล็กพอดีคำกลิ่น หอม	รูปร่างสวยงาม	หยิบกินง่าย
73	หวานกำลังพอดีกลิ่นหอม เนื้อนุ่ม	มีความหนึบหนับ หวานน้อยไปนิด มี ความมันของตัว ขนม	ลับประดหอม ใส ไม่หวานเกินไป อยากให้ใสแน่น กว่านี้	ใสน้อยมีความหอม รสชาติกำลังพอดี
74	หวานกำลังดีฝอยทองช่วยชู รสขนมได้ดี	ขนมมีกลิ่นหอม แต่โดยรวมรู้สึกว่ ตัวขนมเมื่อ รับประทาน ค่อนข้างกลมกลืน ไปหน่อยทั้งตัวแป้ง และตัวไส้ เนื้อ สัมผัสนุ่มไปนิด หน่อย อยากได้แป้ง แบบฝอยทองไข่ เค็ม	กลัวใส่หวานกำลัง ดีไม่ต้องปรับปรุง ตัวแป้งพายอยากได้ เนื้อสัมผัสกรอบ กว่านี้	หอมหวานมันกำลัง ดี คุกกี้เนื้อสัมผัส นุ่มแต่มองว่กำลัง ดีแล้ว
75	หวานพอดีเข้มข้นหอมมัน	หวานน้อย หอมถั่ว และไข่เค็มดี	ใส่รสลับประด แบบเต็มๆ หอม หวานเปรี้ยวอร่อย	แป้งนุ่มใส่อร่อย หอม
76	หวานมัน แป้งแข็งไปนิดนึ่ง หน้าตาดี อร่อย	แป้งนุ่มอร่อย ถั่ว ไม่หวานไม่จืดพอดี	หน้าตาดีน่ากิน อร่อย	แป้งนุ่มไป ใสน้อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
77	หวานกำลังดี แต่ทั้งแป้งและอื่นๆมีความแห้งมาก ค่อนข้างฝืดคอเวลากิน	ตัวแป้งและ ไม้ได้ รสชาติไข่เค็ม	แป้งไม่แข็งเกินไป แยมลับประดออก เปรี้ยวเด่น	แป้งมีความหวาน หน้อยๆ กำลังดี ไปได้ ไปด้วยกันกับแป้งดี
78	หวานกำลังดีอร่อยมากๆ หน้าตาสวยงาม	หวานกำลังดี เนื้อ สัมผัสดีแป้งนุ่ม หอม	รสเปรี้ยวของ ลับประดพอดีกับ แป้งเข้ากันดี หวาน กำลังดี	ไส้ลับประदन้อย ไป แป้งนุ่มไป หน้อย รสชาติกำลัง ดี(หวาน)
79	รสชาติกลมกล่อม	หวานอร่อย หน้าตา สวยงาม	อร่อยตัดเลี่ยนได้ดี	กลิ่นหอม รสชาติ หวานมัน
80	หอมกลิ่นควันเทียน หวาน ตัวแป้งไม่นุ่มไม่แข็งไป รูปร่างสวย	ตัวแป้งนุ่มหอม กลิ่นควันเทียน ใส เนียนนุ่มหวานพอดี	ไส้มีความพอดีกับ ตัวแป้งพาย อร่อย	นุ่มหอม ไส้มีความ เปรี้ยวพอดี
81	รสชาติดีเข้มข้นหวานมัน กลิ่นหอม	รสชาติดีแต่หวาน น้อยกลิ่นหอม	รสชาติดีกลิ่นหอม	เนื้อคุกกี้นุ่มไป
82	อร่อยหอมราคาเหมาะสม	กลิ่นหอมอร่อย หวานน้อย ราคา เหมาะสม	ลับประदन้อย เปรี้ยวกำลังดี ราคา เหมาะสม	แป้งหวานมาก ใส น้อย ไม่รู้รสได้ ราคาเหมาะสม
83	รสไม่เด่นชัด ฝอยทอง รสชาติไม่ดึงดูด ฝอยทองจืด กว่าที่ควรจะเป็นไม่รู้สีกลิ่น ไข่เค็มเลย	ไม่รู้สีกลิ่นไข่เค็ม เลย จืดทุกอย่าง ไม่ หอม	แป้งไม่หวานมัน รสชาติไม่เข้ากับ ลับประด แป้งจืด มาก	ลับประदन้อยเกิน กัฒคำแรกเจอแต่ แป้งแต่แป้งตัวนี้ อร่อย เพิ่มปริมาณ ลับประดจะดีมาก
84	หอมหวานอร่อยไข่เค็ม	หอม นุ่ม แปลก ไข่ ไม่เค็ม	หวาน หอม กรอบ นุ่ม	ชอบกินมากเลยแต่ ที่เคยกินคนละรส เลย แป้งเยอะและ เป็นผงเกินไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
85	แป้งน้อย หอมอร่อย หวาน พอดีคำ นุ่ม	ขึ้นแป้งน้อย นุ่ม อร่อยหวานดี รส แปลกกว่าที่เคยกิน มา	ไส้ลับประดต้องมี ความหนึบมากกว่า นี้ หอมนุ่มกรอบ หวานดี	แป้งเยอะไส้ น้อย หวานดี พอดีคำ เดียวอร่อย
86	หอมอร่อยนะแต่แป้ง ชั้นของแป้งน้อยไป หน่อย อาจเป็นเพราะ ลูกเล็กไม่สามารถ ทำชั้นแป้งได้ หวาน ได้นะในคำเดียว	ไม่เคยกินแบบนี้ เลย หวานได้ในคำ เดียวเป็นความ แปลกเลยรสนี้	กินโดยรวมกันใน คำเดียวก็อร่อย แป้ง นุ่มกรอบร่วนได้ นุ่ม แต่ลับประด กวนต้องมีความ หนึบหน่อย ความ หวานพอดี	แป้งเยอะนะไส้ น้อยไปหรือป่าว นุ่มหวานนะแต่ไม่รู้ จากไส้หรือแป้ง
87	หวานกำลังดีฝอยทอง อาจน้อยไปสักนิด	อร่อยแป้งนุ่ม	มีความลงตัวของ แป้งและไส้ ลับประด ขึ้นพอดี คำหวานกำลังดี แป้งพายมีความเค็ม นิดๆ	ไส้ลับประดน้อย ไป แป้งมีความนุ่ม และหอมนม
88	หอมนิดๆมีความแปลกใหม่	แป้งหอมแป้งบาง ไส้หวานกำลังดี	รสชาติไส้ไม่มี รูปแบบของขนมมี ความแปลกตา น่าสนใจ	เหม็นหืน รสชาติ ไส้ไม่มี ไส้น้อยไป หน่อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
89	หวานไปนิดนึง แป้งโอเค ราคาแพง ไม่ค่อยรับรู้ไข่เค็ม	กลิ่นหอมแต่แรง เกินรสชาติกลม กล่อม แป้งบางดี ราคาโอเค	ใช้ดีแป้งไม่ทั่ว ถึงกับไส้ ราคาแพง ไปหน่อย	แป้งเยอะไปนิดนึง ไม่ค่อยรับรู้ถึงไส้ แต่แป้งอร่อยราคา พอโอเค
90	รสหวานมัน แป้งบาง รูปร่าง สวยงามหอมแป้ง	หวานน้อยอร่อย	แป้งหอมอร่อย หวานน้อย	แป้งหอมนุ่มอร่อย
91	อร่อยแปลกใหม่(รูปทรง) เนื้ออร่อยน่าซื้อ	รู้สึกว่ารสชาติตัว ราคาสูงขนาดอยู่ใน package ยังมีน้ำมัน ออกมาปริมาณมาก ปรับปรุงเรื่อง ปริมาณน้ำมันที่ใส่ ในชั้นเปียะหรือ แป้งเปียะ	แต่ข้างนอกอร่อย ชอบแป้งข้างนอก เป็นการส่วนตัวจะ แต่ไม่ชอบไส้ ลับประดอยู่แล้วแต่ ถ้าคนชอบไส้ซื้อ แน่นอนค่ะ	ดีมากอร่อยไส้ ลับประदन้อยดีพา ชอบแป้งข้างนอก มากกว่าไส้ค่ะ
92	รสชาติดีแต่แข็ง	รสชาติดี	เนื้อแป้งแข็งไปค่ะ	รสชาติดี แต่ฝืดคอ ไปหน่อยค่ะ
93	หวานพอดี มีกลิ่นหอม	นุ่มไป รสชาติไม่ เข้มข้น	ลับประดหวาน พอดี หอม texture การเคี้ยวดีมาก	แป้งนุ่มไป ไส้หอม พอดี รสชาติแป้ง ตัวหนอนแรงไป นิด

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดुरुป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับประด
94	กลิ่นหอมความหวานพอดี เนื้อสัมผัสควรนุ่มกว่านี้ ราคาปกติกะกับมาตรฐานที่ ได้	ขึ้นมีขนาดพอดีคำ มีรสชาติของไข่เค็ม น้อยไปนิดหน่อย มี กลิ่นรสดีมากค่ะแต่ ขึ้นเล็กไปนิดนึงไม่ สูงแบนเล็กน้อย ชอบขึ้นนี้ที่สุด	กลิ่นไม่แรงเท่ากับ อันอื่นรู้สึกชอบ น้อยกว่า แต่แป้งตัว นี้ดีใ้ที่อร่อยมาก ค่ะ หวานพอดี แต่ ราคาแพงไปนิด หน่อยเมื่อเทียบอัน อื่น ถ้าเพิ่มกลิ่นขึ้น นี้จะอร่อยที่สุดค่ะ	กลิ่นไม่แรงเท่าอัน อื่น รสชาติน้อยกว่า พายสับประด ชอบ พายสับประด มากกว่า แป้งดี นุ่ม พอดี เพิ่มกลิ่น หน่อยก็ดีค่ะ
95	กลิ่นหอมหน้าตาสวยงามใ้ เยอะรสชาติดี	หอมรสชาติดี ใ้ เยอะ แป้งนุ่ม หน้าตาสวยงาม	หน้าตาแปลกใหม่ น่าสนใจ รสชาติดี ไม่หวานมาก เกินไป เนื้อ สับประดเยอะ	แป้งกรอบใ้อร่อย ขนาดพอดีคำ
96	หน้าตาสวยงามน่ากิน รสชาติหวานพอดี	หน้าตาสวยงามน่า กิน แป้งนุ่มละมุน	หน้าตาดีอร่อยมาก ชอบที่สุด	หน้าตาน่ารัก แป้ง นุ่มละลายในปาก ไม่ต้องเคี้ยวเยอะ ใ้อร่อยไม่หวาน มาก
97	หอมมันอร่อย	หอมมันหวานไป	ของมันอร่อย	หวานไป แป้งนิ่ม
98	กลิ่นและรสชาติกลมกล่อม กำลังดี	รสชาติจัดเกินไป และมีกลิ่นหืน	กลิ่นหอมกำลังดี รสชาติใ้สับประด เปรี้ยวไปนิดหน่อย	กลิ่นหอมดี รสชาติ อร่อยแต่ใ้ สับประदन้อยไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับปะรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับปะรด
99	หอมหวานอร่อย	เหมือนนมข้น รสชาติค่อนข้างจืด	หอมหวานอร่อย	หวานแป้งเยอะกว่าไส้
100	หอมหวานอร่อย	รสชาติจืด	หวาน	หวาน
101	รสชาติหวานกำลังดี เนื้อแป้งนุ่ม	รสชาติหวานพอดี มีกลิ่นหอม	ชอบไส้ อร่อย ไม่หวานโดด	แป้งนุ่ม ไส้อร่อย กลมกล่อม
102	มีกลิ่นหอมหวานกำลังดีแป้งแข็งไม่นุ่ม	มีกลิ่นน้ำมันแรง แป้งนุ่ม ไส้หวานกำลังดี	แป้งแข็ง รสชาติได้ ราคาสูง	กลิ่นหอมนุ่ม รสชาติได้
103	แป้งขนมเปียะน่าจะนุ่มได้กว่านี้เล็กน้อย จะได้เพิ่มความนุ่มให้กับผลิตภัณฑ์. หวานกำลังดีไม่เลี่ยนเกินไป	แป้งขนมเปียะนุ่มไม่ร่วน รสชาติยังคงปะแล่ม ๆ ไม่หวานเท่าไ้หรี ไม่มีกลิ่นมากนัก โดยรวมดูมันๆ	ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม แป้งควรกรอบขึ้นกว่านี้เล็กน้อย รสชาติโอเคไม่เลี่ยน	คุกกี้นี้มันจนเกินไป อยากให้กรอบกว่านี้หน่อย ความหวานกำลังดี แป้งติดกับไส้ได้ดี อย่งให้พัฒนาแป้งขึ้น
104	หวานน้อย รูปร่างหน้าตาสวยงาม มีกลิ่นหอม ราคาไม่เหมาะสม	กลิ่นหืน นุ่ม รสอ่อน ราคาไม่เหมาะสม	แป้งแข็ง ไส้เยอะไป ราคาไม่เหมาะสม	หอม มีกลิ่นนม ไส้อร่อย ราคาพอใช้ได้แต่ไม่ดี
105	รสชาติหวานกำลังดี กลิ่นหอม ลักษณะประปรากฎสวยงาม ราคาแพงไป	รสชาติหวานกำลังดี กลิ่นจางไป เนื้อสัมผัสค่อนข้างนุ่มไป+และ ลักษณะปรากฏสวย ราคาแพงไป	รสชาติกลมกล่อม เมื่อกินกับแป้ง กลิ่นหอม เนื้อสัมผัสกำลังดี ลักษณะปรากฏสวย ดึงดูด ราคาแพงไป	รสชาติกำลังดี แต่ไส้น้อยไป กลิ่นจางเนื้อสัมผัสกำลังดี ร่วน ลักษณะปรากฏสวยงาม ราคาแพงไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
106	รูปร่างไม่ค่อยสวย รสชาติอร่อย	นึ่งไป รู้สึกอมน้ำมัน	อร่อย	นึ่งไปนิด รู้สึกและ
107	รสชาติดกมกล่อมมีกลิ่นหอม	มีกลิ่นน้ำมันเมื่ออยู่ในปาก	ไส้สับประดเปรี้ยวกำลังดีตัดกับขนมกันได้ดี	แป้งมีความนุ่มหวานแป้งไปนิดหน่อย
108	หอมกลิ่นอบควันเทียน รสชาติอร่อย ไม่หวานเกินไป ราคาแพง	หอมนุ่มรสชาติเฉยๆ ไม่หวานเกินไป	รสชาติจืดๆ มีรสสับประดบางๆ ราคาแพง	นึ่งมากจนงง กลิ่นแปลกๆ รสชาติเฉยๆ ราคาแพง
109	หอมฝอยทองแต่ฝอยทองไม่ค่อยมีรสชาติ ไม่รู้สีถึงไข่เค็ม แป้งจืด	ถั่วไม่มีรสชาติ สีแป้งจืด	หอมเนย แป้งแข็ง สีแป้งจืด	สีแป้งจืด ใสน้อยหอมเนย
110	มีกลิ่นหอมหวานแต่ไม่ค่อยมีรสของไข่เค็ม	แป้งนุ่มไม่ค่อยหอม รสชาติอ่อนเกินไป	หอมสับประดแป้งนึ่งไป รสชาติกำลังดี	รสชาติไม่หวานกำลังดี แป้งร่วน
111	รสหวานที่พอดี มัน กลิ่นรสจากควันเทียนกำลังดี ไส้ฝอยทองแห้งไป	หวานค่อนข้างจืด ไม่รู้สีถึงรสชาติของไส้ไข่เค็ม เนื้อสัมผัสแป้งดี	รูปร่างสวยงาม แป้งจืดไม่มีรสชาติ กลิ่นอ่อน ไส้หวานน้อยเกินไปกินคู่กับแป้งทำให้รสหวานจางลง	ทานเข้าไปแล้ว จะรู้สึกและในปาก ใสน้อยจนไม่รู้รสชาติแต่กลิ่นดี
112	ได้รสหวานจากฝอยทอง แป้งแห้ง กลิ่นหอมกำลังดี	รสชาติจืดเกินไป	แป้งไม่ค่อยกรอบ แป้งมีรสชาติจืด ไส้สับประดหวานน้อยไป	แป้งร่วนแต่เกินไป แป้งหวานกำลังดี

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
113	แกะซองได้กลิ่นไข่เค็มชัดเจนรูปร่างของขนมน่าจะทำขึ้นใหญ่ขึ้นอีกหน่อยจะทำให้ขนมมีความน่าดึงดูดที่จะซื้อมากยิ่งขึ้น กินแล้วตัวฝอยทองกลบไข่เค็ม ได้รับสัมผัสแต่ความหวานของฝอยทอง แป้งบางไม่หวาน	กลิ่นหอมน่ารับประทาน แป้งบางดี ไม่หวานเกินไป ทานแล้วไม่ได้กลิ่นหรือรสสัมผัสของไข่เค็ม น่าจะใส่กลิ่นไข่เค็มอีกหน่อย	กลิ่นหอมไส้สับประดและตัวแป้งไม่หวาน ไม่ร่วน กำลังพอดี ใส่น้อยไปนิด	หวานน้อยกำลังดี ใส่น้อยไปหน่อย
114	หวานกำลังดี ตัวแป้งแห้งไปหน่อยทำให้อาจจะรู้สึกถึงความแห้งและแข็ง ไม่ได้รสชาติของไข่เค็ม	รสชาติดีมีกลิ่นหอม แป้งกำลังดี ตัวไส้และไปนิด	โดยรวมรสชาติดี ตัวพายมีรสเค็ม นิดๆ ตัดกับตัวไส้ ถ้าเพิ่มปริมาณทรายอีกนิดจะมีรสชาติดีขึ้น	ตัวคุกกี้มีรสชาติหวานไปนิดทำให้กลบรสชาติอมเปรี้ยวของไส้ถั่วลง เนาะหรือเพิ่มปริมาณไส้ให้มากขึ้นจะทำให้ขนมครบรสยิ่งขึ้น
115	ขนาดพอดีคำ รสชาติฝอยทองกลบรสชาติของไข่เค็ม ราคาสูงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	กลิ่นหอม ไม่หวานเกินไป ใส่น้ำมันดี ขนาดพอดีคำ ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น	รสชาติหวานพอดี ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น	รสชาติคุกกี้หวานน่า ทำให้สัมผัสรสชาติของไส้สับประดได้น้อย ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่าง	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
116	หอมกลิ่นอบควันเทียน แป้งแข็งไปนิดนึง ฝอยทองควรฉ่ำไม่แห้งเกินไปควรเพิ่มไข่เค็ม	แป้งนุ่มดี น้ำมันเยอะไปหน่อยรสชาติยังไม่เข้มข้นไข่เค็มควรเค็มกว่านี้	แป้งพายแข็งไปหน่อย สับประดรสชาติควรเข้มข้นนี้	แป้งคุกกี้รสชาติดีไส้สับประดควรใส่เยอะกว่านี้ สับประดรสชาติควรเข้มข้นนี้
117	กลิ่นหอมอร่อยหวานกำลังดี เนื้อสัมผัสดี	กลิ่นหอม เนื้อสัมผัสเหลวเกินไปไข่เค็มน้อยกว่ารูปโฆษณา	กลิ่นหอม เนื้อสัมผัสร่วน	เนื้อสัมผัสดี รสชาติจืดมีแต่รสหวาน
118	รสชาติหวานพอดีมีกลิ่นหอมเนื้อสัมผัสดี	รสชาติหวานพอดีมีกลิ่นหอม เนื้อสัมผัสนุ่มเกินไป	รสชาติหวานพอดีมีกลิ่นหอม เนื้อสัมผัสร่วน	รสชาติหวานพอดีแต่รสชาติไม่มีมิติเนื้อสัมผัสดี
119	กลิ่นหอม รูปทรงสวยงาม รสหวานกำลังพอดี รสชาติอร่อย	เนื้อสัมผัสนุ่ม ใ้ถั่วนุ่ม ไม่ร่วนหวานพอดีแป้งนุ่ม	รูปทรงสวย ใ้สับประดหวานเปรี้ยว แป้งไม่แข็ง นุ่มกำลังดีพอดี	มีรสหวาน แป้งนุ่มละลายในปาก ตัวใ้หวาน
120	แป้งค่อนข้างแห้ง ฝอยทองหวานกำลังดี ตัวแป้งบางดีแล้ว	แป้งบาง ใ้นุ่ม ใ้หวานน้อยไปนิด	แป้งรสชาติดีแต่แน่นไปนิด ใ้นุ่มหวานอร่อย แป้งหอมเนยดี	ใ้ดี แป้งอร่อยหอมเนย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
121	รูปร่างรูปทรงสวยงาม รสชาติค่อนข้างไม่หวาน ควรมีรสชาติดหวานกว่านี้ กลิ่นหอม ชื่นพอดีคำ	รูปร่างสวยงาม ไม่หวานควรเพิ่มความหวาน กลิ่นหอม (ควั่นเทียน) ชื่นพอดีคำ	รูปร่างสวยงาม ลับประดค่อนข้างมีรสเปรี้ยว ชื่นพอดีคำ	ใสน้อย
122	ไส้ฝอยทองขาดความฉ่ำ ไม่รู้สึกรับรสไข่เค็ม ขนาดกำลังพอดีคำ	รสชาติขมดี กลิ่นเทียนจุนเกินไป	ตัวแป้งขาดความหอมมัน	รสชาติดอ้อยกำลังดี ควรเพิ่มไส้
123	หอมเทียนอบ ใสน้อยเกินไป	หอมเทียนอบ รสชาติจืดไปหน่อย	เนื้อแป้งกระด้าง เนื้อแป้งขาดความหอม	แป้งนุ่ม หอมเนย ขนาดพอดีคำ ใสน้อยไปหน่อย
124	หอมหวานแต่ยังไม่ฉ่ำ	หอมละมุนลิ้น ใสน้อยไป	หวานพอดีคำ	อ้อยพอดีคำ แป้งมีความร่วนพอดี
125	หอมอ้อยไข่เค็มน้อยไป	อ้อย หวานน้อยไป	พอดีคำ อ้อย แป้งแข็งไปนิด	อ้อย ใสน้อยไปพอดีคำ
126	หอมอ้อยแต่ไม่มีไข่เค็ม	จืดไปต้องหวานอีกนิด	ต้องเพิ่มความหวานอีกนิด	ใสลับประदन้อยไป
127	รูปร่างขนมสวยงาม รสชาติดหวานน้อย อาจไม่เหมาะคนชอบหวานเพิ่มความหวาน อีกนิดกำลังดี แป้งแข็งไป หน้อยนุ่มได้อีก	แป้งขนมนิ่มดีค่ะ แต่รสชาติยังไม่ดี ความหวานและความเค็มยังไม่กลมกล่อม(แนะนำให้ลองไปชิมขนมเปียะดั้งเดิมแล้วปรับให้เป็นของตัวเอง)	รูปร่างหน้าตาขนมดีค่ะ รสชาติดหวานกำลังกิน แป้งจืดไป หน้อยแต่ความนุ่มของแป้งกำลังดี	แป้งนิ่มดีค่ะ แต่รสชาติของแป้งจืดไปหน่อย ใสน้อยไปค่ะ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
128	รสชาติหวานเกินไป	รสชาติถั่วจืด เกินไป	รสชาติอโรย ไข่ หวานไปหน่อย	คุกกี้นุ่มไม่กรอบ
129	รสหวานมันกำลังดีมีกลิ่น อบควันเทียน	รสหวานเกินไป กลิ่นแรงเกินไป เนื้อสัมผัสนุ่มกำลัง ดี	หน้าตาขนมสวย กลิ่นฉุน แข็งแข็ง รสชาติอโรย	กลิ่นหอมลับประด รสชาติพอดีแต่ไส้ น้อยเกินไป แข็ง ร่วน
130	รสชาติกำลังดีไม่หวาน เกินไปไปไข่เยอะ กลิ่นแรง แข็งเกินไป	รสจืดไปหน่อย ชื่น เล็ก	แป้งน่าจะนุ่มกว่านี้ รูปร่างสวยงาม รสชาติแป้งน่าจะ หอมมันกว่านี้ ไข่ น้อย	รสแข็งมากไป จาง ไป ไม่หอมมันแต่ แข็งนุ่ม
131	อโรยหอมควันเทียนแต่เนื้อ สัมผัสควรนุ่มขึ้นเล็กน้อย รูปทรงโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์ควรทำ package จริงให้ดูพรีเมียมมากขึ้น	อโรยหอมควัน เทียน(กลิ่นแรง) แป้งบางดี ควรเพิ่ม ความเข้มข้น เล็กน้อยเพื่อให้ ผลิตภัณฑ์นี้ กลม กลมยิ่งขึ้น	อโรยลักษณะ ปรากฏมีความคิด สร้างสรรค์ดี แต่ อยากให้เพิ่มขนาด ขึ้นหรือปริมาณไส้ มากยิ่งขึ้น	ควรเพิ่มปริมาณไส้ ลับประดให้มาก ขึ้น ปริมาณแป้ง มากเกินไปขาด ความกลมกล่อม
132	ไส้หวานมากแข็งแห้งกลิ่น หอมดี	แป้งนุ่มดี กลิ่นหอม ดี ใส่น้อย	ไส้หวานเจี๊ยบ แป้ง ร่วน กลิ่นหอมดี	ไส้หวาน แป้งร่วน กลิ่นหอมดี

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
133	สีและรูปทรงสวยดึงดูด เหมาะกับชื่อเป็นของฝากให้ผู้ใหญ่ รสชาติดีปกติไม่ทานฝอยทองแต่ชอบค่ะ	แป้งนุ่มไม่สากคอกลิ่นควันเทียนค่อนข้างแรง แต่หน้าตาเหมือนสินค้าทั่วไปอาจทำให้ราคาค่อนข้างสูง ถ้าปรับเปลี่ยนรูปทรงจะเพิ่มมูลค่าได้	สีและรูปทรงสวยงาม แป้งค่อนข้างรสอ่อนเมื่อเทียบกับตัวอย่างอื่นตัวเพราะไส้หวาน	แป้งค่อนข้างร่วนรสอ่อนเช่นกันและ ใสน้อย
134	รสชาติอร่อย รูปร่างรูปทรงสวยสร้างสรรค์ทุกอย่างลงตัว	มันมากไปหน่อยตัวแป้งรสชาติจัดตัวไส้หวานพอดีไข่เค็มน้อยไป	รูปร่างสร้างสรรค์ดี แป้งจัดไปควรเพิ่มรสชาติ ให้กับตัวแป้งด้วย ไส้พอดี	รูปร่างสร้างสรรค์โดยรวมอร่อย ไส้ควรหวานหรือเพิ่มปริมาณมากกว่านี้
135	หวานน้อยเกินไปเนื้อสัมผัสดีไข่เค็มน้อยเกินไป	หวานเกินไป เนื้อสัมผัสนุ่ม	ราคาแพงเกินไปเนื้อสัมผัสดี	เนื้อสัมผัสดีลับประदन้อยเกินไป หวานน้อยเกินไป
136	หอมกลิ่นไข่ในฝอยทอง แป้งบาง รสชาติกลมกล่อมรูปทรงสวยน่ากิน	ให้ไส้ไข่เค็มน้อย แป้งนุ่ม รสชาติกลมกล่อมหวานกำลังดี รูปทรงสวยดีพอดีคำ	แป้งกรอบ ใสลับประดหวานกำลังดี แต่เมื่อกินไปไม่ค่อยมีมิติของรสชาติ รูปทรงสวย	ให้ใสน้อยไป แป้งนุ่มไป รสชาติของไส้หวานกำลังดีรูปทรงสวย
137	ชั้นพอดีคำ กลิ่นหอมขึ้นจุมุก หวานกำลังดี รูปร่างดี	ชั้นพอดีคำ เนื้อสัมผัสนุ่มเกินไปหวานกำลังดี	ไส้ลับประดมีกลิ่นชัด รสชาติกำลังดีราคาแพงไป	รสชาติกำลังดี ไส้ลับประดไม่เด่นมาก เนื้อสัมผัสดี

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
138	แป้งเนื้อแห้งเล็กน้อย	แป้งนุ่ม ไข่แห้งเล็กน้อย	ไส้หน้า แป้งแข็งเล็กน้อย Starchy เล็กน้อย	แป้งร่วนเล็กน้อย มีกลิ่นหืนหลัง After test
139	หอมกลิ่นควันเทียน ฝอยทองหวานกำลังดี หน้าตาลิ้นค้าสวยงาม ฝอยทองและไข่เค็มเข้ากันดี	แป้งขนมเปียะนุ่ม ไข่หวานกำลังดี กลิ่นควันเทียน แปลกๆ	แป้งพายจัด ไข่ สับประดนุ่มดี ไข่หวานกำลังดี	แป้งร่วนหนา ไข่ น้อย หวานกำลังดี
140	ภายนอกรูปร่างน่ารักพอดีคำ รู้สึก มันเคลือบปากไป หน้อย แป้งไม่กระด้างหรือ ร่วนจนเกินไป รสชาติอร่อย	ภายนอกรูปร่าง น่ารักพอดีคำ แป้ง ค่อนข้างนิ่ม ไป มัน ติดปาก	ภายนอกรูปร่าง น่ารักพอดีคำ ไข่ สับประดดีไม่ หวานจนเกินไป แป้งพอดี	รูปร่างพอดีคำ ไข่ ไม่สมส่วนกับตัว แป้ง ความร้อนของ แป้งกำลังดี
141	ลักษณะปรากฏเห็นได้ ชัดเจน กลิ่นหอมขั้วเทียน แป้งมีความแห้ง ร่วน เล็กน้อย ฝอยทองไม่หวานเกินไป ไม่มีกลิ่นไข่ รับประทานโดยรวมเข้ากันดี เพิ่มความชุ่มฉ่ำของแป้งให้ นุ่มได้อีก	ลักษณะปรากฏแป้ง ไส้ไม่ทึบ ทำให้ รู้สึกถึงความมัน ไข่นุ่มหวานหอม น้อยเกินไป กลิ่น ไข่เค็มชัด โดยรวม นุ่มเนื้อสัมผัสดี	ลักษณะปรากฏ รูปลักษณะแปลกตา เห็น ไข่ชัดเจน แป้ง พายแห้ง ร่วน เล็กน้อยเพื่อน เล็กน้อย ไม่ได้กลิ่น เนย(แต่แป้งไม่มี การ Fall out) ไข่ เปรี้ยวเหนียวเนื้อ นุ่ม ถ้ามเนื้อสัมผัส ใหญ่สับประด ควร เพิ่มเนยหรือกลิ่น เนยปรับ melt ability	เปลือกนุ่มมีกลิ่น เล็กน้อยกลิ่นหอม ไม่หวานเกินไป ไข่ น้อยไม่ค่อยได้ สัมผัสถึงไข่ ควร เพิ่มเข็มหรือทาไข่ ประุงรสเค็มเพื่อเพิ่ม มิตรรสชาติ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประรด
142	ลักษณะภายนอกสวยงาม รสชาติดีมีความหอมมันลงตัวแต่กลิ่นรสไข่เค็มน้อยไป	ไส้ถั่วมีความนิ่มและไป ตัวแป้งอมน้ำมันมากไป อาจจะมาจากไส้ทานแล้วรู้สึกมันเกินไป	ลักษณะภายนอกสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ แป้งกรอบน้อยไป เล็กน้อย และไส้มีความอยากของเส้นใหญ่สับประรดอยู่	ลักษณะภายนอกสวยงาม แต่แป้งมีความหนาไป มีความ Starchy ติดฟัน สร้อยมีปริมาณน้อยไป ตัวอย่างที่ชิมโดนกลิ่นรสของแป้งกรอบไม่ได้รสชาติไส้เท่าที่ควร (ตัวอย่างไม่เหมือนในภาพโฆษณา)
143	แป้งแข็งไปหน่อย ฝอยทองรสชาติหวานกำลังดีแต่อยากให้ฝอยทองนิ่มกว่านี้	หอมกลิ่นควันเทียน รสชาติไม่หวานมาก แป้งนุ่มกำลังดี	แป้งไม่แข็งมาก ไส้สับประรดหวานกำลังดี ดีไซน์น่ารัก	กลิ่นหอม ไส้สับประรดรสชาติดี ไส้สับประรดน้อยไป
144	หอมกลิ่นควันเทียนและฝอยทอง รูปทรงสวยงาม อาจจะยังไม่รู้สึกถึงรสชาติไข่เค็มมากนัก ระดับหวานกำลังดี	อร่อยหวานกำลังดี texture ดี ขนาดพอดีคำ รสไข่เค็มไม่ชัดเจน packaging ดี	ของสับประรดอ่อนๆ ภาพรวมอร่อยดี หวานกำลังดี	อร่อย หอม สับประรดอรอนๆ หวานกำลังดี สมราคา เหมาะกับทำเป็นของฝากด้วย package
145	กลิ่นหอม ควันเทียน แป้งแข็งไปเล็กน้อยฝอยทองไม่หวานมากกำลังดีขนาดควรใหญ่กว่านี้เล็กน้อย	แป้งนุ่มกำลังดี ถั่วกวนไม่หวานมาก กำลังดี ขนาดพอดีคำ	กลิ่นพายหอมแป้งนุ่ม สับประรดกำลังดีไม่หวานไป	แป้งแบบ soft ไส้สับประรดกำลังดี ไม่หวาน
146	หวานหอมกลิ่นอบควันเทียน	รสชาติโอเค หอม ควันเทียนดี	ปานกลาง	ปานกลาง

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประรด
147	แป้งขนมนี้มดีแต่รถฝอยทองค่อนข้างรับรู้ได้น้อยถ้าฝอยทองจ๋าว่านี้จะดีมากไม่ค่อยหวาน	ตัวแป้งนี้ดีกว่าข้อหนึ่ง ไข่เค็มยังไม่รับรู้ถึงไข่เค็มจริงๆ	รับรู้ถึงสับประรด แป้งนี้ม รูปทรงสวย สับประรดไม่เหนียวติดฟันถือว่าดี	แป้งหนาไปหน่อยรสชาติสับประรดรับรู้ได้น้อย
148	หวานอ่อนๆ กำลังดี แป้งไม่แตก่วน เนื้อแข็งน้อยๆ ราคาควรประมาณ 140 ถึง 200 บาทต่อ 14 ชิ้น	เนื้อหวานกำลังดี เหนียวนุ่มดี เปลือกหุ้มไม่แข็งเหนียว กำลังดีไม่แตก่วน ราคาประมาณ 140-200บาท	รูปล่างนำทาน ไข่สับประรดกำลังดีไม่เหนียว ไม่แตก่วนมาก ราคาควรประมาณ 10 ชิ้นต่อ 150 บาท	ไข่สับประรดหวานกำลังดี เปลือกหุ้มไม่แตก่วนเหนียว กำลังดี รูปร่างน่ารับประทาน ราคา 180บาท ต่อ 250 กรัม
149	ตัวแป้งแข็งไปแต่ถ่ายตัวฝอยทองอ่อนหวานไปนิด กลิ่นหอมดีรูปทรงควรมีขนาดใหญ่กว่านี้ ราคาค่อนข้างสูง	แป้งนุ่มพอดี กลิ่นอ่อนไป ไข่รสอ่อนไป ราคาค่อนข้างสูง	ตัวแป้งกำลังดี ไข่หวานกำลังดี รูปทรงสวยงาม ราคาค่อนข้างสูง	ตัวแป้งนุ่มพอดี ตัวไข่หวานพอดี รูปทรงโอเค ราคาค่อนข้างสูง
150	มีกลิ่นหอมรูปร่างผลิตภัณฑ์สวยงามรสชาติกลมกล่อม กำลังดีไม่หวานเกินไป	มีกลิ่นหอม เนื้อสัมผัสนุ่ม รสชาติถั่วไข่เค็มผสมได้ดี ถ้าทานหลายชิ้นอาจเลี่ยนได้	ไม่มีกลิ่นหอม รูปร่างออกแบบได้สวยงาม ดึงดูดให้สนใจ ทานได้สะดวก รสชาติอร่อยไม่เปรี้ยวไม่หวานจนเกินไป	ออกแบบรูปร่างได้ดี รับประทานได้ง่าย รสชาติดี ไข่สับประรดน้อยไปหน่อย อาจเพิ่มเพื่อดึงรสชาติให้เด่นชัดมากขึ้น

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
151	รสชาติดีไม่หวานมากทำให้ทานแล้วไม่รู้สึกริษมาก Packaging ดูสะอาด	รสชาติดีตัวไส้หอมไม่หวานมาก ทานแล้วไม่เลี่ยน แป้งมีความนุ่ม	ขนมมีรูปแบบสวยงามน่ากิน ตัวไส้ไม่หวานมาก	แป้งยังรู้สึกว่ามี ความกระด้างแต่ได้รสชาติดี
152	อร่อยไม่หวานเยอะแต่ไส้ไข่เค็มน้อยรวมๆแล้วกลมกล่อม	หวานน้อย แป้งบาง นุ่มหนึบ	อร่อย รูปทรงน่ารัก นุ่มหนึบ	อร่อย นุ่ม เคี้ยวง่าย ละลายในปาก(ใส่ละลายไปเลย ไม่เหมาะกับคนชอบกินไส้)
153	ไส้ฝอยทองไข่เค็มรสหวาน แป้งนุ่ม	หวานกำลังดี	ไส้สับประด สด ใหม่ หวานพอดี	รสชาติไม่เข้มข้น
154	ค่อนข้างหวานขนาดหน้าจะใหญ่ขึ้นอีกนิด	ค่อนข้างหวาน ขนาดน่าจะใหญ่ขึ้นอีกนิด	ค่อนข้างหวาน ขนาดน่าจะใหญ่ขึ้นอีกนิด	ค่อนข้างหวาน ขนาดน่าจะใหญ่ขึ้นอีกนิด
155	รสชาติอร่อยไส้ฝอยทองไม่หวานมากแป้งรสชาติอ่อนไปเล็กน้อย	เนื้อขนมเนียนดีกัดแล้วไม่ร่วนรสชาติอร่อย ไส้ไม่หวานมากหอมกลิ่นควันทิย สีสันสวยงาม ทานขนาดพอดีคำ	อร่อยทานแล้วอยากทานอีก รูปแบบมาตรฐานดั้งเดิม ถ้ามีขายจะซื้อ ไส้หวานน้อยกินได้เรื่อยๆ แป้งพายเนื้อนุ่มชวนกิน	เนื้อคุกกี้ยังไม่มีกลิ่นหอมมนมเนย รูปแบบมาตรฐานดั้งเดิม ไส้ไม่ทำให้รู้สึกว่ามีไส้ ไม่ให้ความรู้สึกแปลกแตกต่าง

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
156	ฝอยทองกลบไข่เค็มจนไม่รู้สึกลถึงไข่เค็ม แป้งแข็งไป นิดรสชาติโดยรวมโอเคแล้ว ค่ะมีกลิ่นควันเทียนนิดๆ	แป้งดี ใส้ถั่วหวานเกินไป แต่ไม่ค่อยกลมกล่อม	ไส้สับประดหวาน รสชาติดีแต่น้อยเกินไป รู้สึกว่า สักส่วนของแป้งพายและไส้ไม่ค่อยสมดุล	ใสน้อยเกินไป แป้งร่วนเกินไป
157	เนื้อแป้งแน่นดีมากฝอยทองควรมีเนื้อที่แน่นกว่านี้กลิ่นเทียนกำลังดีไม่จุนเกินไป	หอมกลิ่นเทียน เนื้อแป้งนุ่มดีไม่แห้ง ใ้ส้อร่อยมาก	แป้งไม่กรอบ ใ้ส้หวานไป ขนาดพอดีคำ	เนื้อขนมควรแน่นกว่านี้ รสชาติหวานกำลังดี ใ้ส้เนื้อแน่นกลมกล่อม
158	หวานกำลังดีขึ้นพอดีคำ	หวานกำลังดี แป้งไม่หนามาก	ผลิตตภัณฑ์น่ารับประทานมีความสวยงาม	รสชาติของสับประดหวานน้อยเกินไป
159	กลิ่นหอม อร่อย	กลิ่นหอมใช้เยอะ	ไม่มีกลิ่น อร่อย	ไม่มีกลิ่น ใ้สน้อย
160	เนื้อแป้งจะออกไปทางแข็งกรอบ ฝอยทองไข่เค็มเยอะไปหน่อยรสออกหวานมัน	เนื้อแป้งนุ่มบาง มีกลิ่นหอมอ่อน รสชาติทานได้ อร่อยไม่หวานมากนัก	แป้งกรอบร่วน รสชาติออกมัน หวานเนื้อสับประด	ใ้สน้อยเนื้อแป้งร่วน ออกรสหวานเล็กน้อยมีกลิ่นหอมอ่อนๆ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
161	ได้รสชาติแป้งชัดเจนมีกลิ่นขนมเปียะชัด(กลิ่นเทียน) ไม่ได้รสชาติของไข่เค็ม ฝอยทองได้รสชาตินิดหน่อยไม่หวานเกินไปแป้งค่อนข้างแข็งและหนา	รสชาติไม่หวานเกินไปกำลังพอดี แป้งหวานพอดี ไม่ได้รสชาติของไข่เค็ม ถั่วवलไม่ เป็นเม็ดก้อนดีค่ะ	ไส้ลับประดไม่หวานเกินไป โดยรวมพอดีกันแต่ ควรมีความเด่นของไส้ลับประดมากกว่านี้	ใสน้อยเกินไปได้แต่รสชาติของแป้งคุกกี้
162	แป้งขนม แข็งไป แอบกระด้างนิดๆฝอยทองหวานกำลังดีหน้าตาน่ากิน	น้ำมันเยิ้มไปหน่อย ไม่ค่อยหอม ไม่ค่อยได้รสไข่เค็ม	ใสร้อยแป้งแข็งไป หน้าตาขนม create สวยดี	แป้งร่วนไปหน่อย ไส้หวานกำลังดี
163	หอมฝอยทองแข็งหอมควันเทียน แป้งไม่ค่อยอร่อยแห้งไป ฝอยทองหอมอร่อย หวานพอดี รูปรักษายงามน่าทานแต่ชิ้นเล็กไปและราคาแพงไปเมื่อเทียบ กลับขนาดขนมใช้พลาสติกเปลืองไป	หอม ควันเทียน เนื้อแป้งนุ่ม หวานพอดี เนื้อถั่วเนียนดี ไข่เค็มไม่ค่อยเข้มข้นเท่าไรรสชาติไม่โดดเด่น ราคาแพง	เนื้อแป้งรสชาติไม่เข้มข้นไม่หอม สับประดกวน รสชาติไม่เข้มข้น เนื้อแป้งแห้งแข็ง ไส้ลับประดน้อย ส่วนตัวไม่ชอบ ราคาแพง	แป้งไม่หอมแห้ง และค่อนข้างร่วนมีรสแบบจืดๆ ไส้ลับประดน้อย ส่วนตัวไม่ชอบ ราคาแพง
164	หอมกลิ่นควันเทียนหวาน แสบคอฝืดๆ	เนื้อนุ่มไม่ฝืดคอไม่ติดฟัน	ไม่ฝืดแปลกแตกต่างที่ไม่ฝืด ไม่มีกลิ่นลับประด เสียหาย	ไม่หอมกั๊ดแล้วแป้งร่วนไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
165	มีกลิ่นหอมรสชาติหวาน กำลังดีไม่หวานมากเกินไป เนื้อแป้งแห้งและแข็งไป เล็กน้อยสอดคล้องกับฝอยทอง ที่สอดไส้อยู่ภายในที่ ค่อนข้างแห้งค่ะ	ขนมเปียะมีเนื้อ สัมผัสดี มีความนุ่ม ทั้งในส่วนของเนื้อ แป้งและไส้ รสชาติ กำลังดีไม่หวาน จนเกินไปมีกลิ่น หอมอ่อนๆ	มีรูปลักษณะ ที่ดี เนื้อแป้งมีความ กรอบ ลับประดที่ สอดไส้มีความ หวานอมเปรี้ยว เล็กน้อย ทำให้ไม่ เลี่ยนจนเกินไป แต่ ค่อนข้างแห้งไป สักเล็กน้อย	ยิ่งรสชาติดี กลิ่น หอมอ่อนๆ ผิวสัมผัสดี มีความ นุ่มกำลังดี รสชาติดี
166	รสชาติฝอยทองไม่หวาน มากมีความเค็มของไข่เค็ม แทรกมาบ้างนิดหน่อยอร่อย ดี	ไส้ขนมเปียะมี ความหวานมากขึ้น มีความหอมของ ขนม	ถ้ามีความร่วนไม่ แน่น ไส้ลับประดมี ความหวานพอดี	ไส้มีรสชาติหวาน มีปริมาณน้อยเมื่อ เทียบกับตัวขนม
167	ไม่พบไข่เค็มในตัวขนมเลย หรืออาจจะน้อยไส้หวาน	ไข่เค็มน้อยไปไส้ หวานมาก	แป้งแข็งไส้ ลับประदन้อย	ไส้สั้น ตัวแป้ง เยอะมากไม่พอดี กัน
168	หวานไม่เลี่ยน และนุ่มกัด ง่ายมีกลิ่นดีมีขนาดพอดีคำ	รสชาติดีสามารถ ทานได้เรื่อยๆ แป้ง นุ่มกัดง่าย มีกลิ่นดี มีขนาดพอดีคำ	กลิ่นหอม แป้งนุ่ม กัดง่าย หากกัดแบ่ง ขนมส่วนแป้งที่พา ด้านบนของไส้มี ความแตกง่าย ถ้า ชิ้นใหญ่ ชิ้นอาจจะ ดูสวยงามกว่า	มีกลิ่นหอมกว่าชิ้น อื่น แป้งนุ่มกัดง่าย ขนาดพอดีคำ รสชาติหวานกลม กล่อมสามารถทาน ได้เรื่อยๆ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประรด
169	หวานกลมกล่อมโดยรวม อร่อยมากหอมละมุน	อร่อยมากแข่งกับ ไข่เค็มเข้ากันได้ดี	แป้งนุ่มกลม กลมกับลับประรด โดยรวมโอเค	แป้งแข็งไปนิด น้อย
170	ลักษณะสวยงามน่า รับประทานรสชาติกำลังดี ค่ะ ฝอยทองมีความหวานแต่ มีตัวไข่เค็มตัดรสชาติทำให้ ไม่หวานเกินไป	ขึ้นพอดีค่า แต่ไส้ ค่อนข้างฝืดคอนิด น้อยค่ะ	หน้าตาสวยงาม รับประทานมากค่ะ ไส้ไม่มากไม่น้อย เกินไปอร่อยมากค่ะ	เนื้อคุกกี้ร่วนขึ้น พอดีค่า แต่ไส้ ค่อนข้างน้อยไป นิดนึงค่ะ แต่ทาน รวมๆ แล้วอร่อยค่ะ
171	กลางๆพอดี	แป้งยังขาดไปนิด หวานไปนิดนึง	แป้งอร่อยมาก ไส้ กำลังดี	หอมอร่อยไม่หวาน มาก
172	กำลังดีไม่หวานไปจืดไป กลางกลาง 7เต็ม 10	หวานไปนิดแป้ง โอเค 5 เต็ม 10	ส่วนตัวชอบพาย ลับประรดอร่อยค่ะ พอดีค่าความหวาน พอดี 9 เต็ม10	รสชาติหอมกลิ่น นมสด กำลังดี ไม่ หวานมากพอดี ไม่ หวานมากพอดี 8 เต็ม 10
173	ขนาดกำลังดีแต่ไส้ฝอยทอง เยอะไปเลยรู้สึกกว่าหวานไป นิดนึงค่ะ	อร่อยค่ะไม่เค็มไม่ หวานจนเกินไป รสชาติกำลังพอดี	รูปแบบผลิตภัณฑ์ น่ารักมากรสชาติ อร่อยพอดี ไส้ไม่ หวานไม่เปรี้ยว จนเกินไป	อร่อยค่ะแต่อยาก ให้เพิ่มปริมาณไส้ อีกนิดนึงค่ะ
174	ฝอยทองหอมหวานแป้งบาง ละมุน	ไม่ชอบกลิ่น แป้ง ละมุน	ลับประรดหวาน หอม แป้งนุ่มอร่อย	ไส้น้อยไปหน่อย แป้งละมุนปาก
175	มีความเข้มข้นหวานมาจาก ฝอยทองไม่หวานมาก	มีความจืดน่าเค็ม ตาม	เปรี้ยวมาก มีความ แข็งเหมือนขนม ป๊อป	รสชาติฝาดไม่ ชัดเจนแป้งและไป น้อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
176	รสชาติไม่หวานเกินไปมีกลิ่นหอมรสสัมผัสของส่วนผสมต่างๆเข้ากันได้เป็นอย่างดี	แป้งบางมากหวานน้อยกำลังดีขึ้นพอดีคำ รสชาติลงตัวแต่ถ้าทานเยอะอาจฝืดคอได้	ดีไซน์ของขนมแปลกใหม่มีความน่าสนใจ รสชาติเปรี้ยวหวานกำลังดี แป้งพายด้านนอกรสชาติดีและมีรูปทรงสวยงาม	แป้งคุกกี้มีความหอม แป้งละลายในปาก ไส้ลับประดเปรี้ยวหวานลงตัว
177	รู้สึกว่ารสชาติจืดไปหน่อยไม่ค่อยเข้มข้นตัวเนื้อขนมแอบร่วนไปนิดนึง	กลิ่นหอมแต่รสชาติจืดมาก ไม่ค่อยมีความหวานจากถั่วและไข่แดง ไม่ค่อยมัน ขนาดขึ้นกำลังดีไม่ใหญ่แบบทานครั้งเดียวแล้วอึดเกินไป	รูปร่างขนมหน้าตาน่ารัก ไม่ซ้ำกับพายลับประดของร้านอื่นๆ รสชาติลับประดไม่ค่อยเปรี้ยว แป้งร่วนไปหน่อยไม่ค่อยนิ่ม	แป้งเยอะไปหน่อย ไม่สมส่วนกับไส้ลับประดด้านในตัวแป้งแอบหวานไปนิดนึง ไส้แน่น
178	ฝอยทองเยอะแป้งบางคิตะ	หอม แต่รสชาติค่อนข้างอ่อน	มีลับประดค่อนข้างน้อย เลยไม่ค่อยรู้รสชาติมากจะรู้รสแป้งมากกว่า	ลับประदन้อยจนไม่รู้ว่ามีลับประดด้วย
179	ฝอยทองหวานน้อยไป หน้อยไข่เค็มไม่เค็มเท่าที่ควรแป้งแข็งไปกลิ่นหอม	จืด แป้งกำลังดี	แป้งแข็ง ไส้อร่อยกำลังดี	แตกร่วนมาก ไส้น้อยไป กลิ่นของตัวแป้งแข็ง
180	แป้งมีความแข็ง	แป้งมีรสชาติจืด	ตัวแป้งยังรู้สึกแข็งๆ	แป้งมีรสชาติหวานไป

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดुरुบ เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประรด
181	แข็งไปค่ะ เนื้อสัมผัสควร นุ่มกว่านี้ ไม่หวานเลยค่ะ ราคาสูงไปค่ะ ให้คะแนน3 เต็ม 10 ค่ะ	ไส้ถั่วไม่ได้รส สัมผัส ความเป็นถั่ว ค่ะ เนื้อแข็งข้าง นอกและไปค่ะ ราคาแอบสูงไปค่ะ ไข่เค็มก็ไม่มี รสชาติเลยค่ะ ให้ คะแนน4 เต็ม 10	ราคาแอบแพงไป ค่ะ ถ้าขึ้นละ 20 คน ใหญ่กว่านี้ นะคะ โดยรวมให้คะแนน 6 เต็ม 10	รสชาติอร่อยค่ะ แต่ อยากให้ชิ้นใหญ่ กว่านี้ค่ะ ให้ คะแนน 8 เต็ม 10
182	ฝอยทองหวานน้อยไป หน่อย	แป้งยังมีความนิ่ม ไป	แป้งต้องมีรสชาติ มากกว่านี้	ตัวขนมนิ่มไป
183	รสชาติไม่หวานแข็งแข็งไป นิดนึง รสชาติไม่กลมกล่อม	รสชาติไม่หวานเลย ค่ะจืดมาก ไข่เค็ม ไม่ได้รสชาติของ ไข่เค็ม ควันเทียน กลิ่นไหม้	ตัวพายไม่มีความ ละมุนไม่หอม รสชาติจืด ไข่ ลับประรดก็จืดไม่ได้ รสชาติของ ลับประรด	แป้งนุ่มแต่ไม่ ละมุน ไม่หอม ไข่ ลับประรดไม่ได้ รสชาติของ ลับประรด กินเข้าไป แล้วทุกอย่างจืดไป หมด
184	แป้งแข็งและบางไปรสชาติ จืดไป ไซส์กำลังพอดีไม่เยอะ ไม่น้อยไป ส่วนราคาคิดว่า แพงไปหน่อย	แป้งกับไส้ถั่วและ ไม่มีรสชาติไข่เค็ม ไม่ได้รสมีความจืด ราคาแพงไป	แป้งแข็งใส่น้อย ควรเพิ่มความหวาน	แป้งร่วนไป ไม่มี รสชาติความหวาน ใส่น้อยไป ควร เพิ่มไส้และแป้ง

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
185	รสชาติอร่อยหวานพอดีแต่สำหรับบางคนอาจจะหวานน้อยไปนิด	สำหรับคนที่ไม่ทานหวาน รสชาติพอดีไม่หวานจนเกินไปเหมาะสำหรับผู้ชอบทานแนวรักสุขภาพ	รสชาติอร่อยรูปทรงช่วยให้ทาน	ไส้สับประดรสชาติจืด สำหรับขนมทานร่วมกับแป้งคุกกี้แล้วไม่อร่อยเจกกันไป
186	รสชาติอ่อนเกินไป	แป้งต้องมีความละมุนกว่านี้	แป้งแข็งเกินไป	นุ่มเกินไป
187	รสชาติอร่อยหวานไม่มากกำลังรับประทาน เนื้อนุ่ม	นุ่มมาก ชอบแป้งของขนมหนึบๆ	หวานน้อยไป หน้อย ไส้สับประदनุ่ม	อร่อยนุ่ม สับประदनเปรี้ยวไปหน้อย
188	หวานน้อยพอดีคำอร่อย	นุ่มมาก อร่อย	รสชาติอร่อย สับประदनเปรี้ยวกำลังดี ไม่หวานมาก	แป้งนุ่ม ไส้อร่อย
189	อร่อยหวานมัน	จืดไปหน้อยคะ	แป้งพายนุ่มไป	คุกกี้แป้งล้นดีได้เปรี้ยวไป
190	หวานกำลังดีกลิ่นหอมแต่แป้งแข็ง	กลิ่นหอม แต่กินไม่เจอไข่เค็ม หวานน้อยไป	แป้งนุ่ม ไส้สับประदनหวานอมเปรี้ยว สัดส่วนของแป้งเยอะกว่าไส้ชอบไส้เยอะกว่าแป้ง	แป้งนุ่มมาก รสหวาน ไส้หวานเปรี้ยวนุ่ม โดยรวมหวานมาก ไส้น้อยไปหน้อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับปะรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับปะรด
191	แป้งแข็งไปหน่อย หวานกำลังดี	หวานน้อย ไข่ไข่เค็มน้อยไป	รูปร่างสวย แป้งแข็ง ไข่ลับปะรด อมเปรี้ยว	แป้งร่วนไป ใสน้อย
192	กลิ่นหอมควันเทียน กลิ่นฝอยทองกลบกลิ่นไข่เค็ม หวานน้อย	รสชาติกำลังดี	รสชาติดหวานน้อย กำลังดี ใสน้อย	หวานน้อย น่าจะหอมเนยมากกว่านี้
193	หวานน้อย แป้งแข็ง	รสชาติดี	หวานน้อย แป้งแข็ง	รสชาติดี
194	แป้งแข็งหวานน้อย	รสชาติกำลังดี	แป้งแข็ง	รสชาติกำลังดี
195	อร่อยรสชาติดี	อร่อย รสชาติดี	อร่อย รสชาติดี	อร่อย รสชาติดี
196	วันกำลังดีแป้งแห้งๆ	ไม่หวานมาก แต่ไม่มีกลิ่นหอมของขนมเปียะ	รสชาติกำลังดี	แป้งร่วนไป ไม่หอม
197	รสชาติฝอยทองไข่เค็มยังไม่เด่นชัดรสสัมผัสนุ่มดีมีกลิ่นหอมควันเทียน	รสชาติของถั่วไข่เค็มยังไม่เด่นชัด รสสัมผัสนุ่มมากมีกลิ่นหอมควันเทียน อ่อนๆ	รสชาติของแป้งและไข่ลับปะรดเข้ากันได้ดี รสชาติไข่ลับปะรดมีความเด่นชัด	ยังขาดความกรอบของคุกกี้ รสชาติของแป้งและไข่ลับปะรดเข้ากันได้ดี รสสัมผัสเนียนนุ่ม
198	หวานเนื้อแป้งกำลังดี ฝอยทองไม่หวานดี	ขนมหอม เนื้อถั่วเนียนดี ขนาดเล็กไป	ไม่หวานมาก แป้งไม่ร่วนดี	ใสน้อยไปหน่อย ใส่หวานน้อยไปหน่อย แป้งหอมดี
199	หอมหวานไม่มาก	หอมหวานไม่มากเกินไป ได้กลิ่นถั่วชัดเจนแต่ไม่ค่อยมีรสชาติของไข่เค็ม	หวานกำลังดี สับปะรดไม่เปรี้ยว อร่อย	ตัวแป้งหอม รสชาติกลมกล่อม

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูปร่าง	คุกกี้ตัวหนอนไส้ลับประด
200	หอมแป้งแข็งฝอยทองโอเค	มีความหอมหวานพอดี เนื้อตัวเนียนไข่เค็มแห้งไปหน่อย	ไม่อร่อย แป้งแข็งลับประดเปรี้ยว	อร่อยหอมแป้งโอเคดี ใช้น้อยไปหน่อย กินไม่ได้รู้สึกถึงลับประด
201	ตัวแป้งจะออกแข็งนิดหน่อยราคาแพง	แป้งนุ่มเกินไปไส้อร่อย ราคาแพง	แป้งดีหอมลับประดโดยรวมอร่อย ราคาแพง	แป้งนุ่มไม่หวานดีหอมกลิ่นเทียนราคาเหมาะสม
202	รูปแบบน่ากินราคาสูงไป	ราคาสูง	รูปแบบสวยราคาสูงไป	แป้งนุ่ม หวานน้อย
203	ไม่ค่อยหวานมาก	อร่อย เล็กๆน่ากิน	ลับประดจืดไปหน่อยอยากให้เปรี้ยวอีกนิด	ใช้น้อยไปหน่อยแป้งหนาไป
204	รูปทรงสวยขึ้นเล็กเกินไป	ขนาดเล็กเกินไปราคาสูงเกิน	รูปแบบสวยราคาสูงเกิน	รสชาติกำลังดี ใช้น้อยไปหน่อย
205	หวานน้อย	หวานน้อยนุ่ม	อร่อย รสชาติดี	นุ่มอร่อย
206	หวานอร่อย	หอมอร่อย	อร่อย	อร่อย
207	รสชาติอร่อย	รสชาติอร่อยพอดีค่ะ(หวานกำลังดี)	รสชาติอร่อยถูกใจ	อร่อยกำลังทานพอดีไม่หวานมาก

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
208	หอมหวานกำลังดี	อร่อยมาก เนื้อสัมผัสดี หอมไม่หวาน โดยรวมแล้วชอบมาก แป้งดีมาก เพิ่มหวานอีกนิดนึงจะดีมาก	แห้งไปหน่อย สับประรดหวานกำลังดี	อร่อยใช้กับแป้งกำลังพอดี ไม่หวานไปแป้งดี
209	รูปขึ้นสวยงาม ราคาแพง	รูปลักษณะสวยงาม ราคาสูง	ผลิตภัณฑ์ดี ราคาสูง	ผลิตภัณฑ์สวยงาม ราคาสูง
210	รูปแบบสวยงาม ราคาสูงไป	ราคาสูง	รูปแบบสวย ราคาสูงไป	บรรจุภัณฑ์ดี ราคาสูง
211	แป้งแข็งไปหน่อยค่ะไส้หวานกำลังดีมีความหอม ควันเทียนรสชาติให้ 6 เต็ม 10	เหนียวนุ่มไส้หวานน้อย มีกลิ่นหอม ควันเทียน รสชาติให้ 8 เต็ม 10	กำลังดีค่ะไม่แข็งไม่นุ่มจนเกินไป ส่วนไส้สับประรดหวานกำลังดี โดยรวมกลมกล่อมค่ะ รสชาติให้ 9 เต็ม 10	แป้งมีความหอม นุ่มกำลังดีค่ะ ส่วนไส้สับประรดหวานหอมกำลังดี รวมๆ อร่อยค่ะ รสชาติ 10 เต็ม 10
212	ค่อนข้างหวาน	ไม่มีกลิ่นหอม รสชาติไม่หวานจืดไป	รสชาติดี	รสชาติดี
213	กลิ่นอบควันเทียนหอมดีไม่หวานเกินไปเนื้อขนมเปียะแข็งไปนิดราคาแรง	นุ่มไม่หวานเกินไป กลิ่นหอมสู้อันแรกไม่ได้ ราคาแพง	แป้งดีไม่รวนเกินไปไม่แน่นเกินไปอร่อย ราคาแรง	แป้งหวานเกินไป นิดใสน้อย

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประรดรูปเรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประรด
214	ลักษณะภายนอกปานกลาง แข็งแข็ง กลิ่นรสฝอยทองแรงเกินไปมีความกระด้าง ขนาดกิน มีแต่รสชาติของฝอยทองเป็นหลัก	แป้งขนมนุ่มเคี้ยวง่าย รสชาติหวาน ไม่มีรสชาติอื่นๆ กลิ่นควันเทียนชัด ไม่มีความรู้สึกว่ามีไข่เค็ม ลักษณะภายนอกของขนมคูดี รสชาติโดยรวมกลางๆ	ลักษณะภายนอกโอเคคูดี กลิ่นขนมกินหอมอ่อนๆ แป้งพายนุ่ม ใ้สับประรดหวาน รสชาติโดยรวมกลางๆ	ลักษณะภายนอกกลางๆ แป้งนุ่มมาก กลิ่นรสของสับประรดไม่ชัดเจน แป้งค่อนข้างชื้น
215	มีความหวานของฝอยทอง มีกลิ่นไข่เค็มนิดๆ	มีความหวานมันของถั่วและมีไข่เค็มพอประมาณ	มีความหอมของตัวเนื้อสับประรด และมีความหอมของเนื้อแป้งนิดหน่อย	มีความแห้งของตัวคุกกี้มากไป หน้อย แต่ใ้สับประรดมีความหอมลงตัว
216	แป้งมีความแข็งไปนิด ฝอยทอง หวาน มัน กำลังดี	หวานกำลังดีเนื้อเนียนละเอียด	อร่อยได้รสชาติ สับประรดเต็มคำ	แป้งละเอียดแห้งใ้ส้อร่อย
217	หวานน้อยกำลังดี แป้งด้านนอกมีความแข็งในระดับนึงแบ่งกินง่าย ลักษณะแปลกใหม่	แป้งด้านนอกนุ่มไม่แห้งจนร่วน เป็นเศษ ใ้ส้ถั่วมีรสอ่อนไป ไข่เค็มควรเข้มข้นได้อีก มีความหอมเมื่อกิน	ใ้ส้สับประรดมีน้อย ไปนิตนึ่งมีรสเปรี้ยวใ้ส้ไม่เป็นเส้น	ใ้ส้มีรสอ่อนมีปริมาณน้อย เมื่อกินไปแล้วทำให้รู้สึกว่ามีรสและกลิ่นแป้งมากกว่า
218	ถ้ารสชาติหวานกำลังดีไม่หวานมากหวานน้อย	รสชาติจืดไป นิตนึ่งไม่ค่อยหวาน ส่วนตัวคิดว่าโอเคเพราะไม่ค่อยกินหวาน	รสชาติแป้งแข็งไปนิตนึ่ง พายสับประรดเปรี้ยวกำลังดี	รสชาติโอเคแต่แป้งแอบเยอะไปกว่าใ้ส้

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรเร็ว	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
219	ตัวแป้งมีความเหนียวไปนิดนึงอยากให้เพิ่มส่วนไข่เค็มอีกซัก 3% จะกำลังดี	ตัวแป้งมี texture สัมผัสที่ค่อนข้างนุ่มไม่เหนียวเกินไป ถือว่ากำลังดีแต่ไส้ยังคงต้องเพิ่มปริมาณในส่วนไข่เค็ม	ส่วนตัวไม่ใช่คนที่บริโภคไส้สับประดในพวกขนมอาจจะบอกไม่ได้ ตัวแป้งมีความเหนียวอยู่ ส่วนตัวคิดว่าถ้ามีความกรอบน่าจะได้	เหมือนพายสับประด
220	กลิ่นเหมือนเทียนไขรสชาติเค็ม มีรสหวานเล็กน้อยจากฝอยทอง	กลิ่นเหมือนเทียนไขรสชาติเค็มมาก	หน้าตาสวยงามแปลกตา พาย่วนเล็กน้อยตัวแป้งหวานนิดหน่อยไส้หวานกำลังดี	คุกกี้ร่วนเมื่อจับตัวคุกกี้ก็แตกเป็นผง รสชาติหวานเล็กน้อย
221	รูปร่างแปลกตาไม่ค่อยพบเจอในตลาดทั่วไป แป้งจืดหอม กินแล้วเข้ากันหวานหอมกำลังดี	รสชาติหวานน้อยกำลังดี กลิ่นหอม	ไส้หวานกำลังดีทานพร้อมแป้งพายแล้วเข้ากันดี กลิ่นสับประดแอบกลบแป้งพายทั้งหมดแป้งพายไม่แข็งเกินไป	กลิ่นหอมแตกต่างจากขนมอื่นแป้งมีความร่วนหอมและมีรสชาติหวานจากตัวแป้ง ได้ความเปรี้ยวหวานมาจากไส้ กินเข้ากันดีสำหรับการเป็นคุกกี้แป้งอาจจะนุ่มไปนิดนึงค่ะ

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่าง	คูกี้ตัวหนอนไส้สับประด
222	แต่รสชาติดีหอมมากแต่รู้สึกว่าการรสชาติของไข่เค็มจะอ่อนไปนิดนึง	ตัวขนมมีกลิ่นหอมไส้ไม่หวานมาก	ตัวแป้งไม่แข็งหรือไม่นิ่มเกินไปไส้สับประดอกรอบ	แป้งไม่ละเอียดไส้สับประดอกรอบไม่ร่วนหรือละเอียด
223	อกรอบไม่หวานเกินไปได้ลดเค็มนิดๆจากไข่เค็ม	รสชาติธรรมดาแป้งนุ่มไม่หวานไม่เค็มเกินไป	รสชาติใช้ได้ก็เหมือนพายสับประดทั่วไปต่างแค่รูปร่าง	ตัวไส้กรอบหวานใช้ได้
224	ไม่หวานมากได้รสฝอยทองมากกว่าไข่เค็มมีกลิ่นหอม	ไม่ค่อยหวานไม่ค่อยได้รสชาติไข่เค็ม ขนมมีกลิ่นคล้ายๆกลิ่นไหม้ตอนกั้ดชิม	แป้งไม่ค่อยเหมือนแป้งพายเท่าไรไส้สับประดอกรอบ	รสชาติเนื้อคูกี้กับไส้เหมือนกัน เนื้อคูกี้ก็ออกร่วนไม่แข็ง ไม่นิ่มค่ะ
225	อกรอบ	อกรอบ	อกรอบแต่ส่วนตัวไม่ชอบสับประด	อกรอบแต่ส่วนตัวไม่ชอบสับประด
226	หวานพอดีอกรอบ	ไส้อกรอบ แป้งนุ่มไปนิด	ไส้ค่อนข้างหวานมากไป	ไส้หวานตัวแป้งอกรอบ
227	หอมหวานกำลังดีไม่รู้สึกลึ้งไข่เค็ม	หอมไม่ค่อยหวานรสของไข่เค็มน้อย	หอมรสชาติกำลังดีแป้งพายนุ่ม	แป้งร่วนนุ่ม กลิ่นหอมเล็กน้อย
228	หอมหวานอกรอบ	นุ่มกลมกล่อม	อกรอบสอดไส้หอมหวาน	อกรอบไส้หวาน
229	แต่รสชาติพอดีไม่หวานเกินไปปริมาณเหมาะสม	กลิ่นหอมแป้งโอเครสชาติพอดี	กลิ่นหอมแป้งดูดีอ่อน แป้งแตกเล็กน้อยไส้อกรอบ	แป้งร่วนไส้อกรอบกลิ่นหอม

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
230	รกลิ้นหอมหวานกำลังดีมีรส ไข่เค็มอ่อนๆ	มีกลิ่นหอมนุ่ม รสชาติไม่ค่อย หวาน	มีรสชาติลับประด กำลังดี แป้งไม่ค่อย กรอบ	กลิ่นหอม แป้งร่วน เกินไป หวานกำลัง ดี
231	ไส้ฝอยทองไม่หวานมาก ปริมาณเยอะกำลังพอดี แป้ง บางกรอบ เล็กน้อยรสชาติ อร่อยเนื้อสัมผัสดี 7เต็ม 10	รสชาติไข่เค็มน้อย ไม่ค่อยเค็ม ออก หวานเล็กน้อย ถั่ว เนียนละเอียดอร่อย โดยรวมรสชาติ กลางๆ 5 เต็ม 10	รสชาติไส้อร่อย เปรี้ยวอมหวานแต่ ปริมาณน้อย แป้ง รสชาติอร่อยมี ความกรอบๆ มีเนื้อ สัมผัสที่ดี 7 เต็ม 10	รสชาติไส้อร่อย เปรี้ยวอมหวานแต่ ปริมาณน้อยถ้า เทียบกับปริมาณ แป้ง แป้งรสชาติ อร่อยเนื้อสัมผัสดี 8 เต็ม 10
232	เนื้อหวานแป้งไม่ร่วน ไม่มี ความเค็มของไข่เค็ม	รสชาติหวานละมุน ไม่มีความเค็มของ ไข่เค็ม	รสชาติจาง ไม่ เข้มข้น เปรี้ยวนำ	รสหวานเปรี้ยวนำ
233	มีกลิ่นอบเทียนหอมมาก รู้สึกถึงรสชาติไข่เค็ม เล็กน้อยถ้ามากกว่านี้ น่าจะ ช่วยตัดรสชาติหวานของ ฝอยทองได้มากขึ้น ลักษณะ ภายนอกดูดีมาก	ไม่ได้รสชาติไข่เค็ม เลย กลิ่นอบเทียน หอมมาก ถั่วเนียน มากๆ เนื้อแป้ง อร่อย	ไส้หวานนำอาจจะ เป็นเพราะแป้งน้อย ไป เนื้อแป้งอร่อย	ไส้หวานพอดีกับ ตัวแป้งอร่อยมากๆ ดีหมดเลย หอม เนื้อแป้งอร่อย
234	กลิ่นหอมของฝอยทองไส้ ฝอยทองเยอะมากแต่ไข่เค็ม ไม่รู้สึกรึ ถึงรสชาติ แป้งบาง	แป้งนุ่มบาง ไส้ไม่ หวาน เนื้อเนียนไม่ ค่อยมีกลิ่นหอม	แป้งไม่กรอบ ไส้ หวานพอดี เนื้อ ลับประดหยาบ กลิ่นแป้งชัด	แป้งร่วนนิดหน่อย มีรสชาติเค็มกลิ่น หอมเนย และ เปรี้ยว

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่าง	คูกี้ตัวหนอนไส้สับประด
235	กลิ่นหอมควันเทียนดี หวานกำลังดี แป้งติดเหนียวหน้อย	แป้งนุ่ม หวานกำลังดี ไข่เค็มตรงกลางหอม กลิ่นหอมรมควันชัดเจน	เนื้อแป้งสัมผัสกัดแล้วละมุน เนื้อเนียน ไข่สับประดเปรี้ยวหวานหอม แป้งน้อยไส้รสชาติไข่เค็มรู้สึกรสหวานไปนิดหนึ่ง	แป้งแห้งแต่นุ่ม ไข่สับประดหวานเปรี้ยวดี ปริมาณไข่กำลังดี ตัวแป้งมีรสชาติดีหวาน
236	รสชาติหวานกลางๆ กลิ่นขนมชัดเจน กัดแล้วมีความแข็งเล็กน้อย	รสชาติออกจะจืด กลิ่นขนมชัดเจนมีความนุ่มมาก ติดฟัน	กลับแล้วมีความแข็งตัวแป้งมีความไม่หวาน ไข่สับประดหวาน กลิ่นเหมือนแป้งวัตถุดิบชัด	รสชาติหวาน(แป้ง) ไข่สับประดออกเปรี้ยวมีกลิ่นหวานอ่อนๆ เนื้อสัมผัสนุ่ม
237	แป้งนุ่มบางมีกลิ่นหอมควันเทียนไส้มีความหอมมีรสชาติหวาน	แป้งนี้มีกลิ่นหอมควันเทียน ไข่หวานไม่มาก	แป้งมีความแข็งไส้มีรสชาติเปรี้ยวหวาน	มีกลิ่นหอมอ่อนๆ แป้งร่วน รสชาติเปรี้ยวหวาน
238	รสชาติดี	รสชาติดี	ทั่วไปผลิตภัณฑ์แตกเล็กน้อย	รสชาติดี
239	หวานไม่มากเนื้อขนมและฝอยทองค่อนข้างแห้ง	รสชาติหวานพอเหมาะ กลิ่นอบควันเทียนไม่เหม็น แป้งบาง ไม่เหม็นหืน มีน้ำมันออกมาบ้าง	แป้งหอมเนยไข่หวาน	ไข่สับประดมีความหวานเหมาะสม เนื้อคูกี้ร่วน

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประครูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับประรด
240	มีความหอมมันหวานกำลังดี ลักษณะรูปร่างน่ารัก	นุ่มรสชาติจืดไปนิด เนื้อสัมผัสดี	เนื้อสัมผัสดีรสชาติ ดี หวานเปรี้ยว กำลังดีลักษณะ รูปร่างสวยงามกิน	แป้งหอมรสชาติดี สับประรดเปรี้ยว
241	ได้กลิ่นเหมือนอบควันเทียน ไม่หวานมาก	เนื้อนุ่มมากรสชาติ ค่อนข้างจืดไม่ค่อย รู้สึกถึงไข่เค็ม	สับประรดกวน รสชาติดีมาก ทำ ออกมาหวานเปรี้ยว กำลังพอดี แต่ตัว แป้งไม่ค่อยกรอบ ไม่หอมแต่เข้าได้ดี กับสับประรดกวน	หอมนิดหน่อย สับประรดกวน หวานเปรี้ยวกำลังดี รสชาติของแป้งไม่ ไปกลบรสชาติของ เนื้อสับประรดเข้ากัน ได้ดีมากๆ
242	ไม่ค้อหวานแป้งดูด้านๆ	แป้งรสแปลก เหมือนไหม้แต่นุ่ม โอเคมาก	แป้งหอม โอเคเนื้อ โอเค	แป้งร่วนมาก
243	แป้งค่อนข้างแข็งร่วน รสชาติหวานมากมีกลิ่นคาว ของไข่แดงจากฝอยทอง	นุ่มละมุนกลิ่นหอม ถั่วเนื้อเนียนรสชาติ หวาน	แป้งแข็งเนื้อเนียน จืดไส้สับประรด เปรี้ยวมีรสหวาน เล็กน้อย	แป้งนุ่มร่วน สับประรดมีรส เปรี้ยวเข้ากันได้ดี กลิ่นหอมอาฟเตอร์ เทส
244	หอมอร่อยส่วนตัวรู้สึกแป้ง แข็งไปนิดนึงแต่อร่อยครับ	ออกทางรสชาติ หวานนิดนึง	กินง่ายครับแต่แป้ง แตกง่ายไปนิดนึง อร่อยถูกปาก	กินง่ายรสชาติอร่อย ไม่ติดฟัน

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับประด
245	อร่อยหวานกำลังดี	จืดไปไม่ค่อยอร่อย	อร่อยหวานกำลังดี	หอมกำลังดีพอดีคำ
246	- ฝอยทองหวานกำลังดี - แป้งแข็งไปนิด	หอม ถั่วแน่น อร่อย	- หอม - กลมกล่อม - แป้งแข็งนิดหน่อย - สับประดอร่อย	กลิ่นนมเนยเยอะดี
247	- กลิ่นหอมดี - ฝอยทองรสชาติดี - แป้งแข็งไปหน่อย	- นุ่ม หอม ละมุน ลิ้น - เนื้อถั่วแน่นดี - พอดีคำ - กลมกล่อม	- Design สวยแต่ว่า หยาบยาก กัดแล้ว แตก (หก) - แป้งค่อนข้างร่วน เกินไป - รสชาติโอเค	- หอมเนย - แป้งค่อนข้างเยอะ - ความหวานโอเค - ภาพรวมโอเค - ชอบ Design
248	- กลิ่นดี หอมละมุน - ฝอยทองดี อร่อย - ไม่หวานจนเกินไป - ส่วนผสมกำลังดี	หอม นุ่ม ในปาก เปิดช่องแล้วกลิ่น ชัด ไม่หวานมาก กลมกล่อม ดี สำหรับคนไม่ชอบ หวาน	- หอมกลิ่น สับประด - แป้งนุ่ม ละเอียด ไม่มากพอให้เคี้ยว ได้ดี เข้ากันดีกับ สับประด	- หอมเนย - อมเปรี้ยวอม หวาน - ละมุนปาก - แป้งเยอะไปนิด หน่อย
249	ไม่หวานเกินไป ใสเยอะเต็ม คำ หอมละมุน ฝอยทองเยอะ อร่อย	มีความหนึบหนับ หวานน้อยไปนิด มี ความมันของตัว ขนม	สับประดหอมใส่ ไม่หวานเกินไป อยากให้ใส่นั่น กว่านี้	ใสน้อย มีความ หอม รสชาติกำลัง พอดี

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายลับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ ลับประด
250	ขนมเปียะที่มีรสหวานจาก ฝอยทองมาตัดกับรสชาติ ปกติ ก่อนข้างหวานกว่า ขนมเปียะทั่วไป	รสชาติเหมือนขนม เปียะทั่วไป แต่ ขนาดเล็กไปหน่อย	ตัวพายมีรสชาติต่าง จากพายลับประดที่ อื่น ตัวไส้ลับประด ไม่หวานมาก(ที่อื่น ลับประดหวานนำ)	เนื้อคุกกี้ค่อนข้าง ร่วน ตอนแรกคิดว่า ไส้จะน้อยไป แต่ พอทานแล้ว ก็รู้สึก ว่าปริมาณไส้ เหมาะสมดี
251	ไส้รสชาติดีไม่หวานเกินไป แป้งแข็งไปเล็กน้อย ฝอยทองดี รูปทรงสวยงาม เป็นรูปดอกไม้ บรรจุภัณฑ์ สวยงาม	ไส้รสชาติดี ไม่ หวานเกินไป แป้ง นิ่มดี ถั่วละเอียด เนียนดี ไข่เค็มน้อย ไป รูปทรงสวยงาม บรรจุภัณฑ์สวยงาม	รสชาติดี ไม่หวาน เกินไป แป้งแข็งไป เล็กน้อย ไม่หอม เนย บรรจุภัณฑ์ สวยงาม	ไส้รสชาติดี ไม่ หวานเกินไป แป้ง แข็งเกินไป ไม่หอม เนย บรรจุภัณฑ์ สวยงาม
252	มีกลิ่นหอมควันทึ้น รสชาติกำลังดี ไม่หวาน แต่ ไม่ค่อยรู้สึกถึงไข่เค็ม	รสชาติโอเคมีความ นุ่มของถั่ว ไม่ หวาน	มีความหอมของ ลับประด มีน้ำตาล สวยงาม แป้งกำลัง พอดี ไม่แข็งเกินไป	แป้งมีความนุ่มดี กลิ่นหอมลับประด รสชาติอร่อย
253	รสชาติลงตัว อร่อยมาก	รสชาติออกหวาน ไปนิดนึงค่ะ	- เนื้อพายความ หวานกำลังดี - เนื้อลับประด รสชาติยังไม่ชัด	- แป้งรสชาติยังไม่ ลงตัว - มีความ contrast ระหว่างรสชาติแป้ง และ ลับประด

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูปรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
254	แป้งมีความไม่แข็งเกินไป รสชาติฝอยทองหวานกำลัง พอดี ไม่หวานเกินไป รูปลักษณะขนมมีความแปลก ใหม่ สวยงาม	มีความนุ่มลิ้น รสชาติไม่หวาน มาก	แป้งมี texture กรอบเล็กๆ ใส หวานน้อย ทาน พร้อมกันมีความลง ตัว	เนื้อแป้งไม่มีฝืดคอ ใสหวานกำลังดี
255	หอมกลิ่นควันเทียนชัด หวานน้อยกำลังดี	หวานน้อย กลิ่นถั่ว ไม่แรงมาก แป้งนุ่ม	มีกลิ่นหอม หวาน น้อย แป้งแข็ง	หอมกลิ่นเนย สับประด หวาน น้อย
256	รสชาติหวานนิดหน่อย แต่ ไม่มาก สำหรับคนไม่ค่อย ทานหวาน ลักษณะต่อชิ้น ทานง่าย	รสชาติอร่อย ไม่ เลี่ยนจนเกินไป ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	รสชาติอร่อยที่สุด ในทุกแบบ ดีทุก อย่างค่ะ แคร์รักษา มาตรฐานให้ดี	รสชาติอร่อยอันดับ 2 แพ็คเก็จทำให้ ดึงดูดการ รับประทาน
257	ขนมมีรสชาติที่ดีและเนื้อ สัมผัสนุ่มละมุน นุ่มลิ้น ไม่ หวานเกินไปค่ะ	หลังจากทานพบว่า ได้กลิ่นถั่วค่อนข้าง แรงมากกว่าไข่เค็ม หากเพิ่มให้ไข่เค็ม ให้มีรสชาติโดดเด่น ขึ้นจะดียิ่งขึ้น	ขนมมีรสชาติที่ดี กลมกล่อมละมุน นุ่มลิ้น และมีความ เปรี้ยวของ สับประดทำให้เข้า กันได้ดีมากๆ	รสชาติไม่หวาน เกินไป เนื้อสัมผัส ความนุ่มของแป้ง อร่อย ซึ่งเมื่อได้ชิม รู้สึกหลงใหลใน รสชาติเมื่อได้ทาน
258	- หอมควันเทียน - หวานกำลังดี ไม่หวานเกินไป - หน้าตาสวยงาม	- ไม่หอมเท่า ฝอยทองไข่เค็ม - เนื้อเนียน - แห้งไปหน่อย - ใส่น้อยไปหน่อย	- หน้าตาสวยงาม - ใส่อร่อยดี - ใส่น้อยไปหน่อย แต่โดยรวมโอเค	- พอดีคำ - ใส่น้อยไปหน่อย แต่รสชาติโอเค

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะถั่วไข่เค็ม	พายสับประดรูป เรือ	คุกกี้ตัวหนอนไส้ สับประด
259	หอมควันเทียน หวานมาก หยาบๆฝอยทอง	หอมควันเทียนน้อย หวานน้อย รสชาติ ไม่ได้เลย	หอมเนย สับประด น้อย ไม่หวานมาก เปรี้ยวชนิดหนึ่ง	หอมเนยน้อย สับประदन้อยแทบ สัมผัสไม่ได้ ไม่ หวาน สับประดรูป เรืออร่อยกว่า
260	- แปะงแข็ง - ปริมาณไส้เยอะ	- หอมควันเทียน - ปริมาณไส้เยอะ - ไม่หวาน	แปงแข็ง ไม่หวาน	- รสชาติหวาน อร่อย หอมเนย ปริมาณไส้เยอะ - ตัวหนอนอร่อย กว่ารูปเรือ
261	หอมกลิ่นฝอยทองและขนม เปียะ หวานน้อย แต่ไข่ไม่ ค่อยเค็ม ออกหวานมากกว่า เค็มกว่านี้ได้อีกชนิด รูปลักษณะสวยงามทาน	หวานน้อยไป ตัว ไข่เค็มไม่เค็ม แปง นุ่ม แต่รสชาติยังไม่ เข้มข้น ยังไม่ค่อย หอมกลิ่นควันเทียน	ตัวแป้งนุ่มไป เหมือนยังมี ความชื้นอยู่ รสชาติ เมื่อกินแปงอย่าง เดียวจัดไปหน่อย แต่พอกินพร้อมไส้ รสชาติอร่อย	รสชาติไส้อร่อย แต่ พอกินพร้อมแป้ง แล้วจัดไปนิด หน่อย รสชาติยัง เข้มข้นกว่านี้ได้
262	ไส้เยอะ รสชาติจืด มีกลิ่น ฝอยทอง สัมผัสได้ถึง ฝอยทอง แต่ไม่ได้กลิ่นไข่ เค็ม	ขนมมีความนุ่ม กัด คำแรกสัมผัสถึงไส้ ที่อยู่ข้างใน รสชาติ จืด ยังไม่รู้สึถึง ความเป็นไข่เค็ม	มีรสสัมผัสคล้าย คุกกี้ตัวหนอน แตกต่างกันที่แป้ง มีความกรอบกว่า รสชาติอร่อย	สัมผัสได้ถึงไส้ สับประด มีความ อมเปรี้ยว ตัวแป้งมี รสชาติจืด ถ้ากินแต่ แป้งจะรู้สึกไม่ อร่อย พอกินถึงไส้ รู้สึกอร่อยเพราะ แป้งผสมกับไส้ สับประด

ตัวอย่างที่	ขนมเปียะฝอยทองไข่เค็ม	ขนมเปียะตัวไข่เค็ม	พายสับประดรูปร่างรี	คุกกี้ตัวหนอนไส้สับประด
263	กลิ่นหอม เนื้อนุ่ม อร่อย	เนื้อนุ่มของขนมเข้ากัน อร่อย เนื้อเนียน	กลิ่นหอม อร่อย กรอบ เนื้อสับประดหวานพอดี เข้ากับเนื้อขนม	รสชาติอร่อย กลิ่นหอม กรอบ
264	รสชาติ อร่อยไม่หวานมาก แป้งแข็งไปไม่ค่อยนุ่ม กลิ่นหอมควั่นเทียน	แป้งนุ่ม รสชาติอร่อย ตัวไม่หวาน กลิ่นหอม ขนมพอดีคำ	รสชาติ อร่อยไม่หวานมาก กำลังดี แป้งนุ่ม กลิ่นหอม	รสชาติอร่อย แต่หวานไปนิดนึง ไส้สับประดจะนุ่มกว่าพาย แป้งนุ่มกว่าพาย อร่อย กลิ่นหอม
265	ไม่หวานมาก แป้งคุ่มน้ำมัน ไม่รู้สึกไข่เค็ม	ไม่หวานมาก แป้งคู้ขึ้นๆ ไม่แห้ง ไข่เค็มน้อย	ไส้หวานไป ชอบแป้งเนียน	ไส้น้อย แป้งหนา ด้านนอกคุ่มขึ้น ด้านในร่วนๆ
266	หวานน้อย	หวานน้อย มัน นิ่ม	หวานน้อยกว่าตัวหนอน	หวานน้อย อมเปรี้ยวเล็กน้อย
267	หอมกลิ่นควั่นเทียน ไม่หวานมาก	ไม่หวาน ไม่แข็ง	ไม่แข็ง สับประดเปรี้ยวเล็กน้อย ช่วยทำให้อร่อยขึ้น	ไม่หวานดี สับประดไม่อร่อยเท่าพายสับประดรูปร่างรี