

## บทคัดย่อ

“ขนม” เป็นสิ่งที่มีอยู่ในวัฒนธรรมการกินของคนมานานแล้วทั้งในสังคมตะวันตกและสังคมไทย และนอกจากจะมีบทบาทในฐานะอาหารแล้ว ขนมยังถูกนำมาศึกษาในแง่มุมต่างๆ อีกด้วยเช่น ในด้านวิธีการทำ ด้านการตลาด พิธีกรรม เป็นต้น แต่ขนมมักจะไม่ค่อยถูกศึกษาในมุมมองด้านการบริโภคอย่างจริงจังโดยเฉพาะในสังคมไทย เนื่องจากขนมมักจะถูกมองว่า เป็นแค่อาหารชนิดหนึ่งเอาไว้กินหลังอาหารคาว หรือเอาไว้กินเล่นๆ และมักจะถูกทำให้มีบทบาทน้อยกว่าอาหารคาว เพราะไม่ใช่อาหารหลัก ถึงไม่กินก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ นอกจากนี้ว่าขนมจะถูกนำมาใช้ในงานพิธีกรรม ขนมจึงจะกลายเป็นสิ่งสำคัญขึ้นมา

แต่ในงานศึกษาชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่าขนมไม่ได้เป็นแค่อาหารชนิดหนึ่งที่ถูกนำเข้าสู่ว่างกายทางปากเท่านั้น แต่ขนมมี “ความหมาย” อยู่ในตัวเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยผู้ผลิตและผู้บริโภค

ความหมายของขนมในมุมมองของผู้บริโภค (ซึ่งในที่นี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดดอนหวาย) จะต้องเป็นขนมที่ดูมี “ความเก๋ไก๋” “ความโบราณ” “ความเป็นท้องถิ่น” หรือเรียกโดยรวมว่า “ความเป็นของแท้” เพราะขนมที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องการที่จะบริโภคเมื่อมาเที่ยวนั้น จะต้องสามารถบอกได้ว่าเป็นขนมดั้งเดิม หรือเป็นเจ้าของที่มีชื่อเสียงประจำท้องถิ่น เพื่อให้รู้สึกว่ามี “ถึง” สถานที่ท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวที่นี่มีความห่วงใยดูแลสุขภาพมากเป็นพิเศษ ดังนั้นขนมที่พวกเขาเลือกที่จะบริโภคจะต้องตอบสนองความต้องการดูแลสุขภาพของพวกเขาได้นั่นก็คือ เป็นขนมที่ไม่ใช้สารสังเคราะห์ในการผลิต มีรสชาติที่ไม่หวานมาก และ บรรจุภัณฑ์ก็ควรจะเป็นสิ่งที่มาจากธรรมชาติด้วย ไม่ใช่ถุงพลาสติก

ส่วนในมุมมองของผู้ผลิตนั้นก็มีความหมายแตกต่างกันไปในแต่ละร้าน แต่ก็มีความเหมือนกันตรงที่ ทุกร้านต่างก็พากันปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์ร้านตัวเองให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ

ดังนั้นขนมในตลาดดอนหวายจึงถูกแปรสภาพจากขนมธรรมดาที่คนในท้องถิ่นกิน มาเป็น “สัญลักษณ์” หรือ “จุดขาย” ของตลาดดอนหวาย อันเป็นผลมาจากการโหมโฆษณาของสื่อที่ทำให้ตลาดดอนหวายกลายเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงทางด้านของกินโดยเฉพาะขนม รวมไปถึงการแห่กันมาเที่ยวของบรรดานักท่องเที่ยวจากในเมืองที่ต้องการค้นหา และบริโภคขนมที่เขาไม่สามารถหาได้ในชีวิตในเมือง

ขนมจึงกลายมาเป็นสิ่งที่สามารถทดแทนความรู้สึกที่ขาดหายไปสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ ที่กล่าวได้ว่าเป็นชนชั้นกลางกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย และลักษณะการบริโภคของคนกลุ่มนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ขนมยังคงมีความสำคัญในวัฒนธรรมการกินของคน และยังคงมีอยู่คู่กับวิถีชีวิตมนุษย์ เพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบการบริโภคตามสภาพสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเท่านั้นเอง