

THE INNOVATION PROTOTYPE OF ASSORTED VEGETABLE DUMPLINGS

Sirirat THIRATHAI^{1*}, Suppara CHAROENPOOM¹, Wilailuk RAKBUMRUNG¹ and Kanpetch SARANONTAWAT¹

¹ College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand;
sirat4159@gmail.com (S. T.) (corresponding author); suppara.ch@ssru.ac.th (S. C.);
wilailuk.ra@ssru.ac.th (W. R.); kanpetch.sa@ssru.ac.th (K. S.)

ARTICLE HISTORY

Received: 18 October 2024

Revised: 1 November 2024

Published: 15 November 2024

ABSTRACT

The objectives of this research were; 1) to study the consumer's demand towards the innovative prototype of Assorted Vegetable Dumplings 2) to develop the innovative prototype of Assorted Vegetable Dumplings. This research used qualitative method. The sample groups were 40 of consumers who the customer of the vegetarian restaurant "Orite" in Bangkok. The research instruments for data collection which in-depth interviews form which according to qualitative data analysis approach from Supang Chantavanich (2010), consisting with data classification, data comparison, related conceptual frameworks and interpretation summarized by describing the results.

The result of research found that consumer demands to Assorted Vegetable Dumplings were thin wrappers, fine and soft fillings that are not mushy. The vegetable filling should be moist, firm, not overly salty or sweet, free of bitterness, and without any strong or unpleasant vegetable odors. A pleasant aroma of sesame oil, natural colors from the ingredients, bite-sized portions (not jumbo), and no MSG were also desired. The results of developing innovative prototype of Assorted Vegetable Dumplings according to the demand of consumers found that the production formula consists of 100 grams of celery, 200 grams of Chinese spinach, 200 grams of cabbage, 100 grams of garlic plant, 200 grams of bok choy, 200 grams of radish, 200 grams of Chinese kale, 1.5 grams of ground black pepper, 10 grams of sesame oil, 1 gram of salt, 30 grams of seasoning sauce, 3.3 grams of granulated sugar, 120 grams of cornstarch, 250 grams of wheat flour, 150 grams of mashed potatoes, 450 grams of warm water (65°C), 1 gram of ground roasted coriander seeds, 1 gram of roasted white sesame seeds, 65 grams of egg, and 500 grams of thin and round shape dumpling wrappers.

Keywords: Prototype, Innovation, Dumplings, Assorted Vegetable

CITATION INFORMATION: Thirathai, S., Charoenpoom, S., Rakbumrung, W., & Saranontawat, K. (2024).

The Innovation Prototype of Assorted Vegetable Dumplings. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(11), 34

ต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล

ศิริรัตน์ ธีรไท¹, ศุภรา เจริญภูมิ¹, วิไลลักษณ์ รักบำรุง¹ และ แก่นเพชร ทรานนทวัฒน์¹

1 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา; sirat4159@gmail.com (ศิริรัตน์)
(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ); suppara.ch@ssru.ac.th (ศุภรา); wilailuk.ra@ssru.ac.th (วิไลลักษณ์);
kanpetch.sa@ssru.ac.th (แก่นเพชร)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล และ 2) พัฒนาต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าประจำของร้านอาหารมั่งสิริติอไรท์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของสุมังค์ จันทวานิช (2553) ได้แก่ การจำแนกประเภทข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และการสรุปตีความด้วยการบรรยายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลต้องการรับประทานขนมจีบผักมกคลที่มีแผ่นแป้งบาง เนื้อละเอียด นุ่ม ไม่เละ ไส้ผักมีความฉ่ำนุ่ม เนื้อแน่น รสชาติไม่เค็ม ไม่หวาน มากเกินไป ไม่มีความขมของผัก ไม่มีกลิ่นฉุน หรือกลิ่นเหม็นเขียวของผัก มีกลิ่นหอมของน้ำมันงา มีสีธรรมชาติ จากส่วนประกอบที่ใช้ มีขนาดพอดีคำ ลูกไม่ใหญ่แบบจัมโบ้ และไม่ใส่ผงชูรส ผลการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลตามความต้องการของผู้ให้ข้อมูล พบว่า สูตรการผลิต ประกอบด้วย ผักคั้นซ่าย 100 กรัม ผักโขมจีน 200 กรัม ผักกาดขาว 200 กรัม ต้นกระเทียม 100 กรัม ผักกาดเขียววางตุ้ง 200 กรัม หัวไชเท้า 200 กรัม ผักคะน้า 200 กรัม พริกไทยป่น 1.5 กรัม น้ำมันงา 10 กรัม เกลือป่น 1 กรัม ซอสปรุงรส 30 กรัม น้ำตาลทราย 3.3 กรัม แป้งข้าวโพด 120 กรัม แป้งสาลี 250 กรัม มันฝรั่งบด 150 กรัม น้ำอุ่น (65 องศาเซลเซียส) 450 กรัม ลูกผักชีคั่วป่นละเอียด 1 กรัม งาขาวคั่ว 1 กรัม ไข่ไก่ 65 กรัม และแผ่นก๊วยบาง แบบกลม 500 กรัม

คำสำคัญ: ต้นแบบ, นวัตกรรม, ขนมจีบ, ผักมกคล

ข้อมูลการอ้างอิง: ศิริรัตน์ ธีรไท, ศุภรา เจริญภูมิ, วิไลลักษณ์ รักบำรุง และ แก่นเพชร ทรานนทวัฒน์. (2567). ต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(11), 34

บทนำ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่เป็นการบริโภคอาหารที่มีอยู่อย่างจำกัดเพียงเพื่อความอยู่รอด กลายเป็นการบริโภคอาหารตามความชอบของแต่ละบุคคล เพราะมีอาหารให้เลือกหลากหลายมากขึ้น ผู้คนกลายเป็นนักบริโภคนิยมเต็มตัว จากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) พบว่าคนไทยมีการรับประทานอาหารที่เสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.2560 สิ่งที่คุณคนไทยส่วนใหญ่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกก่อนการเลือกซื้ออาหาร คือ ความชอบมากที่สุด สูงถึงร้อยละ 22.1 รองลงมาคือ รสชาติ ความอยากทาน ความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการ ความสะดวกรวดเร็ว และราคากลายเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 4.0 เท่านั้น (ธนวรรณ สังข์แก้ว, 2564) กล่าวคือ คนไทยนิยมกินหวาน กินมัน และกินเค็ม นับวันยิ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (วสุนธรา รตโนภาส, ม.ป.ป.) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ผู้คนหันมาสนใจการมีสุขภาพที่ดีเพื่อป้องกันการเกิดโรคต่างๆ ด้วยการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารประเภทผัก ผลไม้ สมุนไพร และอาหารมังสวิรัตินั้นมากขึ้น ทั้งนี้ ความนิยมในการดูแลสุขภาพด้วยการรับประทานอาหารมังสวิรัตินั้นประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของการบริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยมีประชากรมังสวิรัตินับถึง 2.3 ล้านคน ในขณะที่แนวโน้มความนิยมการรับประทานอาหารมังสวิรัตินั้นจากทั่วโลกเพิ่มสูงมากถึง 98.7 เปอร์เซ็นต์ จากปี พ.ศ.2560 โดยในปี พ.ศ. 2561 ยอดขายอาหารมังสวิรัตินับถึง 14,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้บริษัทวิจัยตลาดได้คาดการณ์ว่าตลาดอาหารมังสวิรัตินับถึง 200,000 ล้านบาท ภายในปี พ.ศ.2566 (ธนาคารกรุงเทพ, 2563)

ขนมจีบเป็นต้มยำชนิดหนึ่ง ซึ่งจัดอยู่ในอาหารว่างของประเทศจีน นิยมรับประทานกับน้ำชา มีส่วนประกอบหลัก คือ เนื้อหมูและมันหมู ทำให้ผู้บริโภคอาจได้รับพลังงานและไขมันจากการรับประทาน ในปัจจุบันจึงมีการพัฒนาสูตรขนมจีบเพื่อให้ได้รับคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น (ปิยวรรณ เตชะศิริกุล และคณะ, 2562) ขนมจีบยังเป็นอาหารว่างที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลกจนถึงคนไทยเนื่องจากรับประทานง่ายและมีรสชาติเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค (ELVIRA, 2561) ประกอบกับ ผักมวงหรือผัก 7 อย่าง ได้แก่ ผักคื่นฉ่าย (ผักคื่นช่าย) ผักขงไฉ่ (ผักโขมจีน) เกาฮะ (ผักกาดขาว) ผักสิ่งไฉ่ (ต้นกระเทียม) ผักตัวไฉ่ (ผักกาดเขียวกวาดตุง) ผักไชเท้า ผักกะนัมไฉ่ (ผักคะน้า) เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าเป็นผักที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและอุดมไปด้วยสารอาหารไฟเบอร์ (พีพีทีวีออนไลน์, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมวงเพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ขนมจีบ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพ ผลการพัฒนาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมและผู้บริโภค รวมถึงเป็นการช่วยส่งเสริมสุขภาพให้กับคนไทยและบุคคลทั่วไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมวง
- 2) เพื่อพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมวง

การทบทวนวรรณกรรม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับขนมจีบ

ขนมจีบ ปรากฏให้เห็นในวัฒนธรรมของเมืองฮูฮอต ในมองโกเลีย จากการนำมาขายในร้านน้ำชาบนเส้นทางสายไหม เป็นเครื่องเคียงหรืออาหารเรียกน้ำย่อยคู่กับชา และถูกนำมาয়กรุงปักกิ่งและเทียนจินโดยพ่อค้าจากซานซีในช่วงระหว่างราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิง ประวัติของขนมจีบเริ่มมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรตั้งแต่สมัยราชวงศ์หยวน โดยบันทึกไว้ว่า ขนมจีบนั้นใช้ข้าวสารนวดเป็นแป้ง ใช้หมูเป็นไส้ นิยมปั้นเป็นรูปดอกไม้ ขนมจีบเป็นอาหารว่างประเภทคาวแบบแห้งของประเทศจีน โดยใช้แผ่นแป้งในการห่อไส้ โดยห่อเป็นทรงกระบอกลักษณะคล้ายกับผลทับทิมหรือคล้ายกับดอกไม้บาน หลังจากนั้นจึงนำไปนึ่งจนสุก จากบันทึก ที่บันทึกไว้ทำให้ทราบว่างานขนมจีบของจีนมีประวัติยาวนานกว่า 700 ปี

คำว่า ขนمجีบ มาจากภาษาทมิฬ แปลว่า Touch The Heart หมายถึง การทำอาหารคำเล็กคำน้อย ที่นอกจากจะใช้เวลา ความคิดสร้างสรรค์แล้ว ยังต้องใช้ฝีมือประดิษฐ์ประดอยให้สวยงาม น่าลิ้มลอง และอร่อย ดังนั้นหัวใจสำคัญในการทำ ขนمجีบให้อร่อยนั้นคือ จะต้องใส่ใจลงไปกับขนمجีบด้วย ขนمجีบเป็นอาหารที่ ทานง่าย และรสชาติแปลกใหม่ จึงกลายเป็นอาหารยอดนิยมของคนทั่วโลก (Shumind, 2567)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผักมกคล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย นวัตกรรม และการคลัง และประธานกลุ่มวิจัย จีน-ไทยศึกษา (Chinese-Thai Studies) สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล (RILCA) ได้กล่าวถึงประเพณีเนื่องในวันตรุษจีนทั่วโลกว่า จัดขึ้นเนื่องในวันขึ้นปีใหม่ของผู้มีเชื้อสายจีน จะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันตามความเชื่อของแต่ละท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การรับประทานผัก ในวันที่ 7 หลังวันตรุษจีนนั้น ถือเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งในการปรับสมดุลของร่างกาย หลังจากการรับประทานเนื้อสัตว์ เช่น หมู เป็ด ไก่ ปลา และอาหารทะเลต่างๆ แล้ว ควรรับประทานพืชผักในครอบครัว เพื่อเป็นการล้างพิษในร่างกาย (ฐิติรัตน์ เดชพรหม, 2567) ซึ่งชาวจีนมักจะนำผักต่างๆ ที่มีความหมายมงคล 7 อย่าง ที่เปลี่ยนแปลงได้ตามแต่ความชอบ ความเชื่อ หรือผลผลิต โดยทั่วไปผักมงคล 7 อย่าง ประกอบด้วย 1) ผักกั้นไฉ่ หรือผักกั้นซ้าย 2) ผักซุงไฉ่ หรือผักโคมจีน 3) เก้าะ หรือผักกาดขาว 4) ผักสิ่งไฉ่ หรือต้นกระเทียม 5) ผักตั่วไฉ่ หรือผักกาดเขียว 6) ผักไชเท้า หรือหัวไชเท้า 7) ผักกะนัมไฉ่ หรือผักคะน้า

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

1) ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2567) การศึกษาเรื่องนวัตกรรม (Innovation) ได้มีการศึกษาและกล่าวถึงมาเป็นระยะเวลาค่อนข้างนานแล้ว แต่การให้คำนิยามหรือความหมายของนวัตกรรม ตลอดจนความเข้าใจก็มีความแตกต่างกัน ตามมุมมองและภูมิหลังของนักวิชาการแต่ละคน ซึ่งก็ยังไม่สามารถกำหนดคำนิยามให้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป (Gopalakrishnan & Bierly, 1997) สำหรับรากศัพท์ของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) นั้นมาจากภาษาละตินคำว่า "Innovare" แปลว่า "ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา" (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550) Rogers (1995) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรม คือ ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งของที่เป็นสิ่งใหม่สำหรับบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ที่นำไปใช้

Lemon and Sahota (2003) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรม เป็นผลจากการใช้ความรู้ในเรื่องตลาดใหม่ และหรือความรู้เชิงเทคนิคใหม่ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์

DTI (2004) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรม คือ ความสำเร็จจากการใช้ประโยชน์ของความคิดใหม่ สุธเดช จอวรรณศิริ (2562) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า การนำความรู้ใหม่ หรือสิ่งที่ค้นพบ ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณค่าในรูปแบบต่างๆ

ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (2567) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

2) ประเภทของนวัตกรรม

สุธเดช จอวรรณศิริ (2562) ได้อธิบายไว้ว่า การพัฒนานวัตกรรมในยุคแรกนั้นมักเกิดจากบุคคลและมาจากเหตุบังเอิญเป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้มีแบบแผนในการทดลองอย่างเป็นระบบมากนัก จนต่อมาเมื่อมีความต้องการนวัตกรรมเพื่อตอบสนองตลาดหรือสร้างการเติบโตให้กับองค์กรที่มากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนในการศึกษาวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมอย่างเป็นระบบ โดยคาดหวังกับผลลัพธ์นวัตกรรมที่จะได้รับตามเป้าหมาย การสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กร เป็นความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการออกสู่ตลาด พัฒนาระบบการทำงาน พัฒนาตลาด หรือโมเดลธุรกิจใหม่ ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างประสิทธิผลและยกระดับ

ความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กร แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมตลาด และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ Oslo Manual (2018) ได้แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่เดิมให้มีผู้บริโภคมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค องค์ประกอบ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ภายในผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน หรือลักษณะอื่นๆ 2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือการปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมือ อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ 3) นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) คือ การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการ และบรรจุภัณฑ์ การจัดวางสินค้าและการส่งเสริม การตลาด และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการ 4) นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) คือ การปรับแนวทางการดำเนินงานขององค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ ทั้งการเปลี่ยนแปลงแนวปฏิบัติทางธุรกิจ (Business Practices) โครงสร้างการทำงาน (Workplace Organization) หรือความสัมพันธ์กับภายนอกองค์กร (External Relations)

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดมากขึ้น และสามารถนำมาปรับให้การดำเนินงานทางธุรกิจทั้งด้านการตลาด การขาย การให้บริการ หรือการผลิตสินค้าต่างๆ ตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน (ศิริวัฒน์ ชนะผู้บริโภค, 2567)

แนวคิดการจัดการเชิงระบบ

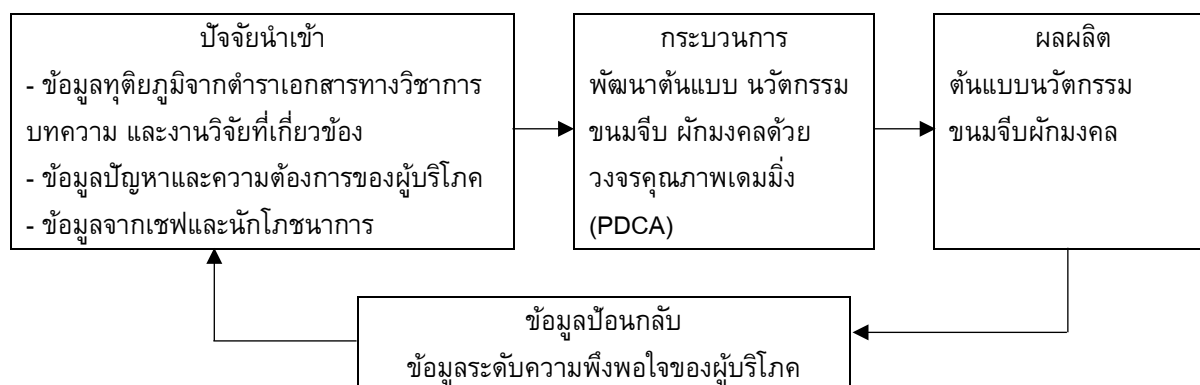
การจัดการเชิงระบบ เป็นการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ เพื่อให้การทำงานนั้นๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ Schoderbek and Other (1990) ได้เสนอแนวคิดองค์ประกอบของการจัดการเชิงระบบ ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ปัจจัยที่จำเป็นและเกื้อหนุนให้องค์กรสามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ คน เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยี สารสนเทศ ทรัพยากร ต่างๆ รวมถึงเวลาและสถานที่ 2) กระบวนการ (process) คือ วิธีการที่นำปัจจัยนำเข้าสู่ระบบโดยดำเนินการเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ออกจากระบบ 3) ผลผลิต หรือสิ่งที่ออกจากระบบ (Output) คือ เป้าหมายความต้องการขององค์กร อาจอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ การบริการ กำไร ความพึงพอใจ หรือผลตอบแทนต่างๆ เป็นสิ่งที่ต้องการในขั้นสุดท้ายของระบบ ที่ได้รับจากปัจจัยนำเข้าและกระบวนการทั้งหมด 4) ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เป็นตัวช่วยปรับแต่งให้สิ่งที่ออกจากระบบได้มาตรฐานเป็นที่น่าพึงพอใจ

แนวคิดวงจรคุณภาพเดมมิง (PDCA)

การจัดการอย่างมีคุณภาพเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพขึ้น โดยหลักการที่เรียกว่า วงจรคุณภาพ (PDCA) หรือวงจรเดมมิง ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข (Deming, 1986)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับแนวคิดการจัดการเชิงระบบของ Schoderbek et al. (1990) ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าประจำของร้านอาหารมังสวิรัตออโรท์ กรุงเทพมหานคร ได้จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 40 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวทางการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยวางกรอบประเด็นสำคัญในแต่ละหัวข้อของการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวทางของ สุธงศ์ จันทวานิช (2553) โดยแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล และส่วนที่ 2 ได้แก่ ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริโภคด้วยตนเอง และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของสุธงศ์ จันทวานิช (2553) ได้แก่ การจำแนกประเภทข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และการสรุปตีความด้วยการบรรยายผล

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลต้องการรับประทานขนมจีบผักมกคลที่มีแผ่นแป้งบาง เนื้อละเอียด นุ่ม ไม่เละ ไส้ผักมีความฉ่ำนุ่ม เนื้อแน่น รสชาติไม่เค็ม ไม่หวาน มากเกินไป ไม่มีความขมของผัก ไม่มีกลิ่นฉุน หรือกลิ่นเหม็นเขียวของผักมีกลิ่นหอมของน้ำมันงา มีสีธรรมชาติจากส่วนประกอบที่ใช้ มีขนาดพอดีคำ ลูกไม่ใหญ่แบบจัมโบ้ และไม่ใส่ ผงชูรส

ทั้งนี้ นอกจากประเด็นสำคัญของคุณสมบัติหลักที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากต้องการดังกล่าวข้างต้น ยังมีข้อมูลความต้องการของผู้ให้ข้อมูลบางส่วนเพิ่มเติม ได้แก่ ต้องการให้ขนมจีบผักมกคลมีการใช้แผ่นแป้งที่ผสมสีจากธรรมชาติ เช่น สีแดงจากบีทรูทและดอกกระเจียว สีเขียวจากใบเตย สีน้ำเงินจากดอกอัญชัน และสีเหลืองจากฟักทอง เป็นต้น และต้องการให้มีการตกแต่งหน้าขนมจีบด้วยโกจิเบอร์รี่ งาดำคั่ว งามาข้าวคั่ว หรือไข่แดงเค็ม เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนต้องการให้ ขนมจีบผักมกคลมีส่วนผสมของเหล้าจีนด้วย

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการพัฒนาด้านแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล จากการนำข้อมูลที่ได้จากความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมาพัฒนาด้านแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล ตามแนวทางวงจรคุณภาพเดมมิ่ง (PDCA) ปรากฏผลโดยมีส่วนผสมและขั้นตอนการผลิตต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำผักคื่นช่าย 100 กรัม ผักโขมจีน 200 กรัม ผักกาดขาว 200 กรัม ต้นกระเทียม 100 กรัม ผักกาดเขียว กวางตุ้ง 200 กรัม หัวไชเท้า 200 กรัม และผักคะน้า 200 กรัมมาล้างให้สะอาด ใส่เบ็กกิ้งโซดา 7.5 กรัมต่อน้ำ 5 ลิตร แช่ประมาณ 15 นาที แล้วล้างผักด้วยน้ำสะอาด

ขั้นตอนที่ 2 ซอยผักเป็นชิ้นเล็กๆ ขนาดประมาณ 1x1 เซนติเมตร

ขั้นตอนที่ 3 นำผักในข้อ 2 มาลวกในน้ำร้อนเดือด (100 °c) ประมาณ 5 วินาที แล้วตักผักขึ้นน็อค น้ำเย็นจัด (5 °c) 5 วินาที และนำมาพักไว้ให้สะเด็ดน้ำ ประมาณ 5-10 นาที

ขั้นตอนที่ 4 นำแป้งสาลี 250 กรัม แป้งข้าวโพด 120 กรัม พริกไทยป่น 1.5 กรัม เกลือป่น 1 กรัม ลูกผักชีคั่วป่นละเอียด 1 กรัม และน้ำตาลทราย 3.3 กรัม มาผสมให้เข้ากัน

ขั้นตอนที่ 5 ใส่มันฝรั่งบด 150 กรัม น้ำมันงา 10 กรัม ซอสปรุงรส 30 กรัม ไข่ไก่ 65 กรัม น้ำอุ่น (65 °c) 450 กรัม และคลุกจนเข้ากันดี

ขั้นตอนที่ 6 นำผักในข้อ 3 มาใส่ คลุกเบาๆ ให้เข้ากัน และพักไว้ในตู้เย็น (5-7 °c) ประมาณ 15 นาที

ขั้นตอนที่ 7 วางแผ่นเกี๊ยวบนฝ่ามือและกดลงไปให้เป็นหลุม ตักส่วนผสมในข้อ 6 (ประมาณ 18 กรัม) ใส่ลงในหลุม แล้วรวบจีบ

ขั้นตอนที่ 8 นำขนมจีบในข้อ 7 จัดวางลงในหม้อหนึ่ง และพรมน้ำเล็กน้อยให้ทั่ว

ขั้นตอนที่ 9 นำไปวางบนหม้อที่มีน้ำต้มกำลังเดือดด้วยไฟปานกลาง (100-105 °c) ใช้เวลานึ่งประมาณ 8 นาที

ขั้นตอนที่ 10 จัดวางขนมจีบผักมกคลใส่ภาชนะ

อภิปรายผล

ผลการพัฒนาด้านแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล ผู้วิจัยได้ต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลที่มีความต่างจากขนมจีบทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ พงศกร เอี่ยมสะอาด, ศุภกร ลิ้มผู้บริโภครธรรมโม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรม คือ กระบวนการการสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งใหญ่และเล็กไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการในการเสนอความใหม่กับองค์กรซึ่งเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าและความรู้ขององค์กร และยังสอดคล้องกับ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2567) ที่กล่าวว่า นวัตกรรม เป็นกระบวนการการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

การวิจัยในขั้นตอนของกระบวนการผลิตต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลจนได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จากกลุ่มผู้บริโภคที่ได้ทดลองชิมต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลที่ผ่านกระบวนการผลิต โดยใช้วงจรคุณภาพที่ผ่านกระบวนการผลิตโดยใช้วงจรคุณภาพเดมมิ่ง (PDCA) ได้แก่ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และ การปรับปรุง (Act) สอดคล้องกับแนวคิดของ Deming (1986) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดการอย่างมีคุณภาพเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น และควรมีการพัฒนาหรือเพิ่มเติมวัตถุดิบประเภทอื่นในส่วนผสม เพื่อให้ขนมจีบผักมกคลสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น และเป็นการต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีบต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิตรัตน์ เดชพรหม. (2567). ม.มหิดล แนะนำกินผักปลอดภัย “เทศกาลกินผัก 7 อย่าง” เนื่องในวันตรุษจีน. สืบค้นจาก <https://op.mahidol.ac.th/ga/author12/>.
- ธนวรรณ สังข์แก้ว. (2564). *สำรวจกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพของร้านอาหารมังสวิรัต ในเขตกรุงเทพมหานคร. การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- ธนาคารกรุงเทพ. (2563). ตลาดอาหารวีแกน เทรนด์โลก โตแรง! โอกาสทองของผู้ส่งออกไทยที่ต้องรีบคว้า. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-1inter-vegan-food-market-a-global-trend-booming>.
- ปิยวรรณ เตชะศิริกุล และคณะ. (2562). การพัฒนาขนมจีบปลาสดผสมพริกแกง. *วิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัดนครปฐม. วารสารการอาชีวศึกษาภาคกลาง*, 3(1), 58-62.
- พงศกร เอี่ยมสะอาด, ศุภกร ลิ้มคุณธรรมโม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*.
- พีพีทีวีออนไลน์. (2566). *BDMS สถานีสภาพ*. สืบค้นจาก <https://pptvhd36.com/health/food/2712>.
- ศิริวัฒน์ ชนะคุณ. (2567). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ/>.
- ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2567). นวัตกรรมและความยั่งยืนของธุรกิจ. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://setsustainability.com/page/innovation>. [สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2567].
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2550). *สุดยอดนวัตกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2567). *การคิดเชิงนวัตกรรมคืออะไร? (Innovative Thinking)*. สืบค้นจาก <https://agtech4otop.nia.or.th/innovation/การคิดเชิงนวัตกรรมคืออะไร/>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของประชากร*. สืบค้นจาก <https://www.nso.go.th/nsoweb/index.>
- สุรเดช จงวรรณศิริ. (2562). *การจัดการสู่องค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization Book of Knowledge)*. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Cambridge, MA: Center for Advanced Engineering Study, Massachusetts Institute of Technology.
- DTI. (2004). *Succeeding Through Innovation, Creating Competitive Advantage Through Innovation: A Guide for Small and Medium Sized Businesses*. London: Department of Trade and Industry.
- ELVIRA. (2561). *เรื่องเล่าของขนม: ขนมจีบ*. สืบค้นจาก <https://elvira.co.th/เรื่องเล่าของขนม-ขนมจีบ>.
- Lemon, M., & Sahota, P. S. (2003). Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovation Capacity. *Technovation*, 24(6), 483-498.
- Oslo, M. (2018). *Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. 4th ed. Paris: Oslo Manual.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovation*. 4th ed. NY: The Free Press
- Schoderbek, C. G., Schoderbek, P. P., & Kefalas, A. G. (1990). *Management System: Conceptual Consideration*. Texas: Business Publications.
- Shumind. (2567). *ต้นกำเนิดของขนมจีบ*. สืบค้นจาก <https://www.shumind.com/th/articles/138680-ต้นกำเนิดของขนมจีบ>.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).