

CONSUMER SATISFACTION TOWARDS A 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 to study the levels of consumer satisfaction towards the innovative prototype of Assorted Vegetable Dumplings. The sample groups were 40 of consumers who the customer of the vegetarian restaurant "Orite" in Bangkok. The research instruments for data collection which questionnaires. In the data analysis part, used means and standard deviation to interpret data.

The result of research also found that consumers were satisfied with the innovative prototypes of Assorted Vegetable Dumplings at the most level ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.59). When considering each point, it was found that satisfied consumers in terms of texture, which had thin, fine, soft and not mushy dough sheets, juicy, soft and firm vegetable filling, salty taste, bitterness of vegetables, aroma of sesame oil and color at the highest level. As for taste, sweetness and size, they were highly satisfied.

Keywords: Satisfaction, Innovation, Dumplings, Assorted Vegetable

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

Consumer Satisfaction towards a Prototype of Assorted Vegetable Dumplings. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(11), 35

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล

ศิริรัตน์ ธิรไท¹, ศุภรา เจริญภูมิ¹, วิไลลักษณ์ รักบำรุง¹ และ แก่นเพชร ศรานนทวัฒน์¹

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

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าประจำของร้านอาหารมังสวิรัตโอโรห์ กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลในด้านเนื้อสัมผัสที่มีแผ่นแป้งบาง เนื้อละเอียด นุ่ม ไม่เละ ไส้ผักมีความฉ่ำนุ่ม เนื้อแน่น รสชาติความเค็ม ความหอมของผัก กลิ่นหอมของน้ำมันงา และสี ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านรสชาติความหวาน และขนาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, นวัตกรรม, ขนมจีบ, ผักมกคล

ข้อมูลการอ้างอิง: ศิริรัตน์ ธิรไท, ศุภรา เจริญภูมิ, วิไลลักษณ์ รักบำรุง และ แก่นเพชร ศรานนทวัฒน์. (2567). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(11), 35

บทนำ

อาหารจัดเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ดังนั้นเรื่องอาหารจึงเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่คนในสังคมเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ มากยิ่งขึ้น Euromonitor ได้ทำการสำรวจเทรนด์พฤติกรรมกรรมการกินของคนไทย ในปี พ.ศ.2567 พบว่า คนไทยวัยทำงานหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพและระวังเรื่องการกินกันมากขึ้น โดย 1 ใน 4 ให้ความสำคัญกับส่วนผสมที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น 41% (กรุงเทพฯ, 2567) และมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการเติบโตของเทรนด์ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต โดยเฉพาะประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ประชากรส่วนใหญ่ทำการเกษตร ซึ่งมีพืชเศรษฐกิจและวัตถุดิบสำคัญสำหรับประกอบอาหารมังสวิรัต อีกทั้งยังพบว่า ประชาชนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตใหม่เพิ่มขึ้นถึง 440% ด้วยเหตุผลการขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตที่เน้นการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่เบียดเบียนสิทธิของสัตว์ (ธนาคารกรุงเทพ, 2566)

อาหารจีนเป็นหนึ่งในอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน หนึ่งในอาหารจีนที่ได้รับความนิยมก็คือ ขนมจีบ ซึ่งเป็นอาหารยอดนิยมของจีนที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก และเป็นอาหารที่คนไทยคุ้นเคยเป็นอย่างดี ขนมจีบมีส่วนประกอบหลักคือ เนื้อหมูและมันหมู ทำให้ผู้บริโภคอาจได้รับพลังงานและไขมันจากการรับประทาน ในปัจจุบันจึงมีการพัฒนาสูตรขนมจีบ เพื่อให้ได้รับคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น (ปิยวรรณ เตชะศิริกุล และคณะ, 2562) ประกอบกับความเชื่อเรื่องการบริโภคอาหารของชาวจีนที่เชื่อว่า การกินผักมกคล 7 ชนิด ในช่วงวันตรุษจีนจะทำให้ชีวิตคุณเจอแต่โชคดีรับปีใหม่ (MIWFOOD, 2567) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลเพื่อเพิ่มโอกาสในการหารายได้ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพ ผลการพัฒนาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมและเป็นการช่วยส่งเสริมสุขภาพให้กับผู้ที่ดูแลรักษาสุขภาพและบุคคลทั่วไป ทั้งนี้ภายหลังการพัฒนา ผู้วิจัยได้ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล

การทบทวนวรรณกรรม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับขนมจีบ

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

คำว่า ขนมจีบ มาจากภาษากวางตุ้ง แปลว่า Touch The Heart หมายถึง การทำอาหารคำเล็กคำน้อย ที่นอกจากจะใช้ความคิดสร้างสรรค์แล้ว ยังต้องใช้ฝีมือประดิษฐ์ประดอยให้สวยงาม น่าลิ้มลอง และอร่อย ดังนั้นหัวใจสำคัญในการทำขนมจีบให้อร่อยนั้นคือจะต้องใส่ใจลงไปกับขนมจีบด้วย ขนมจีบเป็นอาหารที่ ทำง่าย และรสชาติแปลกใหม่ จึงกลายเป็นอาหารยอดนิยมของคนทั่วโลก (Shumind, 2567)

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และหมายรวมถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์

ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิต หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการฝึกอบรมที่นำมาใช้ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ ในรูปแบบของการเกิดธุรกิจการลงทุนผู้ประกอบการหรือตลาดใหม่หรือรายได้แหล่งใหม่ รวมทั้งการจ้างงานใหม่ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2567) ทั้งนี้ David Smith (2006) ได้มีการจำแนกประเภทของนวัตกรรมใน 4 ประเภท ประเภทแรก ได้แก่ การจำแนกตามเป้าหมาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) 2) นวัตกรรมด้านการบริการ (Services Innovation) และ 3) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ประเภทที่สอง ได้แก่ การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 1) นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และ 2) นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) ประเภทที่สาม ได้แก่ การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และ 2) นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) ประเภทที่สี่ ได้แก่ การจำแนกตามกระบวนการที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (Process of Innovation) การผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push) นวัตกรรมเกิดขึ้นจากการลงทุนและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การดึงด้วยความต้องการของผู้บริโภค (Demand Pull) เป็นการพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของผู้บริโภค เป็นหลัก แล้วนำมาสร้างและพัฒนาวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การผสมผสานทั้งด้านเทคโนโลยี และความต้องการของผู้บริโภค (Coupling) เป็นการสร้างนวัตกรรมโดยคำนึงถึงทั้งความต้องการของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่มีอยู่ เพื่อพัฒนาวัตกรรมให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ภายใต้การพัฒนาและยกระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ไปพร้อมๆ กัน

แนวคิดวงจรคุณภาพเดมมิง (PDCA)

PDCA คือ วงจรที่พัฒนามาจากวงจรที่คิดค้นโดย วอลท์เตอร์ ชิวฮาร์ต (Walter Shewhart) ผู้บุกเบิกการใช้สถิติสำหรับวงการอุตสาหกรรมและต่อมาวงจรนี้เริ่มเป็นที่รู้จักกันมากขึ้นเมื่อ เอดวาร์ด เดมมิง (W. Edwards Deming) ปรมาจารย์ด้านการบริหารคุณภาพเผยแพร่ให้เป็นเครื่องมือสำหรับการปรับปรุงกระบวนการทำงานของพนักงานภายในโรงงานให้ดียิ่งขึ้น และช่วยค้นหาปัญหาอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนการผลิตโดยพนักงานเอง จนวงจรนี้เป็นที่รู้จักกันในอีกชื่อว่า “วงจรเดมมิง”

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

1) PLAN หรือการวางแผน คือ ขั้นตอนที่เราต้องนำงานทั้งหมดที่เรารับผิดชอบอยู่ มาจัดเรียงลำดับความสำคัญ กำหนดวัตถุประสงค์ของงาน และเป้าหมายในการทำงาน ซึ่งควรจะต้องเตรียมเป็นเอกสารไว้ มีวิธีการและขั้นตอนการทำงาน ซึ่งอาจจะจัดทำเป็นเอกสารขั้นตอนและวิธีการทำงานเอาไว้ อาจจะมีระยะเวลาที่ใช้ในการทำงาน ผู้รับผิดชอบ ผู้ตรวจสอบ ถ้าการทำงานนั้นมีผู้ร่วมงานหลายคน แต่ในกรณีที่เรเตรียมแผนงานของตนเองส่วนตัวไว้สำหรับการทำงานและพัฒนางานของตนเองก็จำเป็นต้องมีการวางแผนด้วย ซึ่งควรมีเอกสารกำกับ หรืออาจจะใช้สมุดบันทึก ไดอารี่ ฯลฯ ที่จำเป็นในการวางแผนการทำงาน มีการจัดลำดับความสำคัญของงาน งานไหนทำก่อน งานไหนทำทีหลัง และควรมีแผนสำรองสำหรับงานที่เข้ามาแทรกตามที่ได้วางแผนไว้ว่าจะจัดการอย่างไร เพื่อให้งานไม่ติดขัด และทันต่อเวลา รวมไปถึงงานที่ได้มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนดด้วย

2) DO หรือการทำงานตามแผน คือ ขั้นตอน วิธีการ ลำดับงานที่เราที่กำหนดไว้ใน PLAN ก็นำมาปฏิบัติ โดยทำการศึกษาถึงวิธีการที่ดีที่สุดในการทำงานนั้นๆ เอามาใช้ให้เกิดประโยชน์ และทำงานได้ผลดีที่สุด หรืออาจจะมีการอบรมงานเหล่านั้นเพื่อความเข้าใจในการปฏิบัติแล้วลงมือปฏิบัติตามขั้นตอนและวิธีการทำงานที่ได้วางแผนไว้ในระหว่างการทำงานควรมีเก็บข้อมูลที่เป็นที่สำคัญต่างๆ เอาไว้ เพื่อประโยชน์ในการทำงานครั้งต่อไปด้วย หรือเพื่อจุดบันทึกที่เป็นข้อบกพร่องของงานเอาไว้ เพื่อนำไปแก้ไข ปรับปรุงการทำงานในครั้งต่อไป

3) CHECK หรือการตรวจสอบ คือ การทำงานที่ได้ทำไปแล้ว มาตรวจสอบว่าเป็นไปตามที่เราต้องการหรือไม่ หรือตามมาตรฐานที่เราได้กำหนดไว้ อาจจะใช้เครื่องมือช่วยในการตรวจสอบ เช่น เครื่องมือต่างๆ ผลการทำงานเมื่อเทียบกับงานครั้งก่อน เป็นต้น ในการตรวจสอบโดยทั่วไปได้แก่ ระยะเวลาตามเป้าหมาย คุณภาพของงานที่ออกมา วิธีการหรือขั้นตอนการทำงาน ซึ่งการตรวจสอบการทำงานควรมีการจดบันทึกในรูปแบบต่างๆ ไว้ เช่น สมุดบันทึก เอกสาร การตรวจสอบ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น เพื่อให้ง่ายในการปรับปรุง และแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไป

4) ACTION หรือการปรับปรุงแก้ไข คือ ขั้นตอนที่เกิดขึ้นจากการตรวจสอบ CHECK หากพบข้อบกพร่องก็ควรจะหาวิธีการและขั้นตอนในการแก้ไขทันทีหรือตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยทำการค้นหาสาเหตุที่เกิดขึ้น และใช้วิธีการแก้ไขที่ดีที่สุดในการทำการแก้ไข เพื่อไม่ให้ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่เกิดขึ้นซ้ำอีก และควรมีวิธีการพัฒนาปรับปรุงงานหรือระบบงานนั้น ถึงแม้ว่าการตรวจสอบจะไม่เกิดข้อบกพร่องเราก็ควรมีวิธีการพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อให้งานนั้นเกิดประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Millet (1954) ได้อธิบายลักษณะของความพึงพอใจเอาไว้ว่า ความพึงพอใจในการบริการหรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่า การบริการที่ให้นั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่พิจารณาได้จากสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้ คือ

- 1) ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ (Ample Service)
- 2) ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกัน และเสมอภาคกัน (Equitable Service)
- 3) ความสามารถในการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการบริการนั้น
- 4) ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็นเร่งด่วนในการบริการ และความต้องการของลูกค้าในการบริการนั้น
- 5) ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service) ตามลักษณะของบริการนั้นๆ เรื่อยไป

กันทิมา ตีรภู (2560) ได้อธิบายถึงระดับของความพึงพอใจเอาไว้ว่า ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

- 1) ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวังเป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับ ความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่มีชื่อแห่งหนึ่ง และไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อย บริการรวดเร็ว หรือลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยตรงกำหนดเวลา เป็นต้น
- 2) ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังเป็นการแสดงความรู้สึกปลื้มใจ หรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานีบริการน้ำ มันแห่งหนึ่งพร้อมกับได้รับบริการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่ได้อะไรมาก่อน เพราะเป็นลูกค้าที่กำหนดให้รับรางวัล เป็นต้น

Dubrin (1992) ได้อธิบายถึงระดับของความพึงพอใจเอาไว้ว่า ความพึงพอใจ ถูกพิจารณาว่าเป็นความหวังที่ต่ำสุด ถ้ามีความโดดเด่นกว่า ความคาดหวังขั้นต้นนั้น เรียกว่าความยินดี (Delight) ซึ่งสามารถแบ่งระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคออกเป็น 4 ระดับ คือ

- ระดับที่ 1 ความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน (Basic Need Satisfied) ผู้บริโภคได้รับการดูแล และปฏิบัติขั้นพื้นฐาน (Common Treatment)
- ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับตามความคาดหวัง (Expectation Satisfied) ผู้บริโภคได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างเป็นมิตร (Friendly Service)
- ระดับที่ 3 ความพึงพอใจพิเศษ (Extra Satisfaction) ผู้บริโภคได้รับการปฏิบัติ และดูแลอย่างดียิ่งอย่างซาบซึ้ง (True Appreciation)

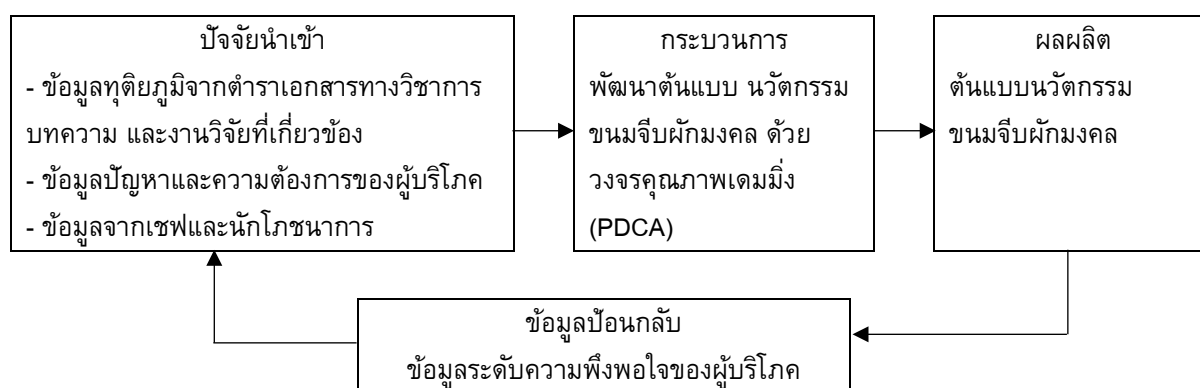
ระดับที่ 4 ความปิติยินดี (Customer Delight) ผู้บริโภคได้รับการดูแล และปฏิบัติเป็นอย่างดี เหนือความคาดหวัง (World Class Experience)

แนวคิดการจัดการเชิงระบบ

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

กรอบแนวคิดของการวิจัย

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



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัยเพื่อการศึกษาข้อมูลความต้องการ ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าประจำของร้านอาหารมังสวิรัตอโรไรท์ กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 40 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นโดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลการตัดสินใจซื้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิด ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว และส่วนที่ 3 ได้แก่ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง ภายหลังจากได้รับแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการตรวจสอบความถูกต้อง บันทึกข้อมูล และประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรม

สำเร็จรูปเพื่อทำการคำนวณ วิเคราะห์ หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล เป็นการศึกษาเพื่อผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการป้อนกลับเข้าสู่ระบบและกระบวนการเพื่อพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถติดต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลความต้องการเพื่อทดลองรับประทานต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจได้จำนวนเพียง 38 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 95 โดยปรากฏผลระดับความพึงพอใจ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1) แผ่นแป้งบาง เนื้อละเอียด นุ่ม ไม่ละ	4.53	0.55	มากที่สุด
2) ไส้ผักมีความฉ่ำนุ่ม เนื้อแน่น	4.38	0.67	มากที่สุด
3) รสชาติความเค็ม	4.30	0.61	มากที่สุด
4) ความหวาน	4.20	0.61	มาก
5) ความหอมของผัก	4.45	0.60	มากที่สุด
6) กลิ่นหอมของน้ำมันงา	4.40	0.55	มากที่สุด
7) สี	4.68	0.53	มากที่สุด
8) ขนาด	4.13	0.69	มาก
9) ความพึงพอใจโดยรวม	4.24	0.59	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยทั้งหมด	4.37	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลในด้านเนื้อสัมผัสที่มีแผ่นแป้งบาง เนื้อละเอียด นุ่ม ไม่ละ ใสผักมีความฉ่ำนุ่ม เนื้อแน่น รสชาติความเค็ม ความหอมของผัก กลิ่นหอมของน้ำมันงา และสี ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านรสชาติความหวาน และขนาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และในจำนวนผู้บริโภคทั้งหมด 38 คน มีผู้ตัดสินใจจะซื้อขนมจีบผักมกคล จำนวน 34 คน ไม่แน่ใจ จำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.47 และ 10.53 ตามลำดับ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจจะซื้อ โดยส่วนใหญ่ต้องการซื้อในราคากระหว่าง 25-30 บาทต่อ 1 ชุด (3 ชิ้น) นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเสนอแนะให้ใช้แผ่นแป้งที่ผสมสีจากธรรมชาติ และต้องการให้มีการตกแต่งหน้าขนมจีบด้วย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อต้นแบบนวัตกรรมขนมจีบผักมกคลอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003) ที่ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลว่า รู้สึกพอใจ ถูกใจ หรือผิดหวัง อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ ดังนั้น ระดับความพึงพอใจจะสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างผลงานที่ได้รับรู้กับความคาดหวัง และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา (2559) ที่ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า

ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจอารมณ์ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเกิดขึ้นจากความคาดหวังหรือเกิดขึ้นต่อเนื่องเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการ นักวิชาการ และผู้ที่สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาประยุกต์ใช้รวมถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นต่อไป และควรมีการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อขยายฐานการขายไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). คนยุคใหม่ ใส่ใจสุขภาพ “อาหารสุขภาพ” โดรับเทรนด์. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1131405>.
- กันทิมา ติรฎ. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารริมน้ำในเขตเกาะเมือง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทิตนา แชมมณี. (2545). ศาสตร์การสอน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2566). ตลาดอาหารวีแกน เทรนด์โลก โตแรง! โอกาสทองของผู้ส่งออกไทย ที่ต้องรีบคว้า. 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.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2567). การคิดเชิงนวัตกรรมคืออะไร? (*Innovative Thinking*). สืบค้นจาก <https://agtech4otop.nia.or.th/innovation/การคิดเชิงนวัตกรรมคืออะไร/>.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2557). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทพวิมล นามสว่าง. (2554). การบริหารเชิงระบบ. สืบค้นจาก https://thepwimon54.blogspot.com/2011/03/blog-post_21.html.
- Smith, D. (2006). *Exploring Innovation*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Dubrin, A. J. (1992). *Fundamentals of Organization Behavior*. Thomson South-Western, Canada: Haji Abdul Aziz Umar.
- Kaufman, S., Zalma, R., & Kaufman, L. (1978). *The Relationship of Hand Dominance to the Motor Co-Ordination, Mental Ability and Right-Left Awareness of Young Normal Children*. Child Development.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service*. New York: McGraw Hill Book Company.
- MIWFOOD. (2567). 7 ผักมงคล ที่ต้องมีในเทศกาลตรุษจีน. สืบค้นจาก <https://www.miwfood.com/chinese-new-year/>.
- 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).