

การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูปนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การศึกษาความต้องการของผู้บริโภคตามกลุ่มทัศนคติ ด้วยวิธีการจดล่อยเชิงเส้น เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่มทัศนคติต่างๆ ให้ความสำคัญ และใช้เพื่อการสื่อสารทางการตลาด ส่วนที่สองคือ การใช้เทคนิคการกระจายน้ำหนักการทำงานเชิงคุณภาพ (QFD) ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา การคํานึงการวิจัยเริ่มโลก การสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ การพิจารณาลักษณะเชิงทัศนคติ สำรวจความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ และการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับคู่แข่ง ข้อมูลด้านความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ และการเทียบกับคู่แข่งจะถูกนำมาใช้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย วิธี QFD แบบ 4 ช่วง คือ การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การวางแผนกระบวนการ และการวางแผนควบคุมกระบวนการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีกลุ่มทัศนคติแบบ Reformers ซึ่งให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางประสาทสัมผัสของเส้นหมี่ การเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ และบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม กลุ่มทัศนคติดังกล่าวเป็นแบบ Mainstreamer ซึ่งเน้นในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวก รวดเร็ว มีอายุการเก็บที่นานแต่ยังคงคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถใช้เพื่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ การใช้เทคนิค QFD เริ่มด้วยการแปลงข้อมูลจากการวิจัยตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ คือ การเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการในเครื่องปรุง ความอ่อนนุ่มของเส้น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สะดวก ความเหนียวของเส้น และเพิ่มเส้นใยอาหารในเส้น ข้อมูลนี้จะแปลงเป็นข้อกำหนดเชิงเทคนิคของผลิตภัณฑ์ซึ่งวัดค่าได้ จากนั้นแปลงไปเป็นข้อกำหนดของส่วนประกอบ และคุณสมบัติของกระบวนการ และแปลงเป็นแผนควบคุมกระบวนการต่อไป การประยุกต์ใช้เทคนิค QFD ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารต้องมีการดัดแปลงให้สอดคล้องกับกระบวนการทำงาน เช่น ข้อกำหนดทางเทคนิค นอกจากจะใช้เครื่องมือในการตรวจวัดแล้วยังมีการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสร่วมด้วย มีการรวมเมตริกซ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และเมตริกซ์การวางแผนกระบวนการด้วยกัน งานวิจัยนี้ได้เสนอแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิค QFD ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยรวมเอาการทำงานด้านการตลาดเข้ากับการพัฒนา และการควบคุมกระบวนการผลิต

The study of product development process on case study of instant noodle product is divided into two parts. The first part uses linear regression analysis to identify the customers' requirements according to their attitude classification. The purpose is to understand, what important factors based on each customer's attitude group are, then using them for marketing communication. The second part is applying Quality Function Deployment (QFD) for product development process on the case study product. The research methodology starts with surveying for demographic characteristics, identifying attitude characteristic groups and product quality characteristics and benchmarking the study product with competitive product quality. The information of product quality requirements and benchmarking is four phased QFD: product planning, product design, process planning and process control planning. The study results showed that the main attitude of surveyed group was belong to "Reformer" group. This group majority concerned on sensory characteristic, nutritional value and environmental aspect of packaging. The second attitude was "Mainstreamer", emphasizing on product convenience, longer shelf life and suitable price. These information can be used for marketing purpose. QFD technique started with information on product market research. It found that customers' required nutritional improvement in product seasoning, the softness texture of noodle, the convenience of packaging, the sticky texture and adding for fiber content in noodle. This information is then transferred to technical requirement of product, the part and process characteristics that controllable and process control plan for work performance. The application of QFD in food product development is required for the modification corresponding to its working process. For example, the technical requirements are not only measuring by the instruments but also considering by sensory evaluation. Furthermore, the product design and process planning matrixes may be combine. Therefore, this research presents the method of applying QFD technique in food product development by integrating cross-function of marketing information with product development and process control.