



รายงานการวิจัย
เรื่อง
การพัฒนาผลิตภัณฑ์งาขึ้นฉ่ายเพื่อสุขภาพ
Development of Sesame Spread for Healthy

นางวาสนา จักรแก้ว
คณะวิทยาการจัดการศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ลำปาง
นางสาวสุรีย์พร ัญญะกิจ
โรงเรียนการเรือน
นางสาวอานง ใจแน่น
โรงเรียนการเรือน
นางสาวกาญจนา ลอเลิศลักษณ์
คณะวิทยาการจัดการศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ลำปาง
นางสาวจิตติวรญา ไยสำลี
โรงเรียนการเรือน
นางสาวปานนรี แก้ววงษ์
โรงเรียนการเรือน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณแผ่นดินประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558)



รายงานการวิจัย
เรื่อง
การพัฒนาผลิตภัณฑ์งาขึ้นม้วนสเปรดเพื่อสุขภาพ
Development of Sesame Spread for Healthy

นางวาสนา จักรแก้ว
นางสาวสุรีย์พร ัญญะกิจ
นางสาวอานง ใจแน่น
นางสาวกาญจนา ลอเลิศลักษณ์
นางสาวจิตติวรภา ไยสำลี
นางสาวปานนรี แก้ววงษ์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

หัวข้อวิจัย	การพัฒนาผลิตภัณฑ์งาช้างขึ้นม้วนสเปรตเพื่อสุขภาพ
ผู้ดำเนินการวิจัย	นางวาสนา จักรแก้ว นางสาวสุรีย์พร ธัญญะกิจ นางสาวอานง ใจแน่น นางสาวกาญจนา ลอเลิศลักษณ์ นางสาวฐิติรฎา ไยสำลี นางสาวปานนรี แก้ววงษ์
ที่ปรึกษา	ดร.ศักดา พริงลำพู
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ลำปาง
ปีพ.ศ.	2560

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสูตรที่เหมาะสมสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์งาช้างขึ้นม้วนสเปรต เพื่อทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์งาช้างขึ้นม้วนสเปรต โดยการศึกษาคุณค่าทางโภชนาของผลิตภัณฑ์งาช้างขึ้นม้วนสเปรต และศึกษาช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์งาช้างขึ้นม้วนสเปรต โดยมีวิธีการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์งาช้างขึ้นม้วนสเปรต และทำการทดลองสูตรผลิตภัณฑ์สเปรตถั่วพื้นฐาน โดยมีการใช้สูตรของสเปรตถั่วกับงาช้างขึ้นม้วนสเปรต ซึ่งมีการทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของตำรับพื้นฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์สเปรต 3 ตำรับ ในด้านความชอบ ได้แก่ ลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม โดยให้คะแนนความชอบตั้งแต่ 9 ระดับ (9-Point Hedonic Scale Test) กับผู้ทดสอบจำนวน 100 คน การวิจัยเลือกใช้ตำรับมาตรฐานจากตำรับที่ 3 เพราะเนื่องจากตำรับที่ 3 มีลักษณะที่ดีของสเปรต ทั้ง สี กลิ่น รสชาติ และเนื้อสัมผัสที่ดี จึงทำให้ตำรับที่ 3 ได้รับการคัดเลือกเพื่อนำไปพัฒนาตำรับ และการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์สเปรตงาช้างขึ้นม้วน มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด โดยการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ สามารถสรุปผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สเปรตงาช้างขึ้นม้วน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักสเปรตงาช้างขึ้นม้วน และมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คือ 1. คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการรับรองคุณภาพ 2. ราคา 3. ปริมาณของสินค้า 4. บรรจุภัณฑ์ 5. ตรายี่ห้อ และ 6. สินค้าของแถม โดยใช้กลยุทธ์อยู่ 2 ระยะคือ ระยะแรกเป็นกลยุทธ์ระยะสั้นในการเลือกใช้การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดครบวงจร ต้องให้ผู้บริโภครับรู้ถึง ตรายี่ห้อ ที่ต้องวางตำแหน่งสินค้าให้ชัดเจนและสร้างหน้าตาสินค้าให้ดูดี มีความน่าเชื่อถือ และต้องสร้างบุคลิกของตรายี่ห้อในการเป็น “ผู้นำ” ออกมาให้เด่นชัดมากขึ้น ในระยะยาว เลือกใช้กลยุทธ์การวิจัยและพัฒนา การทำวิจัยและพัฒนาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความสำเร็จของธุรกิจ จะต้องใช้การวางแผน การทดสอบและการดำเนินงาน ตลอดจนเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ

Research Title	Development Of Sesame Spread For Healthy
Researcher	Mrs.Wassana Chakkaew Miss.Sureeporn Thunyakit Miss.Anong Jainan Miss.Khanjana Laolertlukkana Miss.Thitiworrada Yaisamlee Miss.Pannaree Kaewwong
Research Consultant	Dr.Sukda Pruenglampoo
Organization	Suan Dusit University
Year	2017

This research aims To determine the right formula for the production of sesame horse riding hot spread. To test emptied of consumer products to spread the sesame horse riding. Study nutrition products sesame horse riding hot spread. Educational and marketing channel of horse riding hot sesame spread. By developing product formulations ivory horse riding before spread by experimental formula Spread bean basis by the formula spreads beans with sesame horse riding before testing sensory quality of the cuisine based on produce spray. the third recipe in the preferences, including appearance, color, taste, texture and overall liking. The scores of nine levels (9-Point Hedonic Scale Test) to test 100 people for research use standard preparation of formula 3 because the formula 3 has good characteristics of the spread of color, smell, taste and texture. Great Making it the third formula has been selected to develop the recipe. Educational products and distribution channels spread the sesame horse riding. The objective is to define a marketing strategy to increase distribution channel. And to study the marketing mix. The Strategic Analysis The results of the study of the behavior of consumers towards products Spread the sesame horse riding. Found that most consumers Spread the sesame-known horse riding. The data has resulted in the decision to buy a product: 1. Quality. 2. Price 3. The quantity and quality of the product packaging 4. 5. 6. brands and products they are using two strategies: 1. Short-term use. Integrated marketing communication strategies. Consumers need to be aware of the brand positioning products to create a clear and attractive product to look good. Reliability And to build the brand personality of a "leader" to keep more pronounced in the long run. A strategy for research and development. Research and development is an integral component of business success. It requires planning Testing and implementation As well as the costs.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากขี้ม่อนสเปรดเพื่อสุขภาพ ครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ผู้วิจัยขอขอบคุณ อย่างสูงมา ณ ที่นี้

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและการให้ข้อมูล ที่ทำให้การศึกษาเกิดความสมบูรณ์ ตลอดจนผู้สนับสนุน และผู้ช่วยเหลือทุกท่าน

คณะผู้วิจัย

2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
ขอบเขตการวิจัย	2
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดอาหารเพื่อสุขภาพ	3
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	8
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	12
สเปรต	14
ความเป็นมาของงาขี้ม่อน	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	22
ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	22
เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
การวิเคราะห์ข้อมูล	27
การวิเคราะห์ผลทางสถิติ	27

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	28
การศึกษาและพัฒนาตำรับของผลิตภัณฑ์สเปรด	28
การศึกษาสูตรที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์สเปรดงาขี้ม่อน	29
การศึกษาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์สเปรดงาขี้ม่อน	31
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	34
สรุปผลการวิจัย	34
อภิปรายผลการวิจัย	36
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	38
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	38
บรรณานุกรม	39
บรรณานุกรมภาษาไทย	39
บรรณานุกรมภาษาอังกฤษ	40
ภาคผนวก	41
ภาคผนวก ก	42
ประวัติผู้วิจัย	46

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ปริมาณถั่วและงาขึ้นม่อนที่ใช้ในสเปรด	24
3.2 ระดับความเชื่อมั่นถั่ว และงาขึ้นม่อนที่ใช้ในการหาปริมาณที่เหมาะสมในการทำ ผลิตภัณฑ์สเปรด	25
3.3 ปริมาณส่วนผสมของสิ่งทดลอง 8 สูตร	25
4.1 ผลการยอมรับคุณภาพทางประสาทสัมผัสของตำรับพื้นฐานในผลิตภัณฑ์สเปรด	28
4.2 ผลการยอมรับคุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์สเปรดงาขึ้นม่อน	30
4.3 คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์สเปรดงาขึ้นม่อน	30

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการของงาขี้ม่อนในส่วนที่กินได้ 100 กรัม	17
2.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	21
3.1	แผนผังกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สเปรดงาขี้ม่อน	25
ก.1	การประเมินผลการทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสที่มีต่อผลิตภัณฑ์สเปรดถั่ว	45