

หัวข้อวิจัย	การพัฒนาสื่อต้นแบบนำเสนอข้อมูลอาหาร: ผลิตภัณฑ์จากโฮมเบเกอร์
ผู้ดำเนินการวิจัย	นายณราธิป ปุณเกษม
ที่ปรึกษา	นางจันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนา
หน่วยงาน	หลักสูตรเทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2559

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อนำเสนอข้อมูลอาหารของโฮมเบเกอร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยศึกษาความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อสื่อนำเสนอข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยขั้นตอนแรกคัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยวิธีการคัดเลือกเชิงคุณภาพ และการคัดเลือกเชิงปริมาณพบว่า สามารถคัดเลือกผลิตภัณฑ์โฮมเบเกอร์ได้ 10 ชนิดได้แก่ เค้กทอฟฟี่ เค้กถัวยักษ์ ขนมปังไส้เห็ด ขนมปังไส้แฮมชีส คุกกี้อัลมอนด์ กราโนล่า เดนิสทูน่า เดนิสเบคอน สลัดผักแฮม และน้ำอัญชันมะนาว จากนั้นจัดทำฐานข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทั้ง 10 ชนิดโดยมีองค์ประกอบของรูปภาพ คุณค่าทางโภชนาการ จัดทำเป็นไฟล์รูปภาพ และเผยแพร่ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงโดยการสแกนรหัสคิวอาร์ จัดทำแบบสอบถาม และประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน และได้รับคะแนน IOC เฉลี่ย 0.9 คะแนน (ค่า IOC = 0.8 - 1.0 คะแนน) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนพบว่า ประกอบด้วยเพศชายร้อยละ 47 และเพศหญิงร้อยละ 53 โดยร้อยละ 87.5 มีอายุในช่วง 18 - 24 ปี ระดับการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี และอาชีพนักศึกษา รองลงมาร้อยละ 12.5 เป็นกลุ่มวัยทำงาน (อายุในช่วง 25 - 54 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี) แบ่งเป็นหน่วยงานรัฐบาล ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ และบริษัทเอกชนในปริมาณร้อยละ 6.5 3.8 และ 2.3 ตามลำดับ รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายแบบปกติ โดยมีปริมาณกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.8 มีรายได้ในช่วง 3,000 - 5,000 บาท และจากการหาค่าเฉลี่ยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อคนที่ 7,421 บาทต่อเดือน ความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อนำเสนอข้อมูลอาหารพบว่าคะแนนความพึงพอใจในทุกด้านมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.2 - 4.3 คะแนน (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.7 คะแนน) ระดับความพึงพอใจมาก เมื่อการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจระหว่างกลุ่มของกลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มตัวอย่างต่างเพศกันมีระดับความพึงพอใจสื่อนำเสนอทุกหัวข้อประเมินไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างวัยทำงานให้คะแนนความพึงพอใจสื่อแนะนำทุกด้านมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น อาชีพพนักงาน/นักศึกษาให้คะแนนประเมินเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ซึ่งโดยภาพรวม อาชีพหน่วยงานรัฐบาล และ ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ จะให้คะแนนประเมินสูงกว่า อาชีพบริษัทเอกชน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท ให้คะแนนประเมินเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอื่น มีผู้ให้ข้อเสนอแนะจำนวน ร้อยละ 9.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ด้านประสิทธิภาพการใช้งานพบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจว่าข้อมูลสื่อแนะนำเป็นประโยชน์ร้อยละ 99 และมีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้อยละ 93

Research Title	DEVELOPMENT OF FOOD INFORMATION MEDIA PROTOTYPE: HOME BAKERY PRODUCT
Researcher	Mr.NARATIP POONNAKASEM
Research Consultants	Mrs.CHANCHANA SIRIPANWATTANA
Organization	Culinary Technology and Service, School of Culinary Arts, Suan Dusit University
Year	2016

The objectives of this research were to development of food information media prototype: home bakery Suan Dusit product and study acceptance, opinion and behavior of target consumer on food information media. From screening the product prototypes using qualitative and quantitative method, there were 10 products including, toffee cake, cereals cake, mushroom filled bread, ham & cheese filled bread, almond cookie, granola, tuna danish pastry, bacon danish pastry, ham salad and butterfly pea & lime drink. Next, creating picture databases of chosen products containing product picture and nutrition fact and uploading to internet which access by QR code were done. Questionnaire was designed and was evaluated by 5 experts. The average IOC score was 0.9 (IOC score ranging from 0.8 to 1.0). General information of 400 panelists, there were 47% male and 53% female, 87.5% of 18 - 24 of age/ below bachelor degree / student and 12.5 % of working age (25 – 54 of age/ bachelor degree) including 6.5% government organization working, 3.8 % self employed business working and 2.3% private organization working. Monthly income of panelists was normal curve distribution. There was 33.8% of 3,000 - 5,000 Baht/month. An average monthly income was 7,421 Baht/month. Average acceptance scores of using food information media ranging from 4.2 to 4.3 (SD = 0.7) meaning much acceptance level. Comparison of general information and acceptance of panelists were studied. Gender did not affect the acceptance scores. Acceptance scores of working age are higher than teen age scores. Student scores are lower than other groups. Acceptance scores of government organization working and self employed business working were higher than private organization working scores. Groups of 10,001 – 20,000 Baht and 20,001 – 30,000 Baht of Monthly income gave the higher acceptance scores than other groups. There were 9.5% of panelists gave opinions. Moreover, 99% of panelists indicated that food information media gave benefit to themselves and 93% of panelists had purchase intention.