



Chiang Mai
Real Estate Association
สมาคมสังหาริมทรัพย์เชียงใหม่



www.bmrccmu.net

BMRC

การประชุมผลงานวิจัย
ด้านการจัดการธุรกิจครั้งที่ 14

“Technologies changing
the future of business”

ISSN 2286 - 9921

23

พฤศจิกายน
2 5 6 6

เชียงใหม่ แมริออท โฮเทล



การประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ ครั้งที่ 14

The 14th Business Management Research Conference

วันพฤหัสบดีที่ 23 พฤศจิกายน 2566

ณ เชียงใหม่ แมริออท โฮเทล

จัดโดย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



สารจากคณบดี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้ต้อนรับผู้เข้าร่วมการประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ ครั้งที่ 14 (The 14th Business Management Research Conference) อันประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาการ คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาและบุคลากรจากในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน มาร่วมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านงานวิจัย รวมทั้งแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์และประสบการณ์ด้านการบริหารธุรกิจ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการร่วมกัน

โดยขอบเขตผลงานวิจัยของการประชุมครั้งนี้ ครอบคลุมอยู่ภายใต้ 3 หัวข้อ ได้แก่ 1) การจัดการธุรกิจ 2) การจัดการเทคโนโลยี และ 3) หัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเทคโนโลยีหรือการจัดการธุรกิจ โดยในปีนี้ได้รับเกียรติจาก Professor Dr. Paul Gordon Patterson, School of Marketing, University of NSW (UNSW), Australia บรรยายพิเศษในหัวข้อ “Artificial Intelligence (AI) – A Case Study in a Professional Services Context”

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ขอขอบคุณวิทยากร ผู้ร่วมอภิปราย ผู้นำเสนอผลงานและผู้ที่มีส่วนร่วมในงานทุกท่าน ที่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการดำเนินงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้การจัดการประชุมสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก้องภู นิมานันท์)

คณบดี

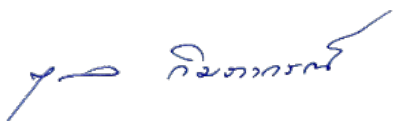
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำนำ

การประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจครั้งที่ 14 (The 14th Business Management Research Conference) ได้จัดต่อเนื่องเป็นประจำ ด้วยการสนับสนุนจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยในปีนี้จัดขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ 23 พฤศจิกายน 2566 ณ โรงแรมเชียงใหม่ แมริออท ไฮเทล จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนางานวิจัยและเพิ่มโอกาสช่องทางการเผยแพร่ผลงานวิจัย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการบริหารจัดการธุรกิจในสาขาต่าง ๆ โดยเน้นการสร้างสรรคและนำเสนอผลงานวิจัยที่ก่อให้เกิดองค์ความรู้และวิธีการใหม่ๆ ในการจัดการธุรกิจเพื่อยกระดับคุณภาพผลงานวิชาการด้านการจัดการธุรกิจและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการบริหารจัดการธุรกิจทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ

การจัดประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจครั้งนี้ ได้เปิดโอกาสให้นักวิชาการ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา รวมถึงผู้สนใจทั่วไป เข้าร่วมเสนอผลงานทางวิชาการ และรับฟังการนำเสนอผลงานดังกล่าว ทั้งในรูปแบบของการนำเสนอภาคบรรยาย (Oral Presentation) และการนำเสนอแบบ Conceptual Paper โดยมีจำนวนผลงานที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิในสายวิชาการให้นำเสนอในการประชุมระดับชาติครั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 21 บทความ

คณะกรรมการจัดการประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมทุกท่านในการจัดประชุมผลงานวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้นำเสนอผลงานวิจัยในงานประชุมวิชาการครั้งนี้ ตลอดจนผู้ที่ให้ความสนใจส่งผลงานวิชาการเข้ามาทุกท่าน แต่ด้วยข้อจำกัดด้านเวลา และการรักษามาตรฐานกระบวนการคัดเลือกบทความโดยมีการตัดสินบทความที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิ (double-blind peer review) จึงมีเฉพาะบางบทความที่ได้รับการตอบรับให้สามารถนำเสนอได้ คณะกรรมการจัดการประชุมฯ ได้กำหนดให้มีการจัดประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นช่องทางสำหรับนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศได้มีเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ โดยคณะบริหารธุรกิจหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ผลงานวิชาการด้านการจัดการธุรกิจต่อไป


(รองศาสตราจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์)

ที่ปรึกษาและกรรมการจัดการประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ ครั้งที่ 14
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะกรรมการที่ปรึกษา

- | | |
|--|----------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก้องภู นิมานันท์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |

กองบรรณาธิการระดับชาติ

- | | |
|--|------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร. ชัชพงศ์ ตั้มมณี | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. พรรัตน์ แสงเดงหาญ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร. รวี ลงกานี | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร. เวสาร์ช เอี่ยมบุญสุข | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. สุขสรรค์ กันตะบุตร | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติสุข ชูลิกาวิทย์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราภา พึ่งบางกรวย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิโรจน์ บุรณศิริ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชัย เศรษฐ์อนวัช | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพล ตั้งจิตพรหม | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 13. อาจารย์ ดร. ดนัย ลิขิตรัตน์เจริญ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 14. อาจารย์ ดร. พนมพร เถลิมวรรณ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|--|-----------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร. จำเนียร บุญมาก | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ ฉายสุวรรณ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี เจริญวานิช | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร. อติศักดิ์ อีรานูพัฒนา | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 9. รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ | มหาวิทยาลัยสุโขทัย |

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (ต่อ)

- | | |
|--|------------------------------|
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กชพร ศิริโกคากิจ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญจนวลัย นนทแก้ว แพร์รี่ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. การุณ สุขสองห้อง | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติณัฐ ชุติกาวิทย์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เขมกร ไชยประสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราภา พึ่งบางกรวย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิโรจน์ บุรณศิริ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชยกฤต อัครวิชานนท์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชวนชื่น อัครคะฉนิชชา | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดุรยา สุขถมยา | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพพล ตั้งจิตพรหม | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีดา ศรีนฤวรรณ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มนทิพย์ ตั้งเอกจิต | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาริษา เลากุลรัตน์ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรณภา ลือกิตินันท์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรวิทย์ วิณิช | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิสุทธ จิตอารี | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีัญญา กันตะบุตร | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สราวุธ จันทร์สุวรรณ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สายนที เฉินบำรุง | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมลยา โกไศยกานนท์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรถพงศ์ พีระเชื้อ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 33. อาจารย์ ดร. Ing-wei Huang | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 34. อาจารย์ ดร. ธินิกานต์ สังข์สุวรรณ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 35. อาจารย์ ดร. ปรีชญญา ขวลิตรารัง | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 36. อาจารย์ ดร. พลอย สุดอ่อน | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 37. อาจารย์ ดร. รวี รุ่งเรืองศรี | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 38. อาจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงศ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 39. อาจารย์ ดร. อรรณพ พึ่งเชื้อ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |

คณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการ

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. อาจารย์ ดร. ดนัย ลิขิตรัตน์เจริญ | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัญญา กันตะบุตร | รองประธานกรรมการ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา | กรรมการ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิสุทธ จิตอารี | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ ดร. กอบลาภ จันทระศัพท์ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์ ดร. ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์ | กรรมการ |
| 7. อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ นภารัตน์ | กรรมการ |
| 8. นางสาวอัญชลี วิเลิศศักดิ์ | กรรมการและเลขานุการ |
| 9. นางสาวมุสตี ใจชุ่มใจ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| 10. นางสาวณัฐปภัสร บวรภัสพงค์ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

คณะอนุกรรมการดำเนินงาน**ฝ่ายประชาสัมพันธ์**

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| 1. นางสาวอัญชลี วิเลิศศักดิ์ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวรัชนีกร สุนทรเมือง | กรรมการ |
| 3. นางสาวพัชรสิดา เจริญสุริภิมย์ | กรรมการ |
| 4. นางสาวณัฐปภัสร บวรภัสพงค์ | กรรมการ |
| 5. นางสาวพิชชากร เกตุเนียม | กรรมการ |
| 6. นางสาวมุสตี ใจชุ่มใจ | กรรมการและเลขานุการ |

ฝ่ายประสานงานและจัดการประชุมวิชาการ

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. นางสาวอัญชลี วิเลิศศักดิ์ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นายกิตติชัย เอกตะ | กรรมการ |
| 3. นางสาวณัฐปภัสร บวรภัสพงค์ | กรรมการ |
| 4. นางสาวพิชชากร เกตุเนียม | กรรมการ |
| 5. นางสาวมุสตี ใจชุ่มใจ | กรรมการและเลขานุการ |

ฝ่ายสถานที่ และโสตทัศนูปกรณ์

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1. นายเทวัญ ทองทับ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นายเพชร บัวเหลือง | กรรมการ |
| 3. นายนวนนท์ วงศ์สุวรรณ | กรรมการ |
| 4. นายณัฐกร จันทร์คำป็น | กรรมการและเลขานุการ |

ฝ่ายยานพาหนะ

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. นายพัทธล ประทุม | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นายจำเริญฤทธิ์ เมืองมา | กรรมการ |
| 3. นางสาวพิชชากร เกตุเนียม | กรรมการ |
| 4. นางสาวณัฐปภัสร บวรภัสพงศ์ | กรรมการและเลขานุการ |

ฝ่ายการเงินและพัสดุ

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| 1. นางณัจยา สิงห์รัฐ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวพิมพ์า ไชยนิสงค์ | กรรมการ |
| 3. นางสาวจันทิรา ยาวุฒิ | กรรมการ |
| 4. นางสาวสายฝน อินทโชติ | กรรมการ |
| 5. นายนิรันดร์ บรรณศรี | กรรมการ |
| 6. นางสาวพิมพ์ลพรรณ จันทร์หอม | กรรมการ |
| 7. นายพาลาดอน ภาระภักดี | กรรมการ |
| 8. นางสาวอัญชลี วิเลิศศักดิ์ | กรรมการ |
| 9. นางสาวมุสดี ใจชุ่มใจ | กรรมการและเลขานุการ |

ฝ่ายวิชาการ

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| 1. อาจารย์ ดร. ดนัย ลิขิตรัตน์เจริญ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางวัลลภา เตชะวัชรกุล | กรรมการ |
| 3. นายอาทิตย์ ทำสวน | กรรมการ |
| 4. นางสาวณัฐณิชา นามเมือง | กรรมการ |
| 5. นางสาวอัญชลี วิเลิศศักดิ์ | กรรมการ |
| 6. นางสาวกิงกาญจน์ แสงอาทิตย์ | กรรมการ |
| 7. นางสาวมุสตี ใจชุ่มใจ | กรรมการและเลขานุการ |
| 8. นางสาวณัฐปภัสร บวรภัสพงศ์ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

พิธีกรและพิธีกรประจำห้องย่อย

- | | |
|--|---------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร. นฤนาถ ศราภัยวานิช | กรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา | กรรมการ |
| 3. อาจารย์ ดร. ดนัย ลิขิตรัตน์เจริญ | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ ดร. รวี รุ่งเรืองศรี | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงศ์ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์ ดร. รัม แพสุวรรณ | กรรมการ |

ฝ่ายประสานงานห้องนำเสนอห้องย่อย

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| 1. นางสาวอัญชลี วิเลิศศักดิ์ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวชนิษฐา คุ่มใหญ่โต | กรรมการ |
| 3. นางสาวสโรชนี ศิลปานันทกุล | กรรมการ |
| 4. นางสาวกิงกาญจน์ แสงอาทิตย์ | กรรมการ |
| 5. นางสาวพิมพ์ตรา นาคบุตรศรี | กรรมการ |
| 6. นางสาวมุสตี ใจชุ่มใจ | กรรมการและเลขานุการ |



กำหนดการประชุมผลงานวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ ครั้งที่ 14
วันพฤหัสบดีที่ 23 พฤศจิกายน 2566 ณ เชียงใหม่ แมริออท โฮเทล
จัดโดย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

8.30 - 9.00 น.	ลงทะเบียน
9.00 - 9.20 น.	กล่าวเปิดงาน โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก้องภู นิมานันท์ คณบดี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
9.20 - 10.20 น.	บรรยายพิเศษ หัวข้อ “Artificial Intelligence (AI) – A Case Study in a Professional Services Context” โดย Professor Dr. Paul Gordon Patterson Professor at School of Marketing, UNSW Business School and Visiting Professor at CMUBS
10.20 - 10.40 น.	Q & A Lucky draw
10.40 - 11.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง (หน้าห้อง Grand Ballroom ชั้น 2)
11.00 - 12.00 น.	นำเสนอบทความ (แยกห้องย่อย) จำนวน 2 ห้องแบ่งเป็น BMRC #1 : Journey room ชั้น 3 BMRC #2 : Expedition room ชั้น 3 (นำเสนอ 15 นาที และถามตอบ 5 นาที)
12.00 - 13.30 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.30 - 14.50 น.	นำเสนอบทความ (แยกห้องย่อย) จำนวน 2 ห้องแบ่งเป็น BMRC #1 : Journey room ชั้น 3 BMRC #2 : Expedition room ชั้น 3 (นำเสนอ 15 นาที และถามตอบ 5 นาที)
14.50 - 15.10 น.	พักรับประทานอาหารว่าง (หน้าห้อง ชั้น 3)
15.10 - 16.30 น.	นำเสนอบทความ (แยกห้องย่อย) จำนวน 2 ห้องแบ่งเป็น BMRC #1 : Journey room ชั้น 3 BMRC #2 : Expedition room ชั้น 3 (นำเสนอ 15 นาที และถามตอบ 5 นาที)
16.30 - 21.00 น.	ประกาศผลรางวัล ถ่ายภาพรวม และเลี้ยงรับรองอาหารเย็น (ห้อง Grand Ballroom ชั้น 2)

BMRC Oral Presentation Schedule

เวลา	BMRC #1	BMRC #2
11.00 - 11.20 น.	B1 : อิทธิพลของอำนาจละมุน : ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น การตลาดเชิงประสบการณ์ และการตัดสินใจในการเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว	C1 : รูปแบบวาทกรรมผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ในบริบทธุรกิจร้านอาหารด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา
11.20 - 11.40 น.	B2 : มาตรการใช้กฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายแมริออท เขตกรุงเทพมหานคร	C2 : การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อ Shopee ทางออนไลน์
11.40 - 12.00 น.	B3 : รูปแบบวาทกรรมของผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในบริบทธุรกิจที่พักด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา	C3 : การศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว: กรณีศึกษาของห้องเบเกอรี่ มหาวิทยาลัยศิลปากร (มศก.วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี)
12.00 - 13.30 น.	อาหารกลางวัน	
13.30 - 13.50 น.	B4 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อบริการดิจิทัลผ่านเทคโนโลยีการให้บริการตนเองของธุรกิจโรงแรมที่มีสาขาเครือข่าย	C4 : ความเสียเปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในการเข้าร่วมแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ออนไลน์ ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ
13.50 - 14.10 น.	B5 : รูปแบบการใช้ประโยชน์และกลยุทธ์จากแคมเปญการตลาดแบบการมีส่วนร่วมในเนื้อหาด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในธุรกิจโรงแรม: กลยุทธ์การตลาดเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา	C5 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการต่อต้านของผู้บริโภคในการใช้งานหุ่นยนต์บริการของธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขาเครือข่าย
14.10 - 14.30 น.	B6 : อิทธิพลของการบริหารสายอาชีพโดยองค์กรที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา : การศึกษาบทบาทตัวแปรคั่นกลางของการปฏิบัติตามพันธสัญญาทางใจ	C6 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มการจองออนไลน์สำหรับร้านอาหารของผู้บริโภคเจนเนอเรชันซี

BMRC Oral Presentation Schedule

เวลา	BMRC #1	BMRC #2
14.30 - 14.50 น.	B7 : การจัดการชื่อเสียงและนวัตกรรมบริการ: การเปลี่ยนความล้มเหลวของบริการให้เป็นโอกาสในการสร้างนวัตกรรมทางการจัดการ	C7 : อำนาจละมุนในยุคดิจิทัล: อิทธิพลทางวัฒนธรรมสู่การกำหนดเรื่องเล่าและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก กรณีศึกษา วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร
14.50 - 15.10 น.	อาหารว่าง	
15.10 - 15.30 น.	B8 : อิทธิพลของคุณภาพงานสอบบัญชีต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างทางบัญชี: กรณีศึกษา กลุ่มประเทศสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย	C8 : ปัจจัยคุณลักษณะของกลุ่มชายรักชาย ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ และ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันเนื้อหา ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการหัตถการ
15.30 - 15.50 น.	B9 : อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม ต่อความเสี่ยงของกิจการโดยมีคุณลักษณะของกรรมการเป็นตัวแปรกำกับ: กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร	C9 : กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการสร้างประสบการณ์ : การสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์สะท้อนอารมณ์ในมุมมองธุรกิจให้บริการกิจกรรมและนันทนาการ (Activity Park)
15.50 - 16.10 น.	B10 : การส่งผ่านผลกระทบ จากผลตอบแทนและความเสี่ยงของราคาทองคำ ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมบริการหมวดธุรกิจพาณิชย์ และ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด หลังสถานการณ์ โควิด-19	C10 : ความสัมพันธ์ระหว่างการคิดบวกของประธานเจ้าหน้าที่บริหารกับผลการดำเนินงานของบริษัท
16.10 - 16.30 น.	B11 : ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางในอำเภอเมืองเชียงใหม่	
16.30 - 21.00 น.	ประกาศผลรางวัล ถ่ายภาพรวม และเลี้ยงรับรองอาหารเย็น	

พิธีกรประจำห้องย่อย

B1 – B7	อาจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงศ์
B8 – B11	อาจารย์ ดร. รอม แพสุวรรณ
C1 – C3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา
C4 – C10	รองศาสตราจารย์ ดร. นฤนาถ ศราภัยวานิช

	สารบัญ	หน้า
B11	ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ <i>พัชชา วงศ์ยิ้มย่อง และอรชร มณีสงฆ์</i>	122
C1	รูปแบบวาทกรรมผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ในบริบทธุรกิจ ร้านอาหารด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา <i>รัชมงคล ทองหล่อ สิริดา โรจนทรัพย์กุล และอนงค์พร สามแสน</i>	135
C2	การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อ Shopee ทางออนไลน์ <i>กาญจนาภรณ์ พลประทีป และพัชรากร ตีระดิเรก</i>	150
C3	การศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว: กรณีศึกษาของห้องเบเกอรี่ มหาวิทยาลัยศิลปากร (มศก.วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี) <i>ฝนทิพย์ อนุรัตน์กุล อารยา สมศรี และสไบทิพย์ มงคลนิมิตร</i>	169
C4	ความเสียเปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในการเข้าร่วมแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ ออนไลน์ ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ <i>พิทักษ์ ศิริวงศ์ รัชมงคล ทองหล่อ ณพวิทย์ ศาสตรินทร์ ชัสวีชัย ชนิแย้ง และกฤษฎา วงษ์ธนากรโกศล</i>	178
C5	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต่อต้านของผู้บริโภคในการใช้งานหุ่นยนต์บริการของธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขา เครือข่าย <i>ธาดาธิเบศร์ ภูทอง ครองขวัญ ฉะอุ่ม และสุพรรณสรณ์ แก้วคำ</i>	193
C6	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มการจองออนไลน์สำหรับร้านอาหารของ ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นซี <i>ธาดาธิเบศร์ ภูทอง กตาทิการ หุ่นพงษ์ และบุรฉกร หลีสันติพงศ์</i>	210
C7	อำนาจละมุนในยุคดิจิทัล: อิทธิพลทางวัฒนธรรมสู่การกำหนดเรื่องเล่าและการมีส่วนร่วมของ นักท่องเที่ยวทั่วโลก กรณีศึกษาวัฒนธรรมราชวรากรมราชวรมหาวิหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร <i>รัชมงคล ทองหล่อ จิตรภาพร สดใสจิตต์ และอรอุมา ลามมาก</i>	224
C8	ปัจจัยคุณลักษณะของกลุ่มชายรักชาย ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ และการมีส่วนร่วมในการ แบ่งปันเนื้อหา ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเข้าใช้บริการหัตถการ <i>จุฑารัตน์ บุญนาค วราภรณ์ รถทอง และระชานนท์ ทวีผล</i>	239
C9	กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการสร้างประสบการณ์ : การสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ สะท้อนอารมณ์ในมุมมองธุรกิจให้บริการกิจกรรมและนันทนาการ (Activity Park) <i>รัชมงคล ทองหล่อ ปฏิพิมพ์ ปิยภูวดล และวิริยาพร ขาวรัตน์</i>	253
C10	ความสัมพันธ์ระหว่างการคิดบวกของประธานเจ้าหน้าที่บริหารกับผลการดำเนินงานของบริษัท <i>ณัฐพร โปธิพานิช และดนัย ลิขิตรัตน์เจริญ</i>	269



การศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว: กรณีศึกษาของห้องเบเกอรี่
มหาวิทยาลัยศิลปากร (มศก.วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี)

STUDYING AND DEVELOPING OF CONFECTIONERY PRODUCTS WITH GREEN TEA
MULBERRY LEAF POWDER: A CASE STUDY OF BAKERY ROOM,
SILPAKORN UNIVERSITY (SU-PHETCHABURI IT CAMPUS)

*ผนทิพย์ อนุรัตน์กุล อารยา สมศรี และสไบทิพย์ มงคลนิมิตร***

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการในห้องเบเกอรี่ของมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่เน้นระเบียบวิธีวิจัยคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ได้ชิมขนมหวานชาเขียวใบหม่อน จำนวน 40 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ในการสำรวจประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อขนมหวานชาเขียวใบหม่อน ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ รสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และรูปลักษณ์สีสันทัน ผลการวิจัยปรากฏว่า ขนมหวานที่ได้รับการคัดเลือกเหมาะสมในการจัดทำครั้งนี้ ได้แก่ บราวนี่ชาเขียวใบหม่อน จากผลวิจัยยังพบว่าในการประเมินความพึงพอใจในระดับ 5 ดาว นั้น มีผู้บริโภคจำนวนถึง 27 คน (67.50%) ประเมินว่าพึงพอใจมากที่สุดในด้านรสชาติ ผู้บริโภคจำนวน 21 คน (52.50%) ประเมินว่าพึงพอใจมากที่สุดในด้านกลิ่น ผู้บริโภคจำนวน 14 คน (35%) ประเมินว่าพึงพอใจมากที่สุดในด้านเนื้อสัมผัส และผู้บริโภคจำนวน 13 คน (32.50%) ประเมินว่าพึงพอใจมากที่สุดในด้านรูปลักษณ์สีสันทัน นอกจากนี้มีการเสนอแนะให้มีการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานชาเขียวใบหม่อนอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ขนมหวาน ผงใบหม่อนชาเขียว

ABSTRACT

The aim of this research article is to study and develop confectionery products with green tea mulberry leaf powder. It is an action research conducted in the SU-Phetchaburi IT Campus 'Bakery Room'. The qualitative methodology is mainly used. The feedback came from the key informants of the study. They are forty customers who tasted the products. The research instrument is semi-structural interviews used to survey the customer's satisfaction of confectionery products with green tea mulberry leaf powder. The satisfaction of confectionery products was divided into five aspects – Taste, Smell, Texture, and Appearance (color). The research results revealed that the only selected confectionery product is brownies mixed with mulberry leaf powder. According to the results, in respect of confectionery products, 27 (67.50%), 21 (52.50%), 14 (35%), and 13 (32.50%) of customers show the most satisfaction (five-star rating) on Taste, Smell, Texture, and Appearance (color). Additionally, it suggests further research into developing other confectionery products with green tea mulberry leaf powder.

Keywords: Confectionery Products, Green Tea Mulberry Leaf Powder

* นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. บทนำ

ฝงใบหม่อนชาเขียว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากใบของต้นหม่อน ซึ่งหม่อนถือเป็นไม้ยืนต้นจำพวกไม้พุ่ม ส่วนมากที่พบจะมีอยู่ด้วยกัน 2 ชนิด โดยชนิดแรกมีชื่อสามัญว่า White Mulberry มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Morus alba L. หม่อนชนิดนี้จะมีใบใหญ่และออกใบมาก ใช้เป็นอาหารของหนอนไหมได้ดี ส่วนผลออกเป็นช่อเล็ก เมื่อสุกแล้วจะมีรสเปรี้ยว ใช้รับประทานได้แต่ไม่เป็นที่นิยมนัก ส่วนอีกชนิดหนึ่งมีชื่อสามัญว่า Black Mulberry มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Morus nigra L. หม่อนชนิดนี้ผลจะโตเป็นช่อ เมื่อสุกผลจะเป็นสีดำ มีรสเปรี้ยวอมหวาน นิยมนำมารับประทาน (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี, ม.ป.ป.) หม่อนมีคุณประโยชน์มากมาย โดยผลหม่อนมีรสเปรี้ยวหวาน มีสรรพคุณช่วยดีบรอน ขับลมร้อน และทำให้ชุ่มคอ สามารถรับประทานสดหรือนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ เช่น น้ำผลไม้ ไวน์ และแยม เป็นต้น มีการพบว่าผลหม่อนมีสาร Anthocyanins ในปริมาณมาก ซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหลอดเลือดหัวใจอุดตัน โรคมะเร็ง และช่วยต่อต้านอาการขาดเลือดในสมอง เป็นต้น และยังมีสารสำคัญอื่น ๆ อีกหลายอย่าง เช่น Deoxyojirimycin, GABA, Phytosterol, Polyphenols, สารประกอบ Phenol, Quercetin และ Kaempferol ซึ่งเป็นสารในกลุ่มฟลาโวนอยด์ ที่ช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ ความดันโลหิต ป้องกันการเกิดลิ่มเลือดในหลอดเลือด และยังมีกรดโฟลิกสูง ช่วยป้องกันโรคโลหิตจาง นอกจากนี้ยังมีวิตามิน แร่ธาตุ และกรดอะมิโนอีกหลายชนิดที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น แคลเซียม ธาตุเหล็ก โพแทสเซียม แมกนีเซียม โซเดียม สังกะสี วิตามินเอ และวิตามินบี เป็นต้น (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ม.ป.ป.)

ปัจจุบันผู้บริโภคที่สนใจด้านสุขภาพเริ่มหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ชาใบหม่อนมากขึ้น เนื่องจากชาใบหม่อนเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุและวิตามินที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมาก และปราศจากสารพิษ การผลิตชาใบหม่อนมีทั้งการผลิตแบบครัวเรือน และการผลิตแบบอุตสาหกรรมโรงงาน โดยการผลิตชาใบหม่อนแบบครัวเรือนส่วนใหญ่ทำไว้เพื่อบริโภคเอง ส่วนการทำเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายนั้นมักผ่านกระบวนการทำชาของโรงงาน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการผลิตของโรงงานมักจะมีคุณภาพคงที่ (วิโรจน์ แก้วเรือง, สถาพร วงศ์เจริญวงกิจ, และประยูร หาสง, 2540) อย่างไรก็ตามการผลิตฝงใบหม่อนชาเขียวของชุมชนต่าง ๆ ภายในประเทศนั้น เดิมเป็นการผลิตในลักษณะครัวเรือน แต่ปัจจุบันมีฝงใบหม่อน ชาเขียวที่ผลิตในลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เช่น ฝงใบหม่อนชาเขียว ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตชาใบหม่อนบ้านรวมไทย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

การแปรรูปใบหม่อนให้เป็นฝงใบหม่อนชาเขียวของชุมชนภายในประเทศ เป็นการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับใบหม่อน และยังเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคภายในประเทศให้ไม่ต้องหาซื้อฝงชาเขียวอื่น ๆ จากต่างประเทศที่มีราคาสูงกว่ามาก นอกจากนี้การนำฝงใบหม่อนชาเขียวมาผสมในผลิตภัณฑ์ขนมหวาน ยังน่าจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ขนมหวาน และช่วยให้การจัดการต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการธุรกิจขนมหวานลดลงได้อีกด้วย ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ขนมหวานได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และยังเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจโรงแรมทั่วไป โดยผลิตภัณฑ์ขนมหวานในโรงแรมมักมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี เพื่อให้รสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ขนมหวานนั้นดีเยี่ยม เพื่อให้บริการและดึงดูดใจลูกค้าของโรงแรม ทั้งที่เป็นผู้เข้าพัก ผู้มาใช้บริการต่าง ๆ ของโรงแรม รวมทั้งผู้ที่ใช้บริการจัดเลี้ยงหรือสัมมนา ผลิตภัณฑ์ขนมหวานจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับโรงแรม และธุรกิจขนมหวานต่าง ๆ ผู้วิจัยในฐานะที่ศึกษาในสาขาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จึงมีความสนใจในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากฝงใบหม่อนชาเขียว

2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้เกี่ยวกับชาใบหม่อน

ชาเขียวใบหม่อนเป็นชาที่ทำจากใบหม่อน มีการเผยแพร่สู่สาธารณชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 และเปิดหลักสูตรการทำชาเขียวใบหม่อนเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2541 จากนั้นเป็นต้นมาทำให้ชาใบหม่อนแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยเป็นชาใบที่มีรสชาดี มีรสฝาดน้อย และมีคุณสมบัติที่ดีของหม่อนที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอย่างมาก ทำให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ดื่มได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ทั้งนี้ในใบหม่อนมีสารกลุ่มฟลาโวนอยด์ ได้แก่ rutin, quercetin, quercitrin, moracetin, morin, albafluran C, aromadendrin, astragaline, chalcone, kaempferol, kuwanol, และ kuwanon มีสารกลุ่มอัลคาลอยด์ ได้แก่ fagomine, nojirimycin, calystegin B-2, 1-deoxy ribitol, และ zeatin riboside มีสารกลุ่มคูมาริน ได้แก่ bergapten, marmesin, scopoletin, และ umbelliferone และมีสารกลุ่มลิแกแนน ได้แก่ broussonin A และ broussonin B ทั้งหมดดังกล่าวนี้เป็นประโยชน์ต่อร่างกายมาก (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ม.ป.ป.)

กระบวนการผลิตชาใบหม่อนชาเขียว มี 2 รูปแบบ ได้แก่ กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมโรงงาน ที่มีกระบวนการเริ่มจากฝั่งใบใหม่บนตะแกรงในที่ร่มนาน 18-22 ชั่วโมง จากนั้นนำใบหม่อนเข้าเครื่องตัดและเครื่องนวดประมาณ 30 นาที เพื่อให้เซลล์ใบหม่อนแตก จนสารประกอบที่อยู่ในใบหม่อนทำปฏิกิริยากับอากาศ เกิดการเปลี่ยนสีจากสีเขียวเป็นสีทองแกมแดง ต่อมานำใบหม่อนเข้าเครื่องเขย่าเพื่อแยกกันออกจากใบ แล้วจึงนำใบหม่อนเข้าเครื่องอบแบบสายพานที่อุณหภูมิ 90-100 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 1 ชั่วโมง ต่อกันนั้นนำใบหม่อนอบแห้งไปคั่วให้ละเอียด และสุดท้ายผ่านกระบวนการบรรจุใส่ถุงและหีบห่อ ส่วนอีกหนึ่งกระบวนการผลิต คือ กระบวนการผลิตแบบครัวเรือนและชุมชน ที่มีกระบวนการดังนี้ คือ นำใบหม่อนมาตัดก้านใบทิ้ง จากนั้นจึงหั่นใบหม่อนให้มีขนาด 0.5 x 3-4 เซนติเมตร แล้วนำมาคั่วในกระทะด้วยไฟอ่อน โดยขณะที่คั่วให้หวดใบหม่อนแรง ๆ เพื่อให้เซลล์ใบหม่อนแตกซ้ำ จนกระทั่งใบหม่อนแห้งกรอบ ใช้เวลาประมาณ 25 นาที แล้วจึงบดใบหม่อนให้ร่วนเป็นผง (วิโรจน์ แก้วเรือง และคณะ, 2540) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ผงชาเขียวจากใบหม่อนที่ได้รับการอนุเคราะห์จากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตชาใบหม่อนบ้านรวมไทย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นส่วนประกอบผสมในผลิตภัณฑ์ขนมหวาน

2.2 ผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากชาเขียว

Confectionery products หมายถึง ผลิตภัณฑ์ขนมหวานชนิดต่าง ๆ ที่ทำด้วยน้ำตาล ได้แก่ น้ำตาลทราย (sucrose) น้ำเชื่อมกลูโคส (glucose syrup) น้ำเชื่อมฟรุกโทส (fructose syrup) น้ำตาลอินเวิร์ต (invert sugar) ผสมด้วยวัตถุเจือปนอาหาร (food additive) เช่น สารให้กลิ่นรส (flavoring agent) สีผสมอาหาร (coloring agent) กรดซิตริก (citric acid) อาจมีการผสมส่วนผสมอื่น เช่น นม (milk) ช็อกโกแลต (chocolate) ผลไม้ และถั่ว (nut) เป็นต้น สุริชา ภมรเวชวรรณ (2558) และพิมพ์นิจ ผิวผ่อง (2560) ให้ความหมาย ผลิตภัณฑ์ขนมหวาน สอดคล้องกันว่า เป็นอาหารหวานที่รับประทานหลังมื้ออาหารหลัก หรืออาหารว่างระหว่างมื้ออาหาร ซึ่งในปัจจุบัน บางครั้งผู้บริโภครับประทานของหวานเป็นมื้อหนึ่งแทนมื้ออาหารหลัก ทั้งนี้ขนมหวานแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้ 1) ขนมปัง (Bread) เป็นผลิตภัณฑ์หลักซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ขนมปังปอนด์ (Loaf Bread), ขนมปังผิวแข็ง (Hard Bread), ขนมปังซอฟต์โรล (Soft Roll) และขนมปังหวาน (Sweet Dough) 2) เค้ก (Cakes) ซึ่งมักจะมีลักษณะหวานและผ่านกระบวนการอบ ทำมาจากแป้ง น้ำตาล และส่วนผสมอื่น ๆ เช่น ไข่ แป้งสาลี ผัก และผลไม้ที่ให้รสหวานหรือเปรี้ยว เป็นต้น 3) เพสทรี (Pastry) ขนมที่อบแล้วมีลักษณะเปลือกแข็ง บรรจุไส้หวานต่าง ๆ ลักษณะเปลือกแข็งนี้จะกรอบและเป็นเกล็ด เมื่อปอกอกจะมีลักษณะเป็นชั้นฟองหรือฟองในลักษณะไส้กลวง ได้แก่ พาย คราวซอง และทาร์ต เป็นต้น 4) คุกกี้ (Cookies) ขนมอบชิ้นเล็ก ๆ รูปร่างแบนซึ่งทำจากแป้งสาลี มีกลิ่นและรสแตกต่างกัน 5) ไอศกรีม (Ice-cream) เป็นของหวานแข็งชนิดหนึ่ง และ 6) ขนมหวานอื่น ๆ (Miscellaneous Desserts) และขนมหวานที่ไม่สามารถจัดหมวดหมู่ได้ เช่น น้ำแข็งไส เป็นต้น

จากการสำรวจค้นคว้าข้อมูลบทความงานวิจัยจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ยังไม่พบข้อมูลเกี่ยวกับการจัดอันดับยอดนิยมของผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากชาเขียวจากแหล่งข้อมูลที่เป็นทางการ แต่จากมุมมองของผู้วิจัย บราวนี่ถือเป็นหนึ่งในขนมหวานที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากมีรสชาติอร่อย และมีวิธีการทำที่ไม่ซับซ้อนมากนัก ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่นิยมรับประทานบราวนี่กันอย่างแพร่หลาย

2.3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และหมายความรวมถึงผู้ส่งสินค้าหรือผู้ให้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เสียค่าตอบแทนก็ตาม โดยในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้บริโภค คือ นักศึกษาและบุคคลอื่น ๆ ที่ได้เข้ามาใช้บริการชิมผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาจัดทำขึ้นจากห้องเบเกอรี่ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

สำหรับความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาพความรู้สึกพอใจ ประทับใจ ความชอบ และความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งต่าง ๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) จากข้อมูลงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ (กรรณิการ์ รุจิวิโรจน์, 2563) ดังนั้นความพึงพอใจจึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับรู้ (Perception) ของบุคคล

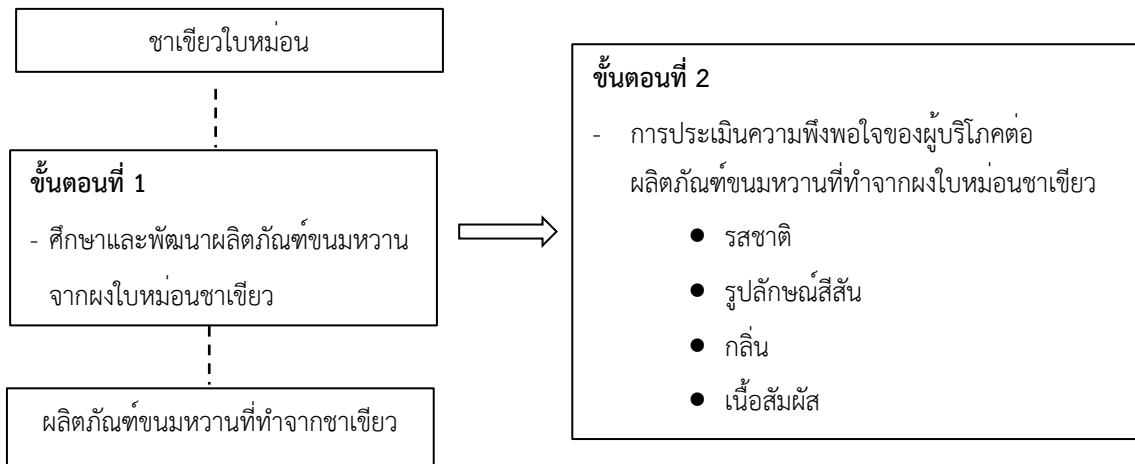
ทั้งนี้การรับรู้ (Perception) เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensorymotor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ซึ่งก็คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง (Harris & Smith, 2022) การรับรู้จึงเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่มีการรับและตีความสิ่งเร้าด้วย ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล

ในแง่ของผู้บริโภคแล้ว เครื่องมือสำคัญที่ทำหน้าที่รับสิ่งเร้ารอบ ๆ ตัวของผู้บริโภคก็คืออวัยวะรับสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรืออาจจะใช้ร่วมกันมากกว่าหนึ่งก็เป็นไปได้ ซึ่งได้แก่ 1) ตา ให้ความรู้สึกและแปลความหมายจากการเห็น 2) หู ให้ความรู้สึกและแปลความหมายจากการได้ยิน 3) จมูก ให้ความรู้สึกและแปลความหมายจากการได้กลิ่น 4) ลิ้น ให้ความรู้สึกและแปลความหมายจากการรับรส และ 5) ผิวหนัง ให้ความรู้สึกและแปลความหมายด้วยการสัมผัส

ทั้งนี้ในแวดวงการจัดการธุรกิจจึงได้มีการนำเรื่องราวของการรับรู้จากการสัมผัสมาใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค เช่น 1) ประสาทสัมผัสทางสายตา ไม่ว่าจะเป็น รูปร่าง ขนาด สี ส่วนผสมที่สามารถมองเห็น หรือวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ของสินค้า 2) ประสาทสัมผัสทางหู เช่น ความเงียบของเครื่องยนต์ เสียงบีบแตรของรถเข็นที่บรรจุไอศกรีมตลอดจนเพลงของตราสินค้า 3) ประสาทสัมผัสทางจมูก ได้แก่ กลิ่นของน้ำหอม กลิ่นกาแฟ หรือกลิ่นอาหาร 4) ประสาทสัมผัสทางปากและลิ้น ไม่ว่าจะเป็น รสเค็ม รสเผ็ด รสจัด แม้กระทั่งรสจัด และ 5) ประสาทสัมผัสด้วยการสัมผัส เช่น ความนุ่ม แข็ง ไม่ระคายผิว ความละเอียดของเนื้อผ้าจากการสัมผัสหรือความยืดหยุ่น (ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, 2564)

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียวในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ความรู้สึกหรือการรับรู้ของผู้บริโภคด้านรสชาติ รูปลักษณ์สีกลิ่น กลิ่น และเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียวนั่นเอง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถสรุปได้กรอบความคิดในการศึกษาวิจัยดังนี้



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 คำถามวิจัย

3.1.1 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียวมีลักษณะเป็นอย่างไร

3.1.2 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียวในด้านรสชาติ รูปลักษณ์ สีกลิ่น กลิ่น และเนื้อสัมผัส มากน้อยในระดับใด และมีความคิดเห็นอื่น ๆ อย่างไร

3.2 วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยเน้นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.2.1 การวิจัยส่วนที่ 1

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียวเพื่อตอบคำถามวิจัย 3.1.1 โดยมีขอบเขตพื้นที่การทำวิจัย คือห้องเบเกอรี่ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นการศึกษาทดลองทำผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ 1) การคัดเลือกชนิดขนมหวานที่เหมาะสมโดยการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 2) การเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ 3) การทดลองปฏิบัติจัดทำขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียว 4) การได้ตัวอย่างขนมหวานชาเขียวใบหม่อนเพื่อนำไปให้ผู้บริโภคทดลองชิมในการศึกษาส่วนที่ 2 ต่อไป

3.2.2 การวิจัยส่วนที่ 2

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว เพื่อตอบคำถามวิจัย 3.1.2 โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการวิจัย ครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคขนมที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และบุคคลอื่น ๆ ที่ได้มาทดลองชิมตัวอย่างผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว จำนวน 40 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล 2) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีลักษณะเป็นแบบ มาตราวัด 5 ระดับ คือ ระดับ 5 ดาว หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด ระดับ 4 ดาว หมายถึง พึงพอใจมาก ระดับ 3 ดาว หมายถึง พึงพอใจปานกลาง ระดับ 2 ดาว หมายถึง พึงพอใจน้อย และ ระดับ 1 ดาว หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 3) แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้บริโภค และมีการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐาน คำร้อยละ ฯลฯ พร้อมสรุปข้อมูลเชิงบรรยาย นำเสนอผลการวิจัย

4. ผลการวิจัย และการอภิปรายผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยส่วนที่ 1

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียวมีลักษณะสรุปได้ดังต่อไปนี้ คือ เริ่มต้นจากการคัดเลือกขนมหวาน โดยขนมหวานที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อจัดทำในครั้งนี้ คือ บราวนีชาเขียว มีการเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ วัตถุดิบมีดังนี้ คือ ผงใบหม่อนชาเขียว แป้งเค้ก ผงฟู ไข่ไก่ น้ำตาลทราย เนยสด และไวท์ช็อกโกแลต ส่วนอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องชั่งดิจิตอล ตะแกรงร่อนแป้ง ชามผสม ไม้พายซิลิโคน เครื่องผสมอาหาร เตามั้เหล็กไฟฟ้า หม้อ สपाตุล้า ถาดอบขนมทรงสี่เหลี่ยม กระดาษไข เตาดอบ ตะแกรงพักขนม และมีดตัดเค้ก หลังจากเตรียมวัตถุดิบอุปกรณ์เรียบร้อยแล้ว ก็จะเริ่มการทดลองจัดทำบราวนีจากผงใบหม่อนชาเขียว ในห้องปฏิบัติการเบเกอรี่ ได้ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างขนมหวาน ชาเขียวใบหม่อน นำเสนอโดยภาพ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ชั่ง ตวง วัด วัตถุดิบ



ภาพที่ 2 ละลายเนยสดและไวท์ช็อกโกแลต



ภาพที่ 3 ตีไข่ไก่กับน้ำตาล แล้วจึงผสมให้เข้ากับไวท์ช็อกโกแลตและเนยที่ละลายไว้



ภาพที่ 4 ตะล่อมแป้งและผงใบหม่อนชาเขียวให้เข้ากับส่วนผสมของของเหลว



ภาพที่ 5 เทส่วนผสมลงถาดอบขนม ใช้สपाตุล้าปาดหน้าขนมให้เรียบ และนำเข้าเตาดอบ



ภาพที่ 6 บราวนีชาเขียวใบหม่อนที่อบเสร็จ

จากผลการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียว ขนมบราวนี่ได้รับเลือกให้เป็นขนมตัวอย่างในการศึกษา ทั้งนี้เพราะบราวนี่เป็นขนมหวานที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ผู้คนนิยมรับประทานบราวนี่กันอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องความเหมาะสมในการนำมาเป็นขนมตัวอย่าง การเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ ในเบื้องต้นมีการเตรียมวัตถุดิบโดยใช้ข้อมูลส่วนผสมจากสูตรขนมบราวนี่ (สงวนสิทธิ์เผยแพร่สูตร) ที่ได้รับความนิยม อนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยได้เติมผงใบหม่อนชาเขียวแทนผงโกโก้ เพื่อพัฒนาให้เป็นรูปแบบของขนม บราวนี่ชาเขียวใบหม่อน ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรม ยังไม่พบว่ามีมีการนำผงใบหม่อนชาเขียวมาใช้กับขนมหวานอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม พร้อมกะปริมาณให้เพียงพอสำหรับนำไปเป็นตัวอย่างให้ผู้บริโภคชิม ส่วนอุปกรณ์ทั้งหมดใช้ในห้องปฏิบัติการเบเกอรี่ ในการทดลองจัดทำบราวนี่จากผงใบหม่อนชาเขียว ผู้วิจัยได้เรียนรู้และทดลองทำบราวนี่ชาเขียวใบหม่อนภายใต้การชี้แนะจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในการทดลองปฏิบัติครั้งนี้พบปัญหา คือ ใช้ไฟอุณหภูมิสูงเกินไปในการละลายเนยและไวท์ช็อกโกแลต ทำให้ไวท์ช็อกโกแลตจับตัวเป็นตะกอน จึงแก้ไขปัญหาด้วยการใช้ไฟอ่อนในการละลายเนยและไวท์ช็อกโกแลตใหม่อีกครั้ง นอกจากนี้ถ้าอบขนมที่ใช้มีขนาดใหญ่ และใช้เวลาอบนานเกินไป ทำให้ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียวที่ได้จึงมีลักษณะบางและมีสีค่อนข้างเข้ม จากการทดลองทำครั้งนี้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ว่าการทำขนมหวานจะต้องอาศัยทักษะและความชำนาญสูง การจะทำขนมหวานให้สำเร็จตามที่คาดหวังไว้จะต้องมีการฝึกฝนซ้ำหลาย ๆ ครั้ง ถือเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Learning by doing) จึงจะสามารถเกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้และเกิดเป็นทักษะความชำนาญได้ (Kolb, 2014)

4.2 ผลการวิจัยส่วนที่ 2

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว สรุปแสดงดังตาราง ที่ 4.2.1 และ 4.2.2

ตารางที่ 4.2.1: แสดงข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้บริโภค

เพศ	ชาย (คน)	หญิง (คน)	ไม่ระบุ (คน)	รวม
	11 (27.50%)	27 (67.50%)	2 (5%)	40 (100%)
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี (คน)	20-30 ปี (คน)	มากกว่า 30 ปีขึ้นไป(คน)	รวม
	16 (40%)	19 (47.50%)	5 (12.50%)	40 (100%)
สถานภาพอื่น ๆ	นักศึกษา (คน)	บุคคลทั่วไป (คน)	ไม่ระบุ (คน)	รวม
	30 (75%)	10 (25%)	-	40 (100%)

จากตารางที่ 4.2.1 ปรากฏว่าผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากผู้บริโภคที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ได้จำนวน 40 คน (100%) ผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง 27 คน (67.50%) มีอายุ 20-30 ปี 19 คน (47.50%) และส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา 30 คน (75%) ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี เนื่องจากพื้นที่วิจัยนี้อยู่ภายในมหาวิทยาลัย ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลภายนอกทั่วไปจึงมีสัดส่วนจำนวนน้อยกว่าผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คุณลักษณะสำคัญ คือ ต้องเป็นผู้บริโภคที่ได้ชิมตัวอย่างขนมหวานชาเขียวใบหม่อนและเต็มใจสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยเท่านั้น จึงจะถือเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ได้ และในเบื้องต้นผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ว่าต้องไม่น้อยกว่าจำนวน 30 คน ที่เป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติได้ แต่ในสถานการณ์จริงมีผู้สนใจเข้ามาชิมตัวอย่างขนมหวานมากถึง 40 คน ที่ได้ตรงตามเกณฑ์คุณลักษณะที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.2.2: แสดงข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียว

ระดับ การประเมิน	ความพึงพอใจ (คน)			
	รสชาติ	รูปลักษณะสีสัน	กลิ่น	เนื้อสัมผัส
มากที่สุด (5 ดาว)	27 (67.50%)	13 (32.50%)	21 (52.50%)	14 (35%)
มาก (4 ดาว)	9 (22.50%)	18 (45%)	10 (25%)	14 (35%)
ปานกลาง (3 ดาว)	4 (10%)	6 (15%)	7 (17.50%)	9 (22.50%)
น้อย(2ดาว)	-	3 (7.50%)	2 (5%)	3 (7.50%)
น้อยที่สุด (1 ดาว)	-	-	-	-
รวม	40 (100%)	40 (100%)	40 (100%)	40 (100%)

จากตารางที่ 4.2.2 พบว่าผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจต่อขนมหวานชาเขียวใบหม่อนในด้านรสชาติมากที่สุด (5 ดาว) 27 คน (67.50%) พึงพอใจมาก (4 ดาว) 9 คน (22.50%) และพึงพอใจปานกลาง (3 ดาว) 4 คน (10%) ผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจในด้านรูปลักษณะสีสันมากที่สุด (5 ดาว) 13 คน (32.50%) พึงพอใจมาก (4 ดาว) 18 คน (45%) พึงพอใจปานกลาง (3 ดาว) 6 คน (15%) และพึงพอใจน้อย (2 ดาว) 3 คน (7.50%) ผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจในด้านกลิ่นมากที่สุด (5 ดาว) 21 คน (52.50%) พึงพอใจมาก (4 ดาว) 10 คน (25%) พึงพอใจปานกลาง (3 ดาว) 7 คน (17.50%) และพึงพอใจน้อย (2 ดาว) 2 คน (5%) และผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจในด้านเนื้อสัมผัสมากที่สุด (5 ดาว) 14 คน (35%) พึงพอใจมาก (4 ดาว) 14 คน (35%) พึงพอใจปานกลาง (3 ดาว) 9 คน (22.50%) และพึงพอใจน้อย (2 ดาว) 3 คน (7.50%)

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านรสชาติและกลิ่น ด้วยระดับ 5 ดาว มีถึง 67.50% และ 52.50% ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าด้านอื่น ๆ นั้นอาจเป็นเพราะผู้วิจัยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการทดลอง เช่น วัตช์ ซ็อกโกแลต และเนยสด จึงทำให้มีรสชาติดีและมีกลิ่นหอม โดยจากการสำรวจความคิดเห็นอื่น ๆ ของผู้บริโภคหลายคนได้ให้ข้อมูลสอดคล้องว่าขนมมีรสชาติที่อร่อย มีความหวานพอเหมาะ และมีกลิ่นหอม นอกจากนั้น จากตาราง 4.2.2 ยังไม่มีผู้บริโภครู้สึกได้ประเมินความพึงพอใจน้อยที่สุด (ระดับ 1 ดาว) อย่างไรก็ตามมีผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าขนมยังไม่ค่อยมีกลิ่นชาเขียว นอกจากนี้บางคนยังเห็นว่าขนมมีสีเขียวจากใบหม่อน แต่เป็นสีเขียวออกคล้ำ (Dark green) และยังมีเนื้อสัมผัสที่ค่อนข้างแห้งคล้ายสัมผัสผงใบหม่อนชาเขียวอยู่ในเนื้อของขนมอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินว่ามีจำนวนผู้บริโภครู้สึกว่าอร่อย 7.5% ที่ประเมินว่ามีความพึงพอใจน้อย (ระดับ 2 ดาว) ทั้งด้านรูปลักษณะสีสันและเนื้อสัมผัส นอกจากนั้นยังมีจำนวนผู้บริโภครู้สึก 5% ที่ประเมินว่ามีความพึงพอใจน้อย (ระดับ 2 ดาว) ในด้านกลิ่นด้วย

5. สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นความพยายามในการริเริ่มของการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานจากผงใบหม่อนชาเขียว แม้ว่าจะมีข้อจำกัดเรื่องเวลาที่ทำวิจัย ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาและพัฒนาขนมหวานชาเขียวใบหม่อนได้เพียงในระดับเบื้องต้น แต่ก็ประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง ถือว่าเป็นงานวิจัยที่ทำในชั้นเรียน โดยผู้วิจัยสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ในจัดทำขนมหวานที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นขนมหวานตัวอย่าง ได้แก่ บราวน์ชาเขียวใบหม่อน ซึ่งการจัดทำขนมหวานตัวอย่างดังกล่าวสำเร็จลุล่วงด้วยดี และจากการนำขนมหวานตัวอย่างไปให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ชิม และสำรวจความเห็นของผู้บริโภค ปรากฏว่าผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจมากที่สุดในระดับ 5 ดาว ด้านรสชาติมีจำนวนถึง 27 คน (67.50%) ในด้านกลิ่นมีจำนวน 21 คน (52.50%) ในด้านเนื้อสัมผัสมีจำนวน 14 คน (35%) และในด้านรูปลักษณะสีสันของขนมมีจำนวน 13 คน (32.50%) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในส่วนที่ผู้บริโภครู้สึกมีความพึงพอใจ

น้อยในระดับ 2 ดาว ต่อชมหวานตัวอย่างในด้านรูปลักษณะสีส้ม และด้านเนื้อสัมผัสแล้ว พบว่ามีจำนวนอย่างละ 3 คน (7.50%) และด้านกลิ่นจำนวนถึง 2 คน (5%) นั้น นำสู่ข้อเสนอแนะสำคัญในการปรับปรุงที่จะศึกษาพัฒนาต่อไป คือ ต้องมีการปรับปรุงเรื่องรูปลักษณะสีส้มขนมให้ดูน่ารับประทาน การปรับปรุงจัดทำบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมดูดีขึ้น รวมทั้งในด้านกลิ่นชาเขียวที่น้อยและเนื้อสัมผัสหยาบอ้วนน่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากผงใบหม่อนนั้น จึงควรต้องมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ต่อชุมชนผู้ผลิตให้ปรับปรุงคุณภาพผงใบหม่อนให้เหมาะสมสำหรับนำมาเป็นส่วนผสมเฉพาะในการทำขนมหวานต่อไป นอกจากนี้ยังควรมีการเลือกศึกษาพัฒนาขนมหวานอื่น ๆ ที่ทำจากผงใบหม่อนชาเขียวต่อไป เพื่อให้ได้ขนมหวานชาเขียวใบหม่อนที่หลากหลาย มีคุณภาพ เป็นขนมหวานที่ส่งเสริมสุขภาพผู้บริโภค และเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจภายในประเทศโดยเฉพาะชุมชนที่เป็นผู้ผลิตผงใบหม่อนชาเขียวต่อไป

6. บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ รุจิรวโรจน์. (2563). *การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ*. นนทบุรี: สำนักงานพยาบาลและการประกอบโรคศิลป์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (ม.ป.ป.). *ฐานข้อมูลเครื่องยาสมุนไพร:หม่อน*. สืบค้นจาก <http://www.thaicrudedrug.com/>.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2564). *ปัจจัยทรงอิทธิพลที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมลูกค้า*. สืบค้นจาก <https://marketeeonline.co/archives/240435>.
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. (2522). *ราชกิจจานุเบกษา, 96(72)*, 1-22. สืบค้นจาก <https://library.coj.go.th/th/book/1002/book-1002.html>.
- พิมพ์นิช ผิวม่วง. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคขนมหวานในอำเภอหัวหิน (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิโรจน์ แก้วเรือง, สถาพร วงศ์เจริญวานิจ, และประยูร หาสาง. (2540). *การทำชาจากใบหม่อน รายงานผลการค้นคว้า ประจำปี 2539-2540*. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการเกษตร.
- ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. (ม.ป.ป.). *การทำน้ำสมุนไพรจากลูกหม่อน*. สืบค้นจาก <http://www.aopdt01.doae.go.th/>.
- สุธิชา ภมรเวชรธรรม. (2558). *โครงการร้านขนมหวานและอาหารว่างครบวงจร (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัย)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Harris, J., & Smith, J. (2022). *Sensation and Perception*. London: Sage.
- Kang, T. H., Oh, H. R., Jung, S. M., Ryu, J. H., Park, M. W., Park, Y. K., & Kim, S. Y. (2006). Enhancement of neuroprotection of mulberry leaves (*Morus alba* L.) prepared by the anaerobic treatment against ischemic damage. *Biological & pharmaceutical bulletin, 29(2)*, 270–274.
- Katsube, T., Imawaka, N., Kawano, Y., Yamazaki, Y., Shiwaku, K., & Yamane, Y. (2006). Antioxidant flavonol glycosides in mulberry (*Morus alba* L.) leaves isolated based on LDL antioxidant activity. *Food Chemistry, 97*, 25–31.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning*. New Jersey: Pearson Education, Inc.



จัดโดย

**งานบริหารงานวิจัย บริการวิชาการ และวิเทศสัมพันธ์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

239 ถนนห้วยแก้ว, ตำบลสุเทพ,
อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ 0 5394 2109

โทรสาร 0 5394 2103

Website: www.bmrccmu.net

Email: bmrccmu@gmail.com



**คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**