



การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน: กรณีศึกษา กลุ่มพยาบาล
วิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

ปิยะธิดา ศรีวัง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



INNOVATION ADOPTION OF COMPLETE NUTRITION PRODUCT:
A CASE STUDY OF REGISTERED NURSES IN SUNPASITTHIPRASONG
HOSPITAL, UBON RATCHATHANI PROVINCE

PIYATIDA SRIWANG

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE

UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2020

COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.นรา หัตถสิน อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพิพัฒน์ จูฑา อดีตอาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระในครั้ง นี้ ที่ให้ความอนุเคราะห์ ความเมตตากรุณาอย่างยิ่งและเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ ความรู้ คำชี้แนะ คำปรึกษาในแนวทางการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงให้กำลังใจในการทำการวิจัย ครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณ ดร.ธวัฒน์ เครือโสม ประธานกรรมการสอบ และ ดร.สายรุ้ง ดินโคกสูง กรรมการสอบ ผู้ที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำเป็นอย่างดีในการวิจัยฉบับนี้

ขอขอบคุณกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ ที่เสียสละเวลาอันมีค่ามา ให้ การสัมภาษณ์ และข้อมูลความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยใน ครั้งนี้ และขอขอบคุณ คุณสุประวีณ์ วตุตติพงษ์ ที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานและ ดำเนินการด้านเอกสารให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัยญาติพี่น้อง เพื่อน ๆ รวมถึงบุคคลใกล้ชิดทุกคน ที่ช่วย สนับสนุนและคอยเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และผลักดันให้ผู้วิจัยจัดทำวิจัยเล่มนี้ได้สำเร็จ ลุล่วงตามที่ตั้งใจไว้จนสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท

ปิยะธิดา ศรีวัง
ผู้วิจัย

บทคัดย่อ

เรื่อง : การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน: กรณีศึกษา
กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : ปิยะธิดา ศรีวัง

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.นรา หัตถสิน

คำสำคัญ : การยอมรับนวัตกรรม, อาหารสูตรครบถ้วน, กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน และเพื่อศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ตามแนวคิดและทฤษฎีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของ Roger and Shoemaker (1971) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 12 คน เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2563 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมทั้ง 5 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ 2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต 3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา 4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อยคือ บุคลากรสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ 5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ มีแนวโน้มส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผลมากที่สุด และยังพบว่า คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุคลากรสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง กับคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ มีแนวโน้มส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้นตอนตามทฤษฎีของ Roger and Shoemaker คือเริ่มต้นจาก 1) ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) 2) ขั้นสนใจ (Interest stage) 3) ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage) 4) ขั้นทดลอง (Trial stage) 5) ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage) ตามลำดับ

ABSTRACT

TITLE : INNOVATION ADOPTION OF COMPLETE NUTRITION PRODUCT: A CASE STUDY OF REGISTERED NURSES IN SUNPASITTHIPRASONG HOSPITAL, UBON RATCHATHANI PROVINCE

AUTHOR : PIYATIDA SRIWANG

DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR : NARA HUTTASIN, Ph.D.

KEYWORDS : INNOVATION ADOPTION, COMPLETE NUTRITION, REGISTERED NURSES

This research aims to study the innovation characteristics that prompt registered nurses' innovation adoption of complete nutritional food products. It also seeks to investigate the process of adopting such innovative products among nurses at Sanpasithiprasong Hospital, Ubon Ratchathani Province. The qualitative research was undertaken by applying Roger & Shoemaker's Innovation Adoption Theory (1971) as the conceptual framework. Data was collected through in-depth interviews with 12 registered nurses during November - December 2020 using a semi-structured interview form as the research instrument, and examined by content analysis.

The findings indicate the five following product innovation characteristics: 1) relative advantage with benefits and worth of the product as sub-factors, 2) compatibility with values and lifestyles as sub-factors, 3) complexity with convenience and storage as sub-factors, 4) trialability with exhibition booths and sample products as sub-factors, and 5) observability with information about the benefits is shown on the packaging as a sub-factor. All of these characteristics are most likely to influence the adoption of innovation at the evaluation stage. Furthermore, the sub-factors of trialability and observability likely affect the adoption of innovation in accordance with Roger & Shoemaker's 5 - stages of the diffusion of innovation: 1) awareness, 2) interest, 3) evaluation, 4) trial, and 5) adoption.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาการวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.6 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม	17
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	20
2.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม	25
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก	29
3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	29
3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย	31
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.7 การตรวจสอบข้อมูล	31
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก	34
4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ที่ส่งผลต่อการยอมรับของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี	37
4.3 การวิเคราะห์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี	51
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	75
5.2 อภิปรายผล	83
5.3 ข้อเสนอแนะ	86
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย	87
เอกสารอ้างอิง	88
ภาคผนวก	
ก รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักประวัติผู้วิจัย	94
ข แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง	96
ประวัติผู้วิจัย	103

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	35
4.2	ข้อมูลเฉพาะและประสบการณ์ในการรับประทานอาหารเสริมของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	35
4.3	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามรายได้	30
4.4	สรุปผลการศึกษาระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม	71

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	มูลค่าตลาดอาหารเสริมแต่ละประเภทและการเติบโตของมูลค่าตลาดอาหารเสริมรวมในไทย	2
1.2	ค่าใช้จ่ายในปัจจุบันและงบค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้สำหรับอาหารเสริม	3
1.3	พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมแต่ละช่วงอายุแบ่งตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารเสริม	3
2.1	S-Curve and Adopter Segmentation	19
2.2	ทฤษฎี The Chasm Model หุบเหวแห่งการยอมรับของนวัตกรรมเทคโนโลยีในสังคม	19
2.3	ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม	25
2.4	กรอบแนวคิดในการวิจัย	28

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

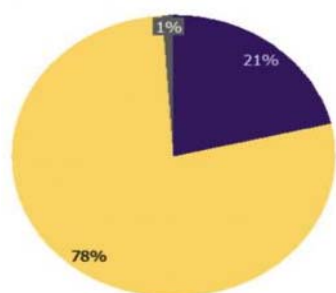
นวัตกรรม (Innovation) สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Shimp, 2007; Wertime and Fenwick, 2008) ทุกวันนี้อุตสาหกรรมต่าง ๆ ต้องคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดทางการตลาด (จันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์, 2561) โดยในแต่ละวันเราได้พบกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มาทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและที่สำคัญคือ ‘นวัตกรรม’ ที่ดีนั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้คนและก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม ซึ่งไม่เว้นแม้แต่เรื่อง “อาหาร” ทุกวันนี้มีการใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิตหรือแปรรูปเพื่อให้ได้มาซึ่งอาหารรูปแบบใหม่ ๆ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2561) โดยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหารมีความสำคัญและเป็นเรื่องใกล้ตัวเรามาก เนื่องจากในปัจจุบันคนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น ต้องการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่สูง อีกทั้งต้องไม่ทำให้อ้วนและผู้บริโภคเองก็ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการดำเนินชีวิต นวัตกรรมอาหารจึงเข้ามาตอบโจทย์ความต้องการในส่วนนี้และอีกหลาย ๆ ด้าน ยกตัวอย่างเช่น ด้านความรู้ความเข้าใจเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและการรักษาคุณค่าทางอาหารไว้ควบคู่ไปกับการเอาใจใส่ในเรื่องของรสชาติ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของรสชาติเป็นหลัก

ในปัจจุบันมีอาหารที่เป็นที่นิยมและน่าจับตามองเข้ามาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างหลากหลายมากขึ้น ได้แก่ อาหารสำหรับกลุ่มคนรักการออกกำลังกายที่เลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life style) เช่น อาหารเสริมโปรตีน หรืออาหารที่ได้รับการพัฒนาขึ้นสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นตัวอย่างการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหารเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ (อาณัติ นิตติธรรมยง, 2561) และเนื่องด้วยประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ (อาภาวรรณ โสภณธรรมรักษ์, 2561: เว็บไซต์) ดังนั้นจึงทำให้มีผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุหลายท่านรับประทานอาหารไม่ครบถ้วนตามหลักโภชนาการ (อาณัติ นิตติธรรมยง, 2561: เว็บไซต์) สาเหตุมาจากการเบื่ออาหารและทานอาหารได้น้อยลง (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ก: เว็บไซต์) และในบางกรณีอาจขาดสารอาหารบางอย่างโดยไม่รู้ตัว ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาว จึงควรดูแลและเลือกอาหารที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีอาหารสำหรับกลุ่มผู้ป่วยเฉพาะโรคที่ต้องควบคุมและดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ ไม่สามารถที่จะเลือกรับประทานอาหารทั่ว ๆ ไปได้ ด้วยเหตุนี้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอาหารเพื่อให้ผู้ป่วยได้รับสารอาหารที่เพียงพอรวมทั้งวิตามิน แร่ธาตุ ที่เหมาะกับผู้ป่วยแต่ละโรค (อาณัติ นิตติธรรมยง, 2561: เว็บไซต์)

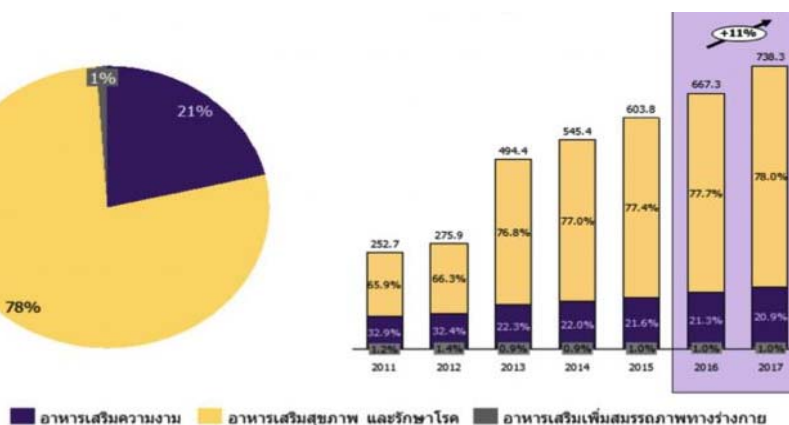
จากผลการสำรวจของอีไอซี (Economic Intelligence Center) พบว่า กลุ่มที่มีศักยภาพในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจะเป็นกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน และวัยกลางคน (อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป)

โดยจะให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพมากกว่าอาหารเสริมความงาม และเมื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและพืชสมุนไพรในยุคปัจจุบันพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวนี้จะมีความต้องการอาหารเสริมความงามลดลงตามอายุที่เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดและหันมาบริโภคอาหารเสริมสุขภาพเพิ่มขึ้นแทน ซึ่งประเภทของอาหารเสริมสุขภาพที่ได้รับค่านิยม ได้แก่ อาหารเสริมเพื่อบำรุงร่างกาย บำรุงสมอง และบำรุงสายตา ดังภาพที่ 1.1 ทั้งนี้สาเหตุส่วนใหญ่เนื่องมาจากความเครียดจากการทำงาน การพักผ่อนไม่เพียงพอ และการใช้สายตามากเกินไป จากพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีอายุมากขึ้นจะมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพมากกว่าความสวยความงาม ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีแนวโน้มออกกำลังกายเพื่อดูแลตัวเองมากขึ้น (นริศรัธร ตุลาผล, 2561: เว็บไซต์)

มูลค่าตลาดอาหารเสริมแต่ละประเภท ปี 2016
(หน่วย: %)



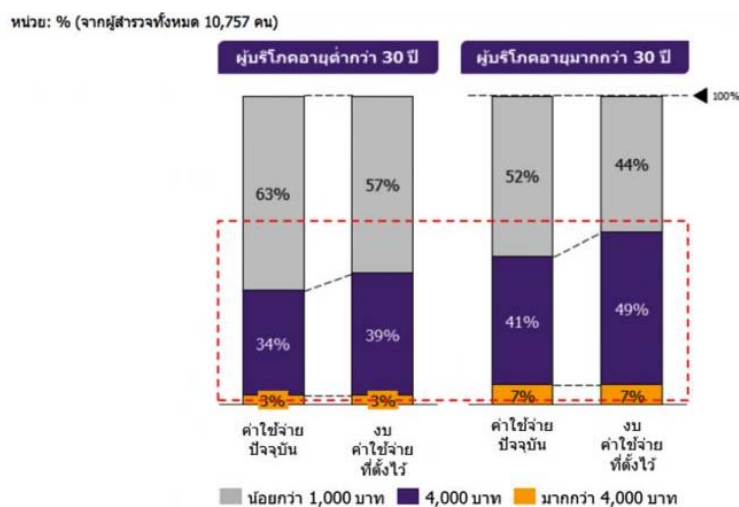
การเติบโตของมูลค่าตลาดอาหารเสริมรวมในไทย ปี 2017
(หน่วย: พันล้านบาท)



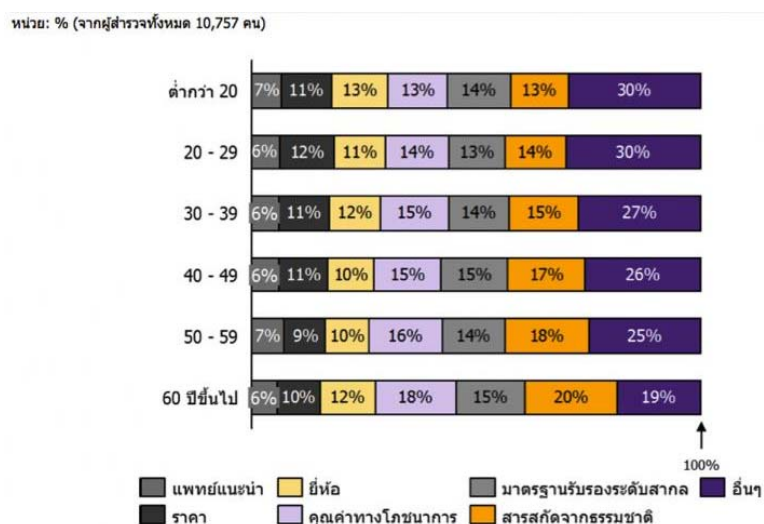
ภาพที่ 1.1 มูลค่าตลาดอาหารเสริมแต่ละประเภทและการเติบโตของมูลค่าตลาดอาหารเสริมรวมในไทย

ที่มา: นริศรัธร ตุลาผล (2561: เว็บไซต์)

จากผลการสำรวจของอีไอซี (Economic Intelligence Center) ยังพบอีกว่า การใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารเสริมในปัจจุบันของผู้บริโภคอายุ 30 ปีขึ้นไปกว่า 45% จะใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาทต่อเดือน ซึ่งต่ำกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ ในขณะที่ยังสามารถใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มขึ้นได้อีกถึง 7 เท่า ดังภาพที่ 1.2 เนื่องจากสินค้าในปัจจุบันยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการ และผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคำนึงถึงความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเป็นหลัก โดยสังเกตได้จากปัจจัยที่เลือกซื้อสินค้า ได้แก่ สารสกัดจากธรรมชาติ คุณค่าทางโภชนาการ และมาตรฐานรับรองระดับสากล ดังภาพที่ 1.3 เป็นต้น จากการที่ตลาดอาหารเสริมในปัจจุบันยังไม่มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เต็มที่ ดังนั้น ทิศทางของตลาดอาหารเสริมในอนาคตจึงสามารถเติบโตสูงชันได้จากการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ตรงจุด (นริศรัธร ตุลาผล, 2561: เว็บไซต์)



ภาพที่ 1.2 ค่าใช้จ่ายในปัจจุบันและงบค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้สำหรับอาหารเสริม
ที่มา: นริศร์ธร ตูลาผล (2561: เว็บไซต์)



ภาพที่ 1.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมแต่ละช่วงอายุแบ่งตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารเสริม
ที่มา: นริศร์ธร ตูลาผล (2561: เว็บไซต์)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคในวัยทำงานอายุตั้งแต่ 30 ปี เริ่มให้ความสนใจในอาหารเสริมสุขภาพกันมากขึ้นและมากกว่าอาหารเสริมความงาม แต่ก็ยังมีค่าใช้จ่ายอาหารเสริมต่ำกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ เป็นเพราะสินค้าในปัจจุบันยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการนั้น จึงถือว่าผู้บริโภครุ่นนี้เป็นกลุ่มที่ทางผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไม่ควรที่จะมองข้าม เพราะหากมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ๆ ออกสู่ท้องตลาดอย่างมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์

อาหารสูตรไขมันต่ำ (Low fat) ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรน้ำตาลต่ำ (Low sugar) หรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาด เป็นต้น

หากกล่าวถึงผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารหลักครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ มีทั้งโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมันที่ดี วิตามินเกลือแร่ ที่จำเป็นและเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้สูงอายุ ผู้ป่วยหรือผู้ที่มีปัญหาการรับประทานอาหารตามปกติ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีความเสี่ยงต่อภาวะขาดสารอาหาร ด้วยเหตุที่เบื่ออาหารหรือทานอาหารได้น้อย ส่งผลให้น้ำหนักตัวลดลง อ่อนเพลีย และหากปล่อยไว้นานอาจทำให้สุขภาพทรุดโทรมเร็วกว่าที่ควรจะเป็น (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ก: เว็บไซต์) และจากการที่ในปัจจุบันผู้บริโภควัยทำงานเริ่มหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ด้วยการหันมาออกกำลังกาย เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ ทำให้กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานจึงเป็นอีกหนึ่งกลุ่มเป้าหมายของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักในผู้บริโภคกลุ่มนี้เนื่องจากที่ผ่านมาผู้ประกอบการจะเน้นในกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ป่วยเป็นหลัก

จากความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพที่มากขึ้นในปัจจุบัน (อิติมา บุญเจริญ, 2556) และเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ (Nestlé Health Science) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัททางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ (Health-science) ที่มุ่งเน้นทางด้านนวัตกรรมและพัฒนาองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ขั้นสูงมาใช้ประโยชน์ และสร้างอุตสาหกรรมใหม่ ๆ โดยการนำจุดเด่นของธุรกิจทางด้านอาหารและเภสัชกรรมมารวมกัน คือการใช้โภชนาการที่ปลอดภัยมาบำบัดรักษาโรค ผ่านการวิจัยที่น่าเชื่อถือ โดยมีศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาวิทยาการใหม่ ๆ ให้อาหารมีส่วนช่วยในการบำบัดโรค หรือที่เรียกว่าโภชนบำบัด (nutritional therapy) ซึ่งเป็นวิทยาการที่เปลี่ยนแนวทางในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคไปสู่การยกระดับสุขภาพที่ดีขึ้น โดยมีสินค้าที่ผ่านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ป่วยที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกช่วงอายุและปัญหาทางสุขภาพ ตั้งแต่ทารกที่มีปัญหาภูมิแพ้จนถึงผู้สูงอายุที่ขาดสารอาหารและยังมีการค้นคว้าวิจัยนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางด้านโภชนบำบัดแนวใหม่ (Novel Therapeutic Nutrition) ซึ่งหมายถึงการพัฒนาและค้นคว้าบทบาทใหม่ของการใช้สารอาหารมาบำบัดโรคเฉพาะทางได้อย่างได้ผล (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ข: เว็บไซต์) หนึ่งในนั้นคือ ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนภายใต้ชื่อว่า เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณสารอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกายครบทั้ง 5 หมู่ คือ โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน วิตามิน และแร่ธาตุ ใน 1 แก้ว (230 มิลลิลิตร) (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ก: เว็บไซต์)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใหม่มากในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน เนื่องจากวัยนี้ไม่ใช่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจึงยังไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ในผู้บริโภคกลุ่มนี้ โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้สูงอายุ รวมทั้งผู้ป่วยทั้งในและนอกโรงพยาบาล เป็นสูตรอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานและมีการใช้ในโรงพยาบาลชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเรียกในอีกชื่อหนึ่งว่า อาหารทางการแพทย์ (Medical Food) (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ข: เว็บไซต์) ในปัจจุบันอาหารทางการแพทย์นั้นเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มอาหารแห่งอนาคตที่น่าสนใจ เพราะเป็นการแปรรูปอาหารที่อยู่ใน 5 อุตสาหกรรมเป้าหมายของไทยในกลุ่ม First S-Curve (โชติกา ชุ่มมี, 2561: เว็บไซต์) จึงมีโอกาสดิบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าตลาดอาหารทางการแพทย์เติบโตขึ้นมากเห็นได้จากการมียอดขายที่เพิ่มขึ้นกว่า 60% เมื่อเทียบกับปีที่

ผ่านมาจากแนวโน้มที่มีผู้สูงอายุและผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2561: เว็บไซต์) และคาดว่าภายในปี 2020 มูลค่าตลาดอาหารทางการแพทย์ในไทยจะเติบโตขึ้นราวกว่า 2,850 ล้านบาท (โชติกา ชุ่มมี, 2561: เว็บไซต์) แต่อย่างไรก็ตาม กลับพบว่ายอดขายของผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่พึงพอใจให้กับบริษัทมากนักเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดกว่า 80% โดยผู้แข่งขันในตลาดกลุ่มนี้หลัก ๆ คือ แอบบอท (Abbott) ไทย โอซูก้า (Thai Otsuka) (Economic Intelligence Center, 2018: Website) และเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ (Nestle Health Science) เป็นต้น จึงจำเป็นต้องแข่งขันด้วยความระมัดระวัง

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีประชากรที่อยู่ในวัยทำงานและมีงานทำจำนวน 872,635 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี, 2561) โดยในอำเภอเมือง มีประชากรวัยทำงาน (ช่วงอายุ 30-59 ปี) จำนวน 42,663 คน (สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง, 2561: เว็บไซต์) และพบว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี แผนกผู้ป่วยใน มีจำนวน 457 คน (ปาริชาติ รัตนราช, อารี ชิวเกษมสุข และวิไล กุศลวิศิษฐ์กุล, 2560) ซึ่งโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ เป็นโรงพยาบาลศูนย์ ขนาด 1,427 เตียง ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี มีบุคลากรทั้งสิ้น 3,398 คน โดยเป็นโรงพยาบาลแม่ข่ายในเขตบริการสุขภาพที่ 10 ให้บริการทางการแพทย์เฉพาะทางขั้นสูง เน้นระดับตติยภูมิ (โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์, 2561: เว็บไซต์) เป็นโรงพยาบาลที่ให้การรักษาผู้ป่วย 5 จังหวัด อีกทั้งมีผู้ป่วยจากประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศมาใช้บริการรวมแล้วหลายล้านคนต่อปี และมีผู้ป่วยใน จำนวน 4-5 หมื่นคนต่อปี (ประชาสัมพันธ์สมาคมวิฑูรย์ท้องถิ่นอุบลราชธานี, 2561: เว็บไซต์) ในจำนวนคนไข้ที่มีปริมาณมากเมื่อเทียบกับปริมาณพยาบาลที่มีอยู่ ส่งผลให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพต้องรับภาระที่หนักมากขึ้น

จากโครงการวิจัยสุขภาพและชีวิตการทำงานของพยาบาลไทย (TNCs) ร่วมกับ สมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทย ได้เปิดเผยข้อมูลคุณภาพชีวิตพยาบาลวิชาชีพทั่วประเทศ พบว่า เกือบครึ่งหนึ่งมีปัญหาด้านสุขภาพ โดยส่วนใหญ่ 45.5% มีปัญหาความเครียดจากการทำงาน และ 1 ใน 3 มีปัญหาเรื่องการนอนไม่หลับ อีกทั้งยังพบปัญหาโรคกล้ามเนื้อ กระดูก และข้อ จากการยืนเป็นเวลานานติดต่อกัน (กองบรรณาธิการรอยซ์ทีวี, 2558: เว็บไซต์) นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ การบาดเจ็บขณะทำงาน เกิดโรคต่าง ๆ ทางด้านร่างกาย ส่งผลให้ดัชนีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพของพยาบาลวิชาชีพอยู่ในระดับที่ต่ำ (ปาริชาติ รัตนราช, อารี ชิวเกษมสุข และวิไล กุศลวิศิษฐ์กุล, 2560) จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลเสียต่อสุขภาพของพยาบาลแทบทั้งสิ้น

จากแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรักษาสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภควัยทำงาน เนื่องจากต้องเผชิญกับความเครียดจากการทำงาน การพักผ่อนไม่เพียงพอ และจากการใช้สายตาที่มากเกินไป (นริศรัถ ตุลาผล, 2516: เว็บไซต์) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มพยาบาลวิชาชีพซึ่งเป็นอาชีพที่ต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ (ปาริชาติ รัตนราช, อารี ชิวเกษมสุข และวิไล กุศลวิศิษฐ์กุล, 2560) ดังที่กล่าวมาข้างต้น รวมถึงผู้บริโภคต้องการบริโภคอาหารที่รสชาติอร่อย สะอาด สะดวก มีความปลอดภัยสูงและได้รับการรับรองคุณภาพ (นริศรัถ ตุลาผล, 2516: เว็บไซต์) ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษต์ ออปติมัม ที่จะเข้ามาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตรงจุดนี้ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังเป็นสิ่งใหม่มากสำหรับผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว หากทางบริษัทต้องการจะขยายตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเพิ่มมาที่ผู้บริโภควัยทำงาน ที่แทบจะ

กล่าวได้ว่าคนกลุ่มนี้เปรียบเสมือน Early Adopter ตามทฤษฎี The Chasm Model หุบเหวแห่งการยอมรับของนวัตกรรมของ Moore (1995: 19) ที่กล่าวว่า กลุ่ม Early Adopter มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการคงอยู่หรือดับไปของนวัตกรรม เปรียบเหมือน “หุบเหว” ที่คอยดักจับนวัตกรรมนั้น ๆ และถ้าหากนวัตกรรมใดผ่านการยอมรับจากคนในกลุ่มนี้ไปได้ นวัตกรรมนั้นจะเกิดการยอมรับและจะเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ในสังคมได้ในที่สุด ดังนั้นหากทางบริษัทจะขยายตลาดกลุ่มเป้าหมายมายังผู้บริโภคกลุ่มนี้ จึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่นักการตลาดจะต้องศึกษาถึงการยอมรับหรือปฏิเสธ รวมทั้งทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

จากความสำคัญดังกล่าวและจากการที่ผู้วิจัยเองเป็นหนึ่งในบุคลากรของบริษัทเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า หากขยายฐานผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนนี้ไปยังกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน โดยเลือกศึกษาจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพแผนกผู้ป่วยใน ของโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี เพราะนอกจากจะเป็นกลุ่มวัยทำงานที่ทำงานหนักจนเกิดความเครียดจากการที่ต้องดูแลผู้ป่วยจำนวนมากและอยากมีสุขภาพที่แข็งแรงแล้ว ยังเป็นกลุ่มที่มีส่วนช่วยในการแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพให้กับผู้ป่วยและคนรอบข้างด้วยเช่นกัน โดยหากศึกษาถึงการยอมรับนวัตกรรมอาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัมของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพกลุ่มนี้ จะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการนำมาประยุกต์ใช้กับองค์การภาคธุรกิจให้มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต ด้วยเหตุนี้ การศึกษาถึงการยอมรับนวัตกรรมอาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน โดยเฉพาะกลุ่มพยาบาลวิชาชีพแผนกผู้ป่วยใน ของโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี จึงมีความสำคัญเพราะนอกจากจะช่วยให้บริษัทมีโอกาสในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้ว ยังจะช่วยให้สุขภาพของพยาบาลดีขึ้นด้วยหากนวัตกรรมดังกล่าวได้รับการยอมรับ

1.2 ปัญหาการวิจัย

กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี มีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาคูณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

1.3.2 เพื่อศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 กลุ่มเป้าหมาย

ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี แผนกผู้ป่วยใน จำนวน 457 คน

1.4.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี แผนกผู้ป่วยใน โดยมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1.4.2.1 ต้องมีประสบการณ์การทำงานดูแลผู้ป่วยในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์อย่างน้อย 1 ปี และไม่อยู่ในระหว่างการลาศึกษาต่อหรือลาฝึกอบรม

1.4.2.2 อยู่ในช่วงวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 30-59 ปี

1.4.2.3 อาจเป็นผู้ที่เคยมีหรือไม่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจำนวน 12 คน (Boddy, 2016) โดยการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview)

1.4.4 วิธีการดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

1.4.5 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ได้ทราบถึงคุณลักษณะส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ รายได้ คุณลักษณะของนวัตกรรม ได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) และกระบวนการยอมรับนวัตกรรมอาหารสูตรครบถ้วนใน 5 ขั้นตอน คือ ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) ขั้นสนใจ (Interest stage) ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluate stage) ขั้นทดลอง (Trial stage) และ ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

1.4.6 ขอบเขตด้านเวลา

ศึกษาระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 - เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 27 เดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบถึงกระบวนการยอมรับนวัตกรรมและคุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

1.5.2 ผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ได้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการอ้างอิงประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการตัดสินใจให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

1.5.3 ผู้ที่สนใจทำธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น

1.5.4 ธุรกิจอาหารเสริมอื่น ๆ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 การยอมรับนวัตกรรม หมายถึง การรับรู้และเกิดทัศนคติที่นำไปสู่การยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน

1.6.2 ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน (Complete Nutrition Diet) หมายถึง อาหารที่มีสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ทั้งโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมันที่ดี วิตามินเกลือแร่ ที่จำเป็นและเพียงพอต่อความต้องการของร่างกายผสมเข้ามาไว้ด้วยกัน มีลักษณะเป็นผง ชงทานง่าย ซึ่งสามารถชงดื่มเสริมมื้ออาหารปกติได้เมื่อกินอาหารได้น้อยและไม่เพียงพอ หรือชงดื่มทดแทนอาหารมื้อที่ขาดหายไปได้ ซึ่งในที่นี้ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมอาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของการศึกษาโดยได้มีการสืบค้นจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- 2.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวกับความหมายของนวัตกรรมนั้น มีสถาบันความรู้และนักวิชาการได้ให้แนวคิดดังกล่าวไว้อย่างหลากหลายดังต่อไปนี้

กรมวิชาการ (2521: 15) ให้นิยามของนวัตกรรมหรือนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง “การนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมวิธีการที่ทำอยู่เดิมเพื่อให้ผลดียิ่งขึ้น”

Kumar (2015: 1) ให้นิยามว่า นวัตกรรม คือ การมอบคุณค่าที่ใช้งานได้จริงเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งสิ่งนี้ได้สร้างคุณค่าให้ทั้งผู้ใช้และผู้สร้างมันขึ้นมา

กฤษมันต์ วัฒนานรงค์ (2536: 104) ให้นิยามว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิดใหม่ เทคนิควิธีการใหม่หรือสิ่งใหม่ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่สร้างความรู้สึกว่าเป็นของใหม่สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการยอมรับนวัตกรรม โดยได้เสนอแนวทางกำหนดว่าอะไรเป็นนวัตกรรมไว้ดังนี้

- (1) เป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน
- (2) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วแต่ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ และต่อมาได้มีการนำมาใช้ประโยชน์
- (3) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วและเคยนำมาใช้ในช่วงเวลาหนึ่งแต่ไม่ได้รับความนิยม ต่อมานำมาใช้ใหม่ภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขใหม่ที่เปลี่ยน
- (4) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วและใช้ได้ดีในสังคมอื่นหรือประเทศอื่น แล้วนำมาใช้ในอีกสังคมหนึ่งหรืออีกประเทศหนึ่ง

(5) เป็นการพัฒนาปรับปรุงจากของเดิมที่มีอยู่ให้มีลักษณะต่างจากต้นแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เมื่อนวัตกรรมนั้นได้รับการยอมรับและนำไปใช้จนเป็นปกติวิสัยแล้วไม่มีความรู้สึกว่าเป็นของใหม่อีกต่อไป นวัตกรรมนั้นจะกลายเป็น “เทคโนโลยี” ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์ (Hardware) วัสดุ (Software) หรือเทคนิควิธี (Techniques)

Roger and Shoemaker (1971: 120) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมหมายถึง ความคิด (Idea) การปฏิบัติ (Practice) หรือวัตถุ (Object) ซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าจะความคิดนั้นเป็นของใหม่โดยนัยเวลาตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับที่บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าจะความคิดนั้นจะใหม่หรือไม่ โดยความเห็นของบุคคลเองจะเป็นเครื่องตัดสินใจในการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น กล่าวคือ ถ้าเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา สิ่งนั้นก็จะเป็นนวัตกรรม เพราะฉะนั้นคำว่า “ใหม่” ในเรื่องของนวัตกรรมจึงไม่จำเป็นต้องเป็นความรู้ใหม่ของบุคคล บุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาชั่วระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ได้ แต่ยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติที่จะชอบจะรับหรือปฏิเสธความใหม่ของนวัตกรรม จึงอาจเป็นความใหม่ในเรื่องของความรู้ ทัศนคติ หรือเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรม

โดยสรุปแล้วในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของนวัตกรรม คือ สิ่งที่บุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าจะจะเป็นความคิด วัสดุสิ่งของ หรือการปฏิบัติ ที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อบุคคลในสังคมนั้น ๆ รวมทั้งคนที่คิดค้นนวัตกรรมนั้นขึ้นมา ซึ่งสิ่งนั้นอาจจะยังไม่เคยเกิดขึ้นเลยหรือเกิดขึ้นและมีอยู่แล้วในสังคมอื่นแล้วนำมาใช้ในอีกสังคมหนึ่ง

2.1.2 ประเภทของนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประเภทของนวัตกรรมนั้น ได้มีสถาบันความรู้ได้ให้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประเภทของนวัตกรรมไว้ดังนี้

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้จำแนกนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภท คือ

(1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค วัสดุประกอบซอฟต์แวร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ ความเป็นมิตรกับผู้ใช้ หรือลักษณะอื่น ๆ

(2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนา ปรับปรุง หรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมือ อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์

(3) นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) เป็นการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Business Practices) การจัดสถานที่ทำงาน (Workplace Organization) หรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร (External Relations)

(4) นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีทางการตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดวางสินค้า การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ (สมชัย วิเศษมงคลชัย, 2561: เว็บไซต์)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

2.2.1 ความหมายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความหมายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้น ได้มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

Roger and Shoemaker (1978: 76) กล่าวว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรม หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่โดยคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิธีที่ดีที่สุดและมีประโยชน์มากกว่า ซึ่งอาศัยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ ดังนั้นสามารถแยกคุณลักษณะได้ 5 ประการ ดังนี้

2.2.1.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การรับรู้ว่าคุณนวัตกรรมดีกว่ามีประโยชน์กว่าวิธีการปฏิบัติเดิม ๆ เช่น สะดวกกว่า รวดเร็วกว่า มีผลตอบแทนที่ดีกว่าอื่น ๆ เป็นต้น ในส่วนที่ดีกว่าถ้าเห็นว่ามีประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์ ก็จะทำให้การยอมรับนวัตกรรมมีแนวโน้มในการยอมรับมากขึ้น

2.2.1.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่าเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยมที่เป็นอยู่เดิม ถ้านวัตกรรมใดมีลักษณะสอดคล้องกับความคิดเดิม ๆ ก็จะทำให้การยอมรับมีแนวโน้มสูงขึ้น จากประสบการณ์ในอดีตตลอดจนความต้องการของผู้รับความคิดใหม่ ๆ การเข้ากันได้ของนวัตกรรมกับสิ่งต่าง ๆ ทำให้ผู้ยอมรับรู้สึกมั่นใจและไม่ต้องเสี่ยงภัยมาก ทำให้เกิดความรู้สึกที่มีความหมายมากขึ้น

2.2.1.3 คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ถ้านวัตกรรมที่นำมาใช้มีความยุ่งยากซับซ้อนมาก การยอมรับนวัตกรรมนั้นก็จะมีน้อยลง ยิ่งถ้าบุคคลที่นำนวัตกรรมเหล่านั้นมาใช้มีความยุ่งยากก็ยิ่งทำให้เกิดการต่อต้าน ดังนั้นการนำนวัตกรรมมาใช้จึงมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับการยอมรับ ถ้านวัตกรรมมีความซับซ้อนมากอัตราการยอมรับจะลดลง แต่ถ้านวัตกรรมมีความซับซ้อนน้อยอัตราการยอมรับก็จะเพิ่มขึ้น เป็นต้น

2.2.1.4 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) โดยการนำเอานวัตกรรมส่วนย่อย ๆ ไปทดลองใช้ในระยะเวลาไม่นานนัก ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นส่วนเล็กเมื่อนำไปทดลองและประสบความสำเร็จตามที่ต้องการก็จะทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้นในนวัตกรรมนั้น ๆ

2.2.1.5 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งมองเห็นได้ หมายความว่า ถ้านวัตกรรมทำให้เกิดการมองเห็นได้ก็จะทำให้การยอมรับมีน้ำหนักมากขึ้น โดยอาจจะยังมองไม่ถึงด้านรูปธรรม แต่ถ้าสามารถทำให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ก็จะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้นกว่าที่เป็นเพียงนามธรรมหรือเป็นแค่จินตนาการ

โดยสรุปแล้วในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมไว้ว่า เป็นการตัดสินใจยอมรับและจะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างต่อเนื่อง โดยคิดว่านวัตกรรมนั้นดีที่สุดและมีประโยชน์ที่เหนือกว่า โดยอาศัยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

2.2.2 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้น ได้มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมไว้ดังนี้

Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) ให้ความหมายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคนที่เริ่มตั้งแต่การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมไปจนถึงการยอมรับนวัตกรรมนั้นอย่างเปิดเผย ซึ่งเมื่อบุคคลในชุมชนหลาย ๆ คน เริ่มแพร่กระจายการยอมรับจากหนึ่งเป็นสองเป็นสามเป็นจำนวนมาก ๆ จนแพร่กระจายไปถึงบุคคลส่วนใหญ่ในชุมชนและมีการยอมรับและนำไปใช้กระบวนการช่วงหลังนี้เรียกว่า กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งกระบวนการยอมรับนวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.2.1 ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือการปฏิเสธนวัตกรรมที่คนได้เรียนรู้หรือรับนวัตกรรมนั้น แต่ยังไม่รู้ข่าวสารอย่างไม่ครบถ้วนมักเป็นการรู้โดยบังเอิญ ซึ่งอาจทำให้เกิดความอยากรู้อีกต่อไปอันเนื่องมาจากมีความต้องการที่จะประดิษฐ์นวัตกรรมนั้นในการแก้ปัญหาที่มีอยู่

2.2.2.2 ขั้นสนใจ (Interest stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจและแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นลักษณะที่ตั้งใจแน่วแน่และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก เป็นขั้นที่ทำให้บุคคลได้รู้ข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมมากขึ้น บุคลิกภาพและค่านิยมของบุคคล รวมทั้งบรรทัดฐานและประสบการณ์ทางสังคมอาจมีผลต่อแหล่งที่บุคคลไปหาข่าวสาร และมีผลต่อการตีความข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมด้วย

2.2.2.3 ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage) เป็นขั้นที่บุคคลใช้นวัตกรรมนั้นกับสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ข้างหน้าโดยไตร่ตรองว่าจะลองใช้ดีหรือไม่ ด้วยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อดีและข้อเสียของนวัตกรรมนั้น ถ้ารู้สึกว่าคุณดีมีมากกว่าข้อเสียก็จะตัดสินใจลองใช้ ขั้นนี้จะแตกต่างจากขั้นอื่น ๆ ตรงที่ได้ตัดสินใจที่จะลองความคิดใหม่ ๆ โดยที่บุคคลคิดว่าการใช้นวัตกรรมเป็นความเสี่ยงเพราะไม่แน่ใจในผลที่เกิดขึ้น ดังนั้น ในขั้นไตร่ตรองตัดสินใจจึงต้องมีแรงเสริม (reinforcement) เพื่อทำให้แน่ใจยิ่งขึ้นว่ากำลังทำในสิ่งที่ถูกต้อง ซึ่งได้แก่ ข่าวสาร คำแนะนำจากเพื่อน ตลอดจนแรงเสริมจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ในขั้นนี้ได้รวมพฤติกรรมด้านความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อความคิดใหม่ ๆ นั้นไว้ด้วย

2.2.2.4 ขั้นทดลอง (Trial stage) เป็นขั้นที่บุคคลนั้นใช้นวัตกรรมนั้นกับสถานการณ์ของตน แต่เป็นการลองดูกับส่วนน้อยก่อนเพื่อดูว่าได้ผลดีหรือไม่ และประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับไปปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่ จึงเป็นการทดสอบว่านวัตกรรมนั้นใช้ได้ตรงกับที่ต้องการหรือไม่ ในขั้นนี้บุคคลอาจแสวงหาข่าวที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรมนั้น ผลของการทดลองปฏิบัตินี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับนวัตกรรมต่อไป

2.2.2.5 ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage) บุคคลที่ทดลองนั้นตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรมนั้นอย่างเต็มที่ หลังจากที่ได้พิจารณาไตร่ตรองจากผลที่ได้ทดลองปฏิบัติ

โดยสรุปแล้วในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยยังพบว่า ความหมายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคน ที่เริ่มจากการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมไปจนถึงการยอมรับและนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเปิดเผย ซึ่งกระบวนการยอมรับ

นวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน คือ ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) ขั้นสนใจ (Interest stage) ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage) ขั้นทดลอง (Trial stage) และขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

2.2.3 ข้อบกพร่องของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับข้อบกพร่องของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้น ได้มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดไว้ว่า จากแนวความคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมของ Roger เป็นที่นิยมแพร่หลายมากในหมู่นักวิจัยระยะหนึ่ง แต่ต่อมาก็ได้มีผู้พบข้อบกพร่องหลายประการ คือ

2.2.3.1 รูปแบบของกระบวนการยอมรับจบลงด้วยการตัดสินใจยอมรับ ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะปฏิเสธหรือยอมรับนวัตกรรมก็ได้ ด้วยเหตุนี้กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของ (Rogers, 1983: 163-169) จึงเปลี่ยนชื่อเป็นกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

2.2.3.2 ชั้นต่าง ๆ ในกระบวนการยอมรับอาจไม่เรียงลำดับและบางครั้งอาจมีการข้ามชั้นไป โดยเฉพาะขั้นทดลองซึ่งมีนวัตกรรมหลายอย่างที่มีการยอมรับโดยไม่ได้ทดลอง นอกจากนี้การประเมินตามความเป็นจริงมีอยู่ทุกขั้นตอนตลอดกระบวนการมากกว่าจะมีเฉพาะในขั้นที่สามเท่านั้น

2.2.3.3 โดยปกติกระบวนการนี้ไม่จำเป็นจะต้องสิ้นสุดลงด้วยการยอมรับเสมอไป โอกาสที่จะไม่ยอมรับก็มีได้พอ ๆ กัน

2.2.4 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ได้มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดที่เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมไว้ดังนี้

Roger (1983: 163-169) ได้เปลี่ยนคำว่า ยอมรับ มาเป็นส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ ยิ่งไปกว่านั้นกระบวนการนี้น้อยมากที่จะสิ้นสุดลงเพียงการยอมรับหรือไม่ยอมรับ เพราะบุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อยืนยันความถูกต้องในการตัดสินใจ ซึ่งการกระทำนี้อาจจะมีผลทำให้เปลี่ยนจากยอมรับมาเป็นเลิกรับ (Discontinuance) หรือจากการไม่ยอมรับมาเป็นการยอมรับในเวลาต่อมาได้ โดย Roger ได้คิดค้นแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย 5 ระดับ คือ

2.2.4.1 ระดับความรู้ (Knowledge stage) เป็นระดับแรกของกระบวนการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรม บุคคลได้รู้จักนวัตกรรมและได้แสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ บางคนกล่าวว่าการรับรู้ที่เกิดขึ้นได้โดยความบังเอิญ โดยที่บุคคลนั้น ๆ ไม่ได้ตั้งใจจะแสวงหาหรือต้องการจะรับรู้แต่ประการใด แต่บางคนกลับโต้แย้งว่าการรับรู้แบบนี้ คือ การเลือกรับรู้ (Selective exposure) อย่างไรก็ตาม Roger (1983: 167) ได้กล่าวว่า ไม่สามารถสรุปได้ว่าอะไรมาก่อนอะไรมาหลัง ระดับความรู้นี้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1) การตระหนักรู้ว่ามีนวัตกรรม (Awareness knowledge) เป็นการรับรู้ว่ามีนวัตกรรมและรับรู้ถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลง ความรู้ในระดับนี้ยังไม่ลึกซึ้ง

2) เป็นความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม (How-to-knowledge) รู้ว่าจะใช้นวัตกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม ถูกต้อง และต้องรู้วิธีการปฏิบัติแต่ละขั้นอย่างละเอียดพอที่จะดำเนินการได้ ดังนั้นถึงนวัตกรรมมีความซับซ้อนมากเท่าใดก็ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากขึ้นเท่านั้น

3) เป็นความรู้เกี่ยวกับหลักการ (Principle knowledge) เป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง หลักการหรือทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังการปฏิบัติ เช่น ความรู้เกี่ยวกับจุลินทรีย์ที่อยู่เบื้องหลังการใช้วัคซีน ทฤษฎีการเพิ่มพลงเมืองที่อยู่เบื้องหลังการวางแผนครอบครัว ความรู้ในลักษณะนี้จะช่วยให้บุคคลเข้าใจนวัตกรรมและวิธีใช้ได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีเหตุผลมากขึ้น

2.2.4.2 ระดับเปลี่ยนเจตคติ (Persuasion) เป็นระดับที่บุคคลจะเริ่มสร้างความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลหลังจากที่บุคคลนั้นมีความรู้ในเรื่องนวัตกรรมพอสมควรแล้วจากระดับแรก ต้องการจะมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ เพิ่มขึ้น ต้องการรู้รายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมในแง่ของประโยชน์ที่ได้รับ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ ความยากง่ายของการนำไปทดลองใช้ ตลอดจนความผสมผสานกลมกลืนของนวัตกรรมในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งมีผลไปถึงการตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมในลำดับต่อไป

2.2.4.3 ระดับการตัดสินใจ (Decision stage) ในการตัดสินใจว่าจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่นั้น ความจริงมีตั้งแต่ระดับแรกเป็นต้นมา เช่น ในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ บุคคลต้องตัดสินใจเลือกรับรู้นวัตกรรมเพียงบางอย่าง ไม่สามารถรับรู้นวัตกรรมทั้งหมดที่ผ่านมาได้ หรือในส่วนของความรู้สึกในระดับเปลี่ยนเจตคติบุคคลจะต้องรับรู้บางอย่างที่จำเป็นสำหรับประเมิน และอาจจะตัดทิ้งหรือไม่สนใจความรู้บางอย่างอื่น โดยการตัดสินใจนี้เป็นการตัดสินใจว่าจะลองใช้นวัตกรรมด้วยถ้านวัตกรรมนั้นสามารถทดลองได้ ซึ่งบุคคลส่วนมากมักไม่ยอมรับนวัตกรรมก่อนที่จะได้ทำการทดลองดูเสียก่อน

2.2.4.4 ระดับการนำไปใช้ (Implementation stage) บุคคลเมื่อตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ แล้วก็ให้นำนวัตกรรมไปใช้ ซึ่งในบางครั้งการนำนวัตกรรมไปใช้อาจกินเวลานานมากขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้นวัตกรรมนั้น ๆ รวมทั้งการยอมรับที่จะใช้นวัตกรรมและการใช้งานอย่างสม่ำเสมอด้วย จึงมักมีการเตรียมการจัดหาข้อมูลสำหรับขั้นนี้กันมากเพื่อจะให้บุคคลเหล่านั้นปฏิบัติตามการใช้นวัตกรรมนั้น ๆ ได้

2.2.4.5 ระดับการยืนยัน (Confirmation stage) บุคคลจะต้องได้รับแรงเสริมแรงกระตุ้นเพื่อสร้างความมั่นใจต่อการตัดสินใจของเขา ถ้าพบว่า สารหรือสิ่งที่ได้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นขัดแย้งกัน บุคคลจะพยายามหลีกเลี่ยงภาวะการขัดแย้งนั้นเพื่อยืนยันการตัดสินใจ กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับข้อมูลเพิ่มเติมอาจเป็นการเน้นให้เขาได้ตัดสินใจ ซึ่งความไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อมูลเดิมกับสิ่งที่ เป็นความรู้ใหม่อาจช่วยกระตุ้นให้มีการยอมรับนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ถาวร หรืออาจทำให้ลดลงก็เป็นได้เช่นกัน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526: 44) กล่าวว่า ขั้นตอนสุดท้ายของการรับหรือไม่รับนวัตกรรมนั้น คือ กระบวนการตัดสินใจของบุคคล ถ้าบุคคลตัดสินใจรับนวัตกรรมก็จะเกิดการแพร่กระจายของนวัตกรรมเข้ามาใช้ในสังคม แต่ถ้าบุคคลตัดสินใจไม่รับนวัตกรรมนั้นก็ไม่สามารถแพร่กระจายมาสู่สังคมได้ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการรับนวัตกรรมของบุคคลมี 5 ขั้นตอน คือ

(1) การตระหนักในนวัตกรรม (Awareness) คือ ได้ทราบว่ามีนวัตกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเกิดขึ้นที่อาจจะรับมาใช้ได้

(2) เกิดความสนใจในนวัตกรรมนั้น (Interest) เป็นขั้นตอนที่ผู้สนใจจะแสวงหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมที่ตนสนใจ เพื่อศึกษารายละเอียดต่าง ๆ มากขึ้น

(3) ประเมินค่านวัตกรรม (Evaluation) ถ้าเห็นว่าดีกว่าก็จะยอมรับ ถ้าเห็นว่าไม่ดีกว่าก็ จะไม่ยอมรับ เป็นขั้นตอนเปรียบเทียบนวัตกรรมใหม่กับสิ่งที่ใช้อยู่เดิม

(4) ทดลองใช้นวัตกรรม (Trial) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินค่านวัตกรรมแล้วยังไม่มั่นใจ ในนวัตกรรม ต้องทดลองใช้ให้มั่นใจก่อนจึงจะยอมรับ ถ้าทดลองแล้วไม่พึงพอใจก็ไม่ยอมรับ

(5) การรับหรือไม่รับนวัตกรรม (Adoption or Rejection) เป็นขั้นตอนที่เป็นผลมาจาก ขั้นที่ 4 กล่าวคือ ถ้าผลเป็นที่น่าพอใจก็จะยอมรับนวัตกรรมและนำไปใช้ต่อไป

กล่าวโดยสรุปแล้วในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของ ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม ใหม่ คือ การรับรู้ในนวัตกรรม (Awareness) ความสนใจ (Interest) การประเมินผล (Evaluation) การทดลองใช้ (Trial) และการยอมรับ (Adoption)

2.2.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น ได้มีนักวิชาการได้ให้ แนวคิดไว้ดังนี้

Rogers and Shoemaker (1971) ได้สรุป ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ยอมรับนวัตกรรม ปัจจัยทางด้านระบบสังคม ปัจจัยเกี่ยวกับ คุณสมบัติของนวัตกรรม และปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารของบุคคล ผู้วิจัยเห็นว่า ปัจจัยทั้ง 4 กลุ่ม ครอบคลุมแนวคิดที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม ดังนี้

2.2.5.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ยอมรับนวัตกรรม (Receiver Variables) ได้แก่ พื้นฐานของบุคคล เป้าหมาย หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง อันได้แก่ พื้นฐานทางสังคม เช่น เพศ ระดับ การศึกษาการรับฟังข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ การเข้าประชุมกลุ่มเกี่ยวกับการประกอบอาชีพและอายุ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา การรับฟังข่าวสาร การเข้าประชุมกลุ่ม จะแปรผันตามการ ยอมรับนวัตกรรม ส่วนอายุจะแปรผกผันกับการยอมรับนวัตกรรม

2.2.5.2 ปัจจัยทางด้านระบบสังคม (Social System Variables) ได้แก่ สภาพทาง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และภูมิศาสตร์ โดยกล่าวว่า สภาพทางเศรษฐกิจจะมีผลต่อการยอมรับ การเปลี่ยนแปลงที่ต่างกัน และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นปัจจัยที่เป็น เงื่อนไขที่มีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมด้วย อย่างไรก็ตามในบางองค์กรอาจยอมรับ นวัตกรรมด้วยเหตุผลเพื่อทัดเทียมกับคนอื่นหรือองค์กรอื่น เพราะองค์กรอื่น ๆ มีความพร้อมมากกว่า และได้นำเอานวัตกรรมมาทดลองใช้และก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรนั้น ๆ นอกจากนี้ยังมีการศึกษา ที่มุ่งความสนใจไปสู่ตัวแปรทางเศรษฐกิจสังคม การตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม โดย เฉพาะตัวแปรที่บอกถึงลักษณะความไม่เท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจ (Economic inequalities) ซึ่งเชื่อ ว่าความแตกต่างกันของฐานะทางเศรษฐกิจ จะก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันด้วย

2.2.5.3 ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในสายตาของผู้ที่จะใช้นวัตกรรม (Perceived Characteristics of Innovations) คือ คุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมที่บุคคลผู้ใช้นวัตกรรมรับรู้โดยเชิงอัตวิสัย อันได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะ สามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ค่าใช้จ่าย เกี่ยวกับนวัตกรรม (Cost) ค่าเสียโอกาส (Opportunity) ความสามารถที่จะแบ่งแยกได้ (Divisibility)

2.2.5.4 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารของบุคคล ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ตัวกลางที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือเรียกกันสั้น ๆ ว่า สื่อ ช่องทางการสื่อสาร อาจเป็นสื่อมวลชน (เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือภาพยนตร์) หรือสื่อบุคคล

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526: 41-46) กล่าวถึงปัจจัยในการยอมรับนวัตกรรมว่า การยอมรับนวัตกรรมของสังคมขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

(1) บุคคล โดยบุคคลแต่ละคนจะรับนวัตกรรมแตกต่างกัน แม้ว่าจะอยู่ในสังคมเดียวกัน จากการศึกษา ระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรมของชาวอเมริกันพบว่ามี 5 กลุ่ม ดังนี้

(1.1) กลุ่มรับแรกสุด (Innovators) เป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนกลุ่มอื่น ๆ เป็นพวกชอบเสี่ยงหรือผจญภัย อาจเรียกได้ว่า “พวกหัวไวใส่สู” กลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 2.50 ของผู้รับนวัตกรรมทั้งหมด

(1.2) กลุ่มที่ยอมรับเร็ว (Early Adopters) เป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมต่อจากกลุ่มแรก จัดเป็นกลุ่มที่สามารถรับนวัตกรรมได้เร็วเช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่เป็นพวกที่ได้รับการยอมรับนับถือ หรือเป็นผู้นำสังคม อาจเรียกได้ว่า “พวกรอดูที่ท่า” คือ รอดูพฤติกรรมการรับของกลุ่มแรกก่อน

(1.3) กลุ่มใหญ่ที่รับก่อน (Early Majority) เป็นกลุ่มคนจำนวนมากกว่ากลุ่มแรกที่ยอมรับนวัตกรรม คือ มีจำนวนประมาณร้อยละ 34 ของผู้รับนวัตกรรมทั้งหมด เป็นพวกที่ต้องไตร่ตรองให้รอบคอบและรอผลจากการรับนวัตกรรมของกลุ่มแรกและกลุ่มที่ 2 ก่อน ถ้าหากได้ผลดีจึงจะยอมรับ อาจเรียกว่า “พวกตั้งหน้ารอดูผล”

(1.4) กลุ่มใหญ่ที่รับช้า (Late Majority) เป็นกลุ่มคนจำนวนมากที่รับนวัตกรรมช้า คือ มีประมาณร้อยละ 34 ของผู้รับนวัตกรรมทั้งหมด เป็นพวกที่ขอสงสัยไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ หวาดระแวงต้องรอให้คนส่วนใหญ่ที่รับนวัตกรรมไปแล้วได้รับประโยชน์หรือประสบความสำเร็จจากการนำนวัตกรรมไปใช้ก่อนจึงจะยอมรับนวัตกรรมนั้น อาจเรียกว่า “พวกยอมทนหัวดื้อ” คือ ไม่ยอมรับนวัตกรรมง่าย ๆ ต้องรอจนกว่าคนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับและประสบความสำเร็จก่อนจึงจะยอมรับซึ่งต้องใช้เวลานาน

(1.5) กลุ่มล่าหลัง (Laggards) เป็นกลุ่มที่รับนวัตกรรมหลังสุด เป็นพวกที่เคร่งครัดใน ขนบธรรมเนียมประเพณีไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงง่าย ๆ แม้ว่าคนส่วนใหญ่ในสังคมจะยอมรับและเกิดผลดีแล้วก็ตาม ถ้าจะรับก็อาจจะเนื่องมาจากไม่มีทางเลือก เมื่อยอมรับก็มักจะมีนวัตกรรมอื่นเข้ามาแทนที่อีกแล้ว อาจเรียกว่า “พวกงอมืองอเท้า” ก็ได้ กลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 16 ของผู้รับนวัตกรรมทั้งหมด

(2) ระบบสังคม โดยระบบสังคมประเภทต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการรับนวัตกรรม กล่าวคือ สังคมสมัยใหม่ ระบบของสังคมจะเอื้อต่อการรับนวัตกรรมทั้งความเร็วและปริมาณที่จะรับ เพราะมีบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นเมื่อมีสิ่งใหม่เข้ามาในสังคมก็จะยอมรับได้ง่าย ส่วนสังคมโบราณหรือสังคมประเพณีนำ ซึ่งเป็นสังคมล่าหลัง จะมีลักษณะตรงกันข้ามกับสังคมสมัยใหม่ การรับนวัตกรรมจึงเกิดได้ช้ากว่าและน้อยกว่าหรืออาจจะไม่ยอมรับเลยก็ได้ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2540: 25)

(3) ระบบการสื่อสาร การสื่อสาร คือ การติดต่อระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารโดยผ่านสื่อหรือตัวกลางใดตัวกลางหนึ่ง การแพร่กระจายนวัตกรรมจึงเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่

นวัตกรรมนั้นแพร่กระจายจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้ใช้หรือผู้รับนวัตกรรม อันเป็นกระบวนการกระทำระหว่างกันของมนุษย์ การสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อการรับนวัตกรรมมาก ถ้าผู้ส่งและผู้รับนวัตกรรมมีความคิดก้าวหน้า มีระดับการศึกษาสูง มีความเป็นผู้นำ มีอายุไม่มากนัก การรับนวัตกรรมก็จะเกิดขึ้นได้มากและรวดเร็ว แต่ถ้ามีลักษณะตรงกันข้ามกับลักษณะที่กล่าวมาแล้ว การรับนวัตกรรมก็เกิดขึ้นได้น้อยและช้า หรืออาจจะไม่มีการยอมรับเลย (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2540: 25)

(4) นวัตกรรม นวัตกรรมที่จะแพร่กระจายและเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมนั้น โดยทั่วไป ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นความคิด และส่วนที่เป็นวัตถุ นวัตกรรมใดจะถูกยอมรับหรือไม่นั้น นอกจากจะเกี่ยวกับตัวผู้รับ ระบบสังคมและรับการสื่อสารแล้ว ตัวของนวัตกรรมเองก็มีความสำคัญ นวัตกรรมที่ยอมรับได้ง่ายมีคุณลักษณะ ดังนี้

- (4.1) ได้ประโยชน์มากกว่าเดิมที่เข้ามาแทนที่ (Relative Advantage)
- (4.2) สอดคล้องกับวัฒนธรรมในสังคมที่จะรับ (Compatibility)
- (4.3) ไม่มีความสลับซับซ้อนมากนัก (Simplicity)
- (4.4) สามารถทดลองครั้งละน้อยได้ (Trialability)
- (4.5) สามารถมองเห็นหรือเข้าใจได้ง่าย (Observables)

นวัตกรรมที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับที่กล่าวมาแล้วนี้มักจะเป็นที่ยอมรับได้ยาก (Roger, 1995; เท็ดริฐ แวตส์กี, 2554: 6)

(5) ระยะเวลา ระยะเวลาที่มีอิทธิพลต่อการรับนวัตกรรม เพราะการที่บุคคลและสังคมจะรับนวัตกรรมหรือไม่นั้น จะต้องใช้เวลาพิจารณาไตร่ตรองไม่ช่วงใดก็ช่วงหนึ่ง นอกจากนี้ ระยะเวลายังเป็นเครื่องแสดงระดับหรือประเภทของบุคคลที่รับนวัตกรรมที่กล่าวมาแล้วอีกด้วย (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2540: 26)

โดยสรุปแล้วในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมมีหลากหลายด้วยกัน โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971) ที่ได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ซึ่งเป็นคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมที่บุคคลผู้ใช้นวัตกรรมรับรู้โดยเชิงอัตวิสัย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม

2.3.1 ความหมายของการแพร่กระจายนวัตกรรม

การแพร่กระจายนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการที่สินค้า บริการ หรือแนวความคิดที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ แพร่กระจายเข้าสู่สังคม โดยอัตราการแพร่กระจายนั้นจะขึ้นอยู่กับสินค้าแต่ละประเภท (ชานนท์ ศิริธร, 2554: 98; อ้างอิงจาก Solomon, 2011)

Roger (1983: 5) ได้ให้นิยามการแพร่กระจายหรือการเผยแพร่วัตกรรม (Diffusion of Innovation) ว่า เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวดสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่กลุ่มบุคคลอื่นอย่างกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับ

ความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันมีผลต่อโครงสร้างและวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ในที่สุด โดยให้ส่วนประกอบของการเผยแพร่นวัตกรรมไว้ 4 ประการ ดังนี้

- (1) มีนวัตกรรมเกิดขึ้น
- (2) ใช้สื่อเป็นช่องทางในการส่งผ่านนวัตกรรมนั้น
- (3) ช่วงระยะเวลาที่เกิดการแพร่กระจาย
- (4) ส่งผ่านไปยังสมาชิกในระบบสังคมหนึ่ง

กล่าวโดยสรุปกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม คือ กระบวนการที่สินค้า บริการ แนวคิด หรือการปฏิบัติใหม่ ๆ ถ่ายทอดจากบุคคล กลุ่มบุคคลหรือสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมอื่น และได้รับการยอมรับจากกลุ่มบุคคลหรือสังคมนั้น

2.3.2 S-Curve of Technology

Roger (2003) ได้สร้าง S-Curve เพื่ออธิบายกระบวนการแพร่กระจายของเทคโนโลยี ในสังคมเป็นขั้นตอนให้เห็นภาพที่สามารถเข้าใจง่ายมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถคาดการณ์ว่าช่วงเวลาใด สังคมจะเกิดการยอมรับเทคโนโลยี และช่วงเวลาใดเทคโนโลยีนั้นจะหมดความต้องการไว้ดังนี้

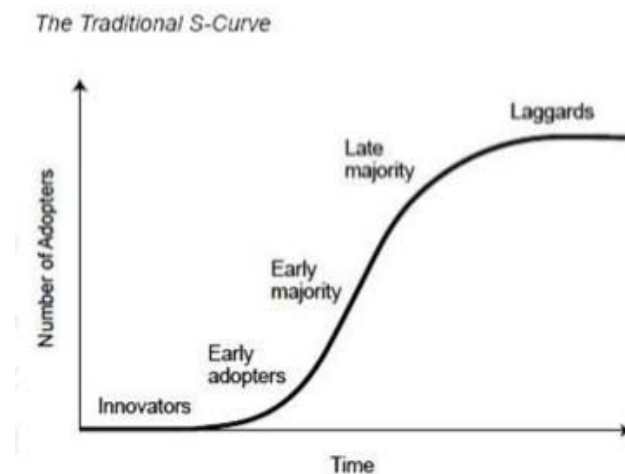
อธิบายปรากฏการณ์การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในสังคม โดยแกน Y แทน ประสิทธิภาพหรือเทียบกับจำนวนผู้ใช้ในสังคมก็ได้เช่นกัน ส่วนแกน X เป็นเวลา

ส่วนที่ 1 (Section I) เป็นช่วงเวลาของการประดิษฐ์คิดค้นจนสำเร็จออกมาและเริ่ม ทดสอบวางตลาด

ส่วนที่ 2 (Section II) เป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีการปฏิสัมพันธ์กับ คนในสังคมให้รับรู้ว่ามีเทคโนโลยีนี้แล้ว และสังคมเรียนรู้ถึงเทคโนโลยีนี้ไปจนถึงการได้รับความนิยม จากคนในสังคมเกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมรุ่งเรืองอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีมีการพัฒนาประสิทธิภาพได้ สูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรวดเร็ว และพร้อมกับการเติบโตของจำนวนผู้ใช้เป็นช่วงเวลาที่เหมาะกับการทำ ธุรกิจที่สุด และทุกคนอยากทำธุรกิจในช่วงเวลานี้ ผู้ที่มีนวัตกรรมใหม่ควรจะเข้าสู่ตลาดในช่วงนี้มากที่สุด

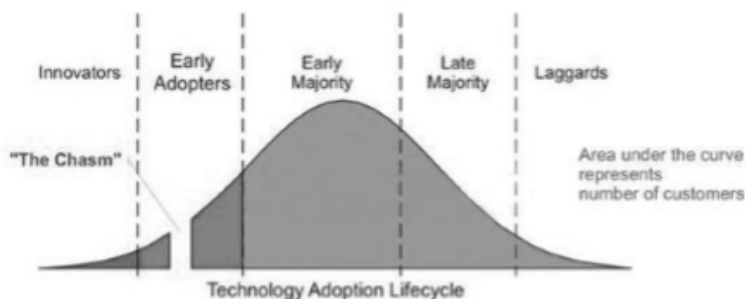
ส่วนที่ 3 (Section III) เป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีอิ่มตัว ประสิทธิภาพการพัฒนาของ เทคโนโลยีนั้นถึงขีดสุดของทรัพยากรที่ใช้ผลิต ไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้แล้ว ประสิทธิภาพของ เทคโนโลยีจะมีใช้คงที่ โดยไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้จนกว่าจะมีเทคโนโลยีใหม่มาทดแทน และ เทคโนโลยีนี้ก็หายไจากสังคม

S-Curve of Technology นั้น Roger (2003) ได้อธิบายให้เห็นภาพชัดเจนถึงการเกิด ความนิยมและการตรึงตามประสิทธิภาพของเทคโนโลยีนั้น ๆ จะสอดคล้องกับการแพร่กระจาย เทคโนโลยีนั้น ๆ ไปในสังคมผ่านกลุ่มคนแต่ละกลุ่มในสังคมตามที่ได้แบ่งไว้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 S-Curve and Adopter Segmentation
ที่มา: Rogers (2003)

ทฤษฎีของ Roger (2003) มีการนำมาวิจัยและเกิดเป็นทฤษฎีต่อยอดโดย Geoffrey A. Moor เป็นทฤษฎี The Chasm อันโด่งดังของ Moore (1995: 19) หรือทฤษฎี “หุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม” เป็นทฤษฎีที่ไม่มีวิศวกรการตลาดคนใดในโลกไม่รู้จัก โดยอธิบายให้เห็นภาพ ดังนี้



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎี The Chasm Model หุบเหวแห่งการยอมรับของนวัตกรรมเทคโนโลยีในสังคม
ที่มา: Moore (1995)

ทฤษฎีของ Roger (2003) กล่าวว่า การเริ่มยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้น (Birth) หลังจากผ่านสถานะแรกหรือผ่านคนกลุ่มแรก (Innovators) หรือผ่านการได้รับการยอมรับจากนักประดิษฐ์ นวัตกรรมหรือผู้ชอบติดตามเทคโนโลยีใหม่จำนวนหนึ่ง ทดสอบ ทดลองจนสิ้นสงสัยและยอมรับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีนั้น แล้วถัดไปก็จะเกิดการยอมรับของกลุ่ม Early Adopters และ Early Majority ได้ง่ายขึ้น แต่ Moore (1995) ได้ให้ความสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรมในกลุ่ม Early Adopters อย่างมากที่สุด และกลุ่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งว่านวัตกรรมนั้นจะมีอยู่หรือดับไปในสังคม Moore (1995) จึงเปรียบว่าในคนกลุ่มนี้จะมี “หุบเหว” ซึ่งคอยดักนวัตกรรมใด ๆ ที่จะอยู่หรือดับไป และนวัตกรรมใด ๆ จะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง Early Adopter กับผู้ผลิตจนกว่านวัตกรรมนั้น ๆ จะตรงกับ

อุปสงค์ในสังคมจนเกิดการยอมรับในที่สุด หากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใดผ่านหุบเหวนี้ไปได้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีนั้น ๆ จะเกิดการยอมรับและเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ในสังคมเป็นอย่างมาก เรียกว่าเป็นช่วงทะยานขึ้นสู่ฟ้าของธุรกิจ ซึ่งจะทำกำไรได้สูงสุด นักลงทุนก็คงมองหาโอกาสในการลงทุนธุรกิจเทคโนโลยีในสังคม ณ ช่วงเวลานี้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

2.4.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการใด ๆ ที่ใช้สำหรับกิจการ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีแนวคิดใหม่ ๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้จะต้องมีผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการให้มากที่สุด โดยควรมีความพึงพอใจมากกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการตัวเดิม นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ ๆ ปัจจุบันสภาพทางการตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงละสูงมากขึ้นและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในท้องตลาดเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการนั้นสั้นลง ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ออกสู่ตลาดใหม่จะสามารถอยู่รอดได้จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่มี “ความใหม่” ที่แตกต่าง ซึ่งจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าเท่านั้น และจากความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ (McCathy, Pereault and William, 1991: 342) จึงจำแนกผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ (New Product Development) ได้เป็น 3 ลักษณะคือ

2.4.1.1 ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง

2.4.1.2 ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยนดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุง มาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม

2.4.1.3 ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ในท้องตลาดเกิดจากการที่กิจการเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก ทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูง จึงเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ เพื่อเข้าสู่ท้องตลาดโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กรหรือบริษัท

ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นมีหลายคำจำกัดความด้วยกัน โดยคำจำกัดความนี้รวมไปถึงผลิตภัณฑ์เดิม หรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการดัดแปลงและตราสินค้าใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยความพยายามในการวิจัยและพัฒนาขององค์กร Ulrike (2000: 170); Kotler (1991: 310) และในการจัดหมวดหมู่ที่คล้ายกัน Petrick and Echols (2004: 84; Stanton, Etzel and Walker, 1994: 101) กล่าวว่ามีการระบุประเภทที่แตกต่างกันของผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ 3 ประเภท คือ เป็นนวัตกรรมที่ใหม่จริง ๆ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ทดแทนที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่อย่างมีนัยสำคัญหรือเป็นผลิตภัณฑ์เลียนแบบ

ใหม่สำหรับองค์กรแต่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับผู้บริโภค ในทางตรงกันข้าม Ilorri et al. (2000: 334); Pujari, Wright and Peatie (2003: 657) ได้อธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ใน 2 มิติ คือ “ความใหม่ให้กับองค์กร” และ “ความแปลกใหม่ให้กับตลาด” โดยมีการระบุหมวดหมู่ออกเป็น 6 ประเภท คือ การลดต้นทุน การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม การเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายการผลิตเดิม สายการผลิตใหม่ที่บริษัทจัดตั้งขึ้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ในโลกที่สร้างขึ้นในตลาด

กล่าวโดยสรุป ผลิตภัณฑ์ใหม่คือผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน หรือผลิตภัณฑ์เดิมที่ถูกนำมาดัดแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ที่ขายดีหรือเป็นที่นิยมในท้องตลาดซึ่งผลิตภัณฑ์หลังนี้จะใหม่สำหรับองค์กรแต่ไม่ได้ใหม่ในท้องตลาด

2.4.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นการเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม หรือเป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์เดิม หรือเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์เดิมในตลาดใหม่ ได้มีการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ใหม่ออกเป็น 6 ประเภท (สุรชัย นิวัติเจริญรุ่ง, 2553) ดังนี้

2.4.2.1 ผลิตภัณฑ์ใหม่ของโลก (New-to-the world-product) ผลิตภัณฑ์ชนิดแรกของโลกที่ถูกสร้างขึ้นมาด้วยลักษณะพิเศษบางประการ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างขึ้นสำหรับเข้าสู่ตลาดใหม่โดยเฉพาะ จึงทำให้ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ใดเลยที่มีอยู่ในปัจจุบัน สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ประมาณร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

2.4.2.2 สายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product lines) เป็นสายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นของบริษัท แต่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ใหม่ของตลาด และเป็นการเข้าสู่ตลาดเดิมที่มีอยู่เป็นครั้งแรก สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ประมาณร้อยละ 20 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

2.4.2.3 การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิม (Additions to existing product lines) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่บริษัทผลิตขึ้นมา แต่อยู่บนสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้ว โดยจะต้องมีความใหม่พอสมควรสำหรับบริษัทและตลาด สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ประมาณร้อยละ 26 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

2.4.2.4 การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เดิม (Improvements and revision of existing products) เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นในเรื่องของลักษณะและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดส่วนใหญ่มักจะผ่านการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงมาแล้ว สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ประมาณร้อยละ 26 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

2.4.2.5 การปรับเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Repositioning) เป็นการนำผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เข้าสู่ตลาดใหม่ หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ หรือเป็นการแสวงหาประโยชน์ใช้สอยใหม่ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์เดิม สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ประมาณร้อยละ 7 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

2.4.2.6 การลดต้นทุน (Cost reductions) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิมที่ยังคงประโยชน์การใช้สอยและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ยังคงเดิม แต่มีราคาถูกลง สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ประมาณร้อยละ 11 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด

2.4.3 ปัจจัยวัดความสำเร็จ (Critical Success Factors: CSF) ของผลิตภัณฑ์ใหม่

การประยุกต์ใช้เครื่องมือทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ เพื่อนำผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ออกสู่ท้องตลาด ทางบริษัทหรือองค์กรจำเป็นต้องมีการวัดผลความสำเร็จของผลิตภัณฑ์นั้น โดยมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวข้องกับปัจจัยการวัดความสำเร็จ ซึ่งปัจจัยวัดความสำเร็จ (Critical Success Factors: CSF) นี้มีความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ (วชิราวุธ วันชูพริ่ง, 2553) จากการวิจัยในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีการนำเครื่องมือที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญทางด้านปัจจัยวัดความสำเร็จไว้ 5 องค์ประกอบดังนี้คือ

2.4.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ก่อนที่จะเริ่มมีกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ มักจะต้องมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความเป็นไปได้ ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการต่าง ๆ และจะทำให้สามารถทราบข้อมูลต่าง ๆ ในเบื้องต้นก่อนการตัดสินใจดำเนินการขั้นต่อไป

2.4.2.2 การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Development) เพื่อเป็นการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่มีปัจจัยต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นประการสำคัญ โดยการคัดเลือกแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ดีที่สุด คือการสร้างที่ระดมสมองในการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และจะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งถือเป็นอีกนัยหนึ่งหรืออีกปัจจัยหนึ่งของการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการทางด้านความสำเร็จในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.4.2.3 การวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Planning) เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของกระบวนการนี้ การวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่จะต้องมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยมีการประสานงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ และมีการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีกระบวนการที่มีการนำเอานวัตกรรมที่ผลิตสินค้าหรือบริการใหม่เข้ามาพิจารณาในการวางแผนทางด้านการออกแบบร่วมอยู่ด้วย และได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากผู้บริหาร สุดท้ายต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า

2.4.2.4 วิศวกรรม กระบวนการและผลิตภัณฑ์ (Product and Process Engineering) เป็นปัจจัยสำคัญหลักในการกำหนดชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการและชิ้นงานทดสอบ การทดสอบผลิตภัณฑ์ทั้งภายในและภายนอก กระบวนการทางด้านผลิตภัณฑ์จะเป็นการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ (Cormican and O'Sullivan 2004)

2.4.2.5 การทดสอบตลาด (Market Test) เป็นการทดสอบก่อนนำผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการออกสู่ท้องตลาด ทางบริษัทหรือองค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องส่งผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการไปทดสอบยังท้องตลาด เพื่อเป็นการพิสูจน์ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการครั้งสุดท้ายก่อนการวางจำหน่ายในท้องตลาด จากการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในขั้นการทดสอบของท้องตลาด ต้องมีการคัดเลือกลูกค้าที่จะทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ของตน แจกผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้าทดลองใช้และมีการวางแผนการบริหารการตลาด เพื่อรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าทดลองใช้ รวมถึงรวบรวมความพึงพอใจทางด้านภาพลักษณ์ของสินค้า นำมาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการต่อไป (Benedetto, 1999)

2.4.2.6 การวางผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด (Market Launch) เป็นการปล่อยสินค้าออกสู่ตลาดอย่างเป็นระบบและมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งและถือเป็นส่วนท้ายของกระบวนการออกแบบสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญที่สามารถส่งผลให้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้น ๆ ประสบความสำเร็จ โดยมีการโฆษณา การบริการหลังการขายที่ดี และมีทีมงานรองรับที่ดี มีการจัดการในการกระจายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ มีการวางแผนการสนับสนุนที่ดีและสามารถปล่อยสินค้าลงสู่ตลาดได้ในเวลาที่เหมาะสมและทันต่อความต้องการของลูกค้า (Benedetto, 1999)

2.5 แนวคิดเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน

ปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มออกมาได้หลากหลายประเภทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมทาน อาหารเสริมสร้างสุขภาพ อาหารสำหรับผู้แพ้อาหาร หรือแม้แต่เครื่องดื่มที่มีรสชาติแปลกใหม่ ซึ่งก็ได้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคและสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยหนุนที่สำคัญคือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการผลิต สะท้อนผ่านค่าใช้จ่ายด้านงานวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมของภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้น โดยประโยชน์ 4 ประการจากการใช้นวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ 1) ปรับประสิทธิภาพการผลิต 2) เพิ่มความมั่นคงด้านอาหาร 3) ลดปัญหาการทิ้งอาหาร 4) ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (ธนาคารกสิกรไทย, 2561: เว็บไซต์) โดยอาหารสูตรครบถ้วนก็เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรง (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ก: เว็บไซต์)

2.5.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน (Complete Nutrition Diet) หมายถึง การนำอาหารทั้ง 5 หมู่ มาทำในรูปแบบผง ชงทานง่าย มีการคำนวณปริมาณสารอาหารให้สมดุลตามหลักทางการแพทย์ ทั้งโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมันที่ดี วิตามินเกลือแร่ ที่จำเป็นและเพียงพอต่อร่างกาย ผสมเข้ามาไว้ด้วยกัน สามารถชงดื่มเสริมมื้ออาหารปกติได้เมื่อทานอาหารได้น้อยและไม่เพียงพอ หรือชงดื่มทดแทนอาหารมื้อที่ขาดหายไปได้ (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ก: เว็บไซต์)

เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ 2561ค: เว็บไซต์) ยังให้นิยามของอาหารสูตรครบถ้วนอีกว่า ไม่ใช่เพียงนมหรืออาหารเสริมทั่วไป แต่คือการนำเอาสารอาหารครบ 5 หมู่ โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมันชนิดดี วิตามิน แร่ธาตุ และกรดอะมิโนกว่า 30 ชนิด มารวมกันในรูปแบบผงเพื่อชงดื่มง่ายและสะดวก อีกทั้งยังย่อยง่าย ดูดซึมง่าย และมีสัดส่วนสารอาหารตามหลักโภชนาการสำหรับผู้สูงวัย มีทั้งอาหารหลัก และ วิตามิน เกลือแร่ ครบถ้วนในแก้วเดียว โดย 1 แก้ว จะให้พลังงาน 250 กิโลแคลอรี หรือพลังงานเทียบเท่ากับอาหารประมาณครึ่งมื้อ สามารถดื่มเสริมมื้ออาหารปกติ วันละ 1-2 แก้ว หรือดื่มทดแทนมื้ออาหารเลยก็ได้

2.5.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนในท้องตลาดมีมากมายหลายชนิด (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ค: เว็บไซต์) เช่น

2.5.2.1 อาหารสูตรครบถ้วนสำหรับผู้ที่เป็นอาหาร ผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการขาดสารอาหาร หรือผู้ที่ต้องการเสริมโภชนาการให้เพียงพอ เช่น ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยหรือผู้ที่อยู่ในระยะพักฟื้น

2.5.2.2 อาหารสูตรครบถ้วนสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด

2.5.2.3 อาหารสูตรครบถ้วนสำหรับผู้ที่ต้องการเพิ่มกากใยอาหารให้ระบบทางเดินอาหารของร่างกาย

2.5.2.4 อาหารสูตรครบถ้วนสำหรับเพิ่มโภชนาการที่ดีแก่เด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป ที่เสี่ยงต่อภาวะขาดสารอาหาร

ในการวิจัยครั้งนี้จะขอศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนสำหรับผู้ที่เป็นอาหาร ผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการขาดสารอาหาร หรือผู้ที่ต้องการเสริมโภชนาการให้เพียงพอ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยเองเป็นส่วนหนึ่งในองค์กรของบริษัทฯ อีกทั้งมูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นมาก สังเกตได้จากการมียอดขายที่เพิ่มขึ้นกว่า 60% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (ฐานเศรษฐกิจ, 2561: เว็บไซต์) และคาดว่าภายในปี 2020 มูลค่าตลาดจะเติบโตขึ้นราวกว่า 2,850 ล้านบาท (โชติกา ชุ่มมี, 2561: เว็บไซต์) ซึ่งทางบริษัทเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ มองว่า ยอดขายของผลิตภัณฑ์ฯ ยังสามารถเติบโตและมีส่วนแบ่งทางการตลาดได้เพิ่มมากขึ้นอีก จึงเป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนนี้ เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ฯ

2.5.3 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม (Boost Optimum)

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม (Boost Optimum) เป็นอาหารสูตรครบถ้วนที่มีปริมาณสารอาหารเพียงพอต่อความต้องการของร่างกายครบทั้ง 5 หมู่ มีสารอาหาร 29 ชนิด โดยมีส่วนประกอบของเวย์โปรตีน (Whey protein) ซึ่งเป็นโปรตีนคุณภาพดีอีกทั้งยังมีจุลินทรีย์สุขภาพแล็กโทบาซิลลัส พาราคาเซอี ซึ่งเป็นจุลินทรีย์โพรไบโอติก (Probiotics) หมายถึง จุลินทรีย์สุขภาพที่มีชีวิต ซึ่งเมื่อร่างกายได้รับในปริมาณที่เพียงพอจะทำให้เกิดผลที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีใยอาหารที่เพิ่มกากใยให้กับระบบทางเดินอาหาร กระตุ้นการทำงานของระบบลำไส้ช่วยในการขับถ่าย รวมทั้งมีวิตามินอี ที่ช่วยในกระบวนการต่อต้านอนุมูลอิสระ ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม (Boost Optimum) เหมาะสำหรับผู้ที่เป็อาหาร ต้องการเสริมโภชนาการให้เพียงพอ เช่นผู้สูงอายุ ผู้ที่มีความเสี่ยงขาดสารอาหาร ผู้ป่วยหรือผู้ที่อยู่ในระยะพักฟื้น (เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์, 2561ค: เว็บไซต์)



ภาพที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม
ที่มา: เนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ (2561ค: เว็บไซต์)

2.5.4 วิธีการเตรียมอาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เพื่อรับประทาน สำหรับสูตรดื่มปกติ ใช้ผงผลิตภัณฑ์ 7 ช้อน (55 กรัม) ชงในน้ำ 190 มิลลิเมตร ให้พลังงาน 250 กิโลแคลอรี โดยน้ำควรมีอุณหภูมิไม่เกิน 45 องศาเซลเซียส สามารถชงได้ทั้งในน้ำเย็น หรือน้ำอุณหภูมิห้อง เพื่อที่จะทำให้จุลินทรีย์สุขภาพที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์จะสามารถทำงานได้เต็มที่ ส่วนสาเหตุที่ไม่ชงในน้ำร้อนเนื่องจากจะทำให้วิตามินและเกลือแร่ในผลิตภัณฑ์สูญเสียไป ต้มเสริมมื้ออาหารวันละ 1-2 แก้ว ขึ้นกับความต้องการของแต่ละบุคคล (เนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์, 2561ค: เว็บไซต์)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม

วิมลพรรณ เสถียรถาวรวงศ์ (2558) ที่ได้ศึกษากระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาไส้กรอกไขมันต่ำ Betagro Low Fat โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภค 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่บริโภคไส้กรอกเป็นประจำ และกลุ่มที่ไม่ได้มีการบริโภคไส้กรอกและมีการควบคุมอาหาร โดยอาศัยกรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ (Adoption Process) ประกอบด้วย การตระหนักในผลิตภัณฑ์ การสนใจผลิตภัณฑ์ การประเมินผลิตภัณฑ์ การทดลองบริโภค และการยอมรับผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคไส้กรอกอยู่แล้วมีการยอมรับผลิตภัณฑ์ไส้กรอกไขมันต่ำ Betagro Low Fat อยู่ในระดับตระหนักในผลิตภัณฑ์เป็นส่วนมาก และจะหยุดอยู่ในขั้นนี้ บางกลุ่มมีการยอมรับไปถึงระดับทดลองบริโภค เพราะอยากลองผลิตภัณฑ์ใหม่หรือซื้อไปฝากผู้อื่น แต่ยังไม่ถึงระดับยอมรับและบริโภคซ้ำ

นันทพร คชรินทร์ (2549) ได้ศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กำหนดขนาดตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา ใช้กรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบไปด้วยขั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นพิจารณา ขั้นทดลอง และขั้นใช้ประจำ ตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์อยู่ในขั้นรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือ ขั้นสนใจ ขั้นพิจารณา ขั้นทดลอง และขั้นใช้ประจำ ตามลำดับ โดยอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันจะมีการยอมรับแตกต่างกัน และส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการยอมรับในขั้นสนใจ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมทางการตลาดมีผลต่อระดับการยอมรับในขั้นพิจารณา ด้านราคาและด้านส่งเสริมทางการตลาดมีผลต่อระดับการยอมรับในขั้นทดลอง แต่ไม่มีส่วนผสมทางการตลาดปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นที่ใช้ประจำ

อธิคุณ แรงสุข (2552) ศึกษาพฤติกรรมการความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคในอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน โดยศึกษาในกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 317 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอย โดยอาศัยกรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในขั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับ มาใช้ในการศึกษา ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ความมีนวัตกรรมแบบเฉพาะเจาะจงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความมีนวัตกรรมแบบเฉพาะเจาะจงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยาและความเสี่ยงด้านเวลาที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดาริกา ธรรมธาดา (2564: เว็บไซต์) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการยอมรับนวัตกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของประชาชนในจังหวัดสงขลา โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยใช้กรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบไปด้วยขั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นพิจารณา ขั้นทดลอง และขั้นใช้ประจำ จากการศึกษาพบว่า ภายใน 1 เดือนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทำอาหารรับประทานเองนาน ๆ ครั้ง จะคิดเป็นร้อยละ 38.50 และรับประทานอาหารนอกบ้านนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.50 และนิยมบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งในมือเย็น ร้อยละ 40.50 และมีความถี่ในการซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.25 และจากการศึกษายังพบอีกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งในสถานการณ์ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ร้อยละ 51.50 โดยเหตุผลพอใจในการซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปมาบริโภคเพราะความสะดวกรวดเร็ว

ปรีชา โอฬารอร่ามกุล (2553) ได้ศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โดยเฉลี่ยมีการตอบสนองในระดับความสนใจ การประเมินผล การทดลอง การยอมรับ อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักข้าวมันปู โดยเฉลี่ยมีการตอบสนอง

ในระดับความสนใจ การประเมินผลการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง การทดลองอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักข้าวฮาง โดยเฉลี่ยมีการตอบสนองในระดับการประเมินผลและการทดลองอยู่ในระดับมาก ส่วนความสนใจและการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับข้าวหอมมะลิ อินทรี ระดับการศึกษา มีผลต่อการรู้จัก ความสนใจ การประเมินผล การทดลองและการยอมรับ ส่วนอาชีพมีผลต่อการรู้จัก ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีผลต่อกระบวนการตอบสนองในระดับขั้น การรู้จักและขั้นการทดลอง ส่วนอาชีพมีผลต่อการรู้จัก การทดลองและการยอมรับ ส่วนข้าวฮาง ระดับการศึกษา มีผลต่อการรู้จักและขั้นการยอมรับ ส่วนอาชีพมีผลต่อการรู้จักและการยอมรับ

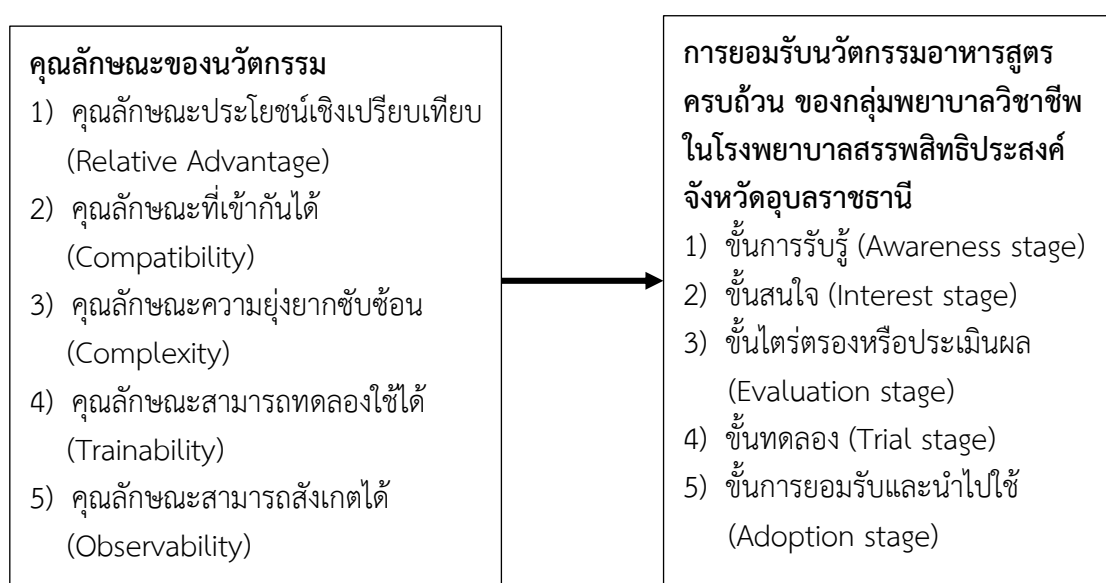
จากการที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสืบค้นข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมทั้งจากฐานข้อมูล TDC และ The Emerald และสืบค้นในอินเทอร์เน็ตพบว่ามีการศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมอยู่หลายงานวิจัย โดยแต่ละงานวิจัยก็ได้มีการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยพบตัวแปรที่นำมาศึกษากันมาก คือ คุณลักษณะของบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ โดยศึกษาจากทั้ง 5 คุณลักษณะด้วยกัน คือ

- (1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage)
- (2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)
- (3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)
- (4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability)
- (5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังพบอีกว่า การศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมอาหาร ยังมีไม่มากนัก เช่นงานวิจัยของ วิมลพรรณ เสถียรถาวรวงศ์ (2558) ที่ได้ศึกษากระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาไส้กรอกไขมันต่ำ Betagro Low Fat โดยอาศัยกรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ (Adoption Process) ประกอบด้วย การตระหนักในผลิตภัณฑ์ การสนใจผลิตภัณฑ์ การประเมินผลิตภัณฑ์ การทดลองบริโภค และการยอมรับผลิตภัณฑ์ นันทพร คชรินทร์ (2549) ได้ศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบไปด้วยขั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นพิจารณา ขั้นทดลอง และขั้นใช้ประจำ ตามลำดับ อธิคุณ แรงสุข (2552) ศึกษาพฤติกรรมการยอมรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน โดยอาศัยกรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในขั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับ มาใช้ในการศึกษา ดาริกา ธรรมธาดา (2564: เว็บไซต์) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการยอมรับนวัตกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของประชาชนในจังหวัดสงขลา โดยใช้กรอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบไปด้วยขั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นพิจารณา ขั้นทดลอง และขั้นใช้ประจำ ปรีชา โอฬารอร่ามกุล (2553) ที่ได้ศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยศึกษาตัวแปรคุณลักษณะของบุคคล คือ ระดับการศึกษาและอาชีพ ซึ่งแต่ละตัวแปรและคุณลักษณะของนวัตกรรมจะส่งผลต่อการยอมรับที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของนวัตกรรมที่แตกต่างกันออกไปด้วยเช่นเดียวกัน

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี โดยอาศัยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม 5 คุณลักษณะ ด้วยกัน คือ 1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) 2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) 3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) 4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability) 5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) โดยสามารถสรุปออกมาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) ได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน กรณีศึกษา กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การตรวจสอบข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี แผนกผู้ป่วยใน ที่มีประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ อย่างน้อย 1 ปี และไม่อยู่ในระหว่างการลาศึกษาต่อหรือลาฝึกอบรม อายุ 30-59 ปี ที่มีและไม่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำนวน 12 คน (Boddy, 2016)

3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี แผนกผู้ป่วยใน ที่มีประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ อย่างน้อย 1 ปี และไม่อยู่ในระหว่างการลาศึกษาต่อหรืออบรม ที่มีอายุ 30-59 ปี

3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview Form)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured in-depth Interview) โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end Question) ภายใต้กรอบแนวคิดที่มีการกำหนดแนวคำถาม (Interview guide) ไว้ล่วงหน้า ก่อนการไปเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์จริง โดย

เปิดช่องว่างให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบได้อย่างอิสระและไม่ได้กำหนดแนวคำตอบ เพื่อที่จะได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ตอบขยายความในประเด็นต่างๆ ที่ผู้วิจัยสนใจ ทำให้ได้คำตอบที่ละเอียดในทุกแง่มุม (ชาย โพธิ์สิตา, 2554: 239-244) โดยแบบสัมภาษณ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับการวิจัย ได้แก่ ชื่อการวิจัย ชื่อผู้ทำการวิจัย เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์ และสภาพทั่วไปของการสัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-สกุล ของผู้สัมภาษณ์ วัน เวลา และสถานที่ที่ใช้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น ชื่อ-สกุล ของผู้ถูกสัมภาษณ์ (ในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ยินยอม) สถานภาพ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการทำงาน เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ส่วนของข้อความที่เกี่ยวข้อกับคุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร สูตรครบถ้วน ได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

ส่วนที่ 5 ส่วนของข้อความที่เกี่ยวข้อกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน 5 ขั้นตอน ซึ่งประกอบไปด้วย

ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับขั้นการรับรู้ (Awareness stage)

ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับขั้นสนใจ (Interest stage)

ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluate stage)

ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับขั้นทดลอง (Trial stage)

ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

3.3.2 ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไชเอนซ์ บุษต์ ออปติมัม ให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้พิจารณาตรวจสอบลักษณะเชิงกายภาพและทดลองชิมก่อนตอบแบบสัมภาษณ์

3.3.3 การจดบันทึก และบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยมีการขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Creswell, 2009: 179-180) เพื่อรวบรวมรายละเอียดของข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วนตามประเด็นหลักในการศึกษา ในระหว่างดำเนินการวิจัย

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัญหาของการวิจัยเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นได้ทำการศึกษาค้นคว้าความรู้ทางวิชาการเพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ตามทฤษฎีและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ตรวจสอบ แก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้องและเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นจึงนำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำ

3.3.2 การให้ผู้ให้ข้อมูลหลักพิจารณาตรวจสอบลักษณะเชิงกายภาพและชิมผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการแก้ไขแล้วพร้อมกับผลิตภัณฑ์ตัวอย่างอาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ไชเอนซ์ บุษต์ ออปติมัม ไปทดลองเก็บข้อมูลกับพยาบาลวิชาชีพ ในจังหวัดอุบลราชธานี ที่ไม่ใช่กลุ่ม

ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 4 ชุด เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สื่อความหมายของคำถามได้ตรงตามต้องการของผู้วิจัยมากขึ้น

3.4.3 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ในขั้นสุดท้าย แล้วนำมาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความตรงตามเนื้อหา

3.4.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความตรงตามเนื้อหาแล้ว ไปปรับใช้กับผู้ให้ข้อมูลหลัก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยทำการนำจดหมายขออนุญาตจากคณะ ยื่นต่อโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล จากนั้นทำการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Formants) โดยกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ พร้อมกับส่งโครงสร้างคำถามแก่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีโอกาสเตรียมตัวล่วงหน้า ต่อจากนั้นผู้วิจัยจะเข้าไปดำเนินการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งนำใบขออนุญาตให้ความยินยอมในการทดลองชิมผลิตภัณฑ์ตัวอย่างอาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม แก่ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อเซ็นยินยอมก่อนการทดลองชิมผลิตภัณฑ์ แล้วจึงเริ่มทำการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) และเวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง 30 นาที รวมทั้งมีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก และจากนั้นผู้วิจัยจะรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปเนื้อหาและจัดกลุ่มข้อมูลในลำดับต่อไป

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการตอบแบบสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งสำคัญ ดังนี้

3.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการใช้แบบสัมภาษณ์และการให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งเมื่อหลังจากชิมแล้ว ก็จะทำให้ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้สร้างขึ้น

3.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสารจากการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากห้องสมุดและสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.7 การตรวจสอบข้อมูล

โดยหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกครั้ง ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่ได้รับถูกต้องและตรงกับความ เป็นจริงหลังจากการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง เพื่อให้งานวิจัยมีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่นด้วยการนำเสนอข้อมูลตามความจริง และประกอบกับมีการให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยเป็นผู้ตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ทั้งในส่วนเกี่ยวกับภาษา และเนื้อหา โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ โดยการตรวจสอบข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2552: 129-130)

3.7.1 การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการจดบันทึกมาเรียบเรียงและตีความ แล้วถามย้อนกลับไปยังผู้ให้ ข้อมูลหลักอีกครั้ง เพื่อยืนยันความเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละราย

3.7.2 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

การตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551: 282) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสาม เส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความถูกต้องเหมาะสม แหล่งที่มาของข้อมูลที่แตกต่างกันทั้งเวลา บุคคลและสถานที่ จะทำให้ได้ข้อมูลที่เหมือนกันหรือมีความ สอดคล้องกับคำตอบที่จะนำมาวิเคราะห์หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกสอบถามข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเลือก เวลา บุคคลและสถานที่ ในการสัมภาษณ์ที่ต่างกัน เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ว่ามีความต่างกันหรือไม่ อย่างไร

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านขั้นตอนการจัด ระเบียบทางกายภาพข้อมูลแล้ว จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) การแสดงข้อมูล (Data Display) และการสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) (Miles and Huberman, 1994: 12)

3.8.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) คือ การปรับลด เพิ่ม หาข้อมูลใหม่ จนได้ผล หรือข้อสรุป เพื่อให้มีความกระชับและเป็นระเบียบ โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลในวลีหรือประโยคที่มี ประเด็นสำคัญเพื่อจัดระเบียบข้อมูลให้เป็นกลุ่มเดียวกัน (ชาย โพธิสิตา, 2554: 240-246) เพื่อให้อยู่ใน รูปแบบที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มา ถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Word by Word) เพื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้แล้วนำมาเรียบเรียง นำข้อมูลมาใส่รหัส จัดรูปแบบ และจำแนกประเภทข้อมูลรวมถึงจัดให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อเชื่อมโยง ข้อมูลไปสู่การหาข้อสรุป นำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นหลักและแบ่งเป็น ประเด็นย่อยต่อไป

3.8.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) คือ การจัดการข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมและ ลดทอนข้อมูล จัดหมวดหมู่ข้อมูลโดยนำมาจัดระเบียบและนำมาเรียงลำดับตามเวลาที่เกิดขึ้นก่อนหลัง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแสดงในรูปแบบตาราง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และหาแนวทางเชื่อมโยงข้อมูลใน การที่จะแสดงผลหรือการหาข้อสรุปต่อไป (นิศา ชูโต, 2551: 222-224)

3.8.3 การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) คือ การดำเนิน การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาทำการลดทอนและแสดงผลข้อมูลแล้ว เพื่อนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปและตรวจสอบยืนยันเป็นข้อสรุปสุดท้าย (นิศา ชูโต, 2551: 222-224)

เมื่อผู้วิจัยเสร็จขั้นตอนการลดทอนข้อมูล และการแสดงผลข้อมูล และได้หาข้อสรุปของการวิจัย ซึ่งสามารถแสดงในลักษณะของตาราง หรือผลการตรวจสอบข้อมูลโดยสรุปจากการวิเคราะห์ และส่ง ข้อมูลสรุปที่ได้ไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเป็นการยืนยันผล จนสามารถ ยืนยันข้อสรุปดังกล่าวได้ชัดเจน และหากข้อสรุปที่ได้ยังมีข้อมูลที่ขาดความสมบูรณ์จากการตรวจสอบ ของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการในขั้นตอนการลดทอนข้อมูล การแสดงผลข้อมูลหรือการเก็บข้อมูล

เพิ่มเติมอีกครั้ง จนกว่าจะได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์หรืออิมิตัวตามวัตถุประสงค์การวิจัย และจากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาบรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นหลักกับประเด็นย่อย เพื่อนำไปใช้ในการ ตีความตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผล จากนั้นจะทำการ สรุปผลข้อมูลแบบการบรรยายเชิงพรรณนา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน กรณีศึกษา กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน และเพื่อศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ ทั้งหมด 12 คน และผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี
- (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนที่ส่งผลต่อการยอมรับของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์
- (3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 12 คน ซึ่งเป็นกลุ่มพยาบาลวิชาชีพชำนาญการที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด กลุ่มพยาบาลดังกล่าวมีช่วงอายุระหว่าง 30-59 ปี มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000-60,000 บาท/เดือน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี 11 คน ปริญญาเอก 1 คน สถานภาพโสด 7 คน หย่าร้าง 1 คน สมรส 4 คน ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับที่	ชื่อ	อายุ (ปี)	รายได้ (ต่อเดือน)	ระดับการศึกษา	สถานะ
1	N1	42	30,000-35,000	ปริญญาตรี	สมรส
2	N2	59	55,000-60,000	ปริญญาตรี	สมรส
3	N3	53	30,000-40,000	ปริญญาตรี	สมรส
4	N4	35	25,000-30,000	ปริญญาตรี	โสด
5	N5	32	20,000-30,000	ปริญญาตรี	โสด
6	N6	31	20,000-30,000	ปริญญาตรี	โสด
7	N7	58	45,000-50,000	ปริญญาตรี	โสด
8	N8	48	40,000-50,000	ปริญญาตรี	โสด
9	N9	43	35,000-40,000	ปริญญาตรี	หย่า
10	N10	46	40,000-50,000	ปริญญาเอก	โสด
11	N11	30	25,000-30,000	ปริญญาตรี	โสด
12	N12	44	40,000-50,000	ปริญญาตรี	สมรส

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มพยาบาลดังกล่าว พบว่า มีคนที่มีโรคประจำตัวอยู่ 7 คน และมีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารเสริมทั้งหมด 11 คน ซึ่งในปัจจุบันยังมีคนที่รับประทานอาหารเสริมอยู่ 8 คน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเฉพาะและประสบการณ์ในการรับประทานอาหารเสริมของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับที่	ชื่อ	โรคประจำตัว	ประสบการณ์การรับประทานอาหารเสริม	ประเภทของอาหารเสริมที่รับประทาน
1	N1	โรคข้ออักเสบ (ปัจจุบันรับประทานยาอยู่)	เคย	อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ บูทส์ ออปติมัมสลับกับเอนซัวร์
2	N2	โรคหัวใจเต้นเร็ว ผิดปกติ (ปัจจุบันรับประทานยาอยู่)	เคยรับประทานวิตามินบำรุงผม	ไม่ได้รับประทานแล้ว
3	N3	ไขมันในเลือดสูง (ปัจจุบันไม่ได้รับประทานแล้ว)	เคย	อาหารสูตรครบถ้วนนิวเทรนาบาลานซ์และเอนซัวร์สลับกัน
4	N4	ไม่มี	ไม่เคย	ไม่

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเฉพาะและประสบการณ์ในการรับประทานอาหารเสริมของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อ	โรคประจำตัว	ประสบการณ์การรับประทานอาหารเสริม	ประเภทของอาหารเสริมที่รับประทาน
5	N5	ไม่มี	เคยรับประทานคอลลาเจน กับวิตามินที่ช่วยให้เจริญอาหาร	ไม่
6	N6	โรคหอบหืด (ปัจจุบันไม่ได้รับประทานยา)	เคยรับประทานวิตามินบำรุงผมลดผมร่วง	รับประทานวิตามินบำรุงผม ลดผมร่วง
7	N7	โรคภูมิแพ้ และโรคกระเพาะ (ปัจจุบันไม่ได้รับประทานยา)	เคยรับประทานโปรตีนผงเฮอร์เบอร์ไลท์	รับประทานอาหารสูตรครบถ้วน บูทส์ออปติมัม
8	N8	ไม่มี	เคย	รับประทานโปรตีน Amway รสชาเขียว
9	N9	โรคหัวใจเต้นเร็ว (ปัจจุบันไม่รับประทานยา)	เคยรับประทาน Vit C, Biotin บำรุงผม	ไม่
10	N10	เบาหวาน ความดัน (ปัจจุบันไม่ได้รับประทานยา)	เคยรับประทานวิตามินรวม	รับประทานอาหารสูตรครบถ้วน วันชีโปร
11	N11	ไม่มี	เคยรับประทานคอลลาเจน	ไม่
12	N12	ไม่มี	เคย	รับประทานอาหารเสริมโปรตีนผงของAmway

จากตารางที่ 4.2 จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่มีโรคประจำตัว มักจะเลือกรับประทานอาหารเสริมมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีโรคประจำตัวและก็มีมักจะเลือกรับประทานอาหารเสริมสุขภาพมากกว่าอาหารเสริมความงาม ทั้งนี้เหตุผลจะมาจากอาการที่มีสุขภาพที่แข็งแรง ไม่เจ็บป่วย หรือมีอาการของโรคที่เป็นอยู่กำเริบขึ้น จึงเป็นเหตุผลที่กลุ่มนี้จะมองหาอาหารที่จะช่วยส่งเสริมให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ที่คิดว่าจากการที่เรามีโรคประจำตัวถึงแม้ว่าจะยังไม่ใช่คนป่วย แต่เราก็อยากมีสุขภาพที่แข็งแรง จึงต้องหาสิ่งที่เราคิดว่าเป็นประโยชน์กับสุขภาพมาทานเสริม เราจึงเลือกอาหารสูตรครบถ้วนที่นำมา

ทานเสริมมื้ออาหารในตอนเช้า รู้สึกว่าช่วยให้เราไม่เหนื่อย มีแรงทำงาน และที่เห็นชัดคือไปเช็คมวลกระดูกแล้วพบว่ากระดูกเราแข็งแรงมาก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“สำหรับพี่สิ่งที่พี่จะมองหามาทานเป็นอาหารเสริมนั้น จะขึ้นอยู่กับโรคที่เราเป็นด้วยว่ามันเหมาะสมที่จะทานมัย ซึ่งอย่างพี่เป็นโรคเบาหวานกับความดัน บางทีเราก็ต้องเลือกกินอาหารที่ไม่ทำให้โรคมันเป็นหนักขึ้น และต้องมีประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยให้ร่างกายแข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“เมื่อก่อนแม่ก็ทานอาหารเสริมตัวโปรตีนผงเฮอร์เบอร์ไลท์เพราะอยากจะเสริมโปรตีนให้ร่างกาย จนตอนนี้หันมาทานอาหารสูตรครบถ้วนแล้วเพราะแม่ดูที่คุณสมบัติแล้วเห็นว่ามันเหมาะกับวัยอย่างแม่ที่ต้องการเพิ่มมวลกระดูก และจะได้แข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“อาหารเสริมที่พี่เลือกทานตอนนี้ก็จะเป็นพวกอาหารสูตรครบถ้วนนี้แหละ เพราะอยากมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง และช่วยเรื่องของระบบขับถ่าย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

สำหรับกลุ่มที่ไม่มีโรคประจำตัวหรือมีแต่ยังไม่รุนแรงถึงขั้นต้องรับประทานยา กลุ่มนี้มักจะไม่รับประทานอาหารเสริมใด ๆ หรือถ้ารับประทานก็จะเลือกเป็นกลุ่มอาหารเสริมความงามมากกว่า ทั้งนี้เป็นเพราะส่วนหนึ่งคิดว่าตนเองยังแข็งแรงอยู่ จึงยังไม่มีความจำเป็นที่จะต้องรับประทานอาหารเสริมอะไรเพิ่มจากอาหารที่เคยรับประทานตามปกติอยู่แล้ว ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“เรามองว่าอาหารเสริมมันไม่ได้มีความจำเป็นอะไรกับเราในตอนนี้ เพราะเราไม่ได้มีโรคประจำตัว ร่างกายยังแข็งแรงดี จะมีปัญหาที่แต่เรื่องท้องผูก และอีกอย่างการที่เราทำงานเร่งรีบ งานเรายุงด้วยเราก็คิดว่าถ้าทานก็คงจะทานไม่ต่อเนื่องและไม่ได้ประโยชน์อะไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ที่ไม่ได้ทานอาหารเสริมสุขภาพอะไรเพราะตนเองไม่ได้มีปัญหาในเรื่องสุขภาพ และไม่มีโรคประจำตัวอะไร เลยคิดว่ายังไม่ได้จำเป็น จะมีก็แต่เมื่อก่อนที่ทานคอลลาเจนเพราะอยากผิวสวย แต่ทานได้ไม่ต่อเนื่องเพราะมักจะลืมทานบ่อย ๆ จึงไม่เห็นผลและก็ไม่ค่อยได้ทานต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“ตอนนี้พี่ไม่ได้ทานอาหารเสริมตัวไหนเลย เพราะคิดว่าพี่ยังแข็งแรงอยู่ เลยยังไม่จำเป็นต้องทาน แต่หากว่าอายุมากขึ้นและต้องทานเพื่อเพิ่มความแข็งแรง ก็คงจะเริ่มมองหาอาหารเสริมพวกบำรุงสุขภาพมาทานอยู่คะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยสามารถสรุปออกได้เป็น 5 คุณลักษณะ ดังปรากฏในรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

(1.1) รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์

- (1.2) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
- (1.3) ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์
- (2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)
 - (2.1) ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต
- (3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)
 - (3.1) ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา
 - (3.2) ความสะดวกสบายต่อการพกพา
- (4) คุณลักษณะสามารถทดลองได้ (Trialability)
 - (4.1) บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์
 - (4.2) ตัวอย่างขนาดทดลอง
- (5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)
 - (5.1) การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์
 - (5.2) ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์

4.2.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

4.2.1.1 รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาดมักจะมีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแบบเม็ดที่รับประทานคล้ายกับยา แบบเป็นผงหรือซองเหลวที่บรรจุอยู่ในกระป๋องหรือบรรจุในรูปแบบซอง (Sachet) มีการบอกข้อมูลสารอาหารไว้ที่ข้างกระป๋อง ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า มีพยาบาลวิชาชีพ 10 ใน 12 คน ที่รู้สึกว่ารูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูธส์ ออปติมัม ไม่ได้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอื่นในท้องตลาด เพราะส่วนใหญ่ก็มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋อง ที่มีการระบุรายละเอียดข้อมูลสารอาหารบนบรรจุภัณฑ์เช่นเดียวกัน แต่สิ่งที่ทำให้แตกต่าง คือ โลโก้สีแดง ตรงคำว่า Boost (ภาพที่ 2.3) ที่ทำให้มีความโดดเด่น สะดุดตา กับมีที่วางซ้อนให้โดยเฉพาะเพื่อป้องกันการปนเปื้อน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“สำหรับตัวเองมองว่ารูปลักษณ์กระป๋องก็สวยสะดุดตาดีตรงคำว่า Boost สีแดงนี้แหละ เห็นแล้วรู้เลยว่าเป็นสินค้าตัวนี้ที่เราทานอยู่ ลักษณะกระป๋องก็สวย บอกข้อมูลรายละเอียดสารอาหารชัดเจนดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“แหมมองว่ารูปลักษณ์ภายนอกสวยงาม มีความโดดเด่นตรงโลโก้สีแดง บอกข้อมูลสารอาหารครบถ้วนชัดเจน และที่ชอบมากคือมีที่เก็บซ้อนได้เรียบร้อย ป้องกันการปนเปื้อนได้ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างจะยี่ห้ออื่น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“โดยส่วนตัวพื้มองว่ารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ก็เหมือนกับยี่ห้ออื่นทั่ว ๆ ไป เพราะเป็นแบบกระป๋องเหมือนกัน แต่ที่จ้จะดูมักจะดูที่ฉลากแทนมากกว่าว่ามีสารอาหารครบถ้วนมั๊ย ตามที่เราต้องการรีเป่ล่า ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่พื้มอง และตรงจุดนี้ก็บอกข้อมูลครบถ้วนชัดเจน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“เรามองว่ารูปลักษณ์ภายนอกโดยรวมไม่ได้ต่างจากยี่ห้ออื่น แต่ที่แตกต่างและรู้สึกชอบก็ตรงที่ได้ฟามีที่เก็บซ้อนที่เป็นระเบียบป้องกันการปนเปื้อน จึงรู้สึกดีกว่ายี่ห้ออื่น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า พยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่ไม่ได้มองว่าคุณสมบัติด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัมมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอื่นแต่ประการใด แต่กลับให้ความสนใจในลักษณะของนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ฯ มากกว่า

4.2.1.2 คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ สามารถรับประทานได้ทั้งแบบดื่มเสริมมื้ออาหารหรือทดแทนมื้ออาหารนั้น ๆ เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า มีพยาบาลวิชาชีพ 7 ใน 12 คน ที่แสดงความคิดเห็นว่าช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่ครบถ้วน ช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้กับร่างกาย ทำให้กระดูกแข็งแรง ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“รู้สึกตัวนี้มีคุณประโยชน์มากกว่าตัวอื่น เพราะทานตัวนี้ตัวเดียวก็ได้สารอาหารที่ครบถ้วน และพอทานไปแล้วรู้สึกว่าร่ากายแข็งแรงขึ้น กระดูกดีขึ้น เพราะเคยหกล้มเมื่อไม่นานมานี้ แต่กระดูกก็ไม่แตกไม่หัก จนหมอยังตกใจว่าล้มแรงขนาดนี้ทำไมกระดูกไม่หัก เพราะล้มมา 2-3 ครั้งแล้วซึ่งกระดูกที่เดียวกันทั้ง 2 ครั้งเลยแต่กระดูกก็ยังไม่หัก คือรู้สึกว่ามันดีมาก ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่ามีคุณประโยชน์กว่าอาหารเสริมตัวอื่น เพราะมีสารอาหารที่ครบถ้วนทานเพียงแค่นี้ตัวเดียวก็ได้สารอาหารครบทั้ง 5 หมู่แล้ว ซึ่งเมื่อร่างกายได้รับสารอาหารครบเพียงพอต่อความต้องการก็จะทำให้ร่างกายแข็งแรงอยู่แล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนนี้น่าจะดีกว่าอาหารเสริมอื่น ๆ เพราะมันเป็นอาหารที่ครบถ้วนตามที่ร่างกายเราต้องการเลย และจากการที่ให้พอตัวเองทานก็พบว่า ทานยังแข็งแรง เดินเหินไปไหนมาไหนได้ดีอยู่ ทั้งที่อายุก็มากแล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

และจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพหลังจากที่ได้ทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ยังพบว่า พยาบาลวิชาชีพ 3 ใน 12 คน ที่รับประทานแล้วรู้สึกว่าร่ากายสดชื่นกระปรี้กระเปร่ามากขึ้น มีแรง ไม่เหนื่อยง่าย ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“เท่าที่ได้ลองทานดูก็โอเค มองว่ามันดีกว่าอาหารเสริมตัวอื่น เพราะเราทานแล้วรู้สึกกระปรี้กระเปร่ามากขึ้นในช่วงเช้า ซึ่งเมื่อก่อนตอนที่ยังไม่ได้ทานจะรู้สึกไม่ค่อยสดชื่นเท่าไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ถ้ารู้สึกหมดแรง ทานตัวนี้ดีที่สุด ทานแล้วสดชื่น เพราะได้พลังงานจาก สารอาหาร ซึ่งจะไม่เหมือนกับพวกวิตามินที่เราทานในส่วนที่ขาด แต่ตัวนี้ถือได้ว่าเป็นอาหารที่ทาน แล้วอิม อยู่ท้อง ได้สารอาหารครบถ้วนกว่า และมีคุณประโยชน์ที่มากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“พอได้ทานแล้ว เรา รู้สึกมีแรง กระฉับกระเฉงมากขึ้น ยืนทำงานต่อเนื่องกันได้ นานขึ้น อาจเป็นเพราะเราได้รับสารอาหาร เพราะตามปกติเราจะไม่ค่อยได้มีเวลาทานมื้อเช้า” (ผู้ให้ สัมภาษณ์คนที่ N11, 2563: สัมภาษณ์)

นอกจากนี้แล้วจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพหลังจากได้รับประทาน ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ยังพบว่า ระบบต่าง ๆ ใน ร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นระบบขับถ่าย หรือว่าระบบย่อยอาหารดีขึ้น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พี่ทานแล้วรู้สึกสดชื่นขึ้น เพราะเราได้สารอาหารครบ และที่สำคัญระบบ ขับถ่ายที่ดีขึ้น เพราะพี่เป็นคนที่ไม่ชอบทานน้ำ ทำให้เมื่อก่อนระบบขับถ่ายไม่ดี แต่พอทานตัวนี้แล้ว รู้สึกว่าระบบขับถ่ายที่ดีขึ้นด้วย อันนี้เป็นส่วนที่สำคัญที่พี่เลือกทาน และก็จะทานต่อไปคะ และคิด ว่าจะหันมาใช้ตัวนี้ประจำนะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“พอทานแล้วรู้สึกที่สดชื่นขึ้น ทานทุกเช้าระบบการขับถ่ายดีขึ้น เริ่มเป็นปกติ ไม่ท้องผูกเหมือนก่อน ตอนแรกคิดว่าเราโนไปเองรีเปลา แต่พอมาสังเกตจริง ๆ พอทานมาได้ 3 วัน แล้ว ก็รู้สึกว่ามันดีจริง เราไม่ได้คิดไปเอง ระบบการขับถ่ายเราดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด” (ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ลองทานดูแล้วรู้สึกว่าทำให้อยากอาหารมากกว่าเดิม เจริญอาหารขึ้น ระบบ การย่อยอาหารของพี่ดีขึ้น และร่างกายเราเองก็ดูสดชื่นและมีแรงมากขึ้นกว่าเดิม” (ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

“เมื่อก่อนอยู่ที่กรุงเทพฯ จะได้ทานข้าวเช้าทุกวัน แต่พอมายู่ที่อุบล เราตื่นสาย ได้ไม่ต้องรีบ แต่กลายเป็นไม่ได้ทานข้าว เมื่อก่อนก็จะรวบไปทานเป็นมื้อเที่ยงเลย แต่ตอนนี้คือ ต้องทาน ให้ครบทุกมื้อ เพราะเรามีโรคประจำตัว ซึ่งได้ทานตัวนี้แทนมื้อเช้า ผลคือ ทำให้เรามีแรงขึ้น สดชื่นขึ้น หน้าใสขึ้น ระบบขับถ่ายเราก็ดีขึ้นกว่าเดิมด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“เมื่อก่อนซื้อให้คุณพ่อทาน แล้วหลังจากที่ได้ทดลองทานดู รู้สึกว่าร่างกายสด ชื่นและมีแรงมากขึ้น ที่สำคัญระบบขับถ่ายนี้ดีขึ้นอย่างชัดเจน จากที่เมื่อก่อนเป็นคนท้องผูก” (ผู้ให้ สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่า ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม มีคุณประโยชน์ในการช่วยให้ ร่างกายมีความแข็งแรงขึ้นจากการที่มีกระดูที่แข็งแรงภายหลังจากการรับประทาน นอกจากนี้ยังช่วย

ให้ร่างกายมีความสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีแรงในการทำงานได้ต่อเนื่องยาวนานขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น ลดภาวะท้องผูกให้กับร่างกาย

4.21.3 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์

จากการที่ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ที่สามารถรับประทานเสริมหรือทดแทนมื้ออาหารได้ ช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ทำให้ร่างกายแข็งแรง ระบบการย่อยอาหารและระบบขับถ่ายดีขึ้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า พยาบาลวิชาชีพทั้ง 12 คน มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“คิดว่าจากคุณประโยชน์ที่ได้ มันคุ้มค่างับราคาที่จ่ายไป และบางทีที่ไม่ดูราคาด้วยซ้ำถ้าเราจะทานก็คือทานเพราะมันดีและเหมาะกับเรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“โดยส่วนตัว พี่คิดว่าคุ้มค่างับราคาที่ต้องจ่ายไป เพราะมีสารอาหารที่ครบถ้วน เพราะเลือกที่คุณประโยชน์ ซึ่งโดยส่วนตัวดูที่คุณประโยชน์ก่อนและตัวเราเองด้วยว่าจะทานได้มั้ย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่คิดว่าราคามันคุ้มค่างับสิ่งที่ได้มาก ๆ เพราะพี่ซื้อตัวโปรตีนผงซึ่งมีแต่เพียงโปรตีนเท่านั้นยังราคาแพงกว่าอีก ซึ่งตัวนี้ถือว่าไม่แพงเลย เมื่อเทียบกับคุณค่าของสารอาหารที่ได้ ถือว่าคุ้มมาก ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่ามันคุ้มค่างับมากเลย เพราะพอเราได้ลองทานแล้วมันดีต่อสุขภาพเรา ระบบขับถ่ายดีขึ้น ร่างกายสดชื่นขึ้น และเวลาเราต้องเข้าเวรเช้า-บ่าย 16 ชั่วโมงที่ทำงาน หรือเช้า-ดึก ถ้าได้ทานแทนมื้อเช้า มันทำให้เรากระปรี้กระเปร่าขึ้น ทำให้เราไม่รู้สึกเหนื่อย ในราคาที่ถือว่าไม่แพงเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“รู้สึกว่าคุณค่าต่อราคาที่จ่ายไปมาก ๆ เพราะมันมีคุณประโยชน์ที่เหมาะสมกับเราที่ต้องการแข็งแรง เวลาที่อายุมากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม มีความคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไปในการเลือกซื้อมารับประทาน ทั้งนี้เนื่องมาจากคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการ ไม่ว่าจะช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่ครบถ้วน ทำให้ร่างกายและกระดูกแข็งแรงขึ้น ระบบขับถ่ายรวมถึงระบบการย่อยอาหารดีขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ร่างกายสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีแรงทำงานได้ต่อเนื่องยาวนานขึ้น

4.2.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

4.2.2.1 ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สามารถรับประทานเพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กับร่างกาย ด้วยคุณสมบัติที่มี

สารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ มีลักษณะเป็นผง ชงดื่ม ละลายง่ายกับน้ำได้ทุกอุณหภูมิ ซึ่งในสังคมปัจจุบัน คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการรับประทาน ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า มีพยาบาลวิชาชีพ 11 คน มองว่าผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย สอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบัน และเหมาะกับตนเอง ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“พีคิดว่าเข้ากับสมัยนี้นะ เพราะถึงแม้เราจะไม่ใช่คนป่วย แต่เราก็อยากมีสุขภาพที่แข็งแรง เรา เพียงแค่ทานเสริมหรือทดแทนมื้ออาหารที่เราเร่งรีบเฉย ๆ และตอบโจทย์เราตรงที่เราเร่งรีบ มันชงง่ายทานได้เลย ไม่ยุ่งยาก และตอบโจทย์คนที่รักสุขภาพ เพราะมันมีคุณค่าที่มากกว่านมกล่องธรรมดา สายสุขภาพจริง ๆ พีว่าทานแบบนี้โอเคกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ด้วยความที่มันเป็นอาหารที่ครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ มันเลยตอบโจทย์คนที่รักสุขภาพ ไม่ต้องไปหากินสารอาหารแต่ละอย่างจากอาหารแต่ละชนิด กินตัวนี้แล้วมันจบเลย ก็เลยคิดว่ามันโอเค สอดคล้องกับค่านิยมคนรักสุขภาพที่ว่ามันมีสารอาหารครบถ้วนนี้แหละ เพียงแต่ว่าอยากให้เป็น Ready to drink ไปเลย เพราะเวลาบางที่เราเดินทาง เราก็ซีเกียจขง อยากได้แบบเปิดแล้วกินเลยทันที” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“พีคิดว่าเข้ากับสังคมปัจจุบันนะ เพราะสะดวกและยังมีสารอาหารครบถ้วน จึงคิดว่าสอดคล้องกับคนรักสุขภาพ เพราะคนพวกนี้อยากจะแข็งแรง โดยก็ขึ้นอยู่กับช่วงวัยด้วย คือเราอายุมากขึ้นแล้วอยากแข็งแรง และพีคิดว่ามันก็เหมาะกับพีด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“มองว่ามันเข้ากับสังคมปัจจุบันของเราที่ต้องเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลา แค่วันนี้ แก้วเดียวก็ได้สารอาหารครบทั้ง 5 หมู่แล้ว เพราะเท่าที่ทานพวกนมกล่อง มันจะรสชาติที่หวาน แต่พอทานมากเกินไปมันจะท้องอืด แต่พอทานตัวนี้มันดี ไม่ทำให้ท้องอืดเลย ทั้งทำให้ระบบขับถ่ายเราดีขึ้นด้วย และคิดว่ามันสอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบันด้วย เพราะเวลาเราเร่งรีบ ทาน 1 แก้วตอนเช้าก็โอเคละ แถมยังให้สารอาหารครบถ้วนด้วย ประหยัดเวลาทั้งช่วยให้สุขภาพดีด้วย มันตอบโจทย์ และถ้าจะให้พยาบาลเวรเข้ามานั่งทานมื้อเช้า คือมันไม่มีเวลาเลยแหละ อันนี้มันจึงตอบโจทย์เรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าทันสมัยเข้ากับสังคมในปัจจุบันในช่วงนี้ เพราะคนรักสุขภาพมากขึ้น และแม้ก็คิดว่ามันเหมาะกับวัยอย่างแม่ ที่ต้องการเพิ่มมวลกระดูก และจะได้แข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าเข้ากับยุคสมัยของคนในปัจจุบัน ที่เร่งรีบและรักสุขภาพอยู่ในปัจจุบัน แต่ก็ขึ้นอยู่กับโรคที่เราเป็นด้วยว่ามันเหมาะสมที่จะทานมัย ซึ่งอย่างที่เป็นโรคเบาหวานกับความดัน บางทีเราก็ต้องเลือกกินอาหารที่ไม่ทำให้โรคมันเป็นหนักขึ้น และต้องมีประโยชน์ ซึ่งตัวนี้ก็มีย้ำน้ำตาลไม่เยอะด้วย พีก็ทานได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าเข้ากับยุคสมัยนี้ เวลาเรารีบๆ ตอนเช้า เราขงกิน ก็ได้สารอาหารครบถ้วน แทนมือเข้าไปได้เลย เวลาเรารีบๆ และสอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบัน เพราะได้สารอาหารครบ ทานในเวลาเร่งรีบได้ แบบของยิ่งดี พกติดตัวได้ เอามาขงทานแทนข้าว และจากคุณสมบัติของมัน พี่ก็คิดว่ามันเหมาะกับพี่ และคงจะไปหาซื้อมาทานต่อถ้ากระป๋องนี้หมด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ตาม ยังมีพยาบาลวิชาชีพอีก 1 คนที่มองว่าผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย เข้ากับยุคสมัยของสังคม สอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบัน แต่ยังไม่ตรงตามความต้องการของตนเองในปัจจุบัน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“คิดว่าเข้ากับยุคสมัยของคนปัจจุบัน ที่คนเร่งรีบและรักสุขภาพ ทานแก้วเดียวก็ได้สารอาหารครบถ้วนโดยไม่ต้องทานข้าว แต่ถ้ามีแบบกล่อง พร้อมเสิร์ฟด้วย ก็ยิ่งดีมากขึ้น แต่สำหรับพี่ที่เป็นคนไม่ชอบทานอะไรที่เป็นนมเลย ตัวนี้เลยจะยังไม่ตรงกับความต้องการของเราในตอนนี้ เพราะคิดว่าเรายังแข็งแรงอยู่ ยังไม่จำเป็นที่จะต้องทาน แต่หากว่าเราเริ่มอายุมากขึ้น และจำเป็นต้องทาน เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง เราก็คงทานได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย เข้ากับสังคมในยุคปัจจุบันที่ผู้คนมีความเร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการดำรงชีวิต นอกจากนี้ พยาบาลวิชาชีพส่วนมากยังมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีความสอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบันและเหมาะกับตัวเองที่จะเลือกนำมารับประทาน เพราะอยากมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้น และด้วยอาชีพพยาบาลเองที่รับประทานอาหารไม่เป็นเวลา ด้วยภาระหน้าที่และเวลาว่างที่มีจำกัด จึงทำให้มองว่าผลิตภัณฑ์ฯ ตรงกับความต้องการของตน แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีพยาบาลวิชาชีพอยู่บางส่วนที่ถึงแม้จะมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีความทันสมัยและมีความสอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบัน แต่ยังไม่เลือกนำมารับประทานในตอนนี้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่มองว่าตัวเองอายุน้อยและคิดว่ามีร่างกายที่แข็งแรงอยู่ แต่ถ้าหากเวลาผ่านไปและอายุเริ่มมากขึ้น ก็จะเลือกผลิตภัณฑ์ฯ มารับประทานเช่นเดียวกัน

4.2.3 คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)

4.2.3.1 ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋อง โดยมีวิธีการชงบอกไว้บนบรรจุภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถขงละลายได้กับน้ำทุกอุณหภูมิ โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า พยาบาลวิชาชีพ 11 คนมองว่าผลิตภัณฑ์มีความสะดวกสบายต่อการรับประทานและเก็บรักษา ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“สะดวกสบาย กระทั่งการขงที่ละลายง่ายและการเก็บรักษา เพราะเป็นลักษณะกระป๋อง ช่วยป้องกัน มด แมลงมาแตะ เก็บรักษาง่าย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ด้วยความที่พี่เป็นคนกินอะไรก็กินง่าย ไม่ติดในรูป รส กลิ่น เสียอะไรมาก ซึ่งตัวนี้พี่คิดว่า กินง่ายนะ ชงดื่มก็ง่ายละลายได้ไว ใช้กับน้ำเย็นก็ได้ และในส่วนของ การเก็บรักษาก็สะดวก เพราะแบบกระป๋องมันมิดชิดดี อากาศไม่เข้า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“การเตรียมสะดวกอยู่ เพราะแค่ชงดื่มก็ทานได้แล้ว ละลายง่ายด้วย ส่วนการเก็บรักษาก็สะดวก เพราะเป็นกระป๋องมีฝาปิดที่มิดชิด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“สะดวกเพราะว่าชงทาน ละลายง่ายมาก ไม่ยุ่งยากอะไร ไม่ต้องชงน้ำร้อน เอา น้ำในตู้เย็นมาชงก็ชงได้เลย สะดวกดีคะ ส่วนการเก็บรักษานั้นแบบกระป๋องสะดวกต่อการเก็บดี สะอาด มิดชิด มีที่วางซ้อนด้วยป้องกันการปนเปื้อนได้ดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“สะดวกต่อการทานมาก เพราะแค่ชงทานแป๊บเดียว ละลายง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์อะไรมากมาย ส่วนเก็บรักษาก็สะดวกมาก เพราะเป็นกระป๋อง มิดชิด ป้องกันความชื้น การเหม็นหืนได้ดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N12, 2563: สัมภาษณ์)

“ไม่ยุ่งยากเลย วิธีการเตรียมก็ไม่ยาก ยอมรับได้ เพราะปกติเราก็จะชงกาแฟให้กับคนที่บ้านทานอยู่แล้ว การเก็บรักษาก็ไม่ได้ยุ่งยากเลย ใช้แล้วก็ปิดฝาได้ ปกติเก็บง่ายอยู่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ยังพบว่ามียุทธศาสตร์วิสาหกิจอยู่ 1 คน ที่มองว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ยังไม่สะดวกต่อการรับประทาน แต่สะดวกสบายต่อการเก็บรักษา ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“แม้คิดว่า การรับประทานยังไม่ค่อยสะดวกเท่าไร เพราะมันต้องเตรียม ต้องชง แม่อยาก ได้แบบ RTD เขย่า ๆ แล้วทานได้เลยมากกว่า แต่ว่าจริง ๆ ก็ยอมรับได้ทั้ง 2 อย่าง เช่น ถ้าอยู่บ้านก็แบบชงเองได้ไม่มีปัญหา แต่เวลาเดินทางเป็นแบบ RTD จะสะดวกกว่า ส่วนในเรื่องของการเก็บรักษานั้นแม่คิดว่าสะดวกต่อการเก็บรักษา เพราะที่ตัวกระป๋องมันจะมีที่เก็บซ้อนด้วย ป้องกันการปนเปื้อน และมันเป็นแบบกระป๋องจะเก็บได้สะดวกกว่าแบบเป็นถุง และป้องกันการเหม็นหืนได้มากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการรับประทานเนื่องจากละลายได้ง่ายกับน้ำในทุกอุณหภูมิ จึงช่วยประหยัดเวลาในการเตรียม แต่ก็ยังมีพยาบาลวิชาชีพบางคนที่ยังมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ ยังไม่สะดวกต่อการรับประทานมากนัก เนื่องจากต้องนำมาเตรียมเพื่อรับประทานเอง จึงอยากให้มีบรรจุภัณฑ์แบบกระป๋องที่สามารถเปิดแล้วรับประทานได้เลยมากกว่า และในส่วนของ การเก็บรักษานั้น กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทุกคนมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ฯ สะดวกต่อการเก็บรักษา เนื่องจากลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบกระป๋องที่มีฝาปิดสนิท อีกทั้งยังมีที่เก็บซ้อนทำให้สามารถป้องกันการปนเปื้อนได้เป็นอย่างดี

4.2.3.2 ความสะดวกสบายต่อการพกพา

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบกระป๋องเพียงอย่างเดียว โดยมีบรรจุภัณฑ์อยู่ 2 ขนาดด้วยกัน คือ กระป๋องขนาด 400 กรัม และกระป๋องขนาด 800 กรัม จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่ามีอยู่ 8 คนที่มองว่า ผลิตภัณฑ์ฯ ยังไม่สะดวกต่อการพกพา เนื่องจากมีลักษณะของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบกระป๋องและมีขนาดใหญ่ ซึ่งถ้าหากมีบรรจุภัณฑ์แบบซองจะพกพาสะดวกมากกว่า ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ส่วนเก็บรักษาก็สะดวกมาก เพราะเป็นกระป๋อง มิดชิด ป้องกันความชื้น การเหม็นหืนได้ดี แต่การพกพาอาจจะยังไม่ค่อยสะดวกเท่าไร ถ้ามีแบบซองเหมือนกาแฟ 3 in 1 จะพกพาสะดวกมากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N12, 2563: สัมภาษณ์)

“การพกพาไปไหนมาไหนอาจจะยาก และไม่สะดวกเท่าไร ถ้าเป็นแบบซองฉีกแล้วชงทานเลยจะสะดวกมากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“การพกพายังไม่สะดวกเท่าไร แนะนำแบบซองไว้พกพาด้วยจะดีมาก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีกลุ่มพยาบาลวิชาชีพกว่า 6 คน ที่มองว่าการพกพาไม่ได้เป็นปัญหาแต่อย่างใด เพราะสามารถที่จะแบ่งใส่ในภาชนะ เช่น กล่อง หรือถุงพลาสติก ได้ หากต้องการการพกพาไปด้วย ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พี่ยังชอบแบบกระป๋องแบบนี้ดีกว่าเก็บได้มิดชิดดี ถ้าอยากพกเราก็แค่แบ่งออกใส่ถุงแค่นั้นเองซึ่งมันไม่ได้ยุ่งยากอะไร พี่ยอมรับแบบกระป๋องมากกว่าแบบซอง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 14 พฤศจิกายน 2563: สัมภาษณ์)

“สะดวกเพราะปกติเรามีทัพเพอแวร์ เราก็ตักแบ่งมาทานที่ทำงานได้ เก็บสะดวกโดยเอากระป๋องไว้บ้าน โดยเราสามารถบริหารจัดการในการพกพาได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“ส่วนในการพกพา เราก็สามารถแบ่งใส่ถุงเอาไปชงทานที่ทำงานได้ ก็ไม่ได้ยุ่งยากอะไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ในเรื่องการพกพาเราก็ยังพอที่จะตักแบ่งใส่ถุงไปได้ ซึ่งก็ถือว่าไม่ได้ยุ่งยากอะไรมากนัก ยอมรับได้อยู่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“ส่วนการพกพา เราก็ต้องวางแผน เราไม่จำเป็นต้องพกไปเป็นกระป๋องก็ได้ เราก็คำนวณว่าจะทานกี่มื้อ ก็ตักแบ่งใส่ถุงพกพาไปได้ปกติ ซึ่งพี่มองว่าการแบ่งนั้นมันไม่ได้ยุ่งยากอะไรเลย ยอมรับได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่า ผลิตภัณฑ์ อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการรับประทานเนื่องจากละลายได้ง่ายกับน้ำในทุกอุณหภูมิ จึงช่วยประหยัดเวลาในการเตรียม นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการเก็บรักษา เพราะด้วยลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบกระป๋อง จึงทำให้เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมิดชิด และมีที่เก็บซ้อนแยกต่างหากเพื่อป้องกันการปนเปื้อนได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามด้วยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแบบกระป๋องที่มีเพียง 2 ขนาด คือ ขนาด 400 กรัม และ 800 กรัม จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ยังมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ ไม่สะดวกต่อการพกพา ซึ่งหากมีบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบซองจะช่วยทำให้การพกพาสะดวกมากกว่า

4.2.4 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability)

4.2.4.1 บุธแสดงสินค้าและซงชิมผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม นั้น จะมีการจัดทำบุธซงชิมเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ รวมทั้งได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ฯ มากขึ้น เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่าพยาบาลวิชาชีพ 9 คนใน 12 คน ที่มีความเห็นว่าควรจัดให้มีบุธซงชิมผลิตภัณฑ์ภายในโรงพยาบาลเพื่อที่จะได้มีโอกาสทดลองได้มากที่สุด ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“คิดว่าทำที่หอพักผู้ป่วย หรือตรงเคาเตอร์พยาบาล (Nurse Station) เพราะพยาบาลจะไม่สะดวกไปที่ไหน ก็จะอยู่ประจำเคาเตอร์ที่ตนเดินผ่าน มันสะดวกและใกล้ที่ทำงาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“จัดที่ศูนย์อาหารในโรงพยาบาล เพราะทุกคนเข้าถึงไม่ว่าจะเป็น หมอ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ญาติคนไข้ เข้าถึงได้หมดเลย จะได้คนทุกระดับ และเหมาะสมที่จะตั้งเพราะคนไปก็ไม่ได้เร่งรีบ ถ้าเป็นที่ OPD หรือ ER คนก็จะเร่งรีบ และคนเยอะที่มารอตรวจ ก็จะไม่สะดวกที่จะไปแวะชิม เพราะกลัวโดนเรียกชื่อแล้วไม่ได้ยิน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่ามีตั้งไว้ที่ OPD ตรงชั้น 1 จะดีที่สุด เพราะใคร ๆ ไปไหน ๆ ก็เดินผ่าน ชั้น 1 หมด และเห็นแทบทุกคน มันจะสะดุดตาด้วย เข้าถึงทุกคนไม่ว่าเจ้าหน้าที่ หรือญาติคนไข้ ซึ่งจะได้เพิ่มความสนใจและอยากจะลองชิม หรือทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าควรจัดที่ รพ.ตามหอผู้ป่วย เราจะกล้าชิมมากกว่าที่ห้างสรรพสินค้า เพราะเราายที่จะเดินไปชิม แต่ถ้ามาจัดที่ วอร์ดมาหาเราถึงที่เราก็จะชอบมากกว่า กล้าชิมมากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“ควรจัดตั้งที่หน้าตึกหอผู้ป่วย เพราะญาติคนไข้ พยาบาลจะให้เห็นด้วย พยาบาลเปลี่ยนชุดยาก จึงไม่ค่อยได้ออกไปไหน ถ้าหน้าตึกจะดีที่สุด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

“แม้คิดว่าควรจัดบุธซงชิมที่ลาน รพ. ตรงลานที่เค้าเอาไว้วายของ เพื่อที่พยาบาล และญาติคนไข้รู้จัก และควรจะอยู่ในบริเวณ รพ. เพราะที่ญาติคนไข้จะได้เห็นและซื้อกลับไปให้คนไข้ทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ควรจัดให้มีบูธชิมหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ภายในโรงพยาบาล ทั้งนี้เนื่องมาจากในแต่ละวันพยาบาลวิชาชีพส่วนมากมักจะอยู่แต่ภายในโรงพยาบาล ไม่ค่อยได้ออกไปที่ไหน หากว่ามีบูธชิมผลิตภัณฑ์ภายในโรงพยาบาลเลย กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจะจะสามารถเข้าไปทดลองชิมหรือสอบถามถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

4.2.4.2 ตัวอย่างขนาดทดลอง

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม นั้น นอกจากจะมีการจัดทำบูธชิมให้กับทางลูกค้าได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีเป็นตัวอย่างขนาดทดลองที่บรรจุในรูปแบบซองเพื่อให้ทดลองชิมรสชาติ ซึ่งเป็นแบบซองขนาด 22 กรัม ให้ได้นำกลับไปทดลองชิมที่บ้านได้ และช่วยในการตัดสินใจก่อนที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า พยาบาลวิชาชีพ 10 ใน 12 คน ที่มีความคิดเห็นว่าการมีตัวอย่างแบบซองให้ได้ทดลองชิมเป็นสิ่งที่ดีและควรมี เพราะนอกจากจะได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์แล้ว ยังช่วยให้ตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พื้มองว่าถ้ามีตัวอย่างแบบเป็นซองมาให้ทดลองชิมก่อนเหมือนซองไมโล หรือ โอวันติน จะโอเคนะ เพราะบางคนยังไม่รู้รสชาติ ถ้าจะต้องซื้อทานเลยก็อาจจะคิดว่าถ้าทานไม่ได้ก็จะเสียดายของ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ถ้าเป็นแบบ Sachet เอามาให้ชิมรสชาติก่อนแม่คิดว่าก็ดีนะ และไว้ทดลองชิมรสชาติดูก่อนตัดสินใจซื้อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“พีคคิดว่าถ้าเป็นแบบซองให้ทดลองชิมก่อนก็เป็น idea ที่ดีนะ เพราะบางคนอาจจะไม่อยากจะลองเพราะกลัวว่าจะทานไม่ได้ ก็ยังมีตัวอย่างแบบซองมาให้ทดลองชิมก่อน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าการมีตัวอย่างแบบซองมาให้ทดลองชิมก็ดีเหมือนกัน เพราะบางคนยังไม่เคยทาน จะให้ซื้อเลยก็อาจจะกลัวว่าจะทานไม่ได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“โดยส่วนตัวแม่คิดว่า ถ้ามีตัวอย่างให้ทดลองชิมจะดีมากเพราะอย่างน้อย ๆ เรายังพอได้เอามาลองชิมรสชาติดูก่อน ว่าชอบมั๊ย หรือเห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะลองซื้อทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ควรมีตัวอย่างแบบซองให้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ เพราะนอกจากจะช่วยให้คนที่ยังไม่เคยทานได้ชิมและรู้ถึงรสชาติของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นด้วย

4.2.5 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

4.2.5.1 การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้ผู้ที่รับประทานมีสุขภาพที่แข็งแรง จึงได้มีการบอกคุณประโยชน์และส่วนประกอบที่สำคัญไว้บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า พยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คนมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่า ข้อมูลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์นั้นครบถ้วนและบอกถึงคุณประโยชน์ของการทานผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“พืว่าข้อมูลบน Packaging มันก็โอเคนะ และยังมีบอกส่วนประกอบที่สำคัญที่โดดเด่นกว่าตัวอื่นด้วย เนื้อหารายละเอียดครบถ้วนดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ในส่วนของข้อมูลที่อยู่บน Packaging แม้คิดว่ามันครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว เพราะเวลาเราไปแนะนำให้คนอื่นทานแล้วเค้าอ่านข้อมูลบน Packaging ได้เลย ถึงคุณสมบัติคุณประโยชน์ที่มีในผลิตภัณฑ์” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“แม้คิดว่าข้อมูลบน Packaging เค้าก็บอกข้อมูลมาครบถ้วนแล้ว อ่านแล้วเข้าใจ และบอกคุณประโยชน์ชัดเจน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“ข้อมูลบน Packaging เค้าก็บอกมาครบถ้วนสมบูรณ์ดี บอกว่ามีแคลเซียม มีเวย์โปรตีน มีจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ ซึ่งบอกข้อมูลมาประมาณนี้ก็ตอบโจทย์สำหรับเราแล้วละ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“ในส่วนของข้อมูลใน Packaging ที่เขียนในฉลากก็ครบถ้วนชัดเจนดี บอกรายละเอียดครบถ้วน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“ส่วนข้อมูลที่บอกบน Packaging ก็บอกข้อมูลครบถ้วนตามมาตรฐานทางวิชาการ ตามที่ องค์การอาหารและยากำหนดซึ่งก็ถือว่าละเอียด ชัดเจนดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“ในส่วนของข้อมูลบน Packaging ก็มีข้อมูลที่ครบถ้วนดี เข้าใจง่าย อ่านแล้วรู้ถึงคุณประโยชน์ได้เลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่า ข้อมูลที่บอกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม นั้นมีความชัดเจน ครบถ้วน อ่านแล้วเข้าใจง่าย ทำให้ทราบว่าถ้าได้รับประทานผลิตภัณฑ์แล้วจะเกิดประโยชน์ต่อร่างกายและทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยทำให้เกิดความง่ายในการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับผู้อื่น โดยสามารถให้อ่านข้อมูลคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ประกอบการตัดสินใจได้เลย

4.2.5.2 ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์

สิ่งสำคัญอีกหนึ่งอย่างที่มีส่วนช่วยในการสังเกตเห็นและจดจำผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ได้ง่ายขึ้น ก็คือการทำบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นสะดุดตา ไม่ว่าจะเป็นโลโก้ ตราสัญลักษณ์ สีสันทของบรรจุภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้ หากทำให้มีความโดดเด่น

เด่นสะดุดตาจะยิ่งช่วยทำให้จดจำผลิตภัณฑ์ฯ ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นพบว่า พยาบาลวิชาชีพ 10 ใน 12 คนที่มีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฯ ไม่ว่าจะ เป็นโลโก้ หรือสีของบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตาเห็นแล้วจดจำได้ง่าย ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พื้มองว่าสิ่งที่เห็นแล้วสะดุดตาว่าเป็นคือ ตรงคำว่า BOOST ที่เป็นสีแดงนี้แหละ เห็นแล้วรู้เลยว่าเป็นตัวนี้ที่เราทานอยู่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“และตัวที่เด่นในการจดจำก็คือ ตัว BOOST สีแดงบน Packaging นี้แหละ มันเด่นดี เราเห็นก็จะจำได้เลยว่าเป็นตัวที่เราทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของเนสท์เล่มีหลายตัว แต่จุดที่เห็นแล้วทำให้รู้ว่าเป็นตัวที่เรา กำลังจะทานทาน คือ เห็นตรงคำว่า BOOST ที่เป็นตัวสีแดง มันสะดุดตาและน่าสนใจ ทำให้เราไป ตามหาข้อมูล ว่ามัน บุทส์ อะไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“เมื่อก่อนส่วนตัวที่สะดุดตา คือ โลโก้ เนสท์เล่ เพราะใคร ๆ ก็รู้จัก ว่าเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับนม เกี่ยวกับสุขภาพ มีความน่าเชื่อถือ แต่ยี่ห้อบูทส์นี้ยังไม่เป็นที่รู้จัก สำหรับพี่เลย จะสะดุดตาตรงคำว่าเนสท์เล่ ก่อนคะ และต่อมาถึงจะมาสังเกตคำว่า BOOST ค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“และถ้าให้มองไปแล้วสะดุดตา ก็ตรงโลโก้สีแดงคำว่า BOOST จะเด่นออกมา จะทำให้เราสังเกตได้ และรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ตัวนี้ และจดจำได้คะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“สิ่งที่ทำให้เห็นและสะดุดตา พื้มองว่าเป็นสีของกระป๋อง เห็นแล้วรู้เลยว่า เป็นผลิตภัณฑ์ตัวนี้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่า ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุทส์ ออปติมัม นั้น สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย จากโลโก้คำว่า Boost สีแดงที่มีความโดดเด่น อีกทั้งยังมีสีของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ เหมือนกับผลิตภัณฑ์ตัวอื่นในท้องตลาด จึงทำให้สามารถสังเกตเห็นและสะดุดตาได้ง่าย

ทั้งนี้ จากคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ ของ Roger and Shoemaker (1978: 76) ที่ใช้ในการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน กรณีศึกษา: กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุป ออกมา ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม

คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ ของ Roger and Shoemaker (1978)	คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม	คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ไม่ส่งผลต่อการยอมรับ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม
1. คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)		
1.1 รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์		×
1.2 คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	✓	
1.3 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์	✓	
2. คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)		
2.1 ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต	✓	
3. คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)		
3.1 ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา	✓	
3.2 ความสะดวกสบายต่อการพกพา		×
4. คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)		
4.1 บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์	✓	
4.2 ตัวอย่างขนาดทดลอง	✓	
5. คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)		
5.1 การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์	✓	
5.2 ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์	✓	

จากตารางที่ 4.3 สามารถสรุปคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่าคุณลักษณะทั้ง 5 ส่งผลต่อการยอมรับทั้งหมด มีเพียงปัจจัยย่อยรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในปัจจัยหลักคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) และ ปัจจัยย่อยความสะดวกสบายต่อการพกพา ที่ไม่ส่งผลต่อการยอมรับ ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่

มองว่าคุณสมบัติด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัมไม่ได้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอื่นแต่อย่างใด อีกทั้งลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแบบกระป๋องเพียงรูปแบบเดียวและมี ขนาด 400 กรัม และ 800 กรัม ซึ่งถือว่ามีความใหญ่ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ ไม่สะดวกต่อการพกพา ซึ่งหากมีบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบซองจะช่วยให้การพกพาสะดวกมากกว่า

4.3 การวิเคราะห์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้เป็น 5 ขั้นตอน ตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) คือ

- 4.3.1 ขั้นการรับรู้ (Awareness stage)
- 4.3.2 ขั้นสนใจ (Interest stage)
- 4.3.3 ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage)
- 4.3.4 ขั้นทดลอง (Trial stage)
- 4.3.5 ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

โดยสามารถสรุปความคิดเห็นของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ออกมาเป็นประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

4.3.1 ขั้นการรับรู้ (Awareness stage)

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่ามีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นการรับรู้ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

4.3.1.1 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)

1) บุธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 7 ใน 12 คน กล่าวว่า รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เพราะเห็นบุธแสดงสินค้าและมีการชิมผลิตภัณฑ์ให้ลองชิม ในการไปประชุมวิชาการของสมาคมต่าง ๆ และบางคนกล่าวว่า รู้จักจากการที่ผู้แทนขายผลิตภัณฑ์ มาจัดบุธชิมผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาล หรือร้านขายยา ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พี่ก็รู้จักผลิตภัณฑ์จากการที่ผู้แทนยามาออกบุธชิมและให้ข้อมูลในโรงพยาบาลค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่รู้จักจากผู้แทนยามาออกบุธชิมและแนะนำให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ทั้งในโรงพยาบาล และจากงานประชุมวิชาการต่าง ๆ ที่ทางบริษัทไปออกบุธ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“รู้จักเพราะเห็นในบูชงซิม หน้าร้ายขายยาแถว ๆ โรงพยาบาลค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่รู้จักผลิตภัณฑ์ตอนที่ทางบริษัท ได้มาออกบูชงซิมและแนะนำผลิตภัณฑ์ที่โรงพยาบาลตองงาน SPENT สักจร เมื่อปี 2018” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

2) ตัวอย่างขนาดทดลอง โดยกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน กล่าวว่า การมีตัวอย่างขนาดทดลองนั้น ทำให้ได้รับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มากขึ้น ภายหลังจากการได้รับแจกตัวอย่างขนาดทดลอง ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“รู้จักผลิตภัณฑ์ตัวนี้เพราะว่า เคยได้รับแจกตัวอย่างแบบเป็นซองมาทดลองชิม” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“เคยได้รับแจกตัวอย่างมา เราก็เลยลองอ่านข้อมูลดู ว่ามันคืออะไร ก็เลยได้รู้จักผลิตภัณฑ์ตอนนั้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“ตอนนั้น รู้สึกว่าจะได้ตัวอย่างแบบซองมาทดลองชิม จากผู้แทนของบริษัทที่เค้าเอามาแจกและก็ได้แนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ เราก็เลยได้รู้จักตอนนั้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N11, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.1.2 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

1) การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทั้ง 12 คน กล่าวว่า การบอกข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไว้บนบรรจุภัณฑ์ นั้น ทำให้ได้รับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มากขึ้น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พี่ได้รู้จักผลิตภัณฑ์ตัวนี้มากขึ้นจากข้อมูลที่มีบนบรรจุภัณฑ์ด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ก็เป็นอีกตัวนึงนะที่ช่วยทำให้พี่ได้รู้จักผลิตภัณฑ์นี้มากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

2) ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 8 ใน 12 คน กล่าวว่า ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ทำให้เกิดการรับรู้ผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นเดียวกัน เพราะเมื่อเห็นแล้วบรรจุภัณฑ์แล้ว ทำให้จดจำได้ ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ตัวที่เด่นในการจดจำก็คือ ตัว Boost สีแดงบนบรรจุภัณฑ์นี้แหละ มันเด่นดี เราเห็นก็จะจำได้เลยว่าเป็นตัวที่เราเห็นผ่าน ๆ ทางโฆษณา ซึ่งตอนนั้นก็เห็นผ่าน ๆ พอเรามาร้านขายยา และเห็นคำว่า Boost และสีสันของกระป๋อง เราเลยจำได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N12, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่มองว่าตัว Boost สีแดงบน packaging มันมีความโดดเด่นดี พี่มองไปเจอ ก็ารู้เลยว่ามันเป็นผลิตภัณฑ์ที่เราสนใจอยู่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“เห็นจากร้านขายยา และจำได้จาก โลโก้ Boost สีแดง ที่โดดเด่นสะดุดตา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้น พบว่าคุณลักษณะของนวัตกรรม ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ที่อยู่ในขั้นการรับรู้ มีอยู่ 2 คุณลักษณะด้วยกัน คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ทั้งนี้เนื่องจาก กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ส่วนใหญ่การทำงานจะไม่ค่อยเป็นเวลายาว โดยเวลาส่วนใหญ่จะอยู่ที่ทำงาน คือ ในโรงพยาบาลเป็นหลัก หรืออาจมีการเดินทางไปประชุมวิชาการนอกสถานที่ ดังนั้นการจะทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้รับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์ฯ ได้มากขึ้น ถ้ามีการจัดบูชชงชิมหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาล หรือในงานวิชาการที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเข้าร่วม และนอกจากนี้การที่ผลิตภัณฑ์มีโลโก้สีแดงที่โดดเด่นตรงคำว่า Boost บนบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งสีเส้นหรือข้อมูลที่น่าเสนอลงบนบรรจุภัณฑ์นั้น ช่วยทำให้เกิดการรับรู้และจดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเวปโปรตีน หรือ มีจุลินทรีย์ เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นการระบุถึงคุณลักษณะที่ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนยี่ห้ออื่นในท้องตลาดไม่มี หรือ มีในปริมาณที่น้อยกว่า

4.3.2 ขั้นสนใจ (Interest stage)

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่ามีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นสนใจของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งก็คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและชงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

4.3.2.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

1) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทั้ง 12 คน กล่าวว่าสนใจคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เพราะมีส่วนช่วยให้ร่างกายและกระดูกแข็งแรง และยังช่วยในเรื่องของระบบขับถ่ายที่ดี ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“เราสนใจ เพราะพอเรารู้ถึงประโยชน์ ทำให้เรารู้ว่ามันดีต่อสุขภาพทำให้ร่างกายแข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“พอเรารู้ถึงคุณประโยชน์ ทำให้เราสนใจและคิดว่าเราควรจะต้องเอามาทานแล้ว เพราะมันมีประโยชน์ เพราะเราชอบ และอยากให้ตัวเองแข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“รู้สึกสนใจและอยากจะทำมากขึ้น เพราะก่อนหน้านี้ก็ซื้อตามการโฆษณาในอินเทอร์เน็ตเฉยๆ แต่พอมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักแล้วได้รู้ถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

“สนใจมากขึ้นในคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารครบถ้วน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

2) ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน มีความคิดเห็นไปในทำนองเดียวกันว่า เหตุผลอีกหนึ่งอย่างที่ทำให้สนใจสนใจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บุษท์ ออปติมัม คือความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับคุณประโยชน์ที่ได้รับ กับราคาหรือจำนวนเงินที่ต้องจ่ายไปกับการซื้อผลิตภัณฑ์ฯ มารับประทาน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ที่สนใจเพราะคิดว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้นั้นมีความคุ้มค่ากับประโยชน์ที่เราได้รับ เพราะหลังจากที่พี่ได้รู้คุณประโยชน์ของมัน แล้วยิ่งพอรู้ราคา ยิ่งทำให้รู้สึกว่ามันไม่แพงเลยกับคุณประโยชน์ที่ได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“อีกเหตุผลหนึ่ง ที่พี่สนใจผลิตภัณฑ์ตัวนี้ คือ ความคุ้มค่า นี่แหละ เพราะมันดูไม่แพงเลยเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่เราจะได้จากมัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่สนใจตัวนี้เพราะคิดว่าราคามันคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้มาก ๆ เพราะพี่ซื้อตัวโปรตีนผงซึ่งมีแต่เพียงโปรตีนเท่านั้นยังราคาแพงกว่าอีก ซึ่งตัวนี้ถือว่าไม่แพงเลย เมื่อเทียบกับคุณค่าของสารอาหารที่ได้ ถือว่าคุ้มมาก ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.2.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต จากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน มีความสนใจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บุษท์ ออปติมัม เพราะตรงกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันของตนเอง ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“สนใจเพราะผลิตภัณฑ์ตัวนี้นั้นตรงกับการใช้ชีวิตของเราด้วยส่วนหนึ่ง เพราะพี่เป็นโรคเบาหวานกับความดัน บางทีเราก็กินอาหารที่ไม่ทำให้โรครุนแรงขึ้น และต้องมีประโยชน์ ซึ่งตัวนี้ก็มีย้ำน้ำตาลไม่เยอะด้วย พี่ก็ทานได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่สนใจ เพราะผลิตภัณฑ์มันเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตของตัวเองด้วยเพราะเราไม่ค่อยมีเวลาและเราทำงานแบบนี้เราก็กินอาหารที่ไม่ค่อยมีเวลาว่าง มันเลยเหมาะกับการใช้ชีวิตเรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“ที่สนใจก็เพราะคิดว่ามันเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตของตัวเองด้วยเพราะเราจะเร่งรีบ แต่ถ้าเราทานตัวนี้ ก็แค่ใช้เวลาเข้าไปชงทานแป๊บเดียวก็เสร็จแล้ว เพราะตอนเช้าจะให้เรามาตั้งทานข้าวจริงๆมันไม่มีเวลา ไม่ได้ทานเลยแหละ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ที่แม่สนใจ ก็เพราะคิดว่าเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตตัวเองตอนนี้มาก ๆ เพราะมือเย็น แม่จะไม่ทานอาหารที่เคลอริเยอะ เพราะต้องการควบคุมน้ำหนัก แต่ก็ยังอยากทานอาหารที่ครบ 5 หมู่ แม่เลยใช้ทานแทนมือเย็นไปเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“มันน่าสนใจนะ เพราะมันตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตของเรา เพราะว่ามีสารอาหารครบถ้วนทานแทนข้าวได้เลยตอนที่เราร่งรีบมาทำงาน และยังสามารถทานแทนข้าวลดน้ำหนักได้โดยที่เราไม่ขาดสารอาหาร ซึ่งพี่ก็ยังคงคิดว่าจะเอามาทานแทนมือเย็นลองดู” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.2.3 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)

1) บุธแสดงสินค้าและชงชิมผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 7 ใน 12 คน มีความสนใจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุสท์ ออปติมัม ในขั้นสนใจ จากการได้เห็นบุธแสดงสินค้าและชงชิมผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ที่สนใจผลิตภัณฑ์ก็เพราะว่าเห็นที่บุธชงชิม ตอนไปงานประชุมวิชาการนี้แหละ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“บุธชงชิมและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ที่ทางผู้แทนยาของบริษัทมาจัดในโรงพยาบาล ก็ทำให้พี่เริ่มสนใจผลิตภัณฑ์ตัวนี้มากขึ้นนะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่พี่ไปงานประชุมวิชาการ และได้ลองชิมผลิตภัณฑ์ที่บุธแสดงสินค้า และให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่บริษัทมาให้ข้อมูล มันทำให้พี่สนใจผลิตภัณฑ์ตัวนี้มากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

2) ตัวอย่างขนาดทดลอง จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน มีความสนใจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุสท์ ออปติมัม ในขั้นสนใจ จากการได้ตัวอย่างขนาดทดลองไปทดลองชิมด้วย ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ตอนที่ได้ตัวอย่างขนาดทดลองที่เป็นแบบซอง จากทางผู้แทนยาเอามาให้ มันก็ทำให้สนใจผลิตภัณฑ์ตัวนี้มากขึ้นนะ เพราะได้ทดลองชิมดู รสชาติก็อร่อย ทานง่ายด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“ตัวอย่างขนาดทดลองของผลิตภัณฑ์ที่ให้มาชิม ก็ทำให้สนใจมากขึ้นนะ เพราะว่าเราได้ลองเอามาลองชิม หรือทานก่อน เพื่อให้รู้ว่าเราจะทานรสชาตินี้ได้มั้ย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“อีกอย่างหนึ่งที่ผมมองว่า จะทำให้พี่สนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นก็คือ มีสินค้าขนาดทดลองมาให้ลองชิม หรือรับประทานก่อนนี้แหละ จะได้รู้ว่าเราจะทานได้มั้ย ก่อนที่จะซื้อมาทานต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.2.4 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน มีความสนใจผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บุษท์ ออปติมัม ในชั้นสนใจ จากการที่ผลิตภัณฑ์มีการการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ดังรายละเอียดทำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พี่ว่าการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์มันก็โอเค และที่ทำให้พี่สนใจก็เพราะการที่มีบอกส่วนประกอบที่สำคัญที่มีและมันเด่นกว่าของผลิตภัณฑ์อื่นในท้องตลาด เราได้อ่านแล้วก็จะได้รู้เลยว่าตัวนี้มีสารอาหารที่เราต้องการ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“การบอกข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ มันก็ทำให้พี่สนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นนะ เพราะพี่จะรู้ว่าผลิตภัณฑ์มีสารอาหาร หรือบอกข้อมูลอะไรบ้าง เหมาะกับเราที่จะเลือกมาทาน รีเปล่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่รู้สึกว่าคุณข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ เป็นตัวหนึ่งที่ทำให้พี่สนใจผลิตภัณฑ์นะ เพราะว่าพี่ชอบเอาไปดูเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 15 พฤศจิกายน, 2563: สัมภาษณ์)

“เวลาที่พี่จะซื้อของ พี่จะดูฉลาก หรือข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ก่อนด้วย ว่ามันเหมาะกับเรามากน้อย ซึ่งพอได้อ่านข้อมูลที่มีบนบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ตัวนี้แล้วมันทำให้เราสนใจนะ เพราะมีทั้งเวย์โปรตีน มีทั้งจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ และมีสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ตามความต้องการของเราด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ได้ว่า คุณลักษณะของนวัตกรรม ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บุษท์ ออปติมัม ในชั้นสนใจ มีอยู่ 4 คุณลักษณะด้วยกัน คือ คุณลักษณะเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุคลากรสินค้าและช่างชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีการทำงานหนักและไม่ค่อยมีเวลาในการพักผ่อน ส่งผลให้รับประทานอาหารไม่ตรงเวลาและไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ดังนั้นเมื่อได้ทราบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ฯ รวมทั้งได้ทดลองชิมและอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้วจึงทำให้เกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์

4.3.3 ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage)

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า มีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นไตร่ตรองและประเมินผลของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุคลากรสินค้าและช่างชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

4.3.3.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

1) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน เลือกรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เพราะได้มีการไตร่ตรองและประเมินผลถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ว่าช่วยให้ร่างกายและกระดูกแข็งแรง รวมทั้งช่วยทำให้ร่างกายมีระบบขับถ่ายที่ดีขึ้น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“จากที่หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม แม่รู้สึกตัวนี้มีคุณประโยชน์มากกว่าตัวอื่น เพราะมันได้สารอาหารครบถ้วน ทานตัวเดียวแล้วครบจบเลย ไม่ต้องกินหลายอย่างให้เปลืองและเสียเวลา พี่เลยมองว่ามันเหมาะกับพี่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่คิดว่าตัวนี้มีคุณประโยชน์กว่าอาหารเสริมตัวอื่น เพราะมีสารอาหารที่ครบถ้วน ทานเพียงแค่วันนี้ตัวเดียวก็ได้สารอาหารครบทั้ง 5 หมู่แล้ว พี่เลยคิดว่าจะลองทานต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“แม่คิดว่าผลิตภัณฑ์อาหาร สูตรครบถ้วนนี้น่าจะดีกว่าอาหารเสริมอื่น ๆ เพราะมันเป็นอาหารที่ครบถ้วนเลย และเป็นลักษณะผงที่ไม่น่าจะผ่านขั้นตอนอะไรเยอะเยอะ ถ้ามันเป็นเม็ดยามันน่าจะผ่านการสังเคราะห์อะไรมา ซึ่งตัวนี้น่าจะไม่ผ่านขั้นตอนเยอะเหมือนพวกที่เป็นเม็ด เพราะกว่าจะมาหลอมเป็นเม็ดมันต้องผ่านขั้นตอนเยอะเยอะ อันนี้ไม่ต้องเยอะมาก แม่เลยเลือกที่จะทานตัวนี้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“เท่าที่ได้ลองทานดูก็ โอเค ระบบขับถ่ายดี มันย่อยได้ดีขึ้น ท้องไม่อืด และพอได้ลองหาข้อมูลเพิ่มเติม ก็พบว่าเพราะมันมีจุลินทรีย์กับใยอาหารนี่เอง เลยมองว่ามันดีกว่าอาหารเสริมตัวอื่น และเราก็คิดว่าจะทานตัวนี้ต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

2) ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน มีความคิดเห็นไปในทำนองเดียวกันภายหลังจากที่ได้ทราบถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เมื่อได้มีการ

ไตร่ตรองและประเมินผลดูแล้วว่ามีคุณค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไปเมื่อต้องซื้อมารับประทาน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“แม่มองว่าด้วยความที่เป็นอาหารที่ครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ จึงคิดว่าราคามันคุ้มค่ากว่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตัวอื่นนะ เพราะมีทั้งเวย์โปรตีนและจุลินทรีย์สุขภาพ และเมื่อเทียบกับสารอาหารที่ผลิตภัณฑ์มีจึงคิดว่ามันคุ้มค่ากับราคาอะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่พี่ประเมินดูพื้มองว่าราคาก็โอเคนะ หมายถึงว่าถ้าเทียบแล้วก็ยังถูกกว่ากาแฟแก้วหนึ่งอีก ดูจากสารอาหารที่ครบถ้วน พี่ก็ว่ามันคุ้มกับราคาที่ยจ่ายไปอยู่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่พิจารณาดูคิดว่าราคาคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้ และไม่ได้มีราคาที่แพงเลยกับคุณประโยชน์ที่เราจะได้รับ ถ้าต้องซื้อทานก็คิดว่าจ่ายได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่ลองพิจารณา ดูรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้คุ้มค่ากับราคานะ เพราะว่ามีสารอาหารที่ครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ที่ช่วยให้ร่างกายแข็งแรงแล้ว ยังช่วยเรื่องระบบขับถ่าย เพราะเห็นว่ามีจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N12, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.3.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 11 ใน 12 คน มีการไตร่ตรองและประเมินผลแล้วว่ามีผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษย์ ออปติ่มม นั่น มีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่พยาบาลวิชาชีพจะทำงานหนัก เกิดความเครียดจากการทำงาน ไม่ค่อยมีเวลาได้พักผ่อน รับประทานอาหารไม่เป็นเวลาส่งผลทำให้อาจจะได้รับการดูแลสุขภาพไม่ครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ด้วยเหตุนี้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงได้ไตร่ตรองและประเมินผลว่า ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถที่จะตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนในปัจจุบันนี้ได้ ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“จากที่พิจารณาตนเองมองว่ามันเข้ากับสังคมปัจจุบันของเราที่ต้องเร่งรีบไม่ค่อยมีเวลา แค่วันนี้แก้วนึ่งก็ได้อาหารครบทั้ง 5 หมู่แล้ว เพราะเท่าที่ทานพวกนมกล่องมันจะรสชาติที่หวาน แต่พอทานมากเกินไปมันจะท้องอืด แต่พอทานตัวนี้มันดี ไม่ทำให้ท้องอืดเลย ทั้งทำให้ระบบขับถ่ายเราดีขึ้นด้วย จึงคิดว่าเหมาะกับตนเอง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“เท่าที่ได้ลองพิจารณา ดูพื้มองว่าผลิตภัณฑ์นี้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของพี่ เพราะพี่เป็นคนรักสุขภาพ และอยากจะแข็งแรง และด้วยวัยพี่ด้วย คือเราอายุมากขึ้นแล้วอยากแข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“เท่าที่ดู ตัวเองมองว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้เข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตของตัวเองด้วย เพราะเราจะเร่งรีบ แต่ถ้าเราทานตัวนี้ ก็เหมือนเราทานข้าวแล้วในหนึ่งมื้อ เพราะเค้ามีสารอาหาร

ครบถ้วน ซึ่งตอนเช้าจะให้เรามา นั่งทานข้าวจริง ๆ มันไม่มีเวลา แทบจะไม่ได้ทานเลยแหละ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

4.4.3.3 คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)

ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 11 ใน 12 คน หลังจากที่ได้ลองไตร่ตรองและพิจารณาดูแล้วยอมรับว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา จากการที่ขงละลายได้ง่ายกับน้ำทุกอุณหภูมิ และมีบรรจุภัณฑ์แบบกระป๋อง จึงสะดวกต่อและปลอดภัยต่อการเก็บรักษา ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พอได้ลองชงทานและได้ดูการละลาย ก็รู้สึกว่ามันละลายง่าย แม้ในน้ำเย็น และก็เก็บสะดวกเพราะบรรจุภัณฑ์เป็นแบบกระป๋องมีความมิดชิด ป้องกัน มด แมลง หรือหนูได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“พารู้สึกว่าตัวนี้จะละลายง่ายกว่า ผลิตภัณฑ์ตัวอื่นในท้องตลาดนะ เพราะจากที่ดูมันละลายง่ายมาก ไม่ต้องชงน้ำร้อน เอาน้ำในตู้เย็นมาชงก็ชงได้เลย สะดวกดีคะ ส่วนการเก็บรักษานั้นแบบกระป๋องสะดวกต่อการเก็บดี สะอาด มิดชิด มีที่วางซ้อนด้วยป้องกันการปนเปื้อนได้ดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่ได้พิจารณา มองว่าตัวนี้การเตรียมสะดวกอยู่ เพราะแค่ชงดื่มก็ทานได้แล้ว ละลายง่ายด้วย ส่วนการเก็บรักษาก็สะดวก เพราะเป็นกระป๋องมีฝาปิดที่มิดชิด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“ผลิตภัณฑ์ตัวนี้ พอได้ลองชงทานแล้วและพิจารณาถึงความสะดวกในการใช้และเก็บรักษา รู้สึกว่าสะดวกต่อการทานมาก เพราะแค่ชงทานแป๊บเดียว ละลายง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์อะไรมากมาย ส่วนเก็บรักษาก็สะดวกมาก เพราะเป็นกระป๋อง มิดชิด ป้องกันความชื้น การเหม็นหืนได้ดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N12, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.3.4 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability)

1) บูดแสดงสินค้าและชงชิมผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 7 ใน 12 คน ที่เมื่อได้ฟังข้อมูลและทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม แล้วจะมีการไตร่ตรองและประเมินผลดูว่าผลิตภัณฑ์นี้เหมาะกับตัวเองหรือไม่ ทั้งในเรื่องของรสชาติ และคุณสมบัติอื่น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“หลังจากที่ได้ฟังข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ทาง บริษัทมาออกบูธรวมทั้งได้ลองชิมผลิตภัณฑ์ที่ก็คิดว่า รสชาติมันอร่อยดี ไม่หวานมาก และผลิตภัณฑ์นี้เหมาะกับตัวเอง สามี่ และพอกับแม่พี่ด้วย เพราะอยากให้เค้าแข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่พี่ได้พิจารณาตอนที่ได้ทราบข้อมูลและชิมผลิตภัณฑ์จากบูธชิม พี่ก็คิดว่าตัวนี้พี่ทานได้เพราะรสชาติดี อร่อย และน่าจะเป็นประโยชน์กับตัวเอง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่ได้ชิม ผลิตภัณฑ์จากที่บูธชิมที่ทางบริษัทมาจัดชิม ในงานวิชาการที่พี่เข้าร่วมตอนนั้น พี่คิดเลยว่าตัวนี้ดี ถ้าทานอย่างต่อเนื่องจะมีประโยชน์ต่อร่างกายเรา และมันไม่หวานมาก รสชาติดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“ตอนที่พี่น้องผู้แทนจากบริษัทเค้ามารับออกบูธชิม งาน SPENT สัญจร ที่โรงพยาบาล พี่ได้ชิมและเค้าก็ให้ข้อมูล ซึ่งรสชาติก็อร่อยดีพี่ทานรสนี้ได้ และตอนนั้นพี่คิดเลยว่าจะไปซื้อมาให้ตัวเองกับคนที่บ้านทาน เพราะพิจารณาดูแลมันมีประโยชน์ต่อร่างกายเรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

2) ตัวอย่างขนาดทดลอง การที่ผลิตภัณฑ์มีตัวอย่างขนาดทดลอง ทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมีการพิจารณา ไตร่ตรองและประเมินผลผลิตภัณฑ์ได้เช่นกัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน หลังจากที่ได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ตัวอย่างขนาดทดลองแล้ว ได้ไตร่ตรองและประเมินผลว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บุษย์ ออปติ่มมี มีรสชาติที่อร่อย ไม่หวานมาก ชงละลายง่าย รับประทานแล้วรู้สึกมีแรง กระปรี้กระเปร่า ไม่เหนียวง่าย ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“เท่าที่ได้ลองทานตัวอย่างที่ให้ ก็โอเค รสชาติอร่อย และระบบขับถ่ายดี มันย่อยได้ดีขึ้น ท้องไม่อืด มองว่ามันดีกว่าอาหารเสริมตัวอื่น ทานง่ายสะดวก ได้สารอาหารครบ 5 หมู่ และรู้สึกว่าการทานมื้อเช้า แล้วเรารู้สึกกระปรี้กระเปร่ามากขึ้นในช่วงเช้าที่ปกติถ้าไม่ได้ทานจะรู้สึกไม่ค่อยสดชื่นเท่าไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่ได้ลองทานตัวอย่างที่ให้ พี่พิจารณาแล้ว คิดว่าถ้าหมดแรง ตัวนี้ดีที่สุด ทานแล้วจะสดชื่นเพราะได้พลังงานจากผลิตภัณฑ์ จะไม่เหมือนกับพวกวิตามินที่เราทานในส่วนของชา แต่ตัวนี้ถือได้ว่าเป็นอาหารที่ทานแล้วอิ่ม อยู่ท้อง ได้สารอาหารครบถ้วนกว่า และมีคุณประโยชน์มากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“หลังจากที่ได้ลองทาน พี่ชอบรสชาติตัวออปติ่มมีอยู่ รสชาติอร่อย พี่ทานได้อิ่มท้องดี พี่ลองประเมินดูแล้วว่าด้วยความที่เค้ามียาอาหารครบถ้วนกว่าตัวที่ทานอยู่ และมีประโยชน์ กว่าอาหารเสริมตัวอื่นเพราะมันครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ตามสารอาหารที่ร่างกายต้องการ พี่อ่านดูในฉลากมันมีครบทุกอย่างเลย พี่เลยคิดว่าจะเปลี่ยนมาทานตัวนี้แทนตัวเก่าที่ทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.3.5 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการบอกคุณประโยชน์ไว้บนบรรจุภัณฑ์ จะมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคได้ไตร่ตรองและประเมินผลของผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บุษย์ ออปติ่มมี ก็เช่นกัน จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาล

วิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทั้ง 12 คน จะมีการพิจารณา ไตร่ตรองและประเมินผลข้อมูลบนบรรจุกฎหมายว่ามีส่วนประกอบอะไรบ้าง มีประโยชน์ต่อร่างกายหรือไม่ ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“เท่าที่ได้ดูข้อมูลหลากหลายบนบรรจุกฎหมาย และได้พิจารณาถึงสารอาหาร ตนเองมองว่าตัวนี้มันมีจุลินทรีย์ จะช่วยให้เราขบถ่ายดีขึ้นแน่นอน เพราะเราเป็นคนท้องผูก และพอทานแล้วมันก็ขับถ่ายดีขึ้นจริงๆ เราเลยคิดว่าจะทานตัวนี้ต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่พี่ดูข้อมูลบนฉลาก พี่รู้สึกว่ามันบอกข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วน และบอกสารอาหารอะไรบ้าง ซึ่งพี่พิจารณาคูแล้วว่ามันเหมาะกับพี่และพี่ก็จะเลือกทานตัวนี้ต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 14 พฤศจิกายน 2563, 2563: สัมภาษณ์)

“ได้อ่านข้อมูลสารอาหารบนบรรจุกฎหมาย แล้วลองพิจารณา ดู แม้ก็เห็นว่ามันมีแคลเซียมและมีใยโปรตีน จึงมองว่าตัวนี้เหมาะกับวัยแม่ เพราะแม่อยากมีกระดูกกับมวลกล้ามเนื้อที่แข็งแรง เพราะเราอายุมากแล้ว จึงเลือกทานตัวนี้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“จากที่แม่ดูข้อมูลบนฉลาก ก็เห็นแล้วว่าสารอาหารมันเหมาะกับคนวัยแม่ จึงซื้อมาให้พอกับตัวเองทาน เพราะอยากมีร่างกายแข็งแรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้น พบว่าคุณลักษณะของนวัตกรรม ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บุษท์ ออปติมัม ในขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล มีอยู่ 5 คุณลักษณะด้วยกัน คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุคลากรสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุกฎหมาย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้ชีวิต คือ จะมีการทำงานหนักและไม่มีเวลาในการพักผ่อน ทำให้รับประทานอาหารไม่ตรงเวลาและไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย จึงค่อนข้างจะชอบอะไรที่สะดวกและรวดเร็วรวมทั้งต้องมีประโยชน์กับร่างกายด้วย ดังนั้นเมื่อได้ทราบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ๆ รวมทั้งได้ทดลองชิม และอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุกฎหมายแล้ว จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่เกิดการไตร่ตรองและประเมินผลดูแล้วว่าผลิตภัณฑ์นี้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของตนเอง

4.3.4 ขั้นทดลอง (Trial stage)

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า มีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นทดลองของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บุษท์ ออปติมัม คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย

คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุธแสดงสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

4.3.4.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

1) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน เมื่อทราบถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์แล้ว มีความรู้สึกอยากทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษท์ ออบติम्म ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“พอได้รู้ถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ตัวนี้ ว่ามีทั้งใยอาหารและจุลินทรีย์ สุขภาพ เราก็อยากทดลองทานแล้ว เพราะเราเป็นคนท้องผูก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“พอพี่ได้รู้ว่าตัวนี้มีประโยชน์กับร่างกาย พี่ก็อยากจะทดลองทานดู” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“ตัวนี้พอมแม่รู้ว่ามันช่วยให้กระดูกละวมวลกล้ามเนื้อแข็งแรง แม่ก็อยากลองทานเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

2) ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน ที่เมื่อทราบถึงคุณประโยชน์และราคาของผลิตภัณฑ์แล้ว ทุกคนต่างมองว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับราคาที่จะซื้อมารับประทาน จึงเป็นเหตุผลให้อยากทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษท์ ออบติम्म ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“แม่มองว่าตัวนี้มันคุ้มค่างับราคานะ ถ้าดูที่ประโยชน์ที่จะได้ มันไม่แพงเลย ซึ่งอันนี้ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่แม่อยากทดลองทานตัวนี้ดู” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“ตัวนี้มันคุ้มค่ามากเลย เมื่อเทียบกับตัวโปรตีนที่พี่ทานมาก่อนหน้านั้น แพงกว่าอีก ยังได้สารอาหารไม่ครบเท่า จึงเป็นเหตุผลที่พี่อยากทดลองทานตัวนี้ดู” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“เมื่อเทียบกับคุณประโยชน์ที่ได้ พี่มองว่ามันคุ้มค่างับราคามากเลยนะพี่เลยซื้อมาลองทานกับให้คนที่บ้านทานดูเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ตัวนี้มีประโยชน์กับร่างกาย เมื่อให้เทียบกับราคาคิดว่าไม่แพงเลย มันคุ้มค่ามาก ๆ ซึ่งทำให้พี่อยากจะทดลองทานดูเลยคะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.4.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน พอได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน

เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุสท์ ออปติมัม นั้นนอกจากจะมีสารอาหารที่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกายช่วยให้ร่างกายแข็งแรง สามารถรับประทานทดแทนมื้ออาหารได้แล้ว ยังเตรียมง่าย ละลายง่าย ประหยัดเวลาในการรับประทาน ซึ่งรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้น จะทำงานหนัก และเวลาพักผ่อนน้อย มีความเครียดเกิดขึ้นจากการทำงาน จึงเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพอยากทดลองรับประทาน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“เท่าที่แม่อ่านคุณประโยชน์ และวิธีการชง ก็ดูง่ายขึ้นนะ แม่คิดว่าเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของแม่ตอนนี้มากๆ เพราะมีเวลาน้อยจะไม่ทานอาหารที่แคลอรีเยอะ เพราะต้องการควบคุมน้ำหนัก แต่ก็ยังอยากทานอาหารที่ครบ 5 หมู่ ในตอนแรกที่แม่ได้รู้จักตัวนี้ ก็เลยคิดอยากลองทานดู” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“ด้วยความที่ตัวเองไม่ค่อยมีเวลาได้ทานข้าวเช้าและ ทานอาหารไม่ตรงเวลา เลยอยากลองทานตัวนี้ดู เพื่อที่จะช่วยประหยัดเวลาเราและได้สารอาหารครบถ้วนด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“เราคิดว่าผลิตภัณฑ์นี้เข้ากับ lift style ของเรา เพราะเราไม่ค่อยมีเวลา ไม่มีแม้แต่วเวลาจะทานข้างด้วยซ้ำถ้างานยุ่งๆ ถ้าได้อะไรที่ทานง่ายแล้วได้สารอาหารครบถ้วนก็จะสะดวกและดีเลย จึงคิดอยากลองทานดู” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิต ของตัวเองด้วยเพราะเราไม่ค่อยมีเวลาและเราทำงานแบบนี้เราก็ต้องทำมาหากิน ไม่ค่อยมีเวลาว่าง มันเลยเหมาะกับการใช้ชีวิตเรา พี่คิดว่ามันสะดวกในการกิน ชงทานง่ายๆ ก่อนนอน เพราะกว่าจะเลิกเวรก็ตึกมากแล้ว จึงคิดอยากลองทานทดแทนมื้อเย็น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.4.3 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)

1) บุธแสดงสินค้าและชงชิมผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภคอยากทดลองผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คนตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า อยากทดลองชิมผลิตภัณฑ์ถ้าหากได้เห็นบุธชงชิม ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“หากว่ามีบุธชงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวนี้ พี่ก็อยากจะไปลองชิมดูอยู่แล้ว เพราะเราจะได้รู้รสชาติด้วยว่าเราชอบมั๊ย และจะได้สอบถามข้อมูลที่เราอยากรู้กับทางพนักงานด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ถ้ามีบุธชงชิมผลิตภัณฑ์ พี่จะอยากลองเข้าไปลองชิมดูรสชาติ และสอบถามถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ เราจะได้รู้ด้วยแหละว่ารสชาติเป็นยังไง เราจะทานได้มั๊ย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“เวลาที่มีบุรุษชิมผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาล พี่ก็จะอยากเข้าไปทดลองชิมนะ เพราะเราจะได้รับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์จากการสอบถามกับพนักงานแล้วยังได้รู้รสชาติด้วยว่าเราจะทานได้มั้ย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

2) ตัวอย่างขนาดทดลอง การที่ผลิตภัณฑ์มีตัวอย่างขนาดทดลองให้ลองใช้ก่อน ก็จะช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกอยากทดลองใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพพบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ทั้ง 12 คน มองว่าหากผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บุษย์ ออปติมัม มีตัวอย่างขนาดทดลองให้ลองรับประทาน ก็อยากทดลองรับประทานทุกคน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ถ้ามีตัวอย่างให้ทดลองทาน ก็อยากทดลองทานคะ ซึ่งถ้าทานได้ก็คิดว่าจะทานต่อเนื่องเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“ถ้ามีตัวอย่างทดลอง ก็อยากทดลองทานคะ เพราะเห็นว่ามีประโยชน์กับร่างกาย ซึ่งปกติจะทานแต่นมเปรี้ยวได้คุณค่าสารอาหารน้อยกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N6, 2563: สัมภาษณ์)

“หากว่ามีตัวอย่างให้ลอง ก็อยากทดลองทานคะ และคิดว่าจะทานอย่างต่อเนื่องต่อไปคะ เพราะมันมีประโยชน์ต่อร่างกาย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“ถ้ามีตัวอย่างให้ทดลอง ก็อยากทดลองทานคะ เพราะก็อยากให้ตัวเองสุขภาพดีขึ้น และจะรู้ว่าเราจะทานได้มั้ย ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N12, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.4.4 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพพบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทั้ง 12 คน มีความคิดเห็นในทำนองเดียวกันว่า หากมีการบอกคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ เมื่อได้อ่านแล้วจะทำให้อยากทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บุษย์ ออปติมัม ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“แม่ได้อ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตัวนี้ บอกว่ามีเวย์โปรตีน กับแคลเซียมสูง แม่ก็อยากทดลองทานดูแล้วละ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“แค่เห็นข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์บอกว่ามีใยอาหารและตัวจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์เราก็คิดอยากทดลองทานแล้ว เพราะอยากจะลองดูว่าจะช่วยลดอาการท้องผูกของเราได้มั้ย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“การบอกข้อมูลคุณประโยชน์ลงบนบรรจุภัณฑ์ พี่มองว่ามันมีส่วนช่วยให้อยากทดลองทานนะ เพราะพี่เองพอได้อ่านดูแล้วพี่ยังอยากทดลองทานดูเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“ตอนที่ อาจารย์หมอแนะนำให้แม่ลองทานตัวนี้ แล้วแม่ไปลองอ่านดูข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ว่ามีสารอาหาร คุณประโยชน์อะไรบ้าง แม่มีความรู้สึกอยากทดลองทาน และซื้อมาทานดูเลยในตอนนี่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้ว่า คุณลักษณะของนวัตกรรม ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ในชั้นทดลอง มีอยู่ 4 คุณลักษณะด้วยกัน คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุคลากรแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ส่วนใหญ่อยากมีสุขภาพที่แข็งแรง อยากทำงานด้วยความสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีแรงในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด แต่เนื่องจากในแต่ละวันของชีวิตการทำงานนั้น มักจะมีความเครียดเกิดขึ้นจากการทำงานที่ค่อนข้างหนักและพักผ่อนน้อย จึงส่งผลให้รับประทานอาหารได้ไม่ตรงเวลาและไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย หรืออาจจะรับประทานอาหารได้ไม่ครบทุกมื้อ เป็นต้น จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมองหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ที่จะสามารถรับประทานทดแทนมื้ออาหารได้ โดยยังคงได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ เพื่อช่วยให้ร่างกายมีแรง สดชื่น กระปรี้กระเปร่าในการทำงาน และทำให้ร่างกายแข็งแรง ดังนั้นด้วยคุณประโยชน์ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ฯ และผลิตภัณฑ์ยังเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิต รวมทั้งการได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ และอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้วทราบว่ามีความประโยชน์ต่อร่างกาย จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่อยากทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เพราะว่าคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวมานั้นตรงกับความต้องการของตนเอง

4.3.5 ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ถึงขั้นการยอมรับและนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม พบว่า มีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นการยอมรับและนำไปใช้ คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุคลากรแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นการยอมรับและนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

4.3.5.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

1) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทั้ง 11 คน พบว่า ทุกคนยอมรับและเลือกที่จะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์

ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมิ้ม เพราะว่ายอมรับในคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ว่าช่วยให้ร่างกายแข็งแรง ได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ และช่วยให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ยอมรับและคิดว่าจะเริ่มทานต่อเนื่อง เพราะเห็นถึงคุณประโยชน์อยู่แล้วว่า ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง พอได้ทดลองทานแล้วเห็นผลดี รู้สึกสดชื่นขึ้น ทำให้ร่างกายได้สารอาหารที่ครบถ้วน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“ยอมรับและจะทานต่อ เพราะในผลิตภัณฑ์มันมีสารอาหารครบถ้วนที่ร่างกายเราต้องการ จึงคิดว่าเหมาะกับเรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“ยอมรับและจะทานต่อ เพราะเราเห็นผลจากผู้ป่วยเองที่ได้ทานว่าแข็งแรงขึ้นจริง ๆ และพอเราทานเองก็รู้สึกแข็งแรงจริง ๆ และสดชื่นขึ้นด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“ยอมรับและอยากจะทานต่อ เพราะว่ามีสารอาหารครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย ซึ่งมีสารอาหารเยอะกว่านมอื่น ๆ ที่ขายตามท้องตลาด ถ้าเราทานตัวนี้แทนจืด รู้สึกว่าร่างกายจะได้รับประโยชน์มากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“ยอมรับและจะทานตัวนี้ต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ค่ะ เพราะเห็นผลแล้วว่าร่างกายแม่แข็งแรงขึ้นจริง ๆ ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

แต่อย่างไรก็ตามยังมีพยาบาลวิชาชีพบางคนถึงแม้ว่าจะยอมรับในคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ฯ แต่ก็ไม่ได้คิดที่จะนำมารับประทานในตอนนี้อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมองว่ายังไม่มีความจำเป็นและยังไม่ถึงเวลาที่ควรแก่การรับประทาน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ที่ยอมรับในสารอาหารนะว่าดีต่อสุขภาพ เหมาะที่จะเอามาทานเพิ่มความแข็งแรงให้กับร่างกาย หากว่าถึงเวลาที่พี่ต้องทาน เพียงแต่ตอนนี้พี่อาจจะยังไม่ซื้อมาทานเพราะคิดว่าเป็นยังไม่จำเป็น แต่หากในอนาคต เมื่อเราอายุมากขึ้นก็จะเลือกเอาตัวนี้มาทานอยู่ค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

2) ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 11 ใน 12 คน ยอมรับในความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และจะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมิ้ม ต่อไป ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ที่ยอมรับในความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ตัวนี้ เพราะถ้าเทียบกับคุณประโยชน์ที่จะได้รับนี้ถือว่าราคาไม่แพงเลย พี่เลยจะทานต่อหลังจากนี้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“พี่คิดว่าจากคุณประโยชน์ที่ได้ มันคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป และบางทีพี่ไม่ดูราคาด้วยซ้ำถ้าเราจะทานก็คือทานเพราะมันดีและเหมาะกับเรา และพี่ก็เลือกที่จะทานตัวนี้ต่อไป” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“พีคิดว่าราคามันคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้มาก ๆ เพราะพีซื้อตัวโปรตีนผงซึ่งมีแต่เพียงโปรตีนเท่านั้นยังราคาแพงกว่าอีก ซึ่งตัวนี้ถือว่าไม่แพงเลย เมื่อเทียบกับคุณค่าของสารอาหารที่ได้ ถือว่าคุ้มมาก ๆ และพีก็จะทานตัวนี้ต่อด้วยค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“แม่รู้สึกว่าคุณค่าต่อราคาที่ย่ำไปมาก ๆ เพราะมันมีคุณประโยชน์ที่เหมาะสมกับเราที่ต้องการแข็งแรง เวลาที่อายุมากขึ้น และแม่ก็จะทานต่อเนื่องค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

แต่อย่างไรก็ตามยังมีพยาบาลวิชาชีพอยู่ 1 คน ที่ถึงแม้ว่าจะยอมรับในความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม แต่ก็ยังไม่คิดที่จะนำมารับประทานในตอนนี้ เนื่องจากมองว่ายังไม่มีความจำเป็นและยังไม่ถึงเวลาที่ควรแก่การรับประทาน ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“โดยส่วนตัว พีคิดว่าคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไป เพราะมีสารอาหารที่ครบถ้วน เพราะเลือกที่คุณประโยชน์ ซึ่งโดยส่วนตัวดูที่คุณประโยชน์ก่อนและตัวเราเองด้วยว่าจะทานได้มั้ย ซึ่งตัวนี้พีมองว่ามีทั้งคุณประโยชน์และความคุ้มค่า ซึ่งหากว่าพีแก่ตัวไปหรือในวัย เกษียณอายุ ก็คิดว่าจะเลือกตัวนี้มารับประทานค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.5.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 11 ใน 12 คน ยอมรับว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบัน และเลือกที่จะรับประทานอย่างต่อเนื่องต่อไป ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“แม่คิดว่าทันสมัยเข้ากับสังคมในปัจจุบันในช่วงนี้ เพราะคนรักสุขภาพมากขึ้น และแม่ก็คิดว่ามันเหมาะกับวัยอย่างแม่ ที่ต้องการเพิ่มมวลกระดูก และจะได้แข็งแรง แม่ก็จะทานต่อเนื่อง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“คิดว่าตัวนี้เข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตของเรา เพราะเวลาเรารีบ ๆ ตอนเช้า เราชงกิน ก็ได้สารอาหารครบถ้วน เอามาชงทานแทนข้าวเช้าได้เลย และจากคุณสมบัติของมัน พีก็คิดว่ามันเหมาะกับพี และคงจะไปหาซื้อมาทานต่อถ้ากระป๋องนี้หมด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“เรามองว่ามันเข้ากับการใช้ชีวิตในปัจจุบันของเราที่ต้องเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลาแค่ทานตัวนี้แก้วเดียวก็ได้สารอาหารครบทั้ง 5 หมู่แล้ว เพราะเวลาเราเร่งรีบ ทาน 1 แก้วตอนเช้าก็โอเคละ แถมยังให้สารอาหารครบถ้วนด้วย ประหยัดเวลาทั้งช่วยให้สุขภาพดีด้วย มันตอบโจทย์ และถ้าจะให้พยาบาลเวรเช้ามานั่งทานมือเช้า คือมันไม่มีเวลาเลยแหละ อันนี้มันจึงตอบโจทย์เรา และเราก็จะทานตัวนี้ต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.5.3 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triallability)

1) บุธแสดงสินค้าและซงซิมผลิตภันท์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 7 ใน 12 คน กล่าวว่า การมีบุธแสดงสินค้าและซงซิมผลิตภันท์ จะมีส่วนช่วยให้เกิดการยอมรับและจะรับประทานผลิตภันท์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุสท์ ออปติมัม ต่อไป ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ตอนที่ได้ข้อมูลและได้ซิมผลิตภันท์จากผู้แทนของบริษัทที่เค้ามอบอกบุธซงซิม งาน SPENT สัจจรที่จัดขึ้น ที่โรงพยาบาลในวันนั้นที่ก็ยอมรับในคุณประโยชน์และรสชาติก็อร่อย รับประทานได้ จากนั้นพื้ก็ทานตัวนี้มาตลอดเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

“พื้มองว่าการมีบุธซงซิมและให้ข้อมูลผลิตภันท์นี้ก็คินะ พื้ว่ามันช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภันท์ได้ง่ายขึ้น เพราะพื้ก็ยอมรับและเลือกทานผลิตภันท์ตัวนี้ก็ด้วยการที่ได้ทดลองซิมในบุธซงซิมด้วยส่วนหนึ่งนะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

“อีกเหตุผลหนึ่งที่ช่วยในการตัดสินใจทานผลิตภันท์ตัวนี้ นอกจากที่แม่หาข้อมูลเองทานอินเตอร์เน็ตแล้ว ก็จากการมีบุธซงซิมและให้ข้อมูลผลิตภันท์นี้แหละที่มีส่วนทำให้แม่ยอมรับและเลือกที่จะทานผลิตภันท์” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

2) ตัวอย่างขนาดทดลอง จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ 11 ใน 12 คน ยอมรับว่าตัวอย่างขนาดทดลองของผลิตภันท์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุสท์ ออปติมัม มีส่วนช่วยให้เกิดการยอมรับและเลือกใช้ผลิตภันท์ต่อไป ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“หลังจากที่ได้ทดลองซิมผลิตภันท์แล้ว ระบบซบถ่ายเรดาก็ขึ้นอย่างชัดเจนเลย พอมีตัวอย่างได้ทดลองแบบนี้ก็ช่วยให้เรตัดสินใจเลือกทานได้ง่ายขึ้น เพราะเรายอมรับว่าเห็นผลจากการได้ทดลองทานจริง ๆ และก็จะซื้อมาทานต่อไปด้วย” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N4, 2563: สัมภาษณ์)

“พอได้ทดลองทานผลิตภันท์ตัวอย่าง ก็ยอมรับคะ และคิดว่าจะแนะนำให้พ่อกับแม่ทานด้วยคะ เพราะเห็นถึงคุณประโยชน์การ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 2563: สัมภาษณ์)

“หลังจากที่ได้ทดลองทานผลิตภันท์ตัวอย่าง ก็ยอมรับในประโยชน์ที่ได้และคิดว่าจะซื้อมาทานต่อเนื่องด้วยคะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 2563: สัมภาษณ์)

“ตัวอย่างขนาดทดลอง ก็ช่วยให้พื้ตัดสินใจเลือกทานผลิตภันท์ตัวนี้ต่อเพราะพื้ยอมรับในคุณประโยชน์ของเค้ด้วย แถมยังง่ายต่อการรับประทาน ซงง่ายละลายง่าย และเรทานแล้วรู้สึกสดชื่น มีแรง และแข็งแรงขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N10, 2563: สัมภาษณ์)

4.3.5.5 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภันท์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทั้ง 12 คน ยอมรับว่าการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภันท์เป็นอีกปัจจัย

หนึ่งที่มีส่วนช่วยในการยอมรับผลิตภัณฑ์และเลือกที่จะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ต่อไป ดังรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“แม่มองว่าข้อมูลที่อยู่บน Packaging แม่คิดว่ามันช่วยให้เราตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยนะ เพราะเค้าบอกถึงคุณสมบัติ คุณสมบัติประโยชน์ที่มีในผลิตภัณฑ์ เราได้อ่านแล้วเราก็รู้ว่ามันดี และก็ทำให้เราเลือกที่จะซื้อมาทานต่อ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 2563: สัมภาษณ์)

“แม่คิดว่าข้อมูลบน Packaging เค้าก็บอกข้อมูลมาครบถ้วนแล้ว อ่านแล้วเข้าใจ และบอกคุณสมบัติชัดเจนด้วย มันเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่พอแม่ได้อ่านแล้วช่วยให้แม่ตัดสินใจเลือกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นี้มาทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N7, 2563: สัมภาษณ์)

“ข้อมูลบน Packaging เค้าก็บอกมาครบถ้วนสมบูรณ์ดี บอกว่ามีแคลเซียมมีเวย์ โปรตีน มีจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ ซึ่งบอกข้อมูลมาประมาณนี้ก็ตอบโจทย์ ทำให้เรายอมรับและเลือกที่จะทานผลิตภัณฑ์ตัวนี้ต่อแล้วค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N3, 2563: สัมภาษณ์)

“พื้มองว่าข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้พื้ยอมรับและเลือกที่จะทานผลิตภัณฑ์ตัวนี้ต่อนะ เพราะเราดูที่ฉลาก ที่บอกส่วนประกอบสำคัญที่โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ตัวอื่นในท้องตลาดด้วย พอเราเห็นแล้วทำให้เราตัดสินใจเลือกที่จะทานตัวนี้เลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 2563: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้น พบว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในขั้นตอนการยอมรับและนำไปใช้ มีอยู่ 4 คุณลักษณะด้วยกัน คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูรแสตดสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้ชีวิต ที่มีชีวิตการทำงานที่ค่อนข้างหนัก เวลาในการพักผ่อนน้อย รับประทานอาหารได้ไม่เป็นเวลาและไม่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย ส่งผลให้เกิดความเครียดจากการทำงาน ด้วยเหตุนี้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงอยากมีสุขภาพที่แข็งแรง เพื่อที่จะได้ทำงานด้วยความสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีแรงในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมองหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยให้ร่างกายและกระดูกแข็งแรง ระบบขับถ่ายดีขึ้น สามารถรับประทานทดแทนมื้ออาหารได้และทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ดังนั้นด้วยคุณประโยชน์ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ฯ และผลิตภัณฑ์เองยังเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ รวมทั้งจากการได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ และอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้วพบว่ามีความประโยชน์ต่อร่างกาย จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่ยอมรับและจะรับประทานผลิตภัณฑ์ฯ อย่างต่อเนื่อง เพราะด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวมานั้นตรงกับความต้องการของตนเอง

ทั้งนี้ จากกระบวนการยอมรับนวัตกรรมตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) ที่ใช้ในการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน กรณีศึกษา: กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 สรุปผลการศึกษาระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม

คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม	กระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม				
	ขั้นการรับรู้ (Awareness stage)	ขั้นสนใจ (Interest stage)	ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage)	ขั้นทดลอง (Trial stage)	ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)
1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)					
-รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์					
-คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์		✓	✓	✓	✓
-ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์		✓	✓	✓	✓
2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)					
-ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต		✓	✓	✓	✓
3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)					
-ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา			✓		
-ความสะดวกสบายต่อการพกพา					

ตารางที่ 4.4 สรุปผลการศึกษาระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม (ต่อ)

คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม	กระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม				
	ขั้นการรับรู้ (Awareness stage)	ขั้นสนใจ (Interest stage)	ขั้นไตร่ตรอง หรือ ประเมินผล (Evaluation stage)	ขั้นทดลอง (Trial stage)	ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)
4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)					
- บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✓
- ตัวอย่างขนาดทดลอง	✓	✓	✓	✓	✓
5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)					
- การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✓
- ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์	✓				

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุปได้ว่ากระบวนการยอมรับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ ทั้ง 5 ขั้นตอนมีการเรียงลำดับ ตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) ที่กล่าวว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคนที่เริ่มตั้งแต่การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับนวัตกรรมไปจนถึงการยอมรับนวัตกรรมนั้นอย่างเปิดเผย โดยกระบวนการยอมรับนวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) 2) ขั้นสนใจ (Interest stage) 3) ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage) 4) ขั้นทดลอง (Trial stage) 5) ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage) ซึ่งทั้ง 5 ขั้นตอนที่ได้กล่าวมาสอดคล้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ที่เริ่มต้นจากการรับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์ฯ ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ จากการเห็นที่บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ หรือจากการได้รับแจกตัวอย่างขนาดทดลองให้ทดลองรับประทานหรืออาจจะรับรู้จากการสังเกตเห็นผลิตภัณฑ์เพราะความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์เอง หรือจากการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ และภายหลังจากการได้รับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์แล้ว กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์เพราะด้วยคุณประโยชน์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ และยังเหมาะที่จะนำมารับประทานเพราะตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทำงานหนัก ไม่มีเวลาพักผ่อน จนเกิดความเครียดจากการทำงาน รับประทานอาหารไม่ตรงเวลาและไม่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย และเมื่อเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์แล้วจึงเกิดการไตร่ตรองและประเมินผลตามมาว่าผลิตภัณฑ์นี้มีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ จึงเริ่มทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และเมื่อเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณประโยชน์และตอบสนองความต้องการของตนเองได้แล้ว กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่จึงเกิดการยอมรับและจะใช้ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังพบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมส่วนใหญ่จะอยู่ในขั้นไตร่ตรองและประเมินผลมากที่สุด ซึ่งได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ด้วยชีวิตการทำงานที่ค่อนข้างหนัก มีเวลาพักผ่อนน้อย จนส่งผลให้ไม่ค่อยมีเวลาว่างในการรับประทานหรือดูแลตัวเอง รวมทั้งเกิดความเครียดจากการทำงานและการพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ และยังมีความเสี่ยงจากการติดเชื้อโรคต่าง ๆ จึงเป็นเหตุผลให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพอยากมีสุขภาพที่แข็งแรง และเลือกสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ให้กับร่างกาย กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงให้ความสำคัญในขั้นไตร่ตรองและประเมินผลมากที่สุด ว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีความเหมาะสมกับตนเองหรือไม่ รองลงมาคือ ขั้นสนใจ ขั้นทดลอง ขั้นยอมรับและนำไปใช้ ที่ต่างก็มีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับที่เหมือนกัน ได้แก่ คุณลักษณะ

ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุรแสดงสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ส่วนคุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออป ทิม์ม ที่ส่งผลให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเกิดการยอมรับนวัตกรรมในทุกขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอน นั่นก็คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุรแสดงสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง กับคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่จะทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้รู้จักผลิตภัณฑ์ฯ นั้น ควรมีการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้รู้จักให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจัดบูธให้ข้อมูลและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาลหรืองานประชุมวิชาการต่าง ๆ ที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้เข้าร่วม รวมทั้งการแจกตัวอย่างขนาดทดลอง หรือควรมีการบอกข้อมูลผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ด้วย เพื่อจะได้ช่วยให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเกิดการรับรู้และรู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพราะส่วนใหญ่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจะอยู่แต่ภายในโรงพยาบาลเป็นหลัก และเมื่อได้รู้จักผลิตภัณฑ์แล้ว ก็จะนำไปสู่ขั้นสนใจ ขั้นไตร่ตรองและประเมินผล ขั้นทดลอง จนนำไปสู่ขั้นยอมรับและนำไปใช้อย่างต่อเนื่องต่อไป

กล่าวโดยสรุปจากการวิเคราะห์คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 คุณลักษณะที่ประกอบไปด้วย คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะสามารถทดลองได้ (Trialability) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1978: 76) พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมที่เด่นชัดที่สุดที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปทิม์ม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ มีทั้งหมด 4 คุณลักษณะ ด้วยกัน คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถเรียงลำดับตั้งแต่คุณลักษณะที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการรับรู้ คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อยคือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ จากนั้นจึงนำมาสู่ขั้นสนใจ และเมื่อเกิดการรับรู้แล้วคุณลักษณะของนวัตกรรมทั้ง 4 คุณลักษณะ ก็ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมในขั้นสนใจ ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล ขั้นทดลอง จนนำไปสู่ขั้นยอมรับและนำไปใช้อย่างต่อเนื่องต่อไปตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้วิเคราะห์ถึงการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน และเพื่อศึกษากระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ซึ่งมี 4 ส่วน ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
 - 5.2 อภิปรายผล
 - 5.3 ข้อเสนอแนะ
 - 5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย
- โดยมีรายละเอียดปรากฏดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ

จากการวิเคราะห์คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ สรุปออกเป็น 5 คุณลักษณะได้ดังนี้

5.1.1.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)

1) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม นั้น มีลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นแบบกระป๋อง 2 ขนาด คือ ขนาด 400 กรัม และ 800 กรัม โดยมีการระบุรายละเอียดข้อมูลสารอาหารต่าง ๆ ไว้บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ ส่วนใหญ่มองว่ารูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม นี้ ไม่ได้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตัวอื่นในท้องตลาด มีเพียงโลโก้สีแดงตรงคำว่า BOOST (ภาพที่ 2.3) และที่วางซ้อนด้านบนเพื่อป้องกันการปนเปื้อนเพียงเท่านั้นที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพให้ความสนใจ

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ไม่ได้ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม แต่กลับพบว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้นให้ความสนใจในนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ฯ มากกว่า

2) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนที่มีปริมาณสารอาหารเพียงพอต่อความต้องการของร่างกายครบทั้ง 5 หมู่ มีสารอาหาร 29 ชนิด โดยมีส่วนประกอบของเวย์โปรตีน (Whey protein) ซึ่งเป็นโปรตีนคุณภาพดี อีกทั้งยังมีจุลินทรีย์สุขภาพแล็กโทบาซิลลัส พาราคาเชอ

ซึ่งเป็นจุลินทรีย์โพรไบโอติก (Probiotics) หมายถึง จุลินทรีย์สุขภาพที่มีชีวิต เมื่อร่างกายได้รับในปริมาณที่เพียงพอจะทำให้เกิดผลที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีโยอาหารที่เพิ่มกากใยให้กับระบบทางเดินอาหาร กระตุ้นการทำงานของระบบลำไส้ช่วยในการขับถ่าย รวมทั้งมีวิตามินบีที่ช่วยในกระบวนการต่อต้านอนุมูลอิสระ ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม (Boost Optimum) รับประทานได้ทั้งแบบดื่มเสริมมี้อาหารหรือทดแทนมี้อาหารนั้น ๆ เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ซึ่งกลุ่มพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ ส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณประโยชน์ช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่ครบถ้วน เพิ่มความแข็งแรงให้กับร่างกาย และทำให้กระดูกแข็งแรง นอกจากนี้ยังช่วยให้ร่างกายมีความสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีแรงในการทำงานได้ต่อเนื่องยาวนานขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น ลดภาวะท้องผูกให้กับร่างกาย

3) ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ จากการที่ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ สามารถรับประทานเสริมหรือทดแทนมี้อาหารได้ ช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ทำให้กระดูกแข็งแรง ทำให้มีระบบการย่อยอาหารและระบบขับถ่ายที่ดีขึ้น จึงช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้กับร่างกาย ซึ่งกลุ่มพยาบาลวิชาชีพทุกคน มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ฯ

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม

5.1.1.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

1) ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต ในสังคมปัจจุบันคนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน แม้กระทั่งในเรื่องของการรับประทานอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เอง ก็เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สามารถรับประทานเพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กับร่างกาย จากการที่ผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วยสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ และมีลักษณะเป็นผง ชงดื่ม อีกทั้งยังละลายง่ายกับน้ำได้ทุกอุณหภูมิ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่จึงมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีความทันสมัยเข้ากับสังคมในยุคปัจจุบันที่ผู้คนมีความเร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการดำเนินชีวิต และยังคงมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีความสอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบันและเหมาะที่จะเลือกนำมารับประทานเพราะอยากมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้น และด้วยอาชีพพยาบาลที่รับประทานอาหารไม่เป็นเวลา ด้วยภาระหน้าที่และเวลาว่างที่มีจำกัด จึงทำให้มองว่าผลิตภัณฑ์ฯ ตรงกับความต้องการของตน

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม

5.1.1.3 คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)

1) ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม มีลักษณะเป็นผง บรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบกระป๋องขนาด 400 กรัม และ 800 กรัม โดยมีวิธีการชงบอกไว้บนบรรจุภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถชงละลายได้ดีกับน้ำทุกอุณหภูมิ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเกือบทั้งหมด มองว่าสะดวกต่อการรับประทานและช่วยประหยัดเวลาในการเตรียม แต่ก็ยังมีพยาบาลวิชาชีพบางคนที่มีมองว่าผลิตภัณฑ์ฯ ยังไม่สะดวกต่อการรับประทานมากนักเนื่องจากต้องนำมาเตรียมเพื่อรับประทานเอง หากมีบรรจุภัณฑ์แบบกระป๋องที่สามารถเปิดแล้วรับประทานได้เลยจะสะดวกมากกว่า และในส่วนของงานเก็บรักษานั้น กลุ่มพยาบาลวิชาชีพทุกคนมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ฯ สะดวกต่อการเก็บรักษา เนื่องจากลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบกระป๋องที่มีฝาปิดสนิท อีกทั้งยังมีที่เก็บซ้อนทำให้สามารถป้องกันการปนเปื้อนได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม

2) ความสะดวกสบายต่อการพกพา ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบกระป๋องเพียงอย่างเดียว โดยมีบรรจุภัณฑ์อยู่ 2 ขนาดด้วยกัน คือ กระป๋องขนาด 400 กรัม และกระป๋องขนาด 800 กรัม ซึ่งกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มองว่ายังไม่สะดวกต่อการพกพา เนื่องจากมีลักษณะของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบกระป๋องและมีขนาดที่ใหญ่ ซึ่งถ้าหากมีบรรจุภัณฑ์แบบซองจะพกพาได้สะดวกมากกว่า

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านความสะดวกสบายต่อการพกพา ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม

5.1.1.4 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)

1) บูธแสดงสินค้าและซิมผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น การจัดบูธแสดงสินค้าและซิมผลิตภัณฑ์ก็มีความจำเป็นเช่นเดียวกัน เพราะทำให้ลูกค้าได้รู้จักและทดลองซิมผลิตภัณฑ์ รวมทั้งได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ฯ มากขึ้น จนอาจนำมาสู่การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนมากมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ควรจัดให้มีบูธซิมหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ภายในโรงพยาบาล เพื่อที่จะได้มีโอกาสทดลองได้มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากภาระงานที่รับผิดชอบมีมากและส่วนใหญ่จะอยู่แต่ภายในโรงพยาบาล ไม่ค่อยได้มีเวลาออกไปที่ไหน ดังนั้นการที่มีบูธซิมผลิตภัณฑ์ภายในโรงพยาบาล จะทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพสามารถเข้าไปทดลองซิมหรือสอบถามถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น และเมื่อได้เห็น ได้ทดลองซิม และได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฯ ก็จะช่วยทำให้การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นง่ายขึ้น

2) ตัวอย่างขนาดทดลอง ปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม จะมีตัวอย่างขนาดทดลองเพื่อให้ทดลองชิมรสชาติ ซึ่งบรรจุในรูปแบบซองขนาด 22 กรัม เพื่อให้สามารถได้นำกลับไปทดลองชิมที่บ้านได้ และช่วยในการตัดสินใจก่อนที่จะ

เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการที่ผลิตภัณฑ์ฯ มีตัวอย่างแบบของให้ได้ทดลองนั้นเป็นสิ่งที่ดีและควรมี เพราะในกรณีผู้ที่ยังไม่เคยรับประทานผลิตภัณฑ์ฯ มาก่อนจะได้ทดลองชิมให้รู้ถึงรสชาติของผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยให้ตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านบุรุษแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ และด้านตัวอย่างขนาดทดลอง ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษ ออปติมัม

5.1.1.5 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

1) การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษ ออปติมัม มีการบอกคุณประโยชน์และส่วนประกอบที่สำคัญไว้บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้อ่านรายละเอียดประกอบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มพยาบาลวิชาชีพทุกคนมีความคิดเห็นว่าเป็นข้อมูลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์นั้นครบถ้วนและบอกถึงคุณประโยชน์ของการรับประทานผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน อ่านแล้วเข้าใจง่าย ทำให้ทราบว่าถ้าได้รับประทานผลิตภัณฑ์แล้วจะเกิดประโยชน์ต่อร่างกายและทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยทำให้เกิดความง่ายในการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับผู้อื่น โดยสามารถให้อ่านข้อมูลคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ประกอบการตัดสินใจได้เลย

2) ความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์ สิ่งสำคัญอีกหนึ่งอย่างที่มีส่วนช่วยในการสังเกต เห็นและจดจำผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษ ออปติมัม ได้ง่ายขึ้น ก็คือการทำบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นสะดุดตา ไม่ว่าจะเป็นโลโก้ ตราสัญลักษณ์ สีของบรรจุภัณฑ์ เพราะหากทำให้มีความโดดเด่นสะดุดตาแล้วจะยิ่งช่วยทำให้จดจำผลิตภัณฑ์ฯ ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฯ ไม่ว่าจะเป็นโลโก้หรือสีของบรรจุภัณฑ์จะมีความโดดเด่นสะดุดตา สังเกตเห็นได้ง่ายจากตรงโลโก้คำว่า Boost สีแดงซึ่งมีความโดดเด่น และสีของบรรจุภัณฑ์เองก็มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ตัวอื่นในท้องตลาด จึงทำให้สามารถสังเกตเห็นและสะดุดตาได้ง่าย

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจัยย่อยด้านการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์และด้านความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในปัจจัยหลักของตัวแปรด้านคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษ ออปติมัม

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพ เห็นว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมทั้ง 5 คุณลักษณะที่ประกอบไปด้วย คุณลักษณะเปรียบเทียบ (Relative advantage) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะสามารถทดลองได้ (Trialability) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม ตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1978: 76) ซึ่งในรายละเอียดนั้นได้ค้นพบถึงปัจจัยย่อยต่าง ๆ ของคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บุษ ออปติมัม คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยของคุณลักษณะเปรียบเทียบ

เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษาที่เป็นปัจจัยย่อยของ คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) และการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็น ปัจจัยย่อยคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

5.1.2 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

ในส่วนของกระบวนการวิเคราะห์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) สามารถสรุปได้เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

5.1.2.1 ขั้นการรับรู้ (Awareness stage)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ในขั้นการรับรู้ ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ทั้งนี้เนื่องจาก การที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่ นอกจากจะมีการทำงานหนักและไม่ค่อยเป็นเวลาแล้ว โดยเวลาส่วนใหญ่จะอยู่ที่ทำงาน คือ ในโรงพยาบาลเป็นหลัก หรืออาจมีการเดินทางไปประชุมวิชาการนอกสถานที่บ้าง ดังนั้นการที่จะทำให้ กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้รับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์ฯ ได้มากขึ้น ควรจะมีการจัดบูธชิมหรือแนะนำ ผลิตภัณฑ์ภายในโรงพยาบาล หรือในงานวิชาการที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเข้าร่วม และนอกจากนี้การที่ ผลิตภัณฑ์มีโลโก้สีแดงที่โดดเด่นตรงคำว่า Boost บนบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งสีส้มหรือข้อมูลที่น่าเสนาบลง บนบรรจุภัณฑ์นั้นช่วยทำให้เกิดการรับรู้และรู้จักผลิตภัณฑ์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นการ ระบุถึงคุณลักษณะที่ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนยี่ห้ออื่นในท้องตลาดไม่มี หรือ มีในปริมาณที่น้อยกว่า เช่น มีเวย์โปรตีน หรือ มีจุลินทรีย์ เป็นต้น

5.1.2.2 ขั้นสนใจ (Interest stage)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะของ นวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ในขั้นสนใจ ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ คือ คุณลักษณะเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการ ใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและชิม ผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มีการทำงานหนัก และไม่ค่อยมีเวลาในการพักผ่อน จึงส่งผลให้รับประทานอาหารได้ไม่ตรงเวลาและไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ดังนั้นเมื่อได้ทราบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ฯ ว่ามีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย และช่วย ให้ร่างกายแข็งแรงรวมทั้งเมื่อได้ทดลองชิมและอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เห็นว่ามี สารอาหารที่มีประโยชน์จึงทำให้เกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์

5.1.2.3 ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage)

ในมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพนั้น คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิด การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูทส์ ออปติมัม ในขั้น

ได้ตรงและประเมิณผล คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุธแสดงสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่งานหนักและไม่มีเวลาในการพักผ่อน ทำให้รับประทานอาหารไม่ตรงเวลาและไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย อีกทั้งอาจมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อต่าง ๆ เกิดความเครียดจากการทำงาน จึงต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง และชอบอะไรที่สะดวกรวดเร็วรวมทั้งต้องมีประโยชน์กับร่างกายด้วย ดังนั้นเมื่อได้ทราบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ฯ รวมทั้งได้ทดลองชิม และอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้ว จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่เกิดการได้ตรงและประเมิณผลว่าคุณลักษณะนี้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของตนเอง

5.1.2.4 ขั้นทดลอง (Trial stage)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพสามารถสรุปมุมมองของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้ว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ในขั้นทดลอง มีอยู่ 4 คุณลักษณะด้วยกัน คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Triability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุธแสดงสินค้าและเชิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ส่วนใหญ่อยากมีสุขภาพที่แข็งแรง อยากทำงานด้วยความสดชื่น มีแรงในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด แต่เนื่องจากในแต่ละวันของชีวิตการทำงานนั้น มักจะมีความเครียดจากการทำงานที่ค่อนข้างหนักและพักผ่อนน้อย ส่งผลให้รับประทานอาหารได้ไม่ตรงเวลาและไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมองหาสิ่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ที่จะสามารถรับประทานทดแทนมื้ออาหารได้ โดยยังคงได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ เพื่อช่วยให้ร่างกายสดชื่น กระปรี้กระเปร่าในการทำงานและช่วยให้ร่างกายแข็งแรง ดังนั้นด้วยคุณประโยชน์ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ฯ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ยังเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิต รวมทั้งการได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ และอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้วทราบว่ามีความประโยชน์ต่อร่างกาย จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่อยากจะทำทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

5.1.2.5 ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มพยาบาลวิชาชีพสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในขั้นการยอมรับและนำไปใช้ คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทำงานหนัก ไม่ค่อยมีเวลาได้พักผ่อน รับประทานอาหารได้ไม่เป็นเวลาและไม่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดความเครียดจากการทำงาน ด้วยเหตุนี้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงอยากมีสุขภาพที่แข็งแรง เพื่อที่จะได้ทำงานด้วยความสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีแรงในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมองหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยให้ร่างกายและกระดูกแข็งแรง ระบบขับถ่ายดีขึ้น สามารถรับประทานอาหารทดแทนมื้ออาหารได้และทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ดังนั้นด้วยคุณประโยชน์ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ฯ และด้วยผลิตภัณฑ์เองยังเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ รวมทั้งจากการได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ และอ่านรายละเอียดที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้วพบว่ามีความประโยชน์ต่อร่างกาย จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่ยอมรับและจะรับประทานผลิตภัณฑ์ฯ อย่างต่อเนื่อง

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในทุกขั้นตอนโดยเริ่มตั้งแต่ ขั้นตอนรับรู้ ขั้นสนใจ ขั้นไตร่ตรองและประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นการยอมรับและนำไปใช้นั้น คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง กับคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อยคือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ส่วนคุณลักษณะที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับในขั้นสนใจ ขั้นไตร่ตรองและประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นการยอมรับและนำไปใช้ คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และ คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์

ดังนั้นหากจะทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม นั้น ควรมีการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพได้รู้จักให้มากขึ้น โดยการจัดบูธให้ข้อมูลและซิงชิมผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาลหรืองานประชุมวิชาการต่าง ๆ ที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเข้าร่วม รวมทั้งการแจกตัวอย่างขนาดทดลองหรือควรมีการบอกข้อมูลผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ เพื่อจะได้ช่วยให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเกิดการรับรู้และรู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพราะในกลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่จะอยู่ภายในโรงพยาบาลเป็นหลัก และเมื่อได้รู้จักผลิตภัณฑ์แล้ว ก็จะทำให้เกิดความสนใจในคุณประโยชน์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งยังเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต้องหันมาใส่ใจสุขภาพ อยากมีสุขภาพที่แข็งแรง แต่ด้วยการทำงานที่หนักและไม่ค่อยมีเวลาพักผ่อน จนในบางครั้งรับประทานอาหารเช้าไม่ตรงเวลาและไม่ครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ รวมทั้งมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคต่าง ๆ ส่งผลให้มีความเครียดเกิดขึ้นจากการทำงาน จึงทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมีการ

ไตร่ตรองและประเมินผลดูว่าผลิตภัณฑ์ฯ เหมาะสำหรับตนเอง จากนั้นจึงเริ่มทดลองรับประทาน ผลิตภัณฑ์ จนเห็นแล้วว่าผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของตนเองได้แล้วจึงเกิดการยอมรับและจะรับประทานอย่างอย่างต่อเนื่องต่อไป ซึ่งกระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีความสอดคล้องและเรียงลำดับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ตามทฤษฎีของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) ที่กล่าวว่า กระบวนการยอมรับ นวัตกรรมเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคน que เริ่มตั้งแต่การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง นวัตกรรมไปจนถึงการยอมรับนวัตกรรมนั้นอย่างเปิดเผย โดยกระบวนการยอมรับนวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) 2) ขั้นสนใจ (Interest stage) 3) ขั้นไตร่ตรองหรือ ประเมินผล (Evaluation stage) 4) ขั้นทดลอง (Trial stage) 5) ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage)

นอกจากนี้ยังพบอีกด้วยว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ส่วนใหญ่นั้นจะอยู่ในขั้น ไตร่ตรองและประเมินผลมากที่สุด ซึ่งมีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในขั้นนี้ถึง 5 คุณลักษณะด้วยกัน ได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มี ปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะ ความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอก คุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ด้วยชีวิตการทำงานของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพที่ค่อนข้าง ทำงานหนัก มีเวลาพักผ่อนน้อย ส่งผลให้ไม่ค่อยมีเวลาว่างในการดูแลตัวเอง เกิดความเครียดจากการทำงานและการพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ รวมทั้งมีความเสี่ยงต่อติดเชื้อโรคต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุผล สำคัญที่ทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพอยากมีสุขภาพที่แข็งแรง และจำเป็นต้องเลือกสิ่งที่ดีที่ตัวเองเห็นว่าดี และมีประโยชน์ให้กับร่างกาย ดังนั้นกลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงให้ความสำคัญในขั้นไตร่ตรองและ ประเมินผลมากที่สุด ว่าผลิตภัณฑ์ฯ มีความเหมาะสมกับตนเองหรือไม่ รองลงมาคือ ขั้นสนใจ ขั้นทดลอง ขั้นยอมรับและนำไปใช้ ที่ต่างก็มีคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับที่ เหมือนกัน โดยมี 4 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะ สามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บูธแสดงสินค้าและชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่าง ขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ การบอก คุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์

5.2 การอภิปรายผล

5.2.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ

จากการสรุปผลการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับ ประกอบไปด้วย 5 คุณลักษณะ ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

5.2.1.1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) จากการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ในด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ มีปัจจัยย่อยคือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮอร์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ทั้งนี้เนื่องจากการที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพมีภาระงานที่หนัก พักผ่อนไม่เพียงพอ รับประทานอาหารไม่ตรงเวลา เกิดความเครียดจากการทำงาน สิ่งเหล่านี้ส่งผลเสียต่อสุขภาพแทบทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงอยากมีสุขภาพที่แข็งแรง และมองหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานแล้วทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เพียงพอกับความต้องการของร่างกายครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ และด้วยคุณประโยชน์ที่มีและความคุ้มค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮอร์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม จึงเป็นสิ่งที่กลุ่มพยาบาลวิชาชีพให้การยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิมลพรรณ เสถียรถาวรวงศ์ (2558) ที่ศึกษาเรื่องกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ใส้กรอกไขมันดำ Betagro Low Fat ที่จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคที่มีการยอมรับในสินค้าส่วนหนึ่งเป็น ผู้บริโภคที่มีความใส่ใจในการดูแลสุขภาพและเรื่องอาหารที่รับประทานเป็นพิเศษอยู่แล้ว เพราะเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ และ นันทพร คชรินทร์ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง การยอมรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นถึงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ คือ มีการรับรู้ในเรื่องความเหนือกว่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวพรรณอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

5.2.1.2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ในปัจจุบันผู้คนมีค่านิยมที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการดำเนินชีวิต กลุ่มพยาบาลวิชาชีพก็เช่นเดียวกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ในที่นี้คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮอร์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิมลพรรณ เสถียรถาวรวงศ์ (2558) ที่พบว่าผู้บริโภค สนใจดูแลสุขภาพของตนเองและเล็งเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การส่งมอบคุณค่าด้านสุขภาพที่แข็งแรงเพื่อเป็นของขวัญให้แก่บุคคลที่รัก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อธิคุณ แรงสุข (2552) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคในอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ที่ระบุว่า กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมที่มีมากที่สุด คือ กลุ่มผู้ตามสมัย ที่ยอมรับนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยเหตุผลของความจำเป็น เนื่องด้วยการดำเนินชีวิตประจำวันที่ต้องเร่งรีบ ทำให้ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย จึงส่งผลให้มีการยอมรับอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานที่เพิ่มมากขึ้น

5.2.1.3 คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในทุกวันนี้ผู้คนต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกันกับกลุ่มพยาบาลวิชาชีพที่มีภาระงานที่หนักและมีเวลาว่างที่จำกัด ซึ่งจากการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาของ ดาริกา ธรรมธาดา (2564: เว็บไซต์) และ อธิคุณ แรงสุข (2552) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกรวดเร็วเนื่องด้วยการดำเนินชีวิตประจำวันที่ต้องเร่งรีบ ทำให้ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย จึงส่งผลให้มีการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ดังเช่น อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานที่เพิ่มมากขึ้น

5.2.1.4 คุณลักษณะสามารถทดลองได้ (Trialability) การจัดทำบูชชงชิมเพื่อให้ข้อมูลและให้ลูกค้าได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ จะทำให้ลูกค้าทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ฯ ได้มากขึ้นรวมทั้งการมีตัวอย่างขนาดทดลอง จะยิ่งช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าคุณลักษณะสามารถทดลองได้ ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิมลพรรณ เสถียรถาวรวงศ์ (2558) ที่ระบุว่า การจัดบูชชงเพื่อให้ผู้บริโภคได้ลองชิมรสชาติและเนื้อสัมผัส เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการทดลอง เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับและเกิดการซื้อเพื่อบริโภคผลิตภัณฑ์ซ้ำ ๆ อยู่ตลอดเวลา

5.2.1.5 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มีการบอกคุณประโยชน์และส่วนประกอบที่สำคัญไว้บนบรรจุภัณฑ์นั้น นอกจากจะช่วยให้ผู้ที่สนใจได้อ่านรายละเอียดที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์แล้ว ยังช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ โดยมีปัจจัยย่อย คือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ นันทพร ศชรินทร์ (2549) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวพรรณนอกจากจะให้ความสำคัญในด้านการได้รับมาตรฐานจากทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แล้ว ยังให้ความสำคัญต่อการแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์บนฉลากบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลและเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามจุดมุ่งหมาย

5.2.2 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

จากทฤษฎีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของ Rogers and Shoemaker (1971: 100-101) ที่กล่าวว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมจะต้องผ่าน 5 ขั้นตอน คือ (1) ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) (2) ขั้นสนใจ (Interest stage) (3) ขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผล (Evaluation stage) (4) ขั้นทดลอง (Trial stage) (5) ขั้นการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption stage) ซึ่งจากการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์

จังหวัดอุบลราชธานี พบว่ากระบวนการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้นตอน มีลำดับขั้นที่สอดคล้องตามทฤษฎี อีกทั้งยังพบว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ทั้ง 5 ขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นการรับรู้ ขั้นสนใจ ขั้นไตร่ตรองและประเมินผล ขั้นทดลอง มาจนถึงขั้นการยอมรับและนำไปใช้ คือ คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุรแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง กับคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อยคือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ และนอกจากนี้ยังพบอีกว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จะส่งผลต่อการยอมรับในขั้นไตร่ตรองหรือประเมินผลมากที่สุด ซึ่งได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มีปัจจัยย่อยคือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุรแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อยคือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ รองลงมา คือ ขั้นสนใจ ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับและนำไปใช้ ในสัดส่วนที่เท่ากัน ได้แก่ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) มีปัจจัยย่อย คือ ความสอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ที่มีปัจจัยย่อย คือ บุรแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างขนาดทดลอง และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) ที่มีปัจจัยย่อยคือ การบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์

อนึ่ง จากการนำแนวคิดและทฤษฎีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของ Roger and Shoemaker (1971) มาใช้ในการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าการที่จะทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม และนำไปใช้อย่างต่อเนื่องนั้น คือ ต้องเริ่มต้นจากการรับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์ฯ ก่อน จากการได้เห็นที่บูธแสดงสินค้าและซิงชิมผลิตภัณฑ์ หรือจากการได้รับแจกตัวอย่างขนาดทดลองให้ทดลองรับประทาน หรืออาจจะรับรู้จากการสังเกตเห็นผลิตภัณฑ์เพราะความโดดเด่นสะดุดตาของบรรจุภัณฑ์เอง หรือจากการบอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ และภายหลังจากการได้รับรู้หรือรู้จักผลิตภัณฑ์แล้ว ส่งผลทำให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์เพราะด้วยคุณประโยชน์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ อีกทั้งยังเหมาะที่จะนำมารับประทานเพราะตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทำงานหนัก จนไม่มีเวลาพักผ่อน รับประทานอาหารไม่ตรงเวลาและไม่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย จนเกิดความเครียดจากการทำงาน ด้วยเหตุนี้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจึงอยากมีสุขภาพที่แข็งแรง ซึ่งหากมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้ และช่วยให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น กลุ่มพยาบาลวิชาชีพจะมีความสนใจ และเมื่อเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์แล้วจึงเกิดการไตร่ตรองและประเมินผลตามมว่าผลิตภัณฑ์นี้มีความเหมาะสมและสามารถ

ตอบสนองความต้องการของตนเองได้ จึงเริ่มทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และเมื่อเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณประโยชน์และตอบสนองความต้องการของตนเองได้แล้ว กลุ่มพยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่จึงเกิดการยอมรับและจะใช้ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากแนวโน้มในปัจจุบันที่คนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนจึงมีมูลค่าโดยรวมของตลาดที่ค่อนข้างสูง และเติบโตค่อนข้างมากอย่างต่อเนื่อง (โชติกา ชุ่มมี, 2561) มีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับที่น่าสนใจ ซึ่งผลการศึกษานำมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้อาจจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจในธุรกิจนี้ที่จะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน โดยพิจารณาจากผลการศึกษา ดังนี้

5.3.1.1 ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ที่มีปัจจัยย่อย คือ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมอาหารสูตรครบถ้วน ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการคัดสรรคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี มีประโยชน์ที่จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงให้กับร่างกายได้ดีและมีประสิทธิภาพเหนือกว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนอื่นในท้องตลาด ในราคาที่เหมาะสม จะช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและเกิดการซื้ออย่างต่อเนื่องได้มากกว่า

5.3.1.2 จากผลการศึกษายังพบอีกว่าคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ที่มีปัจจัยย่อย คือ ความสะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมอาหารสูตรครบถ้วน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องมีการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสะดวกสบายต่อการรับประทานและการเก็บรักษา เพื่อจะได้เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ต้องการความสะดวก ปลอดภัย และรวดเร็วในการทำสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเวลาว่างที่มีอยู่จำกัด

5.3.1.3 สิ่งสำคัญที่มีส่วนช่วยให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน คือ การมีสินค้าขนาดทดลอง ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) ส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะมีสินค้าขนาดทดลองเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการยอมรับและช่วยให้การตัดสินใจที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนนั้นง่ายและรวดเร็วขึ้น

5.3.1.4 การระบุถึงคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เพราะทำให้ผู้บริโภคสามารถอ่านข้อมูลคุณประโยชน์รวมถึงสารอาหารที่มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งข้อมูลคุณประโยชน์ต่าง ๆ เหล่านี้ควรได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงจะสามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือที่จะนำไปสู่การยอมรับและการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการ

บอกคุณประโยชน์บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเพื่อให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนของกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มอาชีพอื่น เนื่องจากปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ทั้งนี้ผลการศึกษาต่อกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นกลุ่มอื่นจะทำให้เกิดความรู้ด้านมุมมองในการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนได้มากขึ้น

5.3.2.2 ควรมีการศึกษการยอมรับนวัตกรรมอาหารกลุ่มอื่นเพิ่มมากขึ้น เพราะในปัจจุบัน การศึกษาเรื่องกระบวนการยอมรับนวัตกรรมอาหารยังมีน้อย โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสมาร์ทโฟน รถยนต์ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือ แอปพลิเคชันต่าง ๆ มากกว่า ซึ่งหากมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมอาหารมากขึ้น จะมีส่วนช่วยเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้

5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

ข้อสรุปที่ได้จากงานวิจัยนี้เป็นเพียงข้อคิดเห็นเฉพาะกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นกลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี เพียงแหล่งเดียว ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึง เดือน ธันวาคม 2563

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการ. **นวัตกรรมหรือนวัตกรรม (Innovation)**. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการ, กระทรวงศึกษาธิการ, 2521.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. “พาณิชย์ จับโกชนาการเชื่อมโยงกับโลกแห่งอินเทอร์เน็ต ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ใหม่ 31T (บิท) เล็ก – ลอง และบอกต่อ ให้กับอาหารที่ใช้ในงาน THAIFEX 2018”, **GNews**. <https://gnews.apps.go.th/news?news=19738>. 27 ตุลาคม, 2561.
- กฤษมันต์ วัฒนารรงค์. **เทคโนโลยีเทคนิคการศึกษา**. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2536.
- กองบรรณาธิการวอยซ์ทีวี. (2558). “คุณภาพชีวิต 'พยาบาลไทย' อยู่ในระดับต่ำ”, **VOICE**. <https://www.voicetv.co.th/read/163527>. 1 พฤศจิกายน, 2561.
- ชานนท์ ศิริธร. **การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- ชาย โพธิสิตา. **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2554.
- โชติกา ชุ่มมี. “อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต จุดเปลี่ยนและโอกาสของไทยที่ไม่ไกลเกินเอื้อม”, **EIC Analysis**. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/5057>. 24 ตุลาคม, 2561.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2559). “ตลาดอาหารทางการแพทย์บูมยอดขายพุ่ง60%”, **ข่าว**. <http://www.thansettakij.com/content/93465>. 22 ตุลาคม, 2561.
- ดารีกา ธรรมธาดา. (2556). “ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการยอมรับนวัตกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของประชาชนในจังหวัดสงขลา”, **ระบบบริหารจัดการงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา**. http://ird.skru.ac.th/RMS/show_research.php?id=202. 13 กุมภาพันธ์, 2564.
- เท็ดรัฐ แววศักดิ์. **การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554.
- ธนาคารกสิกรไทย. “นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าอาหารไทยสู่ตลาดโลก”, **รอบรู้ธุรกิจ**. <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Thai-Food-Innovation.aspx>. 19 ตุลาคม, 2561.
- ธิตีมา บุญเจริญ. “แนวโน้มใหม่ของเทคโนโลยีสุขภาพ New Trends in Health Technology”, **วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**. 5(5): 25-32; กันยายน- ตุลาคม, 2556.
- นริศร์ธร ตูลาผล. (2559). “เจาะตลาดอาหารเสริมความงามกับความท้าทายในอนาคต”, **EIC Analysis**. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2858>. 29 เมษายน, 2561.
- นิตา ชูโต. **การวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: พรีนโพร, 2551.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์. (2560). “อาหารสูตรครบถ้วน”, **ความรู้ในการดูแลสุขภาพ**.
<https://www.nestlehealthscience-th.com/healthmanagement/aging/completenutrition>. 19 พฤษภาคม, 2561ก.
- _____. “อาหารสูตรครบถ้วนผลงานวิจัยใน 42 วัน”, **ความรู้ในการดูแลสุขภาพ**.
<https://www.nestlehealthscience-th.com/health-management/aging/42days>. 12 ตุลาคม, 2561ข.
- _____. “บูสท์ ออปติมัม”, **ข้อมูลผลิตภัณฑ์**. <https://www.nestlehealthscience-th.com/brands/boost>. 21 ตุลาคม, 2561ค.
- นันทพร คชรินทร์. **การศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2549.
- ประชาสัมพันธ์สมาคมวิทย์ ท้องถิ่นอุบลราชธานี. (2560). “วิกฤติความแออัดของโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ ตอน ที่ 2”, **อุบลวันนี้**. https://web.facebook.com/UbonWanNi/posts/วิกฤติความแออัดของโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์-ตอนที่-2-ณ-ห้องประชุมผู้บริหารเทศบาล/1199686656821303/?_rdc=1&_rdr. 1 พฤศจิกายน, 2561.
- ปรีชา โอฬารอ่วมกุล. **กระบวนการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2553.
- ปาริชาติ รัตนราช, อารี ชิวเกษมสุข และวิไล กุศลวิศิษฐ์กุล, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานที่ดีของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์จังหวัดอุบลราชธานี, **วารสารพยาบาลทหารบก**. 18(2): 74-82; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2560.
- โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์. “วิสัยทัศน์ของโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์”, **วิสัยทัศน์ พันธกิจ**. <https://www.sunpasit.go.th/2014/index.php?files=mission>. 1 ตุลาคม, 2561.
- วชิราวุธ วันชูพริ้ง. **การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์**. **กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยานยนต์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.
- วิมลพรรณ เสถียรถาวรวงศ์. **การศึกษากระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาไส้กรอกไขมันต่ำ Betagro Low Fat**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- สมชัย วิเศษมงคลชัย. (2560). “นวัตกรรมนำสู่อนาคตประเทศไทย”, **อัฟโหลด**.
<http://www.dharma-centre.chula.ac.th/>. 15 สิงหาคม, 2561.
- สุภางค์ จันทวานิช. **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุรชัย นิวัติเจริญรุ่ง. **กระบวนการพัฒนาและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระเบื้องเซรามิกพื้นตราคอตโต้ พร้อมระบบติดตั้งสปีดเซอร์เฟสอินเตอร์ล๊อค**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2553.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. **การพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2526.
- _____. **การพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช. 2540.
- สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี. **การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร จังหวัดอุบลราชธานี ไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม 2560)**. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561.
- สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง. (2560). “สถิติประชากรและบ้าน-จำนวนประชากรแยกชายอายุ”, **ระบบสถิติทางการทะเบียน**.
http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php. 27 สิงหาคม, 2561.
- อธิคุณ แรงสุข. **พฤติกรรมความมีวินัยของคนในครอบครัวในอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2552.
- อรุณี อ่อนสวัสดิ์. **ระเบียบวิธีวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร. 2551.
- อาณัติ นิตธีรรมยง. (2561). “ส่องเทรนด์อาหารมาแรง ชูนวัตกรรมเทคโนโลยีอาหารตอบโจทย์คนไทย เสริมสร้างสุขภาพ”, **สุขภาพและความงาม**.
<https://goodlifeupdate.com/lifestyle/99161.html>. 20 ตุลาคม, 2561.
- อภาววรรณ โสภณธรรมรักษ์. (2557). “ปี 68 ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์”, **ข่าวสุขภาพ**.
<http://www.thaihealth.or.th/Content/23525-ปี%2068%20ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์%20.html>. 27 ตุลาคม, 2561.
- Benedetto, C. A. “Identifying the key success factors in new product launch”, **The Journal of Product Innovation Management**. 16(16): 569-579; November, 1999.
- Boddy, C. R. “Sample size for qualitative research. Qualitative Market Research”, **An International Journal**. 19(4): 426-432; September, 2016.
- Cormican, K. and O’Sullivan, D. “Auditing best practice for effective product innovation management”, **Technovation**. 24(10): 819-829, October, 2004.
- Economic Intelligence Center. (2015). “Industry outlook 2016”, **SCB EIC**.
https://www.scbeic.com/th/events_calendar/file/1448942417159/e9luzo613s/Industry%20outlook%202016_FB_Tuna_fruitsandveggies_20151127_final.pdf. 28 October, 2018.
- Kotler, P. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc, 1991.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Kumar, V. G. “Social Media as an educational tool: Opportunities and challenges”, **International Journal of Innovative Research & Studies**. 3(2): 269-282; February, 2015.
- Ilorri, M. O. and et al. “Management of new product development in selected food companies in Nigeria”, **Technovation**. 20(6): 333-342; June, 2000.
- Mccathy, E., Perreault, J. and William, D. Jr. **Basic marketing**. New York: Irwin Publishing, 1991.
- Miles, M. B. and Huberman, A. M. **Qualitative Data**. 2nd ed. Thousand Oaks, California: Sag Publication, 1994.
- Moore, G. A. **Crossing the chasm: Marketing and selling high-tech products to mainstream customers**. New York: Harper Business, 1995.
- Petrick, J. I. and Echols, A. E. “Technology roadmapping in review: A tool for making sustainable new product development decisions”, **Technological Forecasting and Social Change**. 71(1-2): 81-100; February, 2004.
- Pujari, D., Wright, G. and Peatie, K. “Green and competitive influences on environmental new product development performance”, **Journal of Business Research**. 56(8): 657-671; February, 2003.
- Rogers, E. M. and Shoemaker, F. F. **Communication of Innovation: A cross-cultural approach**. New York: The Free Press, 1971.
- _____. **Communication of innovations: A cross-cultural approach**. New York: Free Press, 1978.
- Rogers, E. M. **Diffusions of Innovations**. 3rd ed. New York: Division of Macmillan Publishing Co, Inc., 1983.
- _____. **Diffusion of innovations**. 4th ed. New York: Free Press, 1995.
- _____. **Diffusion of innovations**. 5th ed. New York: Free Press, 2003.
- Shimp, T. A. **Integrated marketing communications in advertising and promotion**. 7th ed. China: Thomson South-Western, 2007.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J. and Walker, B.J. **Fundamentals of Marketing**. 10th ed. New York: McGraw Hill, Inc, 1994.
- Wertime, K. and Fenwick, I. **Digimarketing: The essential guide to new media & digital marketing**. Singapore: John Wiley, 2008.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ให้ข้อมูล หลัก	สถานที่สัมภาษณ์	วันที่สัมภาษณ์	เวลาที่ สัมภาษณ์
1	คุณยุพิน คุณสัจย์	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	11 พฤศจิกายน 2563	10.00 น.
2	คุณมัทรี รัตโน	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	11 พฤศจิกายน 2563	09.15 น.
3	ไม่ประสงค์ออก นาม	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	18 พฤศจิกายน 2563	12.10 น.
4	คุณอรรณณ สาย สุวรรณ	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	12 พฤศจิกายน 2563	11.00 น.
5	คุณอุรา โสรส	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	14 พฤศจิกายน 2563	10.30 น.
6	คุณสุพัฒธิดา จัน ระคล	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	11 พฤศจิกายน 2563	11.50 น.
7	ไม่ประสงค์ออก นาม	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	15 พฤศจิกายน 2563	12.10 น.
8	คุณเพชรรา แสง มณี	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	13 พฤศจิกายน 2563	16.40 น.
9	คุณวิชุดา บุญทน	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	16 พฤศจิกายน 2563	15.30 น.
10	ไม่ประสงค์ออก นาม	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	16 พฤศจิกายน 2563	10.20 น.
11	คุณทิพวรรณ บัว ทอง	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	14 พฤศจิกายน 2563	16.00 น.
12	คุณพัชราภรณ์ ศรีไชย	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	18 พฤศจิกายน 2563	18.00 น.

หมายเหตุ: รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักนี้ไม่ได้เรียงตาม N1 ถึง N12 ตามที่ได้ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured interview Form)
การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน: กรณีศึกษา กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ใน
โรงพยาบาล สรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี
 INNOVATION ADOPTION OF COMPLETE NUTRITION PRODUCT: A CASE STUDY OF REGISTERED NURSES IN
 SANPASITHIPRASONG HOSPITAL, UBON RATCHATHANI PROVINCE

ส่วนที่ 1 ชื่อเรื่องวิจัย การยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน: กรณีศึกษา กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย นางสาวปิยะธิดา ศรีวัง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ส่วนที่ 2 ส่วนผู้สัมภาษณ์

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

อายุ.....

เพศ.....

ระดับการศึกษา.....

ตำแหน่ง.....

สถานภาพ.....

อาชีพ.....

รายได้.....

รูปแบบการใช้ชีวิตเป็นอย่างไร.....

โรคประจำตัว.....มีปัญหาสุขภาพอะไรหรือไม่.....

ประสบการณ์ในการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม.....มี.....ไม่มี.....

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน.....

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน (ในส่วนนี้จะสัมภาษณ์หลังจากผู้ให้ข้อมูลหลักได้ทดลองทานผลิตภัณฑ์แล้ว) โดยประกอบไปด้วยคุณลักษณะของนวัตกรรม 5 คุณลักษณะ ดังนี้

4.1) ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage)

4.1.1) คุณมีความคิดเห็นอย่างไรหลังจากได้เห็นรูปลักษณ์และทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัมแล้ว

.....

.....

.....

4.1.2) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีคุณประโยชน์มากกว่าอาหารเสริมแบบอื่นหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.1.3) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีราคาที่คุณค่ากว่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมแบบอื่นหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)

4.2.1) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม โดยภาพรวมมีความทันสมัยเข้ากับยุคสมัยของสังคม สอดคล้องกับค่านิยมของคนที่รักสุขภาพในปัจจุบันนี้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.2.2) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีความเหมาะสม และเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิต (Life style) ของคุณในปัจจุบันนี้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.2.3) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ตรงกับความต้องการของคุณในปัจจุบันนี้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)

4.3.1) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีความสะดวกสบายต่อการรับประทานหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

4.3.2) คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม (อธิบายลักษณะสินค้า) มีความสะดวกสบายต่อการเก็บรักษาและพกพาหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability)

4.4.1) ถ้าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีตัวอย่างให้ทดลองในรูปแบบซอง (Sachet) ต่อ 1 serving เพื่อให้ทดลองชิมรสชาติ และสะดวกต่อการพกพา หรือมีตัวอย่างแบบกระป๋อง (400 กรัม) ให้ทดลองรับประทาน คุณมีความคิดเห็นอย่างไร เพราะอะไร

.....

.....

.....

4.4.2) หากมีบูทชงชิมและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม คุณมีความคิดเห็นอย่างไร และคิดว่าควรจัดให้ชิมตรงบริเวณไหน คุณจึงจะสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4.5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)

4.5.1) หลังจากที่ได้รับฟังการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม และได้ทดลองรับประทานแล้ว คุณเห็นถึงประโยชน์จากการรับประทานผลิตภัณฑ์หรือไม่ อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

4.5.2) ผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีการบอกและประชาสัมพันธ์ส่วนประกอบและคุณประโยชน์ต่าง ๆ ไว้บนบรรจุภัณฑ์ คุณมีความรู้สึกว่าคุณข้อมูลที่ให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4.5.3) คุณเคยเห็นผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม วางขายที่ไหนบ้าง เห็นแล้วรู้สึกจดจำได้จากอะไร มีสิ่งใดที่โดดเด่นในการจดจำ

.....

.....

.....

4.5.4) หากจะเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม คุณคิดว่าควรจะไปเพิ่มไปที่ช่องทางใดบ้าง เพราะอะไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน (ในส่วนนี้จะสัมภาษณ์หลังจากผู้ให้ข้อมูลหลักได้ทดลองทานผลิตภัณฑ์แล้ว) โดยประกอบไปด้วยส่วนของคำถามที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม 5 ส่วน ดังนี้

5.1 ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับการรู้จัก (Awareness)

5.1.1 ก่อนที่คุณจะได้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยครั้งนี้ คุณรู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วน เนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มาก่อนหรือไม่ และหากรู้จัก คุณรู้จักจากที่ใด

.....

.....

.....

5.1.2 คุณคิดว่าสิ่งใดที่มีส่วนช่วยให้กลุ่มพยาบาลวิชาชีพ รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ได้มากขึ้น

.....

.....

.....

5.2 ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับการสนใจ (Interest)

5.2.1 หลังจากที่คุณได้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยครั้งนี้แล้ว คุณมีความสนใจในผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มากขึ้นหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

5.2.2 คุณคิดว่าสิ่งใดที่มีส่วนช่วยให้คุณเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม อย่างไร

.....

.....

.....

5.3 ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับการประเมินทางเลือก (Evaluate)

5.3.1 ภายหลังจากที่คุณได้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยครั้งนี้ คุณประเมินผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม ว่าเป็นอย่างไร เหมาะที่จะนำมารับประทานหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5.3.2 ปัจจัยใดบ้างที่คุณใช้ในการพิจารณาและประเมินว่าผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไฮเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม มีความเหมาะสมกับคุณหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5.4 ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับการทดลอง (Trial)

5.4.1 ภายหลังจากที่คุณได้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยครั้งนี้ คุณอยากทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5.4.2 ปัจจัยใดบ้าง ที่มีส่วนทำให้คุณอยากทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5.5 ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับการยอมรับและนำไปใช้ (Adoption)

5.5.1 ภายหลังจากที่คุณได้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยครั้งนี้ คุณยอมรับและจะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5.5.2 ปัจจัยใดบ้าง ที่มีส่วนช่วยให้คุณยอมรับและอยากรับประทานของผลิตภัณฑ์อาหารสูตรครบถ้วนเนสท์เล่ เฮลท์ ไซเอนซ์ บูสท์ ออปติมัม อย่างต่อเนื่อง เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวปิยะธิดา ศรีวัง
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546-2549 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2549 – 2551 พนักงาน Call center บริษัทแอดวานซ์อินโฟเซอริวีสจำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2551 – 2555 Consumer Service บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด
ตำแหน่งงาน	Senior Nutrition Sale Representative
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 02-657-8582