

หัวข้อวิจัย ผังความชอบของเครื่องดื่มกาแฟผสมสำเร็จรูปที่วางจำหน่ายในประเทศไทย
ผู้ดำเนินการวิจัย ดร.วราภรณ์ วิทยาภรณ์ และนายวีระพงศ์ วิรุฬห์รัตนกฤษณ์
หน่วยงาน หลักสูตรเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร โรงเรียนการเรือน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปี พ.ศ. 2558

ผลิตภัณฑ์กาแฟผสมสำเร็จรูปชนิด 3 in 1 เป็นเครื่องดื่มที่นิยมบริโภคในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความชอบของผู้บริโภค และคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสที่สำคัญของกาแฟผสมสำเร็จรูปชนิด 3 in 1 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านความชอบและคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสด้วยเทคนิคการสร้างผังความชอบ จากการสำรวจผลิตภัณฑ์กาแฟผสมสำเร็จรูปชนิด 3 in 1 ที่วางจำหน่ายในท้องตลาดประเทศไทย พบว่าสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กาแฟทั่วไป และกาแฟเพื่อควบคุมน้ำหนัก มีผลิตภัณฑ์จำนวน 25 ตรา ยี่ห้อ รวมทั้งหมด 45 ตัวอย่าง ผลการสำรวจคุณลักษณะผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคเป้าหมายด้วยวิธีอภิปรายกลุ่ม (Focus group discussion) ได้ตัวอย่างกาแฟผสมสำเร็จรูปชนิด 3 in 1 ที่มีส่วนผสมแตกต่างกัน จำนวน 10 ตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป จากนั้นทดสอบความชอบของผู้บริโภค จำนวน 110 คน แบ่งเป็นเพศชาย 50.00% และเพศหญิง 50.00% อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 35 - 50 ปี คิดเป็น 47.70% พบว่า กาแฟผสมสำเร็จรูปชนิด 3 in 1 มอคโคน่า (คลาสสิก) มีคะแนนความชอบในคุณลักษณะต่าง ๆ สูงสุด ได้แก่ ลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสขม รสหวาน ความมัน และความชอบโดยรวม ผลการประเมินคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสเชิงพรรณนา พบว่ากลุ่มผู้ทดสอบที่ผ่านการฝึกฝนสามารถแยกแยะได้ 23 คุณลักษณะ เมื่อนำข้อมูลคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสเชิงพรรณนามาวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis; PCA) สามารถแบ่งคุณลักษณะเป็น 2 กลุ่มซึ่งอธิบายความแปรปรวนได้ 72.44% ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 คือ คุณลักษณะด้านรสหวานและนม และองค์ประกอบที่ 2 คือ คุณลักษณะด้านรสขมและความฝาด เมื่อนำข้อมูลด้านความชอบและข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสเชิงพรรณนามาสร้างผังความชอบ (Preference Mapping) ด้วยโปรแกรม XL Stat ได้ผังความชอบที่ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก ซึ่งอธิบายความแปรปรวนได้ 87.20% โดยคุณลักษณะที่ส่งผลเชิงบวกต่อความชอบ ได้แก่ กลิ่นคาราเมล และรสหวาน ส่วนคุณลักษณะที่ส่งผลเชิงลบต่อความชอบ ได้แก่ รสขมติดลิ้น รสขมตกค้าง และความฝาดตกค้าง

Research Title	Preference Mapping of Commercial Instant Coffee Mix in Thailand
Researcher	Dr.Varaporn Vittayaporn and Mr.Weerapong Wirunthanakrit
Organization	Food Processing Technology Curriculum, School of Culinary Arts, Suan Dusit Rajabhat University
Year	2015

3 in 1 instant coffee mix is a popular beverage in Thailand. The objectives of this study were to investigate consumer acceptance and sensory characteristics of commercial instant coffee mix available in Thailand and relationships between consumer acceptance and sensory attributes using preference mapping. There were 2 types of instant coffee mix from market survey including instant coffee mix and weight control diet coffee mix. There were 25 brands of instant coffee mix which total 45 products. The ten instant coffee mix samples used in this study were selected from focus group discussion with target consumers. For acceptability test, coffee samples were evaluated by 110 target consumers which 50.00% male and 50.00% female consumers, 47.70% of consumers' age were 35 - 50 years old, found Moccona (Classic) had the highest acceptance scores in appearance, color, aroma, bitter, sweet, oiliness and overall liking. The sensory descriptive analysis was conducted by ten trained panelists. The panel identified 23 sensory attributes. The results from principal component analysis (PCA) of descriptive data demonstrated that two principal components (PCs) could describe 72.44% of the variation. PC1 was sweet and milk characteristics and PC2 was bitter and astringent characteristics. The results of preference mapping identified attributes into 2 PCs that could explain 87.20% of the variation. Caramel aroma and sweet were drivers of liking whereas bitter on tongue, bitter aftertaste and astringent aftertaste were drivers of disliking.