การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล

ภารดี บรรจงเกลี้ยง

รายงานการศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระเรื่อง “การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความเมตตา กรุณา และความอนุเคราะห์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ผู้วิจัยขอใช้พื้นที่กิตติกรรมประกาศนี้ในการกล่าวขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. พัลลภา ปีติสันต์ ซึ่งเสียสละเวลาเพื่อเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา ตลอดจนช่วยตรวจทานและช่วยชี้แนะแนวทางในการแก้ไขให้การศึกษาวิจัยอิสระนี้สำเร็จลุล่วง ขอขอบพระคุณประธานกรรมการและคณะกรรมการสอบ ซึ่งให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญและนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานสาขาการจัดการธุรกิจอาหาร ที่คอยช่วยเหลือ ดูแล และประสานงานให้การศึกษาวิจัยสามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงคณะเจ้าหน้าที่ท่านอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ท่านรองผู้ช่วยผู้อำนวยการโรงเรียนพิบูลประชาสรรค์ นายสมยศ เทพนิมิต และผู้อำนวยการโรงเรียนกานดา นายธเนศ เกตุกาหลง ที่อนุญาตให้ทำการวิจัยในโรงเรียน รวมถึงให้ความเมตตา ให้ความอนุเคราะห์ด้านสถานที่ และอุปกรณ์ต่างๆ ขอกราบขอบพระคุณคุณครูอุไร สุริยกุล ณ อยุธยา ที่สละเวลาอันมีค่าในการช่วยควบคุมดูแลเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างของการดำเนินการเก็บข้อมูลในงานวิจัย และขอขอบคุณเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาจากทั้งสองโรงเรียน ที่ให้ความสนใจมาเป็นกลุ่มตัวอย่างให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์เก็บข้อมูล

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษาและเป็นแรงใจ ในการทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนขอบคุณเพื่อนๆทุกคน ซึ่งคอยให้กำลังใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยตลอดตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยอิสระนี้จะสามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีประโยชน์ต่อผู้วิจัย และผู้ที่สนใจนำการศึกษาวิจัยอิสระนี้ไปต่อยอดได้ ทั้งนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ภารดี บรรจงเกลี้ยง

การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล
A STUDY OF PACKAGING ELEMENTS THAT CHILDREN PAY ATTENTION TO PRODUCT SELECTION OF BREAKFAST CEREALS.

ภารดี บรรจงเกลี้ยง 5650296

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษารายงานการศึกษาอิสระ: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง, Ph.D., ปลื้มฤดี เทพหัสดิน ณ อยุธยา, M.B.A.

บทคัดย่อ

เด็กอายุ 7-11 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มมีความเข้าใจทางภาษา มีอิทธิพลต่อพ่อแม่ เริ่มเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง บรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารผ่านการมองเห็น มีองค์ประกอบหลายส่วน เช่น สี ภาพประกอบ รูปร่าง ขนาด ตัวอักษร และตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งแต่ละส่วนก็มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า และศึกษาถึงความแตกต่างในการให้เหตุผลในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษากลุ่มตัวอย่างเด็กอายุ 7-11ปี จำนวน 30 คน จากโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน พบว่าเด็กเลือกสีโดยเชื่อมโยงจากประสบการณ์ที่ตรงกับความเป็นจริง เด็กผู้ชายจะเลือกสีที่ตรงกับรสชาติที่ตนเองชอบ และเด็กโรงเรียนเอกชนสามารถให้เหตุผลเกี่ยวกับความชอบด้านสีได้หลากหลายกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล ภาพประกอบสามารถดึงดูดเด็กให้สนใจสินค้าได้ มีผลมากต่อเด็กในวัย 7-9 ปี และจะลดลงเมื่อเด็กมีอายุมากขึ้น ทางด้านรูปร่างนั้น เด็กเลือกรูปร่างแบบกล่อง แบบถ้วย และแบบถุงตามลำดับ ซึ่งเด็กโรงเรียนเอกชนจะพิจารณาเรื่องรูปร่างเชื่อมโยงกับปริมาณที่ได้รับมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล ในเรื่องขนาดของสินค้านั้นเด็กจะมองในเรื่องของขนาดที่สำคัญกับปริมาณ โดยเด็กผู้ชายจะเลือกขนาดที่พอดีกับตนเองเป็นหลัก ด้านตราสินค้า เด็กมีทั้งที่สามารถจดจำตราสินค้าที่เคยบริโภคได้และไม่ได้ โดยเด็กวัย 7-8 ปี จะเลือกตราสินค้าก่อนเลือกซีเรียล ด้านตัวอักษร เด็กโรงเรียนเอกชนสนใจตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล ทั้งยังพบว่าของแถมมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็กผู้ชาย และมีผลต่อเด็กในทุกช่วงอายุที่ทำการศึกษา และเด็กยังเลือกของให้ผู้อื่นโดยพิจารณาถึงประโยชน์ สังเกตจากความชอบของผู้อื่น และเลือกจากประสบการณ์ที่เคยพบเห็นร่วมกับผู้รับ

คำสำคัญ : อาหารเช้าซีเรียล/ องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์

164 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	**ข**
บทคัดย่อ	**ค**
สารบัญ	**ง**
สารบัญตาราง	**ฉ**
สารบัญภาพ	**ญ**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 โครงสร้างของงานวิจัย	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**5**
2.1 การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของเด็ก	5
2.2 บทบาทและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์	6
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	**11**
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	11
3.1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	11
3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	11
3.1.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย	14
3.1.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	**28**
4.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า	112
4.2 ปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า	138
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	**146**
5.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า	146
5.2 ปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล	150
5.3 ข้อเสนอแนะ	152
บรรณานุกรม	**154**
ภาคผนวก	**159**
ภาคผนวก ก ภาพแสดงตัวอย่างสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล	160
ประวัติผู้วิจัย	**164**

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แสดงมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ซีเรียลในประเทศไทย ปี 2554-2558	2
3.1	แสดงเพศและอายุของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 โรงเรียนพิบูลประชาสรรค์	12
3.2	แสดงเพศและอายุของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16-30 โรงเรียนกานดา	13
3.3	แสดงบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ของอาหารเช้าซีเรียลที่ให้เด็กเลือก	15
4.1	แสดงการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน	28
4.2	แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1	29
4.3	แสดงจำนวนรหัสแบบเปิดของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 โรงเรียนรัฐบาลและ คนที่ 16-30 โรงเรียนเอกชน จำนวน 30 คน	34
4.4	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1	66
4.5	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 2	68
4.6	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 3	69
4.7	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 4	70
4.8	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 5	71
4.9	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 6	72
4.10	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 7	74
4.11	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 8	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
412	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 9	77
4.13	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 10	78
4.14	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 11	79
4.15	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 12	80
4.16	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 13	82
4.17	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 14	84
4.18	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 15	86
4.19	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16	87
4.20	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 17	88
4.21	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 18	89
4.22	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 19	90
4.23	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 20	91
4.24	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 21	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.25	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 22	94
4.26	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 23	95
4.27	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 24	96
4.28	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 25	97
4.29	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 26	99
4.30	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 27	101
4.31	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 28	102
4.32	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 29	103
4.33	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กันและรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 30	105
4.34	ตารางสรุปผลการเลือกมาสคอต (Mascot) ของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 (โรงเรียนรัฐบาล)	106
4.35	ตารางสรุปผลการเลือกมาสคอต (Mascot) ของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16-30 (โรงเรียนเอกชน)	107
4.36	แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน Axial Coding)	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.37	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	117
4.38	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	123
4.39	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	126
4.40	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	129
4.41	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	133
4.42	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	136
4.43	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) เกี่ยวกับเหตุผลที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	140
4.44	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็ก	143
4.45	แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ด้านการเลือกสินค้าให้ผู้อื่น	145

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
3.1	แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลแบบไม่แยกประเภท (ยกเว้นยกเว้นซีเรียลที่มีของแถมและซีเรียลแบบผู้ใหญ่) ที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก	21
3.2	แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลที่มีของแถมที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก	22
3.3	แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลที่เป็นยี่ห้อเดียวกัน 3 รูปทรง แบบกล่อง แบบถุง แบบถ้วยที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก	23
3.4	แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลขนาดใหญ่เปรียบเทียบกับขนาดเล็กที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก	24
3.5	แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลแบบผู้ใหญ่ที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก	25
4.1	แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านสีของบรรจุภัณฑ์	112
4.2	แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์	118
4.3	แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์	124
4.4	แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์	127
4.5	แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์	130
4.6	แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์	134

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรูปแบบทางสังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะคนในสังคมเมืองที่แต่งงานช้าลง เกิดเป็นครอบครัวขนาดเล็กมากขึ้น คือ มีพ่อ แม่และลูก ซึ่งเห็นได้จากอัตราการเกิดที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2503 เป็นต้นมา และมีแนวโน้มว่าจำนวนเด็กเกิดแต่ละปีจะลดลงเหลือไม่ถึง 7 แสนคนในอีก 20 ปี ข้างหน้า (ปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา ว่าพัฒนวงศ์, 2555) โดยการที่พ่อแม่มีลูกน้อยลงนั้นทำให้มีเวลาเอาอกเอาใจลูกมากขึ้น เด็กยังเป็นผู้บริโภคที่น่าสนใจ เนื่องจากมีอิสระในการใช้จ่ายสินค้า และยังเป็นผู้บริโภคที่เกิดความภักดีต่อสินค้าในอนาคต (Mcneal,1990) อีกทั้งเด็กยังมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของพ่อแม่หรือคนในครอบครัว เช่น การรบเร้าเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ต้องการ (Nicholls and Cullen, 2004) เด็กในวัย 7-11 ปี เป็นวัยที่อยู่ในขั้นคิดวิเคราะห์ สามารถให้เหตุผลในสิ่งต่างๆได้ รวมทั้งสามารถคิดได้อย่างเป็นรูปธรรม สามารถนำความรู้ ประสบการณ์ในอดีตมาแก้ปัญหาในเหตุการณ์ใหม่ (Lall and Lall, 1983) ทำให้ผู้บริโภคเด็กช่วง 7-11 ปีเป็นกลุ่มที่น่าสนใจและเป็นเป้าหมายที่สำคัญทางการตลาด (Zeghache, 2014)

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาตลาดสินค้าซีเรียลนั้นเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2554-2558 โดยตลาดสินค้าซีเรียลในปี 2558 นั้นมีมูลค่าถึง 2,017 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นซีเรียลสำหรับเด็ก และซีเรียลสำหรับผู้ใหญ่ (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร, 2557) โดยที่ตลาดสินค้าซีเรียลสำหรับเด็กนั้น มีหลากหลายชนิดและหลากหลายรสชาติ เช่น ซีเรียลที่ทำมาจากธัญพืช ซีเรียลรสช็อกโกแลต ซีเรียลผสมเนื้อผลไม้ เป็นต้น ซึ่งเหมาะสำหรับเป็นอาหารเช้าสำหรับเด็กในยุคนี้ที่มีความเร่งรีบ หรือในมื้อด่วนที่สามารถรับประทานได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว

ตารางที่ 1.1 แสดงมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ซีเรียลในประเทศไทย ปี 2554-2558 (หน่วย: ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	2554	2555	2556	2557	2558	CAGR (%)
ซีเรียลสำหรับเด็ก	865	960	1,056	1,163	1,233	9.3
ซีเรียลสำหรับครอบครัว	521	570	621	679	784	10.8
รวม	1,386	1,530	1,676	1,842	2,017	9.8

ที่มา : Euromonitor International,2016

จากมูลค่าทางการตลาดของสินค้าซีเรียลสำหรับเด็กในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 2554-2558 สูงถึงร้อยละ9.3 ต่อปีนั้น ทำให้ทราบว่าถึงแม้ว่าอัตราการเกิดของประชากรในปัจจุบันลดลง แต่มูลค่าทางการตลาดของสินค้าซีเรียลกลับเติบโตขึ้นทุกปี มาตั้งแต่ปี 2554 จนถึง 2558 ทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าซีเรียลที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อผู้บริโภค (สุนิษฐา เศรษฐีธร,2559:ออนไลน์) โดยที่บรรจุภัณฑ์นั้นอาจนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบแตกต่างไปเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เนื่องจาก “บรรจุภัณฑ์ หรือหีบห่อของสินค้า” นอกจากจะเป็นสิ่งที่ช่วยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายแล้ว ยังทำหน้าที่สื่อความหมายต่อผู้บริโภค (ณัฏฐิกา สิงคะสะ, 2554) เป็นด่านแรกที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ เกิดความประทับใจ และอาจทำให้เกิดกระบวนการตัดสินซื้อ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ เช่น สี การออกแบบ ขนาด รูปทรง ลวดลาย ตัวอักษร เป็นต้น ที่มีผลต่อการรับรู้และความรู้สึกที่มีของผู้บริโภค รวมถึงสามารถรับรู้บุคลิกภาพสินค้าจากบรรจุภัณฑ์จากการสื่อสารความหมายผ่านทางองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2539) ผ่านการมองเห็น ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ที่ดีนอกจากจะทำหน้าที่หลักในการปกป้องสิ่งภายในแล้ว แล้วยังต้องทำหน้าที่เป็น พนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman) (Kornblau, 1961) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

ซึ่งการวิจัยที่พบในต่างประเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และในประเทศไทยมีการศึกษาถึงสิ่งที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าน้อยมาก ที่พบเป็นงานวิจัยของมณีรัตน์ บุญมัธยะ และ วรัญญภรณ์ ทวีรุจจนะ (2556) เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการศึกษาเด็กที่มีอายุระหว่าง 6-8 ปี ในสินค้าอาหารเช้าซีเรียลช็อกโกแลต ยาสีฟัน พบว่า เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าทั้งในด้านองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ เช่น สี ภาพประกอบ รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ขนาด ของแถม และอิทธิพลต่อกระบวนการทางสังคมกรณ์ของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยที่มีในอดีต เพื่อหาคำตอบ

ถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์แบบใดบ้างที่เด็กให้ความสนใจในการเลือก โดยใช้บรรจุภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลเพียงชนิดเดียว และศึกษาว่าเด็กมีเหตุผลในการเลือกอย่างไร เพื่อนำเสนอประเด็นที่พบและมองเห็นแนวโน้มของผู้บริโภคเด็กในอนาคต รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ต้องการศึกษาข้อมูล ผู้ผลิต นักการตลาด หรือต่อยอดในทางธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในการให้เหตุผลในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียลระหว่างเด็กที่ศึกษาอยู่โรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยที่จัดทำขึ้นมาในครั้งนี้เป็นงานวิจัย เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ศึกษาถึงการเลือกสินค้าของเด็กในช่วงอายุระหว่าง 7-11 ปี รวม 30 คน แบ่งออกเป็นผู้เข้าร่วมการวิจัยจากโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 15 คน และผู้เข้าร่วมการวิจัยจากโรงเรียนเอกชน จำนวน 15 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสินค้าที่ทำการศึกษา คือ อาหารเช้าซีเรียล

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล

1.4.2 ทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล

1.4.3 นำผลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวข้อง รวมถึงนำไปประยุกต์ใช้ในเรื่องของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับเด็ก เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน

1.5 โครงสร้างของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ประกอบไปด้วยบททั้งหมด 5 บท ได้แก่

บทที่ 1 เป็นการกล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล ซึ่งเป็นเด็กที่อยู่ในช่วงอายุ 7-11 ปี ที่นำไปสู่ที่มาของการศึกษาในครั้งนี้ รวมทั้งได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตการศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 กล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีการกล่าวถึงบทความงานวิจัย หรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในอดีต ที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อของการศึกษาในครั้งนี้

บทที่ 3 กล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัยของการศึกษาในครั้งนี้อย่างเป็นลำดับขั้น

บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการวิจัย

บทที่ 5 กล่าวถึงการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

"การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล" ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เด็กเกิดความสนใจซื้อ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแนวความคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของเด็ก และส่วนที่ 2 บทบาทและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

2.1 การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของเด็ก

"เด็ก" มักจะใช้ลักษณะทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ (สี รูปร่าง ขนาด) ในการจัดลำดับของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเด็กมีการเรียนรู้ที่จำกัด (Roedder and Sujan ,1990) โดย Piaget (1936) ยังได้ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการทางด้านความคิดของเด็กว่ามีขั้นตอนหรือกระบวนการอย่างไร โดยตั้งอยู่บนรากฐานของทั้งองค์ประกอบที่เป็นพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม พบว่า พัฒนาการทางสติปัญญาของบุคคลเป็นไปตามวัยต่างๆ อย่างเป็นลำดับขั้น งานวิจัยฉบับนี้สนใจศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเด็กอายุ 7-11 ปี เนื่องจากเด็กในช่วงอายุนี้จะมีความคิดหาเหตุผลตามหลักตรรกศาสตร์แบบรูปธรรม (Early concrete operational thinking) เป็นสิ่งที่จับต้องได้ เด็กช่วงวัยนี้สามารถรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น ใช้เหตุผลจากสิ่งที่มองเห็น เข้าใจวัตถุในลักษณะมากกว่าและน้อยกว่า มีความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งทั้งหมดและความสัมพันธ์บางส่วน สอดคล้องกับ Lindstrom and Seybold (2003) ที่กล่าวว่า เด็กเล็กตั้งแต่อายุหกขวบ จะทราบถึงมูลค่าของเงินและมูลค่าของสิ่งของที่พวกเขาซื้อ เด็กอายุแปดขวบสามารถพิจารณาได้ว่าสินค้าที่จะซื้อนั้นมีคุณค่าคุ้มกับเงินที่ต้องจ่ายไปหรือไม่ เด็กอายุ 12 ขวบ เกือบทุกคนสามารถซื้อสินค้าโดยเปรียบเทียบราคาได้เอง มีการทำวิจัยเกี่ยวกับเด็กในประเทศจีนพบว่า เมื่อเด็กโตพอจะจำสถานที่ที่ซื้อสินค้าได้และเริ่มมีความต้องการซื้อสินค้าด้วยตัวเอง เมื่อนั้นเด็กจะเริ่มใช้จ่ายด้วยตัวเองมากขึ้นโดยส่วนมากจะเป็นสินค้าประเภทซีเรียล (Cereal) และสินค้าที่มียี่ห้อ (Brand Name) (McNeal and Yeh, 1993) สนับสนุนงานวิจัยในอดีตของ

John-Roedder and Whitney (1986) ที่กล่าวว่า เด็กโตจะมีความสามารถและการใช้กลยุทธ์ที่ซับซ้อนมากกว่าเด็กที่มีอายุน้อยกว่า เนื่องมาจากเด็กโตได้รับข้อมูลที่มากกว่าและมีประสบการณ์ในการซื้อของมากกว่า ตัวอย่างเช่น เด็กโตจะจัดหมวดหมู่สิ่งของโดยพิจารณาจากคุณสมบัติพื้นฐานของสิ่งนั้นๆ (ฟังก์ชั่น หรือการใช้งาน) ในขณะที่เด็กอายุน้อยกว่าใช้ด้านการมองเห็นเป็นหลัก (ด้านสีและขนาด) ยิ่งไปกว่านั้นเด็กโตยังสามารถเชื่อมโยงหมวดหมู่ของสิ่งต่างๆเข้าด้วยกันได้อีกด้วย

2.1.1 ภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ (Gender Stereotype)

เป็นการถือเอาคุณลักษณะ ความแตกต่าง และบทบาทของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นอย่างนั้นเป็นอย่างนี้ เช่น การแยกเพศหญิงเพศชาย (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.), 2554) มีการศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กพบว่า เด็กเริ่มเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งของชนิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพศโดยตรง เช่น เด็กผู้หญิงเล่นตุ๊กตา และเมื่อเด็กเข้าสู่อายุ 4-6 ปี จะมีพัฒนาการในการเชื่อมโยงข้อมูลที่ซับซ้อนเกี่ยวกับเรื่องเพศมากขึ้น (Martin et al., 1990)

2.2 บทบาทและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

Kornblau (1961) ให้นิยามว่า บรรจุภัณฑ์เหมือนกับสิ่งที่ทำหน้าที่เป็น “พนักงานขายที่ไร้เสียง หรือการขายโดยผ่านตัวมันเอง (Silent Salesman)” เป็นการใช้การสื่อสารผ่านทางการมองเห็นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ เป็นการสื่อถึงตัวสินค้าและเป็นการชักจูงผู้บริโภคให้เกิดการซื้อ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตายังสามารถสร้างความประทับใจในตัวสินค้าและยังสามารถเพิ่มแรงกระตุ้นในตัวผู้บริโภคได้อีกด้วย ดังนั้น อิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า คือ การที่ผู้บริโภครับรู้ตัวผลิตภัณฑ์นั้นผ่านทางลักษณะที่ปรากฏภายนอก เช่น สี และรูปร่างของผลิตภัณฑ์ (Imram, 1999)

บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อมๆ กัน คือ ทั้งโฆษณาและการขาย (advertising and selling) บรรจุภัณฑ์ใดๆก็ตามควรมีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการ (สุกฤตา, 2554)

1. ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ (how it communicates verbally and nonverbally) เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปังด้วยพลาสติก ทำให้รู้สึกถึงความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่ง ทั้งยังสร้างความรู้สึกใหม่สดจากเตาอบให้แก่ผู้บริโภค

2. บรรจุภัณฑ์ควรสร้างความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกซื้อไปแล้วนั้น ยังต้องทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เนื่องจากการขายไม่ได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ (point of purchase) แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่อง จนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องออกแบบให้สามารถ สร้างความพอใจ มั่นใจ และเกิดความรู้สึกว่าเหมาะสมกับผู้ใช้ ถึงแม้จะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็น แต่ถ้าได้รับการออกแบบที่ดีก็ สามารถจะนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นส่วนตัวและสามารถส่งเสริมการขายได้

3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่น ให้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ สามารถ จดจำได้ง่าย หรือกยิบฉวยได้รวดเร็วในร้านค้า

2.2.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับเด็ก

เด็กเป็นผู้ควบคุม/มีอิทธิพลต่อสินค้าประเภทต่างๆ อาทิ ลูกอม, ขนมขบเคี้ยว ฯลฯ มีการใช้อำนาจในด้านการเป็นผู้บริโภคด้วยตัวของตัวเองเพิ่มมากขึ้น Silayoi and Speece (2004) ได้กล่าวไว้ว่า เนื่องจากเด็กมีความสามารถในการประมวลข้อมูลต่ำ พวกเขาจึงมักจะประเมินสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ่านทางการมองเห็นเป็นหลัก รวมถึงองค์ประกอบของข้อมูลผลิตภัณฑ์นั้นๆด้วย โดยผู้ประกอบการในตลาดอาหารเช้าซีเรียลมักนำกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มาใช้แข่งขันในตลาดอาหารเช้าซีเรียลสำหรับเด็ก (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร, 2557) ได้แก่

1. ความหลากหลายในรสชาติและรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล มีการเสนอรสชาติที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจของเด็ก อาทิ รสช็อคโกแลต โกโก้ และเคลือบคาราเมล มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งเป็นรูปบอล รูปดาว และรูปตัวอักษรABC

2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลในตลาดอาหารเช้าซีเรียลสำหรับเด็กมักจะเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสดใส มีรูปตัวการ์ตูน(Cartoon) ที่เด็กๆ ชื่นชอบ

3. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล มีการอกกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ขนาด คือ

3.1 บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กที่มีปริมาณสำหรับการรับประทานเพียง 1 มื้อ เพื่อให้ง่ายต่อการรับประทานและการพกพา ส่วนใหญ่มีขนาดบรรจุประมาณ 20-25 กรัม

3.2 บรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ สำหรับซื้อไว้แบ่งรับประทานหลายมื้อ ส่วนใหญ่มีขนาดบรรจุประมาณ 100-200 กรัม

2.2.2 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดต้องมีส่วนประกอบต่างๆนามารวมกันให้ออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่ง Kotler (2003) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญมี 6 อย่าง เช่น สี ขนาด รูปแบบ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร และตราสินค้า ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคสามารถที่จะมองเห็นเป็นอันดับแรก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นเด็กอายุ 7 -11 ปี ซึ่งเป็นวัยที่สามารถรับรู้และเข้าใจปัญหาที่เป็นรูปธรรมส่วนปัญหาที่เป็นนามธรรมนั้นเด็กยังไม่สามารถแก้ได้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ในด้าน สี (Color) ภาพประกอบ (Illustration) รูปร่าง (Shape) ขนาด (Size) ตัวอักษร (Letter) และ ตราสินค้า (Brand) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้านั้นๆ มีการวิจัยที่กล่าวถึงอายุของผู้บริโภคซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการควบคุมเรื่องการออกแบบของบรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่เป็นเด็กเล็ก โดยปกติจะออกแบบเป็นรูปร่างทรงกลมที่ทำจากเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่ม (Gollet and Guichard , 2011)

สี (Colour)

Marshall, Stuart and Bell (2006) พบว่า สีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในตัวเลือกที่เกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กในตลาดส่วนใหญ่เลือกใช้สีสว่างสดใสเพื่อดึงดูดสายตาเด็กและทำให้เด็กสนุกสนานและตื่นตาตื่นใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Roberts (2005) “ความสนุกสนาน” ทำให้เด็กตอบรับสินค้าประเภทอาหารเป็นอย่างดี เนื่องจากสัมผัสได้ถึงความสนุก อาจเพราะเด็กๆค่อนข้างมีประสาทสัมผัสเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ที่ไวต่อความรู้สึกของเด็กมากที่สุด (McNeal, 1964, 1992) ทั้งยังพบอีกว่า เด็กมักจะเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์ที่ชอบหรือนำสีไปเชื่อมโยงกับสิ่งที่ชอบ มีการคำนึงถึงบุคคลที่จะเลือกให้ จนถึงมีการแบ่งเพศชายหญิงจากการเลือกสี (มณีรัตน์ บุญมัธยะและวรัญญภรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556) ได้มีการศึกษา เด็กที่มีอายุระหว่าง 6-11 ปี พบว่า สีฟ้า สีแดง และสีม่วง เป็นสีที่เด็กชอบมากที่สุด ส่วนสีที่เด็กชอบน้อยที่สุด คือ สีดำ สีน้ำตาล และสีเขียวตามลำดับ โดยเด็กจะชอบสีที่หลากหลายมากขึ้นเมื่อโต (Gollet and Guichard , 2011)

ภาพประกอบ (Illustration)

ภาพประกอบ คือ ภาพที่วาดขึ้นมา หรือนำมาแสดงเพื่อใช้ประกอบเรื่อง (ราชบัณฑิตสถาน, 2538) และแสดงให้เห็นการอธิบายประกอบตัวอย่างด้วยรูปภาพ ที่ลงคู่กับเรื่องราวเพื่อให้เห็นเรื่องราวนั้นชัดเจนขึ้น (มานิต มานิตเจริญ, 2520) ในผลิตภัณฑ์อาหารเช้าสำหรับเด็กได้มีการใช้ Spokescharacters คือ ตัวการ์ตูนที่เป็นสัตว์ หรือภาพของบุคคลที่มีชื่อเสียงมาวางอยู่บนบรรจุภัณฑ์ด้วย ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล Kellogg ใช้ตัวการ์ตูนที่เป็นเสือที่เด็กทั่วไปรู้จักกันในชื่อของ “Tony the tiger” (McNeal and Ji, 2003) ซึ่งการ์ตูนแคแรคเตอร์ (licensed characters) มีอิทธิพลต่อความชอบและการตัดสินใจของเด็ก สามารถสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับเด็ก สร้างความซื่อสัตย์กับตราสินค้า (Brand Loyalty) และยังคงมีอยู่มาจนถึงตอนเป็นผู้ใหญ่ (Connell , Brucks and Nielsen, 2014), (Garretso and Burton, 2005) ยิ่งไปกว่านั้นเด็กยังมีการแยกเพศชายและเพศหญิงจากภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ (มณีรัตน์ บุญมัธยะและวรัญญภรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556) อีกด้วย

รูปร่าง (Shape)/ ขนาด (Size)

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในเรื่องของรูปร่าง (Shape) โครงสร้าง (Structure), ตราสินค้าที่น่าเชื่อถือ หรือสัญลักษณ์ที่มองเห็นเป็นเอกลักษณ์ สามารถสร้างความแตกต่างและทำให้เกิดการตัดสินใจ (Young, 2004) อีกทั้งยังทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำสินค้าได้ (Limstrom, 2005) ซึ่งรูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะมีอิทธิพลต่อเด็กโดยรูปร่างที่แปลกตาจะดึงดูดความสนใจของเด็กและเด็กยังชอบที่จะทดลองสินค้าใหม่ๆที่มีรูปทรงแตกต่างกัน (Silayoi and Speece, 2004) และควรออกแบบให้เหมาะสมกับการบริโภคของเด็กด้วย (Young, 2004) โดยเด็กจะมีการเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ชอบหรือเชื่อมโยงกับสิ่งที่ชอบ (มณีรัตน์ บุญมัธยะและวรัญญภรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556)

ตัวอักษร (Letter)

ตัวอักษร หมายถึง ตัวอักขระ ตัวเลข สัญลักษณ์ต่างๆ รวมถึงสระและวรรณยุกต์ที่สร้างขึ้นด้วยการขีดเขียนเพื่อนาไปใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์และเพื่อการสื่อความหมายแทนคำพูด ตัวอักษรถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความคิด บอกเล่าความหมายของข้อความแทนการพูดหรือการใช้เสียง (สันติ คุณประเสริฐ, 2542) เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด/ ประเภทของผลิตภัณฑ์ สามารถสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไร

ตราสินค้า (Brand)

ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ คำ สัญลักษณ์ การออกแบบ หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่งหรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่งขัน (Armstrong and Kotler, 2007) เป็นส่วนที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ (Myers, 2003) และตราสินค้ายังสามารถสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคผ่านบรรจุภัณฑ์ได้อีกด้วย (Duncan, 2002) งานวิจัยของ Young (2004) เมื่อผู้บริโภคเมื่อไปซื้อสินค้า ผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาถึงองค์ประกอบทุกอย่างของสินค้าอย่างถี่ถ้วน ร้อยละ 33 ของผู้ปกครองหรือเด็กที่เลือกซื้อสินค้ามองเฉพาะตราสินค้า(Brand) เท่านั้น ซึ่งโดยทั่วไปสินค้าจะมีลวดลายหรือสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบ เพื่อให้ผู้บริโภคแยกแยะความแตกต่างและเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับตราสินค้าได้ง่ายซึ่งจะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับสินค้านั้น สิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นชื่อของผลิตภัณฑ์ ชื่อของตราสินค้า สัญลักษณ์ รูปแบบของลวดลาย สี รูปแบบของการใช้สีและอื่นๆ ตัวอย่าง Kellogg ใช้ตัว K เป็นสัญลักษณ์ (ธนิดา ฉั่วเจริญ, 2549) โดยเด็กจะสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่ายขึ้นถ้าตราสินค้านั้นเห็นได้จากสีหรือภาพประกอบ (Macklin, 1996) มีรายงานจากสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (2011) พบว่า เด็กไทยร้อยละ 99.3 สามารถจำยี่ห้อตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยวที่มีรสเค็มได้ เช่น มันฝรั่งทอดกรอบ และ ร้อยละ 99.1 สามารถจดจำยี่ห้อของเครื่องดื่มที่มีรสหวาน เช่น น้ำอัดลมได้

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล” เป็นงานวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ต่อไป ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีขอบเขตและขั้นตอนดังรายละเอียดที่จะเสนอต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการและการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่เป็นเด็กอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 7-11 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง รวม 30 คน กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาของโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 15 คน โรงเรียนเอกชน จำนวน 15 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้เข้าร่วมวิจัยที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างเด็กช่วงอายุ 7-11 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเด็กทุกคนมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อสินค้าและมีความสมัครใจเข้าร่วมงานวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงเพศและอายุของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 โรงเรียนพิบูลประชาสรรค์ (โรงเรียนรัฐบาล)

ผู้เข้าร่วมวิจัย คนที่	โรงเรียนพิบูลประชาสรรค์	
	เพศ	อายุ
1	หญิง	7
2	ชาย	7
3	หญิง	7
4	หญิง	8
5	ชาย	8
6	หญิง	8
7	หญิง	9
8	หญิง	9
9	ชาย	9
10	ชาย	10
11	ชาย	10
12	ชาย	10
13	ชาย	11
14	ชาย	11
15	ชาย	11

ตารางที่ 3.2 แสดงเพศและอายุของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16-30 โรงเรียนกานดา (โรงเรียนเอกชน)

ผู้เข้าร่วมวิจัย คนที่	โรงเรียนพิบูลประชาสรรค์	
	เพศ	อายุ
16	ชาย	7
17	หญิง	7
18	ชาย	7
19	หญิง	8
20	หญิง	8
21	ชาย	8
22	ชาย	9
23	หญิง	9
24	ชาย	9
25	ชาย	10
26	หญิง	10
27	ชาย	10
28	หญิง	11
29	หญิง	11
30	ชาย	11

3.1.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

3.1.3.1 แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสอบถามเด็ก เกี่ยวกับความสนใจต่อการเลือกสินค้าของเด็ก เช่น ความชอบ และสาเหตุในการเลือกสินค้า

3.1.3.2 บรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียล รูปแบบต่างๆ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลมีหลากหลายรูปแบบ ผู้วิจัยจึงพยายามเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลประเภทเดียวกันทุกยี่ห้อที่วางขายตามท้องตลาดเท่าที่สามารถหาได้ ทั้งสินค้าอาหารเช้าซีเรียลที่เป็นของเด็กและของผู้ใหญ่ เนื่องจากแต่ละยี่ห้อมีรูปร่างบรรจุภัณฑ์ทั้งที่เหมือนกันและต่างกันคือ เป็นกล่องสี่เหลี่ยม เป็นถ้วยรูปร่างกลม เป็นถุง และจัดแบบเซ็ต เพื่อมาทำการศึกษา เรื่อง สี รูปร่าง ขนาด ภาพประกอบ ตราสินค้า ตัวอักษร และปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจการเลือกสินค้า

ตารางที่ 3.3 แสดงบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ของอาหารเช้าซีเรียลที่ให้เด็กเลือก

<table>
<tr><th colspan="4">ผลิตภัณฑ์ : เนสท์เล่ (Nestle) ขนาด 150-180 กรัม/ ขนาด 20-30 กรัม</th></tr>
<tr>
<td>

โกโก้ครั้นช์
(Koko Krunch)</td>
<td>

ฮันนี่ โกลด์ เฟลกส์
(Honey GOLD flakes)</td>
<td>

ฮันนี่สตาร์ส
(Honey Stars)</td>
<td>

คุกกี้ คริสป์
(Cookie Crisp)</td>
</tr>
<tr>
<td>

โกโก้ครั้นช์
(Koko Krunch)
แบบมีของแถม</td>
<td>

ไมโล
(Milo)</td>
<td>

โกโก้ครั้นช์ แบบถ้วย
(Koko Krunch)</td>
<td>

โกโก้ครั้นช์ แบบถุง
(Koko Krunch)</td>
</tr>
<tr>
<td>

ฟิตเนสส์ แอนด์ ฟรุต
(Fitness and Fruit)</td>
<td colspan="3">

วาไรตี้ เซ็ท 8 กล่องเล็ก
(Variety Set)</td>
</tr>
</table>

ตารางที่ 3.3 แสดงบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ของอาหารเช้าซีเรียลที่ให้เด็กเลือก (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ : เคลล็อกส์ (Kellogg's) ขนาด 150-180 กรัม/ ขนาด 30-42 กรัม			
 โกโก้ บอล (Koko Balls)	 ฟรอสตี้ แผ่นข้าวโพดอบกรอบเคลือบน้ำตาล (Frosties)	 โกโก้ ฟรอสตี้ (Cocoa Frosties)	 โกโก้ เชค (Coco Chex)
 ฟรุ๊ตลูป (Froot Loops) มีของแถม	 ดิสนีย์ โฟรเซน (Disney Frozen Cereal)	 ดิสนีย์ โฟรเซน (Disney Frozen Cereal)	 ไรซ์คริสปี้ (Rice Crispies)
 คอนเฟล็ก (Korn Flakes)	 โกโก้ ฟรอสตี้ (Cocoa Frosties) มีของแถม	 มูสลี (Mueslix)	
 เรซินแบรน แบบถ้วย (Raisin Bran)	 ฟรุ๊ตลูป แบบถ้วย (Froot Loops)	 ออริจินอล (Original)	

ตารางที่ 3.3 แสดงบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ของอาหารเช้าซีเรียลที่ให้เด็กเลือก (ต่อ)

<table>
<tr><td colspan="4">ผลิตภัณฑ์ : โดเน่ (Donae) ขนาด 160 กรัม/ 24-30 กรัม</td></tr>
<tr><td>
โดเน่ ABC
(Donae ABC)</td><td>
โดเน่ ฟรุ๊ตตี้
(Donae Fruity)</td><td>
โดเน่ช๊อกโก้บอล
(Donae Choco Balls)</td><td>
โดเน่ สวีตตี้
(Donae Sweety)</td></tr>
<tr><td colspan="4">ผลิตภัณฑ์ : ยูโรสแนค (Euro Snack) ขนาด 70 กรัม / ขนาด 20 กรัม</td></tr>
<tr><td>
คอปป ซีเรียล แบบถุง
(Copp Cereals)</td><td>
คอปป สกาย รสน้ำผึ้ง
(Copp Sky Cereals)</td><td>
คอปป สกาย รสน้ำผึ้ง
(Copp Sky Cereals)</td><td></td></tr>
</table>

ตารางที่ 3.3 แสดงบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ของอาหารเช้าซีเรียลที่ให้เด็กเลือก (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ : สแนคทูโก (Snack 2go) ขนาด 25 กรัม		**ผลิตภัณฑ์ : Tilo's ขนาด 750 กรัม**	**ผลิตภัณฑ์ : Nature's Path ขนาด 325 กรัม**
ครีมมินี่ ป๊อป (Cremini Pop)	ครีมมินี่ ป๊อป (Cremini Pop)	ฟรุ๊ตตี้ มูสลี่ (Fruity Muesli)	กราโนล่า (Granola)
ผลิตภัณฑ์ : ฮาทเน่ (HAHNE) ขนาด 300 กรัม	**ผลิตภัณฑ์ :ซองเดอร์ (Xongdur) ขนาด 200 กรัม**	**ผลิตภัณฑ์ :อัลเพน (Original Alpen) ขนาด 625 กรัม**	**ผลิตภัณฑ์ : มายช้อยส์ (My Choice) ขนาด 200 กรัม**
พรีเมี่ยม มูสลี่ (Premium Muesli)	ช็อคโก มูสลี่ (Choco Muesli)	ออริจินอล อัลเพน (Original Alpen)	คอร์นเฟลก (Corn Flakes)

3.1.3.3 สมุดจดบันทึกพร้อมอุปกรณ์เครื่องเขียน และเครื่องอัดเสียง เพื่อใช้ในการบันทึก และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เด็ก

3.1.3.4 ชุดมาสคอตที่ทางผู้วิจัยเลือก เพื่อสวมใส่ในการสัมภาษณ์เด็ก

3.1.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องการตลาดของผู้บริโภคที่เป็นเด็ก จึงทำการศึกษาวรรณกรรมทั้งในอดีตและปัจจุบัน ข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและหัวข้อของงานวิจัย และเป็นข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก

- ผู้วิจัยได้ทำการต่อยอดงานวิจัยจากงานวิจัยในอดีต และได้ทำการสัมภาษณ์ในกลุ่มตัวอย่าง 2 โรงเรียน คือ โรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน เพื่อศึกษาในบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

- ผู้วิจัยได้ทำการสวมชุดมาสคอตในการสัมภาษณ์ ใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากมีงานวิจัยในอดีตพบว่า มาสคอต (Mascot) มีอิทธิพลต่อความชอบและการตัดสินใจของเด็ก (Connell , Brucks and Nielsen, 2014), (Garretso and Burton, 2005) โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ตัวมาสคอตที่ไม่แบ่งแยกเพศ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีทั้งเพศชายและเพศหญิง

- การเลือกกลุ่มสินค้าที่ผู้วิจัยเลือกคืออาหารเช้าซีเรียล จากการสัมภาษณ์เด็กในเบื้องต้นโดยที่เด็กทุกคนเคยกินอาหารเช้าซีเรียล

- สร้างแบบสัมภาษณ์โดยใช้ข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

- นำแบบสัมภาษณ์มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้แบบสัมภาษณ์แล้วจึงนำมาใช้ในการสัมภาษณ์เด็กจริง ดังนี้

1. คำถามทั่วไป

- หนูชื่ออะไรคะ
- อายุเท่าไหร่คะ
- ปกติหนูไปซื้อของกับคุณพ่อคุณแม่หรือเปล่าคะ
- ไปซื้อของที่ไหนเป็นประจำคะ
- หนูได้ตัดสินใจเลือกซื้อของด้วยตัวเองบ้างหรือเปล่าคะ หรือคนอื่นเลือกให้ ซื้อเองซื้ออะไรบ้าง เลือกอย่างไร

2. คำถามเกี่ยวกับความสนใจของเด็กที่มีต่อสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

- หนูรู้จักซีเรียลไหมคะ
- หนูเคยทานซีเรียลไหมคะ แล้วหนูชอบทานไหม
- พี่มีซีเรียลวางอยู่เยอะแยะเลย ถ้าพี่ให้หนูชอบอันไหนมากที่สุดคะ (เรียงอาหารเช้าซีเรียลเด็กแบบไม่แบ่งชนิด ยกเว้นซีเรียลที่มีของแถมและซีเรียลแบบผู้ใหญ่) ทำไมหนูถึงเลือกอันนี้คะ

ภาพที่ 3.1 แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลแบบไม่แยกประเภท (ยกเว้นยกเว้นซีเรียลที่มีของแถมและซีเรียลแบบผู้ใหญ่) ที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก

- หนูชอบสีไหนมากที่สุดคะ เพราะอะไร
- ถ้าพี่ให้หนูเลือกระหว่างซีเรียลอันที่หนูเลือกเมื่อครู่นี้กับซีเรียลที่มีของแถม หนูจะเลือกอันไหนคะ เพราะอะไรหนูถึงเลือกคะ

ภาพที่ 3.2 แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลที่มีของแถมที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก

- หนูชอบซีเรียลที่มีลวดลายการ์ตูนไหมคะ ถ้าชอบชอบแบบไหน
- ระหว่างซีเรียลรูปทรงแบบนี้แบบกล่อง แบบถ้วย แบบถุง ให้หนูเลือก หนูจะเลือกแบบไหนคะ เพราะอะไรหนูถึงเลือกคะ

ภาพที่ 3.3 แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลที่เป็นยี่ห้อเดียวกัน 3 รูปทรง แบบกล่อง แบบถุง แบบถ้วย ที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก

- ระหว่างซีเรียลขนาดนี้ (กล่องใหญ่) กับขนาดนี้ (กล่องเล็ก) หนูจะเลือกกล่องไหนคะ เพราะอะไรหนูถึงเลือกอันนี้คะ

ภาพที่ 3.4 แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลขนาดใหญ่เปรียบเทียบกับขนาดเล็กที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก

- แล้วถ้าพี่มีซีเรียลแบบนี้ให้เลือกบ้างหนูจะเลือกแบบไหนคะ เพราะอะไรหนูถึงเลือกคะ

- ถ้าหนูไม่เลือก หนูอยากเลือกอะไรให้ใครคะ เพราะอะไร

- ถ้าเป็นซีเรียลแบบที่หนูไม่เคยกินหนูจะเลือกไหมคะ แล้วต้องทำอย่างไรหนูถึงเลือกคะ

ภาพที่ 3.5 แสดงภาพการจัดเรียงซีเรียลแบบผู้ใหญ่ที่ผู้วิจัยนำมาให้เด็กเลือก

- หนูเคยสังเกตตัวอักษรที่อยู่บนกล่องซีเรียลไหมคะ หนูอ่านไหมคะ
- หนูสนใจตัวอักษรเหล่านี้ก่อนเลือกซีเรียลไหมคะ เพราะอะไร
- หนูสังเกตหรือจำยี่ห้อของซีเรียลได้ไหมคะ เพราะอะไร

3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เด็กครบทั้ง 2 โรงเรียน ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เรียกว่า การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวม 30 คน โดยวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏ (Manifest content) ในเอกสาร (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจับประเด็นหลัก แล้วเปลี่ยนประเด็นเหล่านั้นให้เป็นรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อแยกแยะจัดกลุ่มความหมายและเปรียบเทียบดูความเหมือนต่างของข้อมูล จากนั้นหารหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลหรือกลุ่มข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ หาแบบแผนความสัมพันธ์ และรหัสคัดสรร (Selective Coding) ในการเชื่อมโยงรหัสทั้งหมดเข้าด้วยกันเพื่อประกอบเป็นภาพรวม สร้างทฤษฎีที่เกิดจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยในอดีตเพื่ออธิบายถึงสิ่งที่ค้นพบจากข้อมูลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี (Content Analysis) มีความสอดคล้องของข้อมูลและการตีความ เนื่องจากมีการเก็บข้อมูลในภาคสนามด้วยการบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงตามที่ผู้วิจัยสังเกตหรือสัมภาษณ์ พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลมาโดยที่ยังไม่ได้มีการปรุงแต่งความคิดเห็นของผู้วิจัยลงไป รวมถึงได้ใช้วิธีตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นวิธีการสำคัญในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Yeasmin and Rahman, 2012) ซึ่งกระทำได้ 3 ลักษณะได้แก่

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาถ้ามีการเก็บข้อมูลต่างเวลาต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่

2. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันทั้งหมด

3. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งเก่า เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันโดยใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสาร

ซึ่งงานวิจัยนี้มีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเรื่องเดียวกัน ในสถานที่ที่ต่างกัน คือโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน และกลุ่มบุคคลคลที่ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันคือ เด็กช่วงอายุระหว่าง 7-11 ปี เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4
ผลการวิจัย

จากการวิจัยและศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงสิ่งที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างเด็กช่วงอายุ 7-11 ปี จำนวน 30 คน ซึ่งเด็กทุกคนเคยกินอาหารเช้าซีเรียล จากโรงเรียน 2 แห่ง คือ โรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน จำนวนโรงเรียนละ 15 คน ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้สัมภาษณ์ได้ใส่ชุดมาสคอต (Mascot) ในการสัมภาษณ์เด็ก ใช้แบบสัมภาษณ์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าจัดทำหัวข้อสัมภาษณ์เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถามเก็บข้อมูล และใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการจดบันทึกและการบันทึกเสียง สามารถอธิบายขั้นตอนการสังเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

หลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 30 คนจากทั้งสองโรงเรียน ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปและนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงในตารางบทสนทนา (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (โรงเรียนรัฐบาล 15 คน, โรงเรียนเอกชน 15 คน)

ชื่อกลุ่มตัวอย่าง..... โรงเรียน…… บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		
ผู้วิจัย (Interviewer)	ผู้ร่วมวิจัย (Respondents)	รหัสแบบเปิด (Open Coding)

2. จากนั้นจึงอ่านเพื่อทำการแยกประเด็นต่างๆ ที่เป็นประเด็นสำคัญให้ครบถ้วน จึงจะสามารถทำการให้รหัสแบบเปิด (Open coding) ได้ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 (โรงเรียนรัฐบาล)

ชื่อกลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศหญิง อายุ 7 ปี บันทึกข้อมูลสัมภาษณ์จากการถอดเทป		
ผู้วิจัย (ถาม)	ผู้เข้าร่วมวิจัย (ตอบ)	รหัสแบบเปิด (Open Coding)
ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับเด็กโดยตรง เป็นคำถามทั่วไป		
สวัสดีค่ะ ชื่ออะไรคะ	ชื่อ พ ค่ะ	
น้อง พ อายุเท่าไหร่แล้วคะ	7 ขวบค่ะ	
เวลาไปซื้อของน้อง พ ไปกับใครคะ	ไปซื้อกับพ่อแม่ค่ะ	
ไปซื้อที่ไหนกันคะ	ไปซื้อของบ่อยๆที่โลตัส เพราะว่าใกล้บ้านและของเยอะมาก	-ซื้อของที่ห้างใกล้บ้าน ⊙ ซื้อที่โลตัส
แล้วหนูได้เลือกของเองหรือเปล่าคะ	คุณพ่อคุณแม่เลือกให้	- พ่อกับแม่ซื้อให้ ของที่ชอบกิน
ของที่คุณพ่อคุณแม่เลือกให้หนู ชอบมั้ยคะ แล้วส่วนมากคุณพ่อคุณแม่เลือกอะไรให้	ชอบค่ะ พวกของใช้ของกินที่หนูชอบ	
แล้วมีที่หนูเลือกซื้อเองบ้างหรือปล่าคะ	มีค่ะ เช่น ของกินที่ชอบ ขนมปังเยลลี่	- เลือกซื้อของเองเลือกเอง ⊙ เลือกแบบที่ชอบ ขนมปังเยลลี่
หนูเลือกแบบไหนคะเวลาหยิบ	พอเห็นก็จะหยิบเลยเพราะชอบกิน หนูเคยกิน	- ซื้อเพราะเคยกิน

ตารางที่ 4.2 แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 (โรงเรียนรัฐบาล) (ต่อ)

แล้วหนูรู้จักซีเรียลมั้ยคะ	ไม่รู้จักค่ะ	- พูดชื่อซีเรียล เด็กจะไม่รู้จักแต่จะเรียกว่าขนม แทนการเรียกคำว่าซีเรียล - ซื้อกินบ่อย - ซื้อเพราะชอบกิน
แบบนี้เรียกว่าซีเรียล (ชี้ไปที่โต๊ะวางซีเรียล) หนูเคยซื้อซีเรียลเองหรือเปล่าคะ	(ถ้าพูดถึงชื่อซีเรียลจะไม่รู้จัก แต่จะเรียกว่าขนม แทนการเรียกคำว่าซีเรียล) แบบนี้ก็ซื้อบ่อยค่ะ ชอบกิน	
เลือกแบบไหนบ้างถ้าพี่ให้หนูเลือกซีเรียลที่วางอยู่ 3 รูปทรง ด้าน หน้าแบบกล่อง, แบบถ้วย และแบบถุง หนูจะเลือกแบบไหนคะ	ชอบซื้อแบบถุงยี่ห้อโกโก้ครั้นค่ะ (โกโก้ครันช์) มันอร่อยหนูเคยกินบ่อยๆค่ะ ชอบกินซีเรียล กินตั้งแต่เด็กๆ	- ซื้อแบบถุงยี่ห้อโกโก้ครั้น - ซื้อเพราะอร่อย - ซื้อเพราะชอบกิน - ซื้อเพราะกินตั้งแต่เด็ก
เพราะอะไรถึงเลือกแบบนี้คะ (โกโก้ครั้น แบบถุง)	หนูชอบพกมาโรงเรียน สะดวกไม่เยอะ เกินไป	- พกมากินที่โรงเรียน ⊙ พกพาง่าย ⊙ปริมาณไม่เยอะมากเกินไป
แล้วถ้าพี่มีซีเรียลวางบนโต๊ะแบบนี้แล้วให้หนูเลือก หนูชอบสีอะไรคะ	ชอบสีขาวค่ะ (เลือก K Original Cereal แบบถ้วยสีขาว)	- ชอบสีขาว ⊙ สีขาวเหมือนกระดาษที่เอาไว้ระบายสี
ทำไมน้อง พ ถึงชอบสีขาวล่ะ	มันสวย หนูชอบระบายสีบนกระดาษ	
ถ้าเป็นซีเรียลที่เคยซื้อกินธรรมดากับซีเรียลที่มีของแถม หนูเลือกแบบไหน	ถ้ามีของแถมก็เลือกแบบที่มีของแถมค่ะ (เลือกโกโก้ครั้นแบบที่มีของแถม)	- ซื้อแบบที่มีของแถม
แล้วถ้าเป็นยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของ แถมล่ะ หนูจะเลือกมั้ยคะ	หนูก็ซื้อ	- ซื้อยี่ห้อที่มีของแถม ถึงแม้ไม่เคยกิน

ตารางที่ 4.2 แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 (โรงเรียนรัฐบาล) (ต่อ)

ซื้อที่มีแถมแบบไหนคะ	ชอบของแถมที่มีตัวการ์ตูนในกล่อง ได้เอาไปเล่นได้ด้วย	- ชอบของแถมแบบมีตัวการ์ตูนในกล่อง
แล้วถ้าเป็นลายการ์ตูนที่อยู่บนกล่องล่ะคะ	ก็ชอบด้วยค่ะถ้ามีแบบนี้ (Kellogg's กล่องลายการ์ตูน Disney FROZEN) ลายสัตว์แบบนี้ (Nestle โกโก้ครันช์)	- ชอบที่มีลายการ์ตูนบนกล่อง ⊙ ชอบการ์ตูน Disney แบที่เป็นผู้หญิง ⊙ ชอบการ์ตูน ของโกโก้ครันช์
ทำไมหนูถึงชอบลายการ์ตูนที่อยู่บนกล่องล่ะคะ	พอกินหมดแล้วหนูก็ตัดกล่องเก็บไว้เล่นต่อได้	- เอากล่องที่มีการ์ตูนไปเล่นต่อ
ใช้ของได้คุ้มค่ามากเลย น้อง พ หนูเอาไปเล่นกับใครคะ	เล่นกับน้องค่ะ	-ซื้อมาเล่นกับน้อง
มาดูอันนี้กันนะ ถ้าพี่ให้เลือกซีเรียลที่เป็นกล่องแบบนี้ (ซีเรียลกล่องเล็ก ขนาด20-32 กรัม) กับแบบนี้ (ซีเรียลกล่องใหญ่ขนาด 150 กรัมขึ้นไป) หนูจะเลือกแบบไหนคะ	หนูเลือกกล่องใหญ่เพราะมีซีเรียลเยอะ หนูชอบกินเยอะ	- ชอบขนาดใหญ่มากกว่าขนาดเล็ก ⊙ ขนาดใหญ่ได้ปริมาณเยอะ ⊙ ชอบปริมาณเยอะเพราะกินเยอะ
แล้วถ้าเป็นกล่องเล็กแบบกล่องเดี่ยวๆ กับกล่องเล็กแบบเป็น วาไรตี้ เซ็ต 8กล่อง หนูจะเลือกแบบไหนคะ	หนูเลือกแบบที่เป็นหลายๆ กล่องค่ะ	- เลือกแบบกล่องเล็กเซ็ต 8 กล่อง ⊙ ชอบเพราะลายแต่ละกล่องไม่เหมือนกัน ⊙ ชอบเพราะลายน่ารัก
ทำไมหนูถึงเลือกแบบเซ็ตคะ	ลายแต่ละกล่องมันไม่เหมือนกัน น่ารักดี	

ตารางที่ 4.2 แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 (โรงเรียนรัฐบาล) (ต่อ)

แล้วถ้ามีซีเรียลแบบนี้ (ซีเรียลผู้ใหญ่) ให้เลือก ถ้าเจอหนูจะซื้อหรือเปล่าคะ	ถ้าเจอหนูก็จะลองซื้อกิน เพราะอยากลองทานค่ะ	- อยากลองทานซีเรียลผู้ใหญ่
อยากทานอันไหนคะ บนโต๊ะมีหลายแบบให้เลือกเยอะเลย	เลือกอันนี้ (My Choice Corn Flakes แบบกล่อง)	
ทำไมถึงเลือกกล่องนี้คะ	เพราะมีผลไม้ด้วย	-ชอบเพราะมีผลไม้ ⊙ อ่านข้อมูลบนกล่อง
รู้ได้ยังไงว่ามีผลไม้ด้วยคะ	หนูดูข้างหน้ากล่องมีผลไม้	
แล้วหนูอยากเลือกแบบนี้ (ซีเรียล ผู้ใหญ่) ให้ใครที่บ้านด้วยหรือเปล่าคะ	จะแบ่งให้คุณพ่อเพราะพ่อชอบกินผลไม้	- เลือกแบ่งให้พ่อ ⊙ พ่อชอบกินผลไม้
น้อง พ รู้ได้ยังไงว่าคะคุณพ่อชอบทานผลไม้	พ่อชอบซื้อผลไม้มาบ้านค่ะ	
หนูเคยสังเกตตัวอักษรบนกล่องซีเรียลไหมคะ	สังเกตค่ะ	-สังเกตตัวอักษรที่อยู่บนกล่อง ⊙อ่านภาษาไทย ⊙ ถ้าอ่านไม่ออกจะถามผู้ปกครอง ⊙ ภาษาอังกฤษไม่อ่านเพราะอ่านไม่ออก
แล้วหนูอ่านด้วยไหมคะ	อ่านค่ะ หนูจะลองสะกดดูก่อนที่เป็นภาษาไทยว่าอ่านได้หรือเปล่า ถ้าอ่านไม่ได้ก็ถามพ่อกับแม่ เป็นภาษาอังกฤษหนูอ่านไม่ออก	
หนูสนใจตัวอักษรพวกนี้ก่อนเลือกซีเรียลไหมคะ	หนูเลือกซีเรียลก่อนค่ะ แบบที่หนูเคยซื้อบ่อยๆ	-ซื้อซีเรียลแบบที่ซื้อบ่อยๆ
หนูสังเกตหรือจำยี่ห้อของซีเรียลได้มั้ยคะ	หนูจำยี่ห้อไม่ได้ แต่ดูจากหน้ากล่องก็จะจำได้โกโก้ครั้น	-จำยี่ห้อไม่ได้ดูจากหน้ากล่อง โกโก้ครันช์

ตารางที่ 4.2 แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 (โรงเรียนรัฐบาล) (ต่อ)

ทำไมหนูถึงจำได้คะ มีซีเรียลตั้งหลาย อย่างแน่ะ	เห็นบ่อยๆในโฆษณาทีวี เห็นตัวการ์ตูนที่เป็นหมี สีน้ำตาล	-จำหน้ากล่องได้จากโฆษณา ⊙จำตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ ได้
ถ้ามีซีเรียลที่หนูไม่เคยทาน มาขายหนูอยากซื้อมั้ยคะ	หนูจะสนใจแต่ซีเรียลที่หนูเคยกิน ถ้าอันไหนไม่เคยกินก็จะไม่สนใจ	-ไม่สนใจซีเรียลที่ไม่เคยกิน
แล้วทำยังไงถึงจะซื้อมาลองคะ	ถ้ามีของแถมหนูก็อาจจะซื้อไปลอง	-อาจจะซื้อถ้ามีของแถม
สุดท้ายแล้ว ถ้าพี่ให้หนูเลือกพี่มาสคอตสัตว์ หนูชอบสัตว์ตัวไหนมากที่สุดคะ	หนูชอบพี่ม้าลาย	-ชอบม้าลาย
ทำไมหนูถึงชอบพี่ม้าลายคะ	ชอบลายสวยๆค่ะ	-ชอบเพราะลายสวย
โอเควันนี้พี่ม้าลายขอบใจน้อง พ มากนะคะ		

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ครบแล้วนั้น จึงทำการจับกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อความสะดวกในการเชื่อมโยงลำดับความคิด ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน พบว่า มีจำนวนรหัสแบบเปิดตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 โรงเรียนรัฐบาลและคนที่ 16-30 โรงเรียนเอกชน จำนวน 30 คน

ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนรหัสแบบเปิด (หน่วย: รหัส)
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1	33
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2	25
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6	26
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8	26
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12	27
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13	31
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14	28
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15	25
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17	26
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18	28
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19	27
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21	28
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22	25
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24	27
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25	26

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 โรงเรียนรัฐบาลและคนที่ 16-30 โรงเรียนเอกชน จำนวน 30 คน (ต่อ)

ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนรหัสแบบเปิด (หน่วย: รหัส)
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26	34
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27	25
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30	30

การให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ของแต่ละบทสัมภาษณ์ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 เด็กหญิง อายุ 7 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 33 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่โลตัส
2. ซื้อเพราะเคยกิน
3. ซื้อเพราะชอบกิน
4. ซื้อแบบถุง เพราะเอามากินที่โรงเรียนสะดวก
5. กินตั้งแต่เด็กเลยเลือก
6. ชอบสีขาวเพราะชอบกระดาษขาว
7. เลือกแบรนด์ เลือกของแถม (ถ้าแบบที่กินมี)
8. ไม่เลือกแบรนด์ เลือกของแถม (ซีเรียลที่ไม่เคยกิน
9. ชอบที่มีลายการ์ตูนบนบรรจุภัณฑ์
10. รู้จักลายการ์ตูน Disney Frozen สวย น่ารัก
11. ชอบลายการ์ตูนแบบผู้หญิงเพราะสวย น่ารัก
12. ชอบกล่องลายการ์ตูนที่เป็นสัตว์
13. เอากล่องมาเล่นต่อได้
14. ชอบที่มีขนาดกล่องใหญ่มากกว่ากล่องเล็ก เพราะได้ปริมาณเยอะกว่า
15. ชอบลักษณะแบบถ้วยมากกว่าแบบกล่อง
16. เลือกซื้อรสชาติที่เคยกิน
17. เลือกแบบที่เป็นเซ็ตเพราะมีลายไม่ซ้ำกัน
18. ไม่รู้จักซีเรียล พอชี้ให้ดูรู้ว่าอันนี้เคยกิน
19. เลือกแบ่งให้คุณพ่อแบบที่มีผลไม้ผสม เพราะพ่อชอบกินผลไม้
20. อ่านแต่ตัวอักษรที่เป็นภาษาไทย
21. ไม่อ่านตัวอักษรที่เป็นภาษาอังกฤษ
22. ถ้าอ่านตัวอักษรไม่ออกจะถามพ่อกับแม่
23. จำยี่ห้อซีเรียลที่เคยกินไม่ได้
24. จำลักษณะรูปทรงบรรจุภัณฑ์ซีเรียลที่ซื้อได้
25. จำซีเรียลได้จากสี
26. จำการ์ตูนคาแรคเตอร์ของซีเรียลได้
27. ไม่ซื้อซีเรียลที่ไม่เคยกิน
28. ถ้ามีของแถมก็สนใจซื้อ ถึงแม้ไม่เคยกินซีเรียลยี่ห้อนั้น
29. เลือกเพราะชอบที่รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ซีเรียล
30. ไม่เลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเพราะได้น้อย
31. ซื้อเพราะเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์บ่อย
32. ชอบมาสคอตม้าลาย
33. ชอบเพราะลายสวย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2 เด็กชาย อายุ 7 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่บิ๊กซี
2. ซื้อของที่ 7-11 ไปซื้อกับเพื่อน
3. ซื้อของที่โลตัส
4. เลือกขนมด้วยตัวเอง เช่น ขนมขบเคี้ยว
5. เลือกซื้อของแบบที่เคยกิน
6. เคยซื้อซีเรียลเองยี่ห้อ โกโก้ครันช์
7. เลือกซีเรียลแบบกล่องเพราะเคยกิน
8. ชอบสีช็อกโกแลต เพราะชอบกินช็อคโกแลต
9. เลือกเพราะเคยกิน ได้กินบ่อย
10. เลือกซีเรียลที่มีของแถม
11. ชอบซื้อของแถมที่เป็นของเล่น
12. เลือกของแถมที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ (ถ้วยจากหนัง Star Wars, หัวใส่ดินสอรูปการ์ตูน)
13. ซื้อที่มีลายการ์ตูน (ยี่ห้อโกโก้ครันช์เป็นหมีโคล่า) เพราะน่ารัก
14. ชอบการ์ตูนสัตว์เพราะน่ารัก
15. ชอบซีเรียลที่มีขนาดใหญ่มากกว่าขนาดเล็ก เพราะกินได้เยอะ กินได้หลายวัน
16. ชอบที่ปริมาณเยอะเพราะกินได้หลายวัน
17. ชอบแบบเซ็ต (ชุดกล่องเล็ก 8 กล่อง) มากกว่ากล่องเล็กกล่องเดียว เพราะลายแต่ละกล่องไม่ซ้ำกัน
18. ไม่ซื้อซีเรียลแบบผู้ใหญ่ เพราะไม่น่ากิน
19. เลือกซีเรียลผู้ใหญ่ Nestle Fitness and Fruit ให้แม่เพราะใส่ผลไม้ มีประโยชน์
20. ไม่อ่านตัวอักษรที่อยู่บนกล่องซีเรียล
21. จำยี่ห้อซีเรียลที่เคยกินไม่ได้
22. จำซีเรียลได้จากลวดลายการ์ตูน
23. จำซีเรียล โกโก้ครันช์ ได้จากสีเพราะเป็นสีช็อคโกแลต
24. ชอบมาสคอตก็อตซิลล่า
25. ชอบเพราะดูใจดี

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3 เด็กหญิง อายุ 7 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Big C
2. เลือกซื้อของด้วยตัวเอง ขนม ปีโป้ ซีเรียล
3. เลือกขนมแบบที่ชอบกิน
4. ถ้าเรียกซีเรียลไม่รู้จัก (แต่ถ้าชี้ให้ดูจะรู้ว่าพูดถึงอะไร และเรียกว่าขนมแทนคำว่าซีเรียล)
5. ไม่ชอบซีเรียลแบบถุงเพราะเทลำบาก
6. ชอบซีเรียลแบบถ้วย เพราะกลมๆ น่ารัก
7. ชอบขนาดเล็กพอดีกับตัวเอง
8. ชอบสีชมพูเพราะสีสดใส
9. เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถม
10. ชอบของแถมทั้งที่เป็นแบบผู้ชายและผู้หญิง
11. ชอบของแถมที่เป็นสติกเกอร์การ์ตูน
12. ชอบการ์ตูนบนบรรจุภัณฑ์ซีเรียลที่เป็นรูปสัตว์
13. ชอบของที่มีขนาดเล็ก
14. ไม่เลือกซีเรียลที่เป็นเซ็ต 8กล่องเล็ก เพราะกินไม่หมด
15. ซื้อซีเรียลแบบที่เป็นถ้วยเพราะกินสะดวก
16. ไม่ชอบซีเรียลที่เป็นของผู้ใหญ่เพราะดูไม่น่ากิน
17. เลือกซีเรียลยี่ห้อ Premium Muesli ให้พ่อ กล่องสีเขียวเพราะพ่อชอบต้นไม้เลยเลือกสีเขียว
18. ไม่อ่านตัวอักษรที่อยู่บนกล่องซีเรียล
19. จำยี่ห้อซื้อเรียลที่เคยกินไม่ได้
20. เลือกหยิบเฉพาะซีเรียลที่จำได้จากลวดลายการ์ตูนบนบรรจุภัณฑ์
21. ชอบมาสคอตม้าลาย
22. ชอบเพราะม้าลายวิ่งเร็ว

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 เด็กหญิง อายุ 8 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. ไม่ได้เลือกซื้อของด้วยตัวเอง แม่เลือกให้
3. รู้จักซีเรียลเพราะเคยซื้อกิน
4. ชอบสีน้ำตาล เพราะสีเหมือนช็อคโกแลต
5. ไม่ชอบสีชมพู สีเขียว สีส้ม
6. เลือกซีเรียลที่มีของแถม
7. ชอบของแถมทั้งที่เป็นแบบผู้หญิง และแบบผู้ชาย
8. ชอบของแถมที่อยู่ด้านนอกกล่อง จะได้รู้ว่าคืออะไร
9. ซื้อซีเรียลแบบที่มีลายการ์ตูน
10. ชอบการ์ตูนของ โกโก้ครันช์ เพราะน่ารัก
11. ชอบซีเรียลที่มีเกมส์ด้านหลังกล่อง
12. เลือกซื้อซีเรียลแบบกล่องขนาดใหญ่ไม่เลือกกล่องเล็ก
13. เลือกปริมาณเยอะกว่ากินได้หลายครั้ง
14. เลือกซีเรียลแบบกล่องเซ็ต 8 กล่อง เพราะจะได้ไม่ต้องซื้อบ่อย
15. ชอบกินซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะเคยกิน
16. เลือกซีเรียลแบบผู้ใหญ่ให้คุณแม่เพราะแม่ไม่ชอบกินช็อคโกแลต
17. อ่านตัวอักษรที่อยู่บนกล่องซีเรียล อ่านที่ชื่อของซีเรียล
18. อักษรบางตัวอ่านไม่ออก
19. จำยี่ห้อของซีเรียลไม่ได้
20. จำการ์ตูนของ โกโก้ครันช์ ได้
21. เลือกซีเรียลแบบกล่อง
22. ชอบมาสคอตม้าลาย
23. ลายม้าลายสวย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5 เด็กชาย อายุ 8 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. ซื้อของที่ Big C
3. เลือกซื้อเองที่ชอบกิน เช่น ซีเรียล
4. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบถ้วย เพราะพกพาสะดวก
5. เลือกเพราะเคยกิน
6. ชอบสีของของที่มีสีน้ำตาลเข้ม
7. ชอบสีเดียวกับที่คุณพ่อชอบ
8. เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถมก่อน
9. ชอบลายการ์ตูนคาแรคเตอร์
10. เลือกซีเรียลขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ
11. กินทุกวัน
12. ชอบซีเรียลแบบเซ็ต 8 กล่องเล็กมากกว่ากล่องเดียวเพราะลายน่ารัก
13. รูปทรงแบบถ้วยกินง่ายไม่ต้องเทใส่ชา ม
14. ไม่เคยกินซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะดูไม่น่าอร่อย
15. ต้องลองกินก่อนอาจจะซื้อถ้าอร่อย
16. เลือกซีเรียลผู้ใหญ่ Muesli Crunchy Fruit ให้แม่เพราะใส่ผลไม้มีประโยชน์
17. อ่านตัวอักษรที่เขียนบนบรรจุภัณฑ์ไม่ออก อ่านยาก
18. จำยี่ห้อซีเรียลได้โกโก้ครันช์ ฮันนี่สตาร์ คอร์นเฟลกเพราะเคยกิน
19. ชอบมาสคอตม้าลาย
20. เคยเห็นม้าลายตอนไปเที่ยวสวนสัตว์
21. ชอบลายของม้าลาย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6 เด็กหญิง อายุ 8 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. ซื้อของที่ Big C
3. ซื้อของที่ 7-Eleven
4. เลือกซื้อซีเรียลเอง
5. ดูราคาก่อนซื้อ
6. รู้จักซีเรียล
7. เลือกซื้อซีเรียลแบบกล่องเพราะกินเยอะ
8. ชอบของที่มีปริมาณเยอะ
9. ชอบสีชมพูเพราะสีสดใส
10. ชอบสีที่ดูแล้วสบายใจ
11. ชอบที่การ์ตูนคาแรคเตอร์
12. เลือกซื้อแบบที่มีของแถม
13. เลือกของแถมทั้งแบบผู้หญิงและผู้ชาย
14. เลือกแบ่งให้น้อง
15. เลือกแบบที่เป็นเซ็ตเพราะชอบลวดลาย แบบที่ไม่ซ้ำกัน
16. ชอบลวดลายน่ารัก
17. ชอบกล่องขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ
18. ไม่เคยกินซีเรียลผู้ใหญ่
19. ถ้าไม่เคยซื้ออยากกินก่อนตัดสินใจซื้อ เลือกซีเรียลให้แม่ เพราะตัวเองชอบสีชมพู
20. แม่น่าจะชอบด้วย
21. สังเกตตัวอักษรที่อยู่บนกล่อง
22. สนใจยี่ห้อก่อนเลือกซีเรียล
23. จำยี่ห้อของซีเรียลที่เคยกินไม่ได้
24. จำการ์ตูนของ โกโก้ครันช์ ได้เป็นหมีโคล่า
25. ชอบมาสคอตม้าลาย
26. ชอบเพราะลายของม้าลาย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7 เด็กหญิง อายุ 9 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 29 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. ซื้อของที่ Big C
3. เลือกของด้วยตัวเอง เช่น ขนมขบเคี้ยว
4. ไม่รู้จักซีเรียล (เรียกไม่ถูกแต่ถ้าชี้ให้ดูที่ซีเรียลจะทราบ เด็กจะเรียกว่าอาหารเช้า)
5. ไม่ค่อยชอบกินซีเรียล
6. เลือกซื้อซีเรียลเพราะสีชอบสีช็อคโกแลต
7. ซื้อเพราะรสชาติอร่อย
8. เคยกินตอนเด็ก
9. ทานซีเรียลอยู่แต่ ทานไม่บ่อย
10. ชอบรูปทรงแบบถ้วยเพราะชอบหิบห่อที่ถือสะดวก
11. ชอบซื้อแบบที่มีของแถม
12. ถ้าเป็นยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมก็ซื้อ
13. ชอบของแถมทั้งที่เป็นแบบผู้หญิงและผู้ชาย
14. แบ่งให้เพื่อนที่โรงเรียนเล่น
15. แบ่งให้น้องเล่น
16. ชอบแบบที่เป็นลายการ์ตูน
17. ซื้อซีเรียลกล่องเล็กที่มีขนาดพอดี เพราะทานน้อย
18. ซื้อซีเรียลแบบกล่องเดียวไม่ซื้อแบบเซ็ตเพราะมีรสชาติที่ไม่กิน
19. ชอบซีเรียลแบบผู้ใหญ่
20. อยากกินซีเรียลที่ไม่เคยกิน ถ้าอร่อยก็ซื้อ
21. เลือกซีเรียลให้แม่ เพราะมีประโยชน์
22. ไม่อ่านตัวอักษรที่อยู่บนผลิตภัณฑ์ซีเรียล
23. อ่านตัวอักษรไม่ออก
24. จำยี่ห้อซีเรียลที่กินได้
25. เจอโฆษณาซีเรียลจากในโทรทัศน์บ่อยๆ
26. ก่อนจะซื้อของจะต้องถามผู้ปกครองก่อน
27. ชอบมาสคอตสติชสีชมพู (แต่เรียกว่ากระต่าย)
28. ชอบเพราะสีสวย
29. ชอบเพราะดูใจดี

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8 เด็กหญิง อายุ 9 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Big C
2. เลือกซื้อขนมเอง
3. เวลาเลือกของจะเลือกแบบที่เคยกิน
4. รู้จักซีเรียล
5. ซื้อซีเรียลด้วยตัวเอง
6. ชอบซีเรียลที่มีรูปร่างแบบถ้วยเพราะกินสะดวก สามารถกินได้เลย สะดวก
7. ชอบสีชมพูเพราะเกิดวันอังคาร
8. เลือกที่รูปร่างของซีเรียลด้านในบรรจุภัณฑ์ เนสท์เล่ ไมโล เพราะเม็ดกลมเคี้ยวง่าย
9. เลือกซีเรียลที่มีของแถม
10. เล่นของเล่นได้หมดไม่แยกเพศ
11. ชอบที่บรรจุภัณฑ์มีลวดลายการ์ตูน
12. ชอบซื้อของเล่นมาสะสม
13. เลือกซีเรียลขนาดใหญ่ ไม่เลือกขนาดเล็ก
14. ชอบกินซีเรียลที่ได้ปริมาณเยอะ
15. เลือกแบบเซ็ตกล่องเล็กที่มีหลายกล่องเพราะมีหลายรสชาติ
16. ชอบลายการ์ตูนบนกล่องที่ไม่เหมือนกัน
17. ไม่เคยทานซีเรียลแบบของผู้ใหญ่
18. ถ้ามีซีเรียลแบบผู้ใหญ่ที่ผู้ใหญ่กินก็ซื้อเพราะอยากกิน
19. เลือกซีเรียลแบบผู้ใหญ่ให้แม่ แบบที่มีผลไม้
20. สนใจตัวอักษรที่เขียนบนบรรจุภัณฑ์แต่อ่านไม่ออก
21. ดูยี่ห้อซีเรียลก่อนดูซีเรียล
22. จำยี่ห้อที่กินบ่อยๆได้ โกโก้ครั้นช์ ฮันนี่สตาร์
23. จำยี่ห้อได้เพราะเห็นโฆษณาในทีวี
24. จำยี่ห้อได้เพราะเห็นตามร้านขายของ
25. ชอบมาสคอตจระเข้ (ก็อตซิลล่า)

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9 เด็กชาย อายุ 9 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

1. Lotus
2. 7-Eleven
3. ซื้อซีเรียลด้วยตัวเอง
4. เลือกซื้อแบบที่เคยกิน
5. รู้จักซีเรียลเพราะชอบกินตั้งแต่เด็ก
6. ชอบลองกินทุกรสที่วางขายใน
7. เลือกซื้อจากรสที่ชอบ ชอบรสช็อคโกแลตที่สุด
8. เลือกแบบกล่องเพราะความเคยชิน เลยเลือกแบบเดิมตลอด
9. ชอบสีน้ำตาลเพราะชอบกินช็อคโกแลต
10. เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถม ไม่มีของแถมไม่ชอบ
11. ชอบของแถมแบบที่เป็นผู้ชาย
12. เลือกที่เป็นลายการ์ตูน
13. เลือกซีเรียลที่มีขนาดกล่องเล็กเพราะชอบกินครั้งเดียวหมด ปริมาณกำลังพอดี
14. ไม่เลือกซีเรียลแบบเซ็ตเพราะบางรสชาติไม่ชอบกิน
15. ไม่เคยทานซีเรียลผู้ใหญ่เพราะดูไม่น่าอร่อย ไม่ชอบซีเรียลแบบผู้ใหญ่
16. เลือกซีเรียลให้แม่แบบที่มีผลไม้
17. อ่านตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์
18. อ่านยี่ห้อของซีเรียล
19. จำยี่ห้อของซีเรียลได้ ฮันนี่สตาร์ โกโก้ครั้นช์ เพราะเคยกิน
20. อ่านภาษาอังกฤษบางยี่ห้อที่เคยกินไม่ออก (เคลล็อก)
21. จำยี่ห้อได้เพราะซื้อบ่อยๆ
22. ชอบมาสคอตม้าลาย
23. ชอบเพราะดูใจดี

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10 เด็กชาย อายุ 10 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

1. Lotus
2. 7-Eleven
3. ร้านขายของชำ
4. ซื้อของเอง เลือกขนมที่ชอบ
5. รู้จักซีเรียลกินตั้งแต่เด็ก
6. เลือกซีเรียลแบบกล่องเพราะชอบ
24. ในหนังดู แต่ตัวแบบนี้น่ารักดี
7. เลือกรูปทรงที่คิดว่าได้ซีเรียลเยอะ
8. ชอบสีเขียว เพราะสดชื่นเหมือนต้นไม้
9. ชอบซีเรียลแบบที่มีของแถม
10. ไม่ซื้อของแถมที่เป็นแบบผู้หญิง
11. เลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ เพราะได้ประมาณเยอะ
12. เป็นคนกินเยอะเน้นปริมาณ
13. ไม่ชอบแบบเซ็ต เพราะเลือกรสชาติเองไม่ได้
14. ชอบกินซีเรียลแบบของผู้ใหญ่เพราะอร่อย
15. ชอบลองกินสินค้าที่ไม่เคยซื้อ
16. เลือกซีเรียลให้พ่อกับแม่เพราะที่บ้านมีซีเรียลผู้ใหญ่เลยเลือกยี่ห้อเดียวกับที่บ้าน
17. อ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์
18. อ่านตัวอักษรภาษาไทย
19. อ่านรสชาติก่อน แล้วค่อยเลือกซีเรียล
20. จำยี่ห้อไม่ได้
21. จำสีของกล่องซีเรียลได้ เช่น โกโก้ ครั้นช์
22. จำการ์ตูน ของสินค้าได้
23. ชอบก๊อซซิล่า

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11 เด็กชาย อายุ 10 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ 7-Eleven
2. Big C
3. ไม่ค่อยได้เลือกเอง แม่เลือกให้
4. เลือกที่มีประโยชน์
5. รู้จักซีเรียลเพราะเคยกิน
6. ชอบกินซีเรียล
7. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยเพราะกินสะดวก สามารถเมนมใส่แล้วกินได้เลย
8. ชอบสีแดง ของKellogg's Froot Loops เพราะสีเด่น เห็นชัด
9. ชอบแบบที่มีของแถม เพราะเอาไว้สะสม
10. แบ่งของเล่นให้น้องเล่น
11. ชอบแบบที่มีลวดลายการ์ตูน
12. ชอบการ์ตูนที่เป็นแบบผู้ชาย Ben ten
13. เลือกแบบที่มีขนาดใหญ่กว่าเล็ก เพราะได้ปริมาณเยอะกว่า
14. เลือกแบบเซ็ต เพราะได้กล่องลายการ์ตูนหลายลาย
15. ไม่เคยทานซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะดูไม่อร่อย
16. ไม่สนใจลองซีเรียลแบบใหม่ๆ ที่ไม่เคยกิน
17. เลือกให้แม่แบบที่มีผลไม้เพราะมีประโยชน์
18. อ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ซีเรียลด้วย
19. ถ้าอ่านไม่ออกจะให้ผู้อื่นอ่านให้
20. จำยี่ห้อซีเรียลที่เคยกินไม่ได้
21. ดูจากซีเรียลเป็นหลักก่อนเลือกยี่ห้อ
22. เลือกแมสคอตม้าลาย
23.ม้าลายลายสวย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12 เด็กชาย อายุ 10 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 27 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Big C
2. Lotus
3. เลือกซื้อซีเรียลเอง
4. เลือกแบบที่ผู้ปกครองเคยเลือกซื้อให้
5. ซื้อตามเพื่อน
6. ซื้อเพราะอยากลองกิน
7. รู้จักซีเรียลเพราะชอบกิน
8. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ลักษณะกล่องเพราะคุ้นเคย
9. ชอบรูปทรงแบบเดิมๆ
10. ไม่เลือกแบบถ้วยเพราะไม่รู้ว่าถ้วยทำจากวัสดุอะไรดูไม่ปลอดภัย
11. ชอบสีฟ้า เพราะสีสวยเหมือนทะเล ชอบทะเล
12. เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถมแบบผู้ชาย
13. ชอบแบบที่เป็นลายการ์ตูนแต่ต้องเป็นลายที่ชอบ
14. ลายการ์ตูนที่ไม่รู้จักไม่ชอบ
15. ชอบบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ
16. ไม่ชอบแบบเซ็ตเพราะมักจะมีขนาดเล็ก ไม่ชอบขนมที่มีขนาดเล็ก
17. ไม่เคยทานซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะแม่ไม่เคยซื้อให้กิน
18. ไม่ซื้อซีเรียลแบบผู้ใหญ่ เพราะไม่ชอบ
19. เลือกซีเรียลให้พี่สาวคิดว่าพี่น่าจะชอบ
20. ไม่อ่านตัวอักษรที่อยู่บนกล่องซีเรียล
21. จำยี่ห้อของซีเรียลไม่ได้
22. จำการ์ตูน คาแรคเตอร์ ของซีเรียลได้ โกโก้ครั้นช์
23. จำสีของซีเรียลที่กินได้
24. คาแรคเตอร์ ของสินค้าชัดเจน สังเกตง่าย
25. ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ทำให้สินค้าน่าซื้อเป็นที่จดจำ
26. ชอบสติชสีฟ้า ไม่เกี่ยวว่าเป็นผู้ชายใส่ข้างในแล้วชอบ
27. ชอบดูการ์ตูนเรื่องสติชบ่อย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13 เด็กชาย อายุ 11 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 31 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Big C
2. Lotus
3. 7-Eleven
4. ซื้อซีเรียลด้วยตัวเอง
5. เลือกแบบที่เคยกิน
6. ซื้อที่ผู้ใหญ่แนะนำว่ามีประโยชน์
7. ชอบทรงถ้วยเพราะจุได้เยอะ
8. ชอบขนาดเล็กเพราะพกพาได้สะดวก
9. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีสีแดง เพราะสีเหมือนเลือดเจออุบัติเหตุบ่อยเลยชินและชอบ
10. เลือกซื้อซีเรียลแบบที่หาซื้อง่าย
11. ซื้อยี่ห้อที่มีวางขายเยอะหลายที่หาง่าย
12. เลือกแบบที่มีของแถม
13. ของแถมที่ซื้อมาแล้วได้ซ้ำ ก็จะไม่ซื้ออีก
14. ยี่ห้อที่กินอยู่ถ้ามีของแถมก็หยิบเลย
15. ถ้าไม่ใช่ยี่ห้อที่เคยกินแล้วมีของแถมต้องดูคุณภาพซีเรียลก่อนซื้อ
16. ไม่ค่อยชอบที่มีลายการ์ตูนบนบรรจุภัณฑ์เลือกที่ตัวสินค้า
17. เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เพราะมีปริมาณเยอะกว่า
18. ซื้อกล่องใหญ่ เพราะราคาถูกกว่ากล่องเล็กหลายกล่องรวมกัน
19. ไม่ชอบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเพราะได้ประมาณน้อย
20. เลือกซีเรียลแบบที่เป็นเซ็ต เพราะลายสวย
21. กินซีเรียลแบบผู้ใหญ่ด้วย
22. เคยลองกินเพราะที่บ้านมีพ่อซื้อมา
23. ชอบซีเรียลแบบของเด็กมากกว่าแบบผู้ใหญ่เพราะอร่อยกว่า
24. ชอบซีเรียลเด็กมากว่าแบบผู้ใหญ่เพราะบรรจุภัณฑ์น่ารักกว่า
25. สังเกตที่ส่วนประกอบของซีเรียลบนบรรจุภัณฑ์
26. เลือกซื้อซีเรียลที่เคยทาน
27. ซีเรียลที่ไม่เคยทานจะดูจากข้อมูลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์เพื่อพิจารณา
28. จำยี่ห้อซีเรียลได้ โกโก้ครั้นช์
29. กินซีเรียลบ่อย
30. เลือกมาสคอตสติชสีฟ้าเพราะเป็นตัวที่ดูแปลกที่สุด ไม่เหมือนตัวอื่น
31. เลือกเพราะมาจากการ์ตูนที่ชอบดู

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14 เด็กชาย อายุ 11 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. เลือกซื้อซีเรียลด้วยตนเอง
3. เลือกแบบที่เคยกิน
4. รู้จักซีเรียลเพราะกินเกือบทุกวัน
5. เลือกรูปทรงแบบกล่อง เลือกเพราะความเคยชิน
6. ไม่เลือกแบบถ้วยเพราะได้น้อย
7. ไม่เลือกแบบถุงเพราะเคยซื้อมากินแล้วไม่อร่อย
8. ชอบสีขาวเพราะสะอาดตา
9. เลือกแบบที่มีของแถมเพราะชอบของเล่น
10. ถ้าเป็นยี่ห้อที่ซื้อบ่อยๆ แล้วไม่มีของแถมก็ซื้อ
11. ชอบลายการ์ตูนหรือหนังที่รู้จัก Angry Bird, Star Wars, Transformers
12. ไม่ชอบการ์ตูนที่เป็นผู้หญิง หรือการ์ตูนแบบญี่ปุ่น
13. เลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ
14. เลือกแบบกล่องเดี่ยวไม่เลือกแบบเซ็ต 8 กล่องเล็ก เพราะมีรสอื่นที่ไม่เคยกินกลัวไม่อร่อย
15. ชอบกินรสเดิมๆ ซ้ำๆ
16. ไม่ชอบทดลองสินค้าใหม่ๆที่ไม่เคยกิน
17. เลือกให้พ่อกับแม่แบบที่มีผลไม้เพราะมีประโยชน์
18. อ่านตัวอักษรที่เป็นภาษาไทย
19. ไม่อ่านตัวอักษรภาษาอังกฤษ
20. อ่านชื่อซีเรียล รสชาติ ที่อยู่หน้าบรรจุภัณฑ์
21. สนใจซีเรียลรสชาติใหม่ๆ ของยี่ห้อเดิมที่ซื้อกิน
22. จำยี่ห้อซีเรียลที่กินได้
23. จำลักษณะลวดลายบรรจุภัณฑ์ได้
24. จำสีของซีเรียลที่ชอบได้
25. จำขนาดของซีเรียลที่ซื้อได้
26. ชอบมาสคอตม้าลาย
27. ชอบเพราะเป็นสัตว์ใจดี
28. ดูจากในทีวีเห็นม้าลาย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15 เด็กชาย อายุ 11 ขวบ โรงเรียนรัฐบาล ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. เลือกซื้อซีเรียลเอง
3. เลือกซีเรียลที่มีประโยชน์
4. เลือกซีเรียลที่เคยกินแล้วอร่อย
5. เลือกบรรจุภัณฑ์แบบกล่องเพราะมีหลายขนาดให้เลือก
6. เลือกซื้อขนาดเล็กที่ถือได้ง่าย
7. เลือกซีเรียลที่บรรจุภัณฑ์มีสีฟ้าเพราะสดใส ดูแล้วสดชื่น เย็นสบาย
8. เลือกซีเรียลที่มีรูปร่างแบบกลม เนสท์เล่ ไมโล เพราะกินง่าย อร่อย มีประโยชน์
9. เลือกแบบที่มีของแถม
10. ชอบของแถมที่เป็นแบบผู้ชายไม่เลือกของแถมที่เป็นแบบผู้หญิง
11. ชอบแบบที่มีลายการ์ตูนที่ชอบ แต่ถ้าไม่มีลายที่ชอบก็ซื้อ
12. เลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เพราะมีปริมาณเยอะ
13. เลือกแบบเซ็ตกล่องเล็ก 8 กล่องเพราะลายน่ารัก ไม่ซ้ำ
14. เคยกินซีเรียลผู้ใหญ่ เพราะแม่ซื้อมาให้
15. ชอบกินซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะเคยกิน
16. เลือกที่มีประโยชน์
17. เลือกเพราะอร่อย
18. เลือกซีเรียลให้พ่อกับแม่ที่ผสมผลไม้เพราะมีประโยชน์
19. อ่านภาษาไทย (รสชาติ, ประโยชน์) ที่อยู่บน บรรจุภัณฑ์
20. จำยี่ห้อซีเรียลได้เนสท์เล่ ไมโล โกโก้ครั้นช์ เพราะเคยกิน
21. เห็นโฆษณาทางทีวีบ่อยๆ
22. ชอบมาสคอตยีราฟ
23. ชอบเพราะคอยาวมองเห็นง่าย
24. ชอบเพราะตัวสูง
25. ชอบเพราะสีสวย
25.

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16 เด็กชาย อายุ 7 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Big C
2. Lotus
3. เลือกซื้อของเอง
4. เลือกซื้อของกินที่ชอบ
5. เลือกของเอง เป็นของที่อยากได้
6. รู้จักซีเรียล เพราะเคยซื้อ ซื้อซีเรียลกินเอง
7. เลือกลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง เพราะพกพาสะดวก
8. ชอบสีโกโก้ ชอบกินโกโก้ครั้นช์
9. เลือกซีเรียลที่มีของแถม
10. เลือกซีเรียลขนาดใหญ่ เพราะจะได้ปริมาณเยอะกว่า
11. ชอบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ
12. ไม่เคยกินซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะดูไม่น่ากิน
13. ซีเรียลที่ไม่อร่อยไม่ซื้อกิน
14. เลือกเนสท์เล่ ฟิตเนสส์ ให้แม่เพราะสีสวยมีหลายสี
15. ไม่อ่านตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์
16. เลือกซื้อจากลายการ์ตูนที่ชอบ
17. เลือกซื้อเพราะบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่ชอบ
18. จำยี่ห้อซีเรียลได้โกโก้ครั้นช์ เพราะเคยกิน
19. เห็นจากสื่อโทรทัศน์ ช่วงรายการเด็ก
20. เลือกเฉพาะซีเรียลที่เคยกินเพราะรู้ว่าอร่อย
21. ซีเรียลที่ไม่เคยซื้อ ถ้ามีการ์ตูนที่ชอบก็ซื้อ
22. ชอบมาสคอตก็อตซิลล่า
23. ชอบหนามด้านหลังก็อตซิลล่า เพราะดูเท่ห์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17 เด็กหญิง อายุ 7 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. Big C
3. 7-Eleven
4. เลือกของเองขนม
5. เวลาซื้อเลือกแบบที่ชอบ
6. ซื้อซีเรียลแบบถ้วย เพราะกินได้สะดวก ไม่ต้องเทใส่ถ้วย
7. ซื้อเพราะรสชาติอร่อย
8. ซื้อเพราะแถมนมในตัวบรรจุภัณฑ์ ไม่ต้องซื้อนมมาใส่อีก
9. ชอบสีเขียว สีเหลืองเพราะสีสันสดใส
10. ไม่ซื้อซีเรียลที่มีของแถม
11. มีของเล่นเยอะ
12. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีลายการ์ตูน
13. ชอบการ์ตูนลายสัตว์เพราะน่ารัก
14. เลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเพราะขนาดใหญ่มีปริมาณเยอะเกินไปกินไม่หมด
15. ไม่เลือกแบบเซ็ต เลือกแบบกล่องเดียว เพราะสามารถเลือกรสชาติได้
16. ชอบแบบที่ถือสะดวก
17. ซีเรียลแบบผู้ใหญ่ก็กิน ถ้าไม่มีแบบของเด็ก
18. เลือกซีเรียลแบบผู้ใหญ่ให้พ่อ เพราะพ่อกินเยอะ
19. อ่านตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์
20. เลือกตัวอักษรก่อนเลือกซีเรียลเพราะจะรู้ว่าชอบหรือไม่ชอบ
21. อ่านตัวอักษรที่เขียนบอกรสชาติของซีเรียล
22. จำยี่ห้อซีเรียลได้เพราะใน 7-Eleven เจอซีเรียลวางขายเยอะ
23. อยากกินซีเรียลแบบอื่นๆ
24. ถ้าไม่อร่อยซื้อครั้งเดียว จะไม่ซื้ออีก
25. ชอบนกเพนกวิน
26. ชอบปีกนกเพนกวินมัน

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18 เด็กชาย อายุ 7 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Lotus
2. Big C
3. ร้านค้าของชำ
4. เลือกซื้อซีเรียลเอง
5. ชอบลองสินค้าแปลกใหม่
6. เลือกซื้อแบบที่เคยซื้อ
7. เลือกซื้อเพราะเคยกิน
8. กินซีเรียลบ่อย
9. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์โกโก้ครั้นช์แบบกล่อง
10. ชอบสีช็อคโกแลตเพราะชอบกินขนมที่มีช๊อคโกแลตเป็นส่วนผสม
11. เลือกแบบที่มีของแถม
12. ถ้ามีของแถมก็ไม่ซื้อถ้าไม่เคยกิน
13. ชอบของแถมที่เอาออกมาเล่นได้
14. ไม่ซื้อของแถมที่ไม่ชอบ
15. ไม่ซื้อรสชาติที่ไม่ชอบ
16. อยากให้ของแถมโชว์อยู่ด้านนอกกล่องซีเรียล จะได้รู้ว่าได้อะไร
17. ชอบลายการ์ตูนของโกโก้ครั้นช์ เพราะจำได้ง่าย
18. เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กเพราะเหมาะกับตัวเอง
19. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยเพราะจะเอาถ้วยไปใส่ของเล่นต่อ
20. ไม่ชอบแบบเซ็ทเพราะบางรสชาติไม่กินกินแต่รสซ้ำๆ
21. ไม่ชอบซีเรียลผู้ใหญ่เพราะดูไม่อร่อย
22. เลือกซีเรียลที่มีผลไม้ให้พ่อกับแม่เพราะชอบผลไม้
23. ไม่สังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์
24. ไม่อ่านตัวอักษรภาษาอังกฤษเพราะอ่านไม่ออก
25. จำยี่ห้อซีเรียลไม่ได้
26. อยากกินรสชาติซีเรียลใหม่ๆด้วย
27. ชอบม้าลาย
28. ชอบเพราะวิ่งเร็ว ดูจากโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19 เด็กหญิง อายุ 8 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 27 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ 7-Eleven
2. Big C
3. เลือกซื้อของเอง ขนมของกิน
4. เลือกแบบที่เคยกิน
5. รู้จักซีเรียล เพราะได้ซื้อเองบ่อย
6. ชอบกินซีเรียลเพราะอร่อย
7. เลือกซีเรียลแบบถ้วย (ยี่ห้อ โกโก้ครันช์ แบบถ้วย) เพราะทานได้สะดวก
8. ซื้อเพราะมีแถมนมในถ้วย
9. เลือกสีส้ม เพราะชอบสีสว่าง
10. ไม่ชอบแบบที่มีของแถม
11. เลือกแบบที่เคยกิน
12. ไม่ชอบของแถมที่เป็นแบบผู้ชาย
13. ชอบที่เป็นการ์ตูนสัตว์เพราะลายน่ารัก
14. ลวดลายน่ารัก
15. เลือกบรรจุภัณฑ์ที่ขนาดใหญ่ เพราะได้ปริมาณเยอะ
16. เลือกที่สามารถแบ่งกินได้หลายครั้ง
17. ชอบแบบเซ็ตมากกว่ากล่องเดี่ยวเพราะมีรสชาติหลากหลาย
18. ชอบลองกินรสชาติใหม่ๆ
19. ชอบแบบการ์ตูนที่ไม่ซ้ำกัน
20. ไม่ชอบซีเรียลผู้ใหญ่ เพราะดูไม่อร่อย
21. เลือกกล่องสีน้ำตาลให้แม่ เพราะเคยเห็นแม่กิน
22. อ่านตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ เช่น รสชาติ ส่วนผสม
23. เลือกแบบที่มีประโยชน์ ดูจากข้อความประกอบ
24. จำยี่ห้อของซีเรียลได้ เพราะพบบ่อยทางโฆษณาในโทรทัศน์
25. ไม่ทดลองสินค้าที่ไม่เคยทาน
26. ชอบมาสคอตม้าลาย
27. ชอบเพราะลายสวย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20 เด็กหญิง อายุ 8 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 29 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่เซ็นทรัลพระราม 9
2. Lotus
3. Big C
4. เลือกที่กินแล้วมีประโยชน์
5. ถามข้อมูลของที่ซื้อจากผู้ปกครองก่อน
6. รู้จักซีเรียลเพราะเคยกิน
7. ชอบกินซีเรียลเป็นขนมมากกว่ากินกับนม
8. ซื้อซีเรียลเอง เลือกรสชาติที่ชอบกิน
9. ดูข้อมูลจากที่เขียนไว้บนผลิตภัณฑ์
10. เลือกบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยเพราะมีขนาดเล็ก พกง่าย
11. ชอบสีชมพูแบบถ้วยเพราะเป็นผู้หญิงเลยชอบสีชมพู สีมันน่ารัก
12. ไม่ซื้อที่มีของแถมถ้าเป็นรสชาติที่ไม่กิน
13. ชอบลายการ์ตูนที่เป็นรูปสัตว์ทุกอย่าง แบบซีเรียลโคเน่ ที่เป็นรูปกระต่ายหูยาว
14. เลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเพราะถือง่าย
15. ชอบขนาดที่เหมาะกับตัวเอง
16. ซีเรียลขนาดใหญ่แพงกว่ากล่องเล็ก
17. ไม่เลือกแบบเซ็ต 8กล่องเล็ก เพราะบางรสชาติไม่กิน
18. ไม่ซื้อซีเรียลแบบผู้ใหญ่ เพราะไม่เคยทาน
19. เลือก HAHNE Premium Muesli Crunchy Fruit ให้คุณพ่อ เพราะมีข้าวเป็นส่วนประ
20. ดูจากรูปถ่ายที่อยู่บนผลิตภัณฑ์ แล้วค่อยซื้อ
21. อ่านตัวอักษรภาษาไทย
22. ไม่อ่านส่วนประกอบเพราะเขียนตัวเล็ก
23. ไม่อ่านข้อมูลโภชนาการเพราะไม่เข้าใจ
24. จำยี่ห้อซีเรียลไม่ได้
25. จำสีของบรรจุภัณฑ์ได้
26. จำการ์ตูนที่อยู่บนกล่องของซีเรียลได้
27. ชอบซีเรียลที่หาง่าย ซื้อง่าย
28. ชอบมาสคอตยีราฟ
29. ชอบเพราะจุดสวย สีเหลือง สว่าง

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21 เด็กชาย อายุ 8 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ 7-Eleven
2. เลือกของเอง ขนมขบเคี้ยว
3. เลือกแบบที่มีประโยชน์ ข้อมูลจากข้างบรรจุภัณฑ์ เช่น มีวิตามิน
4. รู้จักซีเรียลเพราะเคยทาน
5. ชอบกินข้าวมากกว่าซีเรียลเพราะกินอิ่มกว่า
6. พ่อกับแม่เลือกซื้อซีเรียลให้
7. เลือกซื้อแบบที่เคยกินแล้วอร่อย
8. ถ้าคุณพ่อคุณแม่ซื้อแบบที่ไม่เคยกินมาให้ก็กินถ้าไม่อร่อยก็ไม่กิน
9. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง เพราะกินสะดวก
10. ชอบสีเข้ม-ดำ หรือสีน้ำตาลแบบโกโก้ครั้นช์ แต่ไม่รู้ว่าทำไมถึงชอบ
11. เลิกซื้อแบบที่กินได้สะดวก
12. ชอบซีเรียลแบบที่มีของแถม
13. แบ่งให้น้องเล่นด้วย (ของแถมที่ได้มา)
14. ยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมก็ซื้อ
15. ชอบของแถมที่เป็นแบบผู้ชาย เช่น หุ่นยนต์ เกมส์ที่อยู่ด้านหลังบรรจุภัณฑ์ ไม่ชอบของแถมแบบผู้หญิง
16. เลือกซีเรียลที่มีขนาดกล่องเล็กแบบพกพาได้เพราะกินหมดพอดีในครั้งเดียว
17. เลือกแบบกล่องเดี่ยว ไม่เลือกแบบเซ็ตเพราะไม่ได้ชอบทุกกล่องในเซ็ต
18. ซื้อซีเรียลแบบที่สามารถเลือกหยิบเองได้
19. ซีเรียลที่ไม่เคยกิน ถ้าทำเหมือนที่เคยกินก็อาจจะลองซื้อมากิน
19. อันที่ไม่เคยกิน ถ้าทำคล้ายที่เคยกินก็อาจซื้อกิน
20. เลือกซีเรียลผู้ใหญ่ให้พี่เพราะเคยเห็นพี่กิน
21. อ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ซีเรียล เช่น ส่วนประกอบของซีเรียล
22. สนใจตัวอักษรก่อนเลิกซีเรียล
23. จำยี่ห้อของซีเรียลไม่ได้
24. จำซีเรียลจากภาพรวม องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์
25. ดูรสชาติที่ชอบก่อนซื้อ
26. ซีเรียลที่ไม่มียี่ห้อไม่ซื้อ (ซีเรียลที่ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก) ซื้อแบบที่มียี่ห้อ
27. ชอบมาสคอตม้าลาย
28. ชอบเพราะสีที่เป็นขาว-ดำ

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22 เด็กชาย อายุ 9 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Top,
2. Lotus
3. เลือกซื้อซีเรียลเอง
4. เลือกแบบที่เคยกิน
5. รู้จักซีเรียลเพราะชอบทานซีเรียล
6. เลือกรูปทรวงบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง เพราะเคยซื้อแต่แบบกล่องมากิน
7. ชอบหลายสี ชอบสีฟ้า, สีเหลือง และก็สีเขียว เพราะสีสันสดใส ดูแล้วสดชื่น
8. ชอบลายการ์ตูนที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์
9. ซื้อซีเรียลแบบที่เคยกินแล้วอร่อย
10. ชอบการ์ตูนสัตว์ของ เนสท์เล่ ฮันนี่ สตาร์ส เพราะน่ารัก
11. ชอบแบบที่มีของแถม
12. ซื้อของแถมที่เป็นแบบผู้หญิง
13. เอาของแถมไปให้น้องเล่น
14. เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ
15. เลือกแบบที่เป็นเซ็ต 8กล่องเล็ก เพราะลายน่ารักมีแบบเป็นเซ็ต
16. ไม่เคยกินก็ซื้อเพราะอยากลอง
17. ไม่เคยกินซีเรียลผู้ใหญ่เพราะคิดว่าไม่น่าอร่อย
18. เลือกให้คุณยายกับคุณตา เพราะจะได้สุขภาพดี มีผลไม้
19. ชอบอ่านตัวอักษรที่อยู่บนกล่องซีเรียล
20. อ่านแต่ตัวอักษรภาษาไทย
21. อ่านตัวอักษรภาษาอังกฤษไม่ได้
22. จำยี่ห้อซีเรียลได้เนสท์เล่ฮันนี่สตาร์สโกโก้ครั้นช์
23. ซื้อของบ่อยในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เลยจำได้
24. ชอบมาสคอตสติชสีฟ้า
25. ชอบเพราะเคยดูการ์ตูน แล้วน่ารัก

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23 เด็กหญิง อายุ 9 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

1. ซื้อซีเรียล และขนมเอง
2. ซื้อของที่ Big C
3. รู้จักซีเรียลแต่นานๆกินครั้ง
4. เลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยเพราะเป็นรูปร่างกลมน่ารัก
5. ชอบสีชมพู ฟ้า เขียว แบบหลายสีรวมกัน
6. ชอบสีสันสดใสที่มองแล้วไม่เบื่อ
7. ไม่เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถม เพราะมองไม่เห็นว่าได้ของแถมอะไร บางครั้งได้ของแถมแบบที่ไม่ชอบ
8. ชอบให้ของแถมอยู่นอกกล่อง
9. ชอบกล่องที่เป็นลายการ์ตูนที่คุ้นเคย
10. เลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะกินได้นาน
11. ชอบแบบเป็นเซ็ต 8 กล่องเล็กเพราะมีรสชาติไม่ซ้ำกัน
12. ชอบลายการ์ตูนเวลาอยู่รวมกันเยอะๆ หลายลายแล้วน่ารัก
13. ชอบซีเรียลแบบผู้ใหญ่ด้วย เพราะดูน่ากิน
14. กินซีเรียลทุกอย่าง ยกเว้นที่มีลูกเกดผสมอยู่
15. เลือกให้คุณพ่อแบบที่มีข้าวผสมด้วย พ่อจะได้กินอิ่ม
16. สังเกตตัวอักษรที่อยู่บนกล่องด้วย
17. อ่านตัวอักษรก่อนแล้วค่อยเลือกซีเรียล
18. จำยี่ห้อได้เพราะเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ โกโก้ครั้นช์ , เนสท์เล่ฮันนี่สตาร์ส
19. ถ้าไม่เคยทานจะไม่ซื้อ เพราะไม่เคยกิน
20. ชอบผลิตภัณฑ์ซีเรียลแบบที่พกพาได้สะดวก (ขนาดกล่องเล็ก)
21. ชอบมาสคอตยีราฟ
22. ยีราฟคอยาว กินผักผลไม้ดูสะอาดดี
23. เคยเจอที่สวนสัตว์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 เด็กชาย อายุ 9 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 27 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ Big C
2. ร้านของชำ
3. 7-Eleven
4. รู้จักซีเรียล เคยทานแต่ไม่บ่อย
5. ไม่เคยซื้อซีเรียลเองพ่อกับแม่ซื้อให้ แต่ถ้าไม่อร่อยก็ไม่กิน
6. เลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบกล่องเพราะมีหลายขนาด (มีทั้งขนาดเล็กและใหญ่)
7. ชอบสีน้ำตาลเพราะชอบกินช็อคโกแลต
8. เลือกแบบที่มีของแถม เพราะชอบของแถม
9. ยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมก็เลือก
10. ชอบของแถมที่เป็นผู้ชาย
11. เอาของแถมมาเล่นกับน้อง
12. ซื้อตามเพื่อนเอามาเล่นด้วยกัน
13. ชอบลวดลายบนกล่องแบบที่เป็นหุ่นยนต์เนสท์เล่ฮันนี่สตาร์ส แถมหุ่นยนต์ Transformer)
14. เลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่กว่าเพราะได้ปริมาณเยอะกว่า
15. ไม่ชอบบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยเพราะขนาดเล็กได้ปริมาณซีเรียลน้อย ไม่อิ่ม
16. ชอบขนาดแบบที่สามารถกะปริมาณเวลากินได้เอง
17. ไม่ชอบแบบเซ็ตเพราะไม่กินรสชาติแปลกๆ
18. ไม่ซื้อซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะคุณพ่อคุณแม่ไม่เคยซื้อให้กิน
19. ถ้าคุณพ่อกับคุณแม่ซื้อซีเรียลที่ไม่เคยกินมาให้กินก็กิน แต่ถ้าไม่อร่อยก็ไม่กินต่อ
20. เลือกซีเรียลแบบที่ผสมผลไม้ให้คุณพ่อคุณแม่ เพราะมีประโยชน์
21. ไม่ได้สังเกตตัวอักษรบนกล่องซีเรียล
22. เลือกยี่ห้อก่อนเลยว่าเป็นยี่ห้อที่ชอบ
23. เลือกยี่ห้อก่อนแล้วค่อยดูซีเรียล
24. จำยี่ห้อซีเรียลได้ เพราะเห็นโฆษณาซีเรียลทางโทรทัศน์
25. อยากกินผลิตภัณฑ์ซีเรียลที่ไม่เคยกินด้วย
26. ชอบมาสคอตสติชสีฟ้า
27. แปลกกว่าตัวอื่นที่เป็นสัตว์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25 เด็กชาย อายุ 10 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

1. รู้จักซีเรียลเพราะเคยทาน
2. ซื้อซีเรียลเอง
3. ซื้อใน 7-Eleven
4. เลือกเพราะไม่รู้จะซื้ออะไร
5. เลือกซื้อบรรจุภัณฑ์แบบถ้วย เพราะกินสะดวก
6. บรรจุภัณฑ์บางอย่างมีนมแถมมาด้วยไม่ต้องซื้อนมมาใส่
7. ซื้อบรรจุภัณฑ์กล่องใหญ่เอาไว้กินที่บ้าน
8. ซื้อแบบถ้วยขนาดเล็กเอาไปกินที่โรงเรียน
9. ชอบหลายสีรวมๆกัน สีแดง สีน้ำเงิน และสีช็อคโกแลต
10. ชอบเพราะสีดูน่ากิน
11. ชอบเพราะสีสวยตัดกันดี
12. ไม่เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถม เพราะมักจะซื้อแบบที่เป็นของเล่นเลย
13. ไม่ซื้อซีเรียลที่ไม่เคยกิน เพราะดูไม่อร่อย
14. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีลายการ์ตูนทุกแบบ แต่ถ้าไม่มีก็ไม่เป็นไร
15. พอกินเสร็จแล้วเอาล่องมาเล่นต่อได้ แบบที่มีลายการ์ตูน
16. เลือกซื้อทั้งที่เป็นกล่องเล็กและกล่องใหญ่
17. ชอบแบบกล่องเดี่ยว ไม่ชอบแบบเซ็ตเพราะสามารถเลือกได้
18. ไม่ชอบลองซีเรียลแปลกใหม่ ชอบกินซีเรียลรสชาติแบบเดิมๆ
19. ไม่ชอบซีเรียลผู้ใหญ่ แต่ถ้าพ่อกับแม่ซื้อมาก็กิน
20. เลือกซีเรียลให้พี่ พี่ผู้หญิงชอบกินขนม
21. สังเกตตัวอักษรบนกล่องด้วย อ่านที่ยี่ห้อ
22. ชอบอ่านภาษาอังกฤษ
23. สนใจซีเรียลที่อยากกินก่อนแล้วค่อยอ่านตัวอักษร
24. จำยี่ห้อซีเรียลได้
25. ชอบมาสคอตม้าลาย
26. ชอบเพราะตัวโตลายสวย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26 เด็กหญิง อายุ 10 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 34 รหัส ดังนี้

1. เลือกของซีเรียล ขนมเอง
2. ซื้อของที่ Lotus
3. 7-Eleven
4. ชอบกินซีเรียลแทนข้าวเช้า
5. เลือกซื้อแบบที่เคยกิน Kellogg's Frosties และโกโก้ครั้นช์
6. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง เพราะกินไม่หมดก็เก็บไว้ได้
7. ไม่ชอบแบบถ้วยเพราะเปิดแล้วต้องกินให้หมดในครั้งเดียว
8. ไม่ชอบแบบถ้วยเพราะเป็นพลาสติก ไม่ปลอดภัย
9. เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีสีชมพู เพราะสีสดใส
10. เลือกสีที่ดูน่ารัก
11. เลือกซีเรียลแบบที่เคยกิน
12. เลือกที่มีของแถม ชอบลุ้นว่าจะได้อะไร
13. ชอบของแถมที่เป็นตุ๊กตา เอามาเล่นได้
14. ชอบของเล่นแบบผู้ชายด้วย
15. ซีเรียลที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมก็ซื้อ
16. ชอบกล่องที่เป็นลวดลายการ์ตูน เพราะน่ารัก
17. สะสมการ์ตูนที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์
18. ชอบลายการ์ตูนแบบที่ดูในโทรทัศน์ หรือในหนัง
19. เลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ เพราะได้ปริมาณเยอะ
20. เลือกแบบเป็นเซ็ตเพราะมีหลายรสชาติ
21. ชอบที่มีการ์ตูนหลายๆลายแตกต่างกัน
22. ชอบลองรสที่ไม่เคยกิน ถ้าไม่อร่อยก็ไม่ซื้อกินอีก
23. ชอบซีเรียลแบบผู้ใหญ่ ที่เป็นคอนเฟลก เพราะมีประโยชน์
24. ซื้อเพราะผู้ปกครองบอกว่ามีประโยชน์
25. เลือกซีเรียลแบบคอนเฟลกให้ทุกคนในบ้านกินด้วยกัน
26. ไม่สังเกตตัวอักษรบนกล่องซีเรียลเลย
27. ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ทำให้ดูมีประโยชน์
28. เลือกซีเรียลแบบที่ชอบก่อน
29. จำยี่ห้อซีเรียลไม่ได้
30. จำสีของบรรจุภัณฑ์ได้
31. จำการ์ตูนของผลิตภัณฑ์ได้ หมีโคล่าของโกโก้ครั้นช์
32. ชอบบรรจุภัณฑ์สีสันสดใสทำให้อยากซื้อ
33. ชอบมาสคอตม้าลาย
34. ดูจากลายของม้าลายแล้วมึนๆดี

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27 เด็กชาย อายุ 10 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 รหัส ดังนี้

1. เลือกซื้อซีเรียลเองเพราะชอบกินซีเรียล
2. ซื้อของที่ Lotus
3. ชอบกินซีเรียล
4. เลือกซื้อแบบที่ผู้ปกครองเคยซื้อให้กิน
5. เลือกซื้อลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง เพราะเอากล่องไปเล่นต่อได้
6. ชอบรูปร่างแบบกล่องเพราะได้ปริมาณเยอะ
7. ซื้อซีเรียลครั้งละหลายกล่องเพราะกินได้นาน
8. ชอบสีน้ำตาล เพราะสวย
9. เลือกซื้อซีเรียลแบบที่ชอบกิน
10. เลือกซื้อซีเรียลที่มีของแถม
11. ชอบของแถมที่เป็นหุ่นยนต์
12. เอาของแถมมาเล่นกับเพื่อน
13. ซื้อยี่ห้อที่ไม่เคยกินก็ซื้อ ถ้ามีของแถม เพราะอยากได้
14. ชอบลวดลายการ์ตูนที่เป็นสัตว์ สิงโต ลิง หมี เพราะลายน่ารัก
15. เลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ
16. ไม่ชอบแบบเป็นเซ็ตเพราะเลือกรสชาติเองไม่ได้
17. ไม่ชอบซีเรียลแบบผู้ใหญ่เพราะไม่เคยกิน
18. เลือกกล่องสีเขียว HAHNE Muesli Crunchy Fruit ให้คุณแม่ เพราะดูน่าอร่อย
19. สังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ อ่านยี่ห้อ ข้อมูลข้างกล่อง (โภชนาการ,ส่วนผสม)
20. สนใจตัวอักษรก่อนซีเรียล
21. จำยี่ห้อซีเรียลได้เพราะกินบ่อยโกโก้ครั้นช์
22. ซื้อซีเรียลแบบที่เคยซื้อเป็นประจำ
23. ซีเรียลที่ไม่เคยทาน ต้องถามพ่อกับแม่ก่อนว่ามีประโยชน์มั้ย อร่อยมั้ย
24. ชอบมาสคอตยีราฟ
25. ชอบเพราะยีราฟดูใจดี สีสวย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28 เด็กหญิง อายุ 11 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

1. ได้เลือกของเองเพราะวันหยุดได้ค่าขนม เลือกนมและของกินเล่น
2. ซื้อของที่สยามพารากอน
3. ชอบกินซีเรียลเพราะอร่อย
4. ซื้อซีเรียลแบบที่เคยกิน
5. เลือกลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบกล่องเพราะเทออกมาแล้วสามารถเก็บได้
6. ไม่ชอบแบบถ้วยกับแบบถุงเพราะถ้ากินไม่หมดเก็บลำบาก
7. ชอบสีน้ำเงิน, สีฟ้า เพราะชอบทะเล
8. ซื้อซีเรียลแบบที่เคยกินแล้วอร่อย
9. ชอบซีเรียลที่มีของแถม
10. ชอบของแถมทั้งแบบผู้ชายและผู้หญิง
11. ซื้อยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมด้วย
12. ชอบลวดลายที่เป็นสัตว์ มากกว่าการ์ตูนคาแรคเตอร์ เพราะชอบเลี้ยงสัตว์
13. ซื้อขนาดบรรจุภัณฑ์แบบใหญ่ เพราะได้ปริมาณเยอะ
14. เลือกแบบที่เป็นเซ็ต เพราะมีตัวการ์ตูนไม่ซ้ำกัน
15. ชอบซีเรียลแบบผู้ใหญ่ เพราะเคยกิน
16. ตัดสินใจซื้อสินค้าจากรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่ชอบ
17. เลือกซีเรียลผู้ใหญ่ให้คุณแม่ My Choice Corn Flakes เพราะมีประโยชน์
18. สังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์อ่านทั้งข้างหน้าและข้างหลัง
19. ดูตัวอักษรก่อนค่อยเลือกซีเรียล
20. จำยี่ห้อซีเรียลไม่ได้
21. จำซีเรียลจากลวดลายด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์
22. ซีเรียลที่ไม่เคยกิน จะดูส่วนผสม น้ำตาล วันหมดอายุ ก่อนค่อยซื้อมากิน
23. ชอบมาสคอตนกเพนกวิน
24. ชอบเพราะเพนกวินน่ารัก

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 เด็กหญิง อายุ 11 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 29 รหัส ดังนี้

1. เลือกซีเรียลเองชอบกินคอนเฟลกกับนม
2. ซื้อของที่ Big C
3. รู้จักซีเรียล ชอบกินมาก
4. กินซีเรียลทุกวัน
5. เลือกซื้อรสชาติที่เคยกิน
6. เลือกบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยเพราะเก็บง่าย
7. เลือกซีเรียลที่กินได้สะดวก
8. ชอบสีฟ้าแดง เพราะเห็นได้ชัด
9. ชอบซื้อแบบที่มีของแถม
10. ชอบของแถมทั้งแบบผู้หญิงและผู้ชาย
11. ยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมก็ซื้อ
12. ชอบลวดลายการ์ตูนแบบในโทรทัศน์ Disney Frozen (Kellogg's กล่องลาย Disney Frozen)
13. เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กๆ เพราะจับได้พอดีมือ
14. เลือกแบบเซ็ตที่มีหลายกล่อง เพราะมีหลายลวดลาย
15. ไม่ชอบซีเรียลผู้ใหญ่เพราะดูเป็นอาหารมากกว่าเป็นซีเรียลดูไม่น่าอร่อย
16. เลือกกล่องสีเขียว Premium MUESLI Crunchy Fruit ให้คุณพ่อเพราะมีแอ๊ปเปิ้ล
17. เลือก Nature's Path Organic, Pumpkin Flax Granola ให้แม่เพราะแม่น่าจะชอบ
18. สังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ด้วย
19. อ่านที่เป็นภาษาอังกฤษบ้าง บางครั้งไม่อ่านเพราะอ่านไม่ออก
20. ชอบอ่านที่เป็นภาษาไทย
21. อ่านรายละเอียดส่วนผสม
22. จำยี่ห้อซีเรียลไม่ได้ เพราะไม่เก่งภาษาอังกฤษ
23. เลือกซีเรียลจากลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ เพราะไม่ค่อยเปลี่ยนรูปแบบเลยจำได้
24. จำตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ซีเรียลได้
25. จำซีเรียลได้จากการ์ตูนคาแรคเตอร์บนบรรจุภัณฑ์
26. เห็นซีเรียลจากโฆษณาทางโทรทัศน์บ่อยๆ
27. ซีเรียลที่ไม่เคยกินถ้ากินแล้วอร่อยก็ซื้อ
28. ชอบมาสคอตสติชสีชมพู
29. ชอบเพราะสีน่ากิน

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30 เด็กชาย อายุ 11 ขวบ โรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 รหัส ดังนี้

1. ซื้อของที่ 7-Eleven
2. Lotus
3. The Mall (ซูเปอร์มาร์เก็ต)
4. เลือกซื้อซีเรียลบางครั้ง
5. รู้จักซีเรียลเพราะชอบกิน
6. เลือกซื้อซีเรียลด้วยตนเอง
7. เลือกซีเรียลที่มีประโยชน์
8. เลือกซีเรียลที่รสชาติ
9. ชอบสีแดงแบบ Kellogg's Froot Loops เพราะสีสดใส
10. เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบกล่อง เพราะเอากล่องไปทำของเล่นได้
11. กินซีเรียลตั้งแต่เด็กชอบ เคลล็อกส์ ฟรอสตีส์
12. เพื่อนสนิทชอบกินซีเรียล เลยชอบด้วย
13. เลือกซีเรียลแบบที่มีของแถมเอาเล่นได้
14. ชอบของแถมแบบผู้ชาย
15 ยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมก็ซื้อ เพราะชอบของเล่น
16. ชอบการ์ตูนบนบรรจุภัณฑ์ซีเรียลที่เป็นรูปสัตว์
17. ชอบการ์ตูนสัตว์เพราะน่ารัก จำง่าย
18. จำลวดลายการ์ตูนได้เพราะเหมือนเดิม ไม่ค่อยเปลี่ยน
19. เลือกซีเรียลกล่องขนาดใหญ่มากกว่ากล่องเล็กเพราะกินได้นาน
20. ชอบแบบที่จัดเป็นเซ็ตเพราะของจัดเซ็ตจะราคาถูกกว่าชิ้นเดียว
21. ไม่ชอบซีเรียลผู้ใหญ่เพราะไม่น่ากิน
22. สังเกตตัวอักษรบนกล่องซีเรียล ว่าอยากได้หรือไม่
23. เลือกซีเรียลผู้ใหญ่ให้แม่ เพราะเคยเห็นแม่กิน
24 . จำยี่ห้อซีเรียลได้เป็นซีเรียลแบบที่เคยกิน
25. ไม่ซื้อซีเรียลที่ไม่เคยกิน เพราะไม่รู้รสชาติ
26. อันที่ไม่เคยกินต้องลองกินก่อน ถ้าอร่อยจะซื้อ
27. ชอบมาสคอตยีราฟ
28. ชอบเพราะสูง
29. ชอบเพราะสีสวย
30. Food Land

3. จากนั้นผู้วิจัยนำรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 30 คน มาพิจารณาและจับกลุ่มรหัสที่คล้ายคลึงและมีความหมายทับซ้อน (Overlap) กัน ให้เป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) ซึ่งแสดงการให้รหัสได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
2, 5, 16	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
18	ประสบการณ์ที่เคยกิน (แต่เรียกไม่ถูก)	
27	ไม่เคยกินไม่ซื้อ	
29, 31	เลือกเพราะความคุ้นเคย	
3,	เลือกตามความชอบของตนเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
6	เลือกจากสีที่ชอบตรงกับความเป็นจริง	สี (Color)
25	จดจำสี	
9, 12,	การ์ตูนมีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ
10	ลวดลายการ์ตูนที่เคยดู	(Illustration)
11	เลือกตามเพศตนเอง	
17	ลวดลายที่ไม่ซ้ำกัน	
26	จดจำลักษณะเฉพาะการ์ตูนคาแรคเตอร์	
4	เลือกตามความสะดวก	รูปร่าง (Shape)
13	เอามาเล่นต่อได้	
24	จดจำรูปทรงได้	
15	ชอบแบบถ้วยมากกว่าแบบกล่อง	

ตารางที่ 4.4 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
14, 30	ชอบขนาดใหญ่เพราะปริมาณเยอะ ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	ขนาด (Size) ปริมาณ
20 21 22	สนใจอ่านตัวอักษรที่อ่านได้ ไม่อ่านตัวอักษรที่อ่านยาก พยายามทำความเข้าใจ โดยถามจากผู้อื่น	ตัวอักษร (Letter)
23	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
7, 8, 28	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
19	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.5 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยที่ 2

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
2	7-Eleven	
3	Lotus	
5, 7, 9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
18	ไม่น่ากินไม่ซื้อ	
4, 6	เลือกตามความชอบของตนเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
8, 23	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
13	ลวดลายการ์ตูนที่น่ารัก	ภาพประกอบ (Illustration)
14	ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	
17	ลวดลายที่ไม่ซ้ำกัน	
22	จดจำลักษณะเฉพาะการ์ตูนคาแรคเตอร์	
15	ชอบขนาดใหญ่เพราะปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)
16	ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	ปริมาณ
20	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
21	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
10, 11	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
12	นำของแถมไปเล่น	
19	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.6 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 3

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
5, 16	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
4	จดจำจากประสบการณ์ที่เคยกิน (แต่เรียกไม่ถูก)	
3	เลือกตามความชอบของตนเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
2	เลือกซื้อซีเรียลด้วยตนเอง	
8	เลือกสีสันสดใส	สี (Color)
12	ชอบลายสัตว์มากกว่าการ์ตูนคาแรคเตอร์	ภาพประกอบ (Illustration)
20	จดจำลักษณะเฉพาะการ์ตูนคาแรคเตอร์	
6	เลือกแบบถ้วยเพราะน่ารัก	รูปร่าง (Shape)
15	เลือกตามความสะดวกในการกิน	
7	ถ้วยขนาดเล็กพอดีกับผู้ซื้อ	ขนาด (Size)
13	ชอบของขนาดเล็ก	ปริมาณ
14	ปริมาณสำคัญกว่าบรรจุภัณฑ์ภายนอก	
18	ไม่สนใจตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
19	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
9, 11	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
17	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.7 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 4

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
3, 15	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
2	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
13	กินบ่อย	
4	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
5	ไม่ชอบสีอ่อน (ชมพู, เขียว, ส้ม)	
10, 20, 9	จดจำลักษณะเฉพาะ คาแรคเตอร์	การ์ตูน (Character)
21	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่คุ้นเคย	รูปร่าง (Shape)
12	ชอบขนาดใหญ่เพราะปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)
14	แบบเซ็ตสำคัญกับปริมาณที่ได้	ปริมาณ
17	สนใจอ่านตัวอักษร (ชื่อของซีเรียล)	ตัวอักษร (Letter)
18	ไม่อ่านตัวอักษรที่อ่านยาก	
19	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
6	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
7	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
8	เลือกของแถมที่เห็นจริงได้จริง (อยู่นอกบรรจุภัณฑ์)	
11	เลือกของแถมที่มีประโยชน์ (ฝึกสมอง)	
16	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.8 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 5

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
5, 15	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
14	ไม่มีประสบการณ์ในการกิน	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
11	กินทุกวัน	
6	เลือกสีโทนเข้ม (น้ำตาล)	สี (Color)
7	เลือกสีเดียวกับที่ผู้อื่นชอบ	
12	ชอบเพราะน่ารัก	ภาพประกอบ (Illustration)
9	ชอบเพราะคุ้นเคย	
4	ความสะดวกในการพกพา (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
13	ความสะดวกในการกิน	
10	ชอบขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
17	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
18	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
8	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
16	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.9 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 6

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
3	7-Eleven	
6	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
18	ไม่มีประสบการณ์ในการกิน	
19	รสชาติ	
4	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
5	ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	
9	ชอบสีสดใส	สี (Color)
10	ชอบสีที่ดูแล้วสบายใจ	
11	การ์ตูนมีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
15	ลวดลายการ์ตูนไม่ซ้ำ	
16	ลวดลายการ์ตูนน่ารัก	
24	จดจำลักษณะเฉพาะการ์ตูนคาแรคเตอร์	
7	สนใจบรรจุภัณฑ์ต่อปริมาณ (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
8, 17	ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
21	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
22	สนใจตราสินค้าก่อนซื้อ	ตราสินค้า (Brand)
23	จดจำตราสินค้าไม่ได้	

ตารางที่ 4.9 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 6 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
12	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
13	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
14	นำไปให้ผู้อื่นเล่น	
20	เลือกตามความชอบของตนเอง	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.10 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 7

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
2	Big C	
5, 8	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
4	จดจำจากประสบการณ์ที่เคยกิน (แต่เรียกไม่ถูก)	
7, 18	เลือกเพราะรสชาติ	
19, 20	ไม่เคยกิน อยากลอง	
25	ความคุ้นเคย (โฆษณา)	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
9	เลือกซื้อไม่บ่อย	
26	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	
6	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
16	การ์ตูน/คาแรคเตอร์ มีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
10	ความสะดวกในการพกพา (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
17	ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	ขนาด (Size) ปริมาณ
23	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
24	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)

ตารางที่ 4.10 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 7 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding
11, 12	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
13	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
14, 15	นำไปเล่นกับผู้อื่น	
21	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.11 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 8

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
3, 4, 8	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
15	เลือกรสชาติไม่เลือกจำนวน	
	บรรจุภัณฑ์	
17, 18	ไม่เคยกิน อยากลอง	
23	ความคุ้นเคย (โฆษณา)	
2, 5	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
7	เลือกสีตรงกับวันเกิด	สี (Color)
11	การ์ตูนมีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ
16	ชอบลวดลายที่ต่างกัน	(Illustration)
6	ความสะดวกในการกิน (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
13	ชอบขนาดใหญ่	ขนาด (Size)
14	ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	ปริมาณ
20	สนใจตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
21	เลือกตราสินค้าก่อนเลือกสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
22, 24	จดจำตราสินค้าได้	
9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
12	นำมาสะสม	
19	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.12 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 9

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
2	7-Eleven	
4, 5	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
6	อยากลองเพราะมีประโยชน์	
7, 14	เลือกเพราะรสชาติ	
8, 21	เลือกเพราะความคุ้นเคย	
14	ไม่เคยกินไม่ซื้อ	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
9	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
12	การ์ตูน/คาแรคเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
13	ขนาดเล็กกินครั้งเดียวหมด	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
17	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
20	ไม่อ่านตัวอักษรที่อ่านยาก	
18	อ่านยี่ห้อ	
19	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
10	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
11	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	
16	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.13 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 10

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
2	7-Eleven	
3	ร้านขายของชำ	
5, 14	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
13, 19	เลือกรสชาติ	
15	ไม่เคยกิน อยากลอง	
4	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
8	เลือกสีตรงกับความเป็นจริง	สี (Color)
21	จดจำสีได้	
22	จดจำลักษณะเฉพาะ คาแรคเตอร์	ภาพประกอบ (Illustration)
6	เลือกแบบกล่องเพราะคุ้นเคย	รูปร่าง (Shape)
7	ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	ขนาด (Size)
11	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ	ปริมาณ
12	เลือกปริมาณก่อนเลือกอย่างอื่น	
17	ชอบอ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
18	อ่านที่เป็นภาษาไทย	
20	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	ไม่เลือกของแถมแบบผู้หญิง	
16	เลือกเพราะความคุ้นเคย/เคยเห็นกิน	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.14 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 11

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	7-Eleven	สถานที่ซื้อ
2	Big C	
5, 21	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
4	มีประโยชน์	
15, 16	ไม่เคยกินไม่ซื้อ	
7	เลือกแบบถ้วยเพราะมีแถมนม	
3	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
6	ชอบกินซีเรียล	
8	เลือกสีโทนร้อนแรง	สี (Color)
11	การ์ตูนมีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ
12	เลือกการ์ตูนผู้ชาย	(Illustration)
14	ชอบลวดลายหลากหลาย (เลือกเซ็ต)	
13	เลือกกล่องขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ	ขนาด (Size) ปริมาณ
18	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
19	พยายามทำความเข้าใจ/ถามจากผู้อื่น	
20	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	แบ่งให้ผู้อื่นเล่น	
17	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.15 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 12

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	Lotus	สถานที่ซื้อ
1	Big C	
6	ไม่เคยกิน อยากลอง	เหตุผลในการซื้อ
17, 18	ไม่เคยกิน ไม่ซื้อ	
5	ซื้อตามเพื่อน	
10	เลือกจากวัสดุ ที่ปลอดภัย	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
4	เลือกตามที่พ่อแม่เคยซื้อ	
7	ชอบกินซีเรียล	
11	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง (สีฟ้าเหมือนน้ำทะเล)	สี (Color)
23	จดจำสีได้	
13	เลือกลายการ์ตูนมีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
14	เลือกลายที่รู้จัก	
25	มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ	
22	จำการ์ตูนคาแรคเตอร์ได้	
24	ชัดเจน สังเกตง่าย	
8	เลือกเพราะคุ้นเคย (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
9	คุ้นเคยรูปแบบเดิมๆ	
15	เลือกขนาดใหญ่ได้ปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)
16	ไม่เลือกแบบเซ็ตเพราะขนาดเล็ก	ปริมาณ

ตารางที่ 4.15 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 12 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
20	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
21	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
12	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	ของแถม (Premium)
19	เลือกให้ตามความชอบของตนเอง	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.16 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 13

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
3	7-Eleven	
5, 22, 26	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
6	ซื้อเพราะผู้อื่นแนะนำ	
10	หาซื้อง่าย	
11	ผลิตภัณฑ์มีวางขายเยอะ	
15	เลือกที่คุณภาพซีเรียล	
23	รสชาติของเด็กอร่อยกว่าผู้ใหญ่	
4	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
21	ชอบกินซีเรียล	
18	เปรียบเทียบปริมาณและราคา (กล่องใหญ่ได้มากกว่ากล่องเล็กรวมกัน)	
9	เลือกสีตรงกับความเป็นจริง	สี (Color)
16	ลวดลายไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
20	เลือกแบบเซ็ตเพราะลายแปลกไม่ซ้ำ	
7	เลือกทรงที่ได้ปริมาณมาก (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
8	ขนาดเล็กพกพาสะดวก	
24	รูปทรงน่ารัก	

ตารางที่ 4.16 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 13 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
17	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
25	อ่านตัวอักษร ส่วนประกอบ	ตัวอักษร (Letter)
27	ไม่เคยกินจะอ่านตัวอักษรโดยรวม	
28	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
12,14	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
13	ไม่ซื้อของแถมที่ได้ซ้ำ	

ตารางที่ 4.17 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 14

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
3	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
7, 15	เลือกเพราะรสชาติ	
10	เลือกเพราะคุ้นเคย	
14, 16	ไม่เคยกินอยากลองไม่ซื้อ/ ไม่ลอง	
2	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
4	ชอบกินซีเรียล	
8	เลือกสีตามที่ชอบ	สี (Color)
24	จดจำสีที่ชอบได้	
11	เลือกลายการ์ตูนที่รู้จัก	ภาพประกอบ
12	ไม่เลือกลายการ์ตูนแบบผู้หญิง	(Illustration)
22	จดจำลวดลายได้	
5	เลือกเพราะเคยชิน	รูปร่าง (Shape)
6	ไม่เลือกรูปทรงถ้วยเพราะได้น้อย	
13	เลือกขนาดใหญ่ได้ปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)
25	จดจำขนาดที่เคยซื้อได้	ปริมาณ
18	อ่านตัวอักษรภาษาไทย	ตัวอักษร (Letter)
19	ไม่อ่านตัวอักษรภาษาอังกฤษ	
20	อ่านข้อมูลทั่วไป(ชื่อ, รสชาติ)	

ตารางที่ 4.17 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 14 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
21	ซื้อสัตว์ต่อตราสินค้า (สนใจซีเรียลแบบใหม่ๆยี่ห้อเดิม)	ตราสินค้า (Brand)
22	จดจำตราสินค้าได้	
9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
17	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.18 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 15

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
15	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
3, 16	เลือกที่มีประโยชน์	
4, 17	เลือกเพราะรสชาติ	
8	รูปร่างซีเรียลง่ายต่อการกิน	
21	คุ้นเคยกับตราสินค้า (โฆษณา)	
2	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
14	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	
7	เลือกสีสดใส สดชื่น	สี (Color)
11	การ์ตูน/คาแรคเตอร์ มีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
13	แบบเซ็ตลวดลายไม่ซ้ำกัน	
6	เลือกที่พกพาสะดวก (เล็ก)	ขนาด (Size)
5	มีให้เลือกหลายขนาด (กล่อง)	ปริมาณ
12	เลือกขนาดใหญ่เพราะมีปริมาณเยอะ	
19	อ่านตัวอักษรภาษาไทย	ตัวอักษร (Letter)
20	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	
18	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.19 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
6, 20	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
4, 5, 19	เลือกจากความชอบ	
12	ไม่เคยกินไม่ซื้อ	
13	เลือกเพราะรสชาติ	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
8, 17	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
11	ชอบลวดลายที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ	ภาพประกอบ
16, 21	เลือกจากลายการ์ตูนที่ชอบ	(Illustration)
7	ความสะดวกในการพกพา (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
10	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
15	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
18	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
14	เลือกเลือกให้ตามความชอบของตนเอง	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.20 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 17

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
2	Big C	
3	7-Eleven	
5	เลือกแบบที่ชอบ	เหตุผลในการซื้อ
7, 21	เลือกเพราะรสชาติ	
17	เลือกเพราะความจำเป็น	
23	ไม่เคยกิน อยากลอง	
24	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
15	ไม่เลือกแบบเซ็ตเพราะเลือกรสชาติเองไม่ได้	
8	เลือกเพราะมีแถมนม	
4	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
9	เลือกสีสันสดใส	สี (Color)
12	การ์ตูนมีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ
13	ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	(Illustration)
6	ความสะดวกในการกิน (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
16	สะดวกในการพกพา	
14	เลือกขนาดที่กินได้พอดี (เล็ก)	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
19	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
20	เลือกดูตัวอักษรก่อนเลือกซีเรียล	
22	จดจำตราสินค้าได้ (พบบ่อย)	ตราสินค้า (Brand)
10, 11	ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
18	เลือกตามปริมาณการกินของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.21 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 18

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Lotus	สถานที่ซื้อ
2	Big C	
3	ร้านขายของชำ	
7, 6	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
5, 26	ไม่เคยกิน อยากลอง	
15, 21	เลือกเพราะรสชาติ	
4	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
8	เลือกซื้อไม่บ่อย	
20	เลือกซื้อแบบเดิมซ้ำๆ	
10	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
17	จดจำได้ง่าย	ภาพประกอบ (Illustration)
9	เลือกเพราะชอบ (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
19	นำไปเล่นต่อได้	
18	เลือกขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง (เล็ก)	ขนาด (Size) ปริมาณ
23, 24	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
25	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
11	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
13	เอาของแถมมาเล่น	
12, 14	ของแถมไม่มีผลถ้าไม่เคยกิน/ ไม่ชอบ	
16	เลือกของแถมที่อยู่นอกบรรจุภัณฑ์	
22	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.22 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 19

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	7-Eleven	สถานที่ซื้อ
2	Big C	
4, 11	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
6, 17, 20, 25	เลือกเพราะรสชาติ	
18	ไม่เคยกิน อยากลอง	
23	เลือกเพราะมีประโยชน์	
24	จำตราสินค้าได้จากโฆษณา	
8	นำไปกินคู่กับซีเรียล (นม)	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
5	ซื้อบ่อย	
9	เลือกสีร้อนแรง (สีส้ม)	สี (Color)
13	ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	ภาพประกอบ
14	ลวดลายน่ารัก	(Illustration)
19	ลวดลายหลากหลาย	
7	ความสะดวกในการกิน	รูปร่าง (Shape)
15, 16	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
22	อ่านตัวอักษร(รสชาติ, ส่วนผสม)	ตัวอักษร (Letter)
10	ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
12	ชอบของแถมที่เป็นแบบผู้หญิง	
21	เลือกจากความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.23 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 20

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	เซ็นทรัลพระราม 9	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
3	Big C	
6	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
4	เลือกที่มีประโยชน์	
8, 17, 7	เลือกเพราะรสชาติ	
18	ไม่เคยกิน ไม่ซื้อ	
27	หาได้ง่าย	
5	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
16	เปรียบเทียบปริมาณและราคา	
11	เลือกสีตรงกับเพศของตนเอง	สี (Color)
25	จดจำสีได้	
13	ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	ภาพประกอบ (Illustration)
20	เลือกซีเรียลจากภาพประกอบ	
26	จำการ์ตูนคาแรคเตอร์ได้	
10	สะดวกพกพา	รูปร่าง (Shape)
14	ขนาดเล็กสะดวกพกพา (ถ้วย)	ขนาด (Size)
15	เลือกขนาดที่เหมาะกับตัวเอง	ปริมาณ
9, 21	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
22	ไม่อ่านตัวอักษรขนาดเล็ก	
23	ไม่อ่านข้อมูลที่เข้าใจยาก	

ตารางที่ 4.23 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 20 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
9, 21	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
22	ไม่อ่านตัวอักษรขนาดเล็ก	
23	ไม่อ่านข้อมูลที่เข้าใจยาก	
24	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
12	ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ (เลือกรสชาติ)	ของแถม (Premium)
19	เลือกจากขนาดให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.24 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 21

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	7-Eleven	สถานที่ซื้อ
4,	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
3	เลือกที่มีประโยชน์	
17, 18, 7, 25	ไม่เลือกแบบเซ็ต เลือกรสชาติที่ชอบ	
19	ไม่เคยกิน อยากลอง	
24	เลือกจากภาพรวมของบรรจุภัณฑ์	
2	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
5	กินไม่บ่อย	
6, 8	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	
10	เลือกสีตรงกับความชอบ(ไม่มีเหตุผล)	สี (Color)
26	คาแรคเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
9, 11	ความสะดวกในการกิน (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
16	ความสะดวกในการพกพา (กล่องเล็ก)	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
21	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
22	สนใจตัวอักษรก่อนซีเรียล	
23	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
12, 14	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
15	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	
13	นำไปเล่นกับผู้อื่น	
20	เลือกเพราะผู้อื่นเคยกิน	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.25 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 22

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	TOP ซูเปอร์มาร์เก็ต	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
4, 9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
5	เลือกจากภาพรวม	
16	ไม่เคยกิน อยากลอง	
17	เลือกเพราะรสชาติ	
3	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
23	เลือกซื้อบ่อย	
7	เลือกสีที่ชอบหลายสี	สี (Color)
10	เลือกการ์ตูนคาแรคเตอร์ที่ชอบ	ภาพประกอบ
15	เลือกแบบเซ็ตเพราะลายไม่ซ้ำ	(Illustration)
8	การ์ตูนคาแรคเตอร์ มีผลต่อการตัดสินใจ	
6	เลือกเพราะความคุ้นเคย (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
14	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
19	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
20, 21	อ่านตัวอักษรที่อ่านได้	
22	จดจำตราสินค้าได้จากโฆษณา	ตราสินค้า (Brand)
11	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
12	เลือกของแถมแบบผู้หญิง	
13	นำไปเล่นกับผู้อื่น	
18	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.26 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 23

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	Big C	สถานที่ซื้อ
11	เลือกเพราะรสชาติ (ไม่ซ้ำกัน)	เหตุผลในการซื้อ
13	เลือกจากความชอบ	
14	มีส่วนผสมที่ไม่กิน ไม่เลือก	
19	ไม่เคยกินไม่ซื้อ	
1	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
3	เลือกซื้อไม่บ่อย	
5	เลือกสีที่ชอบหลายสี	สี (Color)
6	เลือกสีสันสดใส	
9	เลือกลวดลายการ์ตูนที่ชอบ	ภาพประกอบ
12	เลือกลวดลายการ์ตูนที่หลากหลาย	(Illustration)
20	เลือกเพราะพกพาสะดวก (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
10	เลือกขนาดใหญ่เพราะกินได้นาน	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
16	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
17	เลือกตัวอักษรก่อนเลือกซีเรียล	
18	จดจำตราสินค้าได้เพราะคุ้นเคย (จากโฆษณา)	ตราสินค้า (Brand)
7	ของแถมมีไม่ผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
8	เลือกแต่ของแถมที่เห็นได้ชัดเจน	
15	เลือกจากส่วนผสมให้ผู้อื่น (มีข้าวเป็นส่วนผสม)	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.27 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 24

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	Big C	สถานที่ซื้อ
2	ร้านขายของชำ	
3	7-ELeven	
12	ซื้อตามเพื่อน	เหตุผลในการซื้อ
17	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
25	ไม่เคยกิน อยากลอง	
22	เลือกเพราะชอบ	
4	เลือกซื้อไม่บ่อย	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
5, 18, 19	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	
7	เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	สี (Color)
13	เลือกลวดลายที่ชอบ	ภาพประกอบ (Illustration)
14	เลือกขนาดใหญ่ ได้ปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)
16	เลือกปริมาณการกินเองได้	ปริมาณ
21	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
23	เลือกยี่ห้อก่อนเลือกซีเรียล	ตราสินค้า (Brand)
24	จดจำตราสินค้าได้เพราะคุ้นเคย (จากโฆษณา)	
8, 9	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	
11	นำไปเล่นกับผู้อื่น	
20	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.28 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 25

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
3	7-Eleven	สถานที่ซื้อ
1, 23	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
4	เลือกเพราะชอบ	
13	ไม่เคยกินไม่ซื้อ	
17	ไม่ซื้อแบบเซ็ตเพราะเลือกเองไม่ได้	
6	นำไปกินคู่กับซีเรียล (นม)	
2	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
18	เลือกซื้อของซ้ำๆ ไม่ค่อยเปลี่ยน	
19	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	
9	เลือกสีร้อนแรงและสีเข้ม	สี (Color)
10	เลือกสีที่ชอบเพราะเป็นสีที่น่ารัก	
11	ชอบสีตัดกันเห็นชัดเจน	
14	การ์ตูน/คาแรคเตอร์ ทุกลวดลาย มีผลต่อการตัดสินใจ	ภาพประกอบ (Illustration)
5	ความสะดวกในการกิน (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
15	นำมาเล่นได้ต่อ	
7	สะดวกในการพกพา	
8	ซื้อทั้งใหญ่และเล็ก	ขนาด (Size)
16	สะดวกพกพา	ปริมาณ

ตารางที่ 4.28 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 25 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
21	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
22	ชอบอ่านภาษาอังกฤษ	
24	จดจำตราสินค้าได้เพราคุ้นเคย (โฆษณา)	ตราสินค้า (Brand)
12	ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
20	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.29 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 26

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	Lotus	สถานที่ซื้อ
3	7-Eleven	
5, 11, 28	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
8	เลือกจากความปลอดภัย	
19	เลือกเพราะมีรสชาติหลากหลาย (แบบเซ็ต)	
22	ไม่เคยกิน อยากลอง	
23	เลือกเพราะมีประโยชน์	
1	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
4	กินบ่อย (กินเป็นมื้อเช้า)	
24	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	
9	เลือกสีที่ชอบเพราะสีสดใส	สี (Color)
10, 32	เลือกสีที่ชอบเพราะเป็นสีน่ารัก	
16	ชอบลายการ์ตูนเพราะน่ารัก	ภาพประกอบ (Illustration)
17	ชอบเพราะเอาไว้สะสม	
18	เลือกลวดลายการ์ตูนที่รู้จัก	
21	เลือกเพราะลวดลายไม่ซ้ำ	
27	ลวดลายแสดงให้เห็นถึงประโยชน์	
31	จดจำการ์ตูนคาแรคเตอร์	

ตารางที่ 4.29 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 26 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	การเก็บรักษา (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
7	เลือกที่ชอบ	
19	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
26	ไม่อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
29	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
12, 15	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
13, 14	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
25	เลือกตามความชอบของตนเอง	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.30 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 27

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	Lotus	สถานที่ซื้อ
1, 3	เลือกเพราะชอบ	เหตุผลในการซื้อ
9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
16	ไม่ซื้อแบบเซ็ตเพราะเลือกเองไม่ได้	
17	ไม่เคยกิน ไม่อยากลอง	
4, 23	พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
22	เลือกซื้อของซ้ำๆ ไม่ค่อยเปลี่ยน	
8	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	สี (Color)
14	ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	ภาพประกอบ (Illustration)
5	นำไปเล่นต่อได้ (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
6	รูปทรงสำคัญกับปริมาณที่ได้	
7	เลือกซื้อที่ปริมาณ	ขนาด (Size)
15	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ	ปริมาณ
19	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
20	สนใจตัวอักษรก่อนซีเรียล	
21	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
10, 13	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
11	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	
12	นำไปเล่นกับผู้อื่น	
18	เลือกจากความชอบของตนเอง	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.31 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 28

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	Siam Paragon	สถานที่ซื้อ
4, 8, 15	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการซื้อ
3	เลือกเพราะรสชาติ	
16, 21	เลือกจากความชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์	
19, 22	เลือกเพราะมีประโยชน์	
1	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
7	เลือกสีตรงกับความเป็นจริง	สี (Color)
12	ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	ภาพประกอบ (Illustration)
14	เลือกแบบเซ็ตไม่เลือกกล่องเดี่ยวเพราะมีหลายลาย	
5	เลือกที่สามารถเก็บซีเรียลได้ (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
6	เลือกที่ชอบ	
13	เลือกขนาดใหญ่เพราะได้ปริมาณเยอะ	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
18	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
20	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
9, 11	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
17	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.32 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 29

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	Big C	สถานที่ซื้อ
3, 4	เลือกจากความชอบ	เหตุผลในการซื้อ
5	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
15	ไม่เคยกิน ไม่อยากลอง	
21	เลือกเพราะมีประโยชน์	
26	ซื้อจากความคุ้นเคย (จากโฆษณา)	
27	เลือกเพราะรสชาติ	
1	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
8	เลือกสีที่เห็นเด่นชัด (แดง ฟ้าเข้ม)	สี (Color)
12	เลือกลวดลายการ์ตูนที่ชอบ	ภาพประกอบ (Illustration)
23	จดจำลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	
14	เลือกแบบเซ็ตไม่เลือกกล่องเดี่ยว เพราะมีหลายลาย	
25	จดจำการ์ตูนคาแรคเตอร์ได้	
6	ความสะดวกในการพกพา (ถ้วย)	รูปร่าง (Shape)
7	ความสะดวกในการกิน	
13	เลือกขนาดที่จับได้พอดี (เล็ก)	ขนาด (Size)/ ปริมาณ
20, 18, 19	อ่านที่เข้าใจง่าย	ตัวอักษร (Letter)
24	จดจำรูปแบบตัวอักษร	

ตารางที่ 4.32 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 29 (ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
22	จดจำตราสินค้าไม่ได้	ตราสินค้า (Brand)
9, 11	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
10	เลือกของแถมแบบผู้ชายและผู้หญิง	
16	เลือกเพราะมีประโยชน์	การเลือกให้ผู้อื่น
17	เลือกจากความชอบของตนเอง	

ตารางที่ 4.33 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 30

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	7-Eleven	สถานที่ซื้อ
2	Lotus	
3	The Mall ซูเปอร์มาร์เก็ต	
30	Food Land	
7	เลือกที่มีประโยชน์	เหตุผลในการซื้อ
8, 25, 26	เลือกเพราะรสชาติ	
11, 5	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
12	เพื่อนมีอิทธิพลต่อการซื้อ	
21	ไม่เคยกินไม่อยากลอง	
6	เลือกซื้อซีเรียลเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
4	เลือกซื้อไม่บ่อย	
20	เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ	
9	เลือกสีร้อนแรง	สี (Color)
16	ชอบการ์ตูนสัตว์มากที่สุด	ภาพประกอบ (Illustration)
17	การ์ตูนลายสัตว์น่ารัก จดจำได้ง่าย	
18	จำง่ายเหมือนเดิมไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง	
10	นำไปเล่นต่อ (กล่อง)	รูปร่าง (Shape)
19	เลือกกล่องใหญ่ ปริมาณเยอะกว่า	ขนาด (Size)/ปริมาณ
22	อ่านตัวอักษร	ตัวอักษร (Letter)
24	จดจำตราสินค้าได้	ตราสินค้า (Brand)
13, 15	ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	ของแถม (Premium)
14	เลือกของแถมแบบผู้ชาย	
23	เลือกจากประสบการณ์ที่เคยเห็นผู้อื่นทาน	การเลือกให้ผู้อื่น

ตารางที่ 4.34 ตารางสรุปผลการเลือกมาสคอต (Mascot) ของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 (โรงเรียนรัฐบาล)

โรงเรียน	คนที่	เพศ	อายุ	มาสคอตที่เลือก	เหตุผลที่เลือก
โรงเรียนพิบูลประชาสรรค์ (รัฐบาล)	1	หญิง	7	ม้าลาย	ลายสวย
	2	ชาย	7	ก๊อตซิลล่า	ดูใจดี
	3	หญิง	7	ม้าลาย	เพราะวิ่งเร็ว
	4	หญิง	8	ม้าลาย	ลายสวย
	5	ชาย	8	ม้าลาย	เห็นตอนไปเที่ยวสวนสัตว์
					ชอบลาย
	6	หญิง	8	ม้าลาย	ชอบลาย
	7	หญิง	9	สติชสีชมพู (เรียกกระต่าย)	สีชมพูสวย
					ดูใจดี
	8	หญิง	9	ก๊อตซิลล่า (เรียกจระเข้)	ชอบที่ไม่ดุ
	9	ชาย	9	ม้าลาย	ใจดี
	10	ชาย	10	ก๊อตซิลล่า	ในหนังดุ แต่แบบนี้น่ารัก
	11	ชาย	10	ม้าลาย	ลายสวย
	12	ชาย	10	สติชสีฟ้า	ดูจากการ์ตูนบ่อย
	13	ชาย	11	สติชสีฟ้า	แปลกจากตัวอื่น
					ชอบจากการ์ตูน
	14	ชาย	11	ม้าลาย	เป็นสัตว์ใจดี
					ชอบดูจากสารคดี
	15	ชาย	11	ยีราฟ	คอยาว
					มองเห็นง่าย ตัวสูง
					สีเหลืองสวย

ตารางที่ 4.35 ตารางสรุปผลการเลือกมาสคอต (Mascot) ของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16-30 (โรงเรียนเอกชน)

โรงเรียน	คนที่	เพศ	อายุ	มาสคอตที่เลือก	เหตุผลที่เลือก
โรงเรียนกานดา (เอกชน)	16	ชาย	7	ก๊อตซิลล่า	ชอบหนามด้านหลัง ดูเท่ห์
	17	หญิง	7	นกเพนกวิน	ชอบปีกนก
	18	ชาย	7	ม้าลาย	วิ่งเร็ว
	19	หญิง	8	ม้าลาย	ลายสวย
	20	หญิง	8	ยีราฟ	จุดสวย สีเหลืองสว่าง
	21	ชาย	8	ม้าลาย	ชอบสี ขาว สลับ ดำ
	22	ชาย	9	สติชสีฟ้า	ดูจากการ์ตูนน่ารัก
	23	หญิง	9	ยีราฟ	น่ารัก
					กินผักผลไม้ สะอาด
	24	ชาย	9	สติชสีฟ้า	ไม่เหมือนตัวอื่น
	25	ชาย	10	ม้าลาย	ตัวโต ลายสวย
	26	หญิง	10	ม้าลาย	ลายของม้าลาย
	27	ชาย	10	ยีราฟ	ใจดี
					สีสวย
	28	หญิง	11	เพนกวิน	น่ารัก
	29	หญิง	11	สติชสีชมพู	สีหวานน่ากิน
	30	ชาย	11	ยีราฟ	ตัวสูง
					สีสวย

จากการที่ผู้วิจัยสวมชุดมาสคอต (Mascot)ในระหว่างการสัมภาษณ์ พบว่า เด็กมีความกระตือรือร้น ให้ความสนใจ และให้ความร่วมมือในการตอบคำถามแก่ผู้สัมภาษณ์เป็นอย่างดี ทำให้การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่น สนับสนุนผลการวิจัยในอดีตที่พบว่ามาสคอต (Mascot) มีอิทธิพลต่อความชอบและการตัดสินใจของเด็ก สามารถสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับเด็ก สร้างความซื่อสัตย์กับตราสินค้า (Brand Loyalty) (Connell , Brucks and Nielsen, 2014), (Garretso and Burton, 2005) ทำให้เด็กอยากมีส่วนรวมในการวิจัย โดยเด็กบางคนเข้ามาหาผู้วิจัยเองเพราะชุดมาสคอตที่ผู้วิจัยสวมใส่ และผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลที่ผู้วิจัยนำมา ทำให้เด็กรู้สึกสนุกไปกับการตอบคำถามและชักชวนเพื่อนเข้ามาร่วมตอบคำถามอีกด้วย

จากนั้นนำผลการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ให้กลายเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) โดยแบ่งได้ตามตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน Axial Coding)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึงจาก 30คน
1. สถานที่ซื้อ	
1.1 Lotus	19
1.2 Big C	18
1.3 7-Eleven	13
1.4 ร้านขายของชำ	3
1.5 TOP ซูเปอร์มาร์เก็ต	1
1.6 สยามพารากอน	1
1.7 The Mall ซูเปอร์มาร์เก็ต	1
1.8 เซ็นทรัล	1
1.9 ฟู้ดแลนด์	1
2. เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารเช้าซีเรียล	
2.1 เลือกจากประสบการณ์ที่เคยกิน	28
2.2 เลือกเพราะรสชาติ	20
2.3 ไม่เคยกินไม่ซื้อ (ไม่เคยกินซีเรียลยี่ห้อนี้ก็จะไม่ซื้อ)	19
2.4 เลือกเพราะส่วนผสมของซีเรียล (มีประโยชน์,ชอบกิน)	12
2.5 เลือกเพราะคุ้นเคย (จากโฆษณา, พบเห็นยี่ห้อซีเรียลที่วางจำหน่ายในท้องตลาด)	11
2.6 ซีเรยลที่ไม่เคยกินก็อยากลองกิน	7
2.7 เลือกเพราะมีแถมนมกล่องเล็ก	4
2.8 ชอบซีเรียลที่สามารถหยิบเลือกเองได้ (เลือกซีเรียลที่เป็นกล่องเดี่ยวไม่เลือกแบบเซ็ต)	3
2.9 เลือกเพราะวัสดุที่ทำผลิตภัณฑ์ดูปลอดภัย	2

ตารางที่ 4.36 การแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน Axial Coding) (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึงจาก 30คน
2.10 หาซื้อง่าย	2
2.11 ซื้อเนื่องจากผู้อื่น (ซื้อตามเพื่อน)	1
2.12 เลือกเพราะความจำเป็น (กินซีเรียลแทนข้าวเช้า)	1
3. พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเช้าซีเรียล	
3.1 เลือกซื้อด้วยตนเองตามความชอบ (ชอบกินซีเรียล)	25
3.2 พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	9
3.3 ไม่ค่อยชอบกินซีเรียล	5
3.4 กินซีเรียลบ่อย(เฉลี่ย 4 วัน/สัปดาห์ หรือมากกว่า)	5
3.5 เปรียบเทียบราคาซีเรียลก่อนซื้อ	4
3.6 เลือกซีเรียลแบบเดิมๆ ตลอด	4
4. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านสี (Color)	
4.1 เลือกสีตามที่ชอบสีเดียว	9
4.2 เลือกสีสันสดใส/ สบายใจ	8
4.3 เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ	7
4.4 เลือกจากสีที่ชอบตรงกับความเป็นจริง (สิ่งที่ชอบ)	4
4.5 เลือกสีโทนร้อนแรง	4
4.6 เลือกสีหลายสี	3
4.7 เลือกสีโทนเข้ม	2
4.8 เลือกสีเดียวกับที่ผู้อื่นชอบ	1
4.9 เลือกสีที่ตรงกับวันเกิด	1
4.10 เลือกสีที่ตรงกับเพศของตนเอง	1
5. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านภาพประกอบ (Illustration)	
5.1 ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจ	16
5.2 เลือกภาพประกอบที่ไม่ซ้ำกัน (เลือกแบบจัดเป็นเซ็ตเนื่องจากแต่ละกล่องมีลวดลายไม่ซ้ำกัน)	14

ตารางที่ 4.36 การแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน Axial Coding) (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึงจาก 30คน
5.3 จดจำง่าย มีเอกลักษณ์	12
5.4 เลือกการ์ตูนที่รู้จัก	9
5.5 ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน	6
5.6 ลวดลายน่ารัก	5
5.7 เลือกภาพประกอบตามเพศของตนเอง	3
5.8 ภาพประกอบไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	2
5.9 นำภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มาเก็บสะสม	1
5.10 สื่อถึงประโยชน์ (เช่น ทำท่าเบ่งกล้าม ดูแข็งแรง)	1
6. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านรูปร่าง (Shape)	
6.1 เลือกรูปร่างที่สะดวกต่อการพกพา	9
6.2 เลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการกิน	8
6.3 เอารูปร่างบรรจุภัณฑ์มาเล่นต่อ/ ใช้ประโยชน์ต่อ	4
6.4 รูปร่างบรรจุภัณฑ์มีผลต่อปริมาณที่ได้	4
6.5 รูปร่างบรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการเก็บรักษาซีเรียล	2
6.6 เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีหลายขนาด (เช่น แบบกล่องมีทั้งกล่องใหญ่-กล่องเล็ก)	2
7. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านขนาด (Size)	
7.1 ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้	23
7.2 เลือกขนาดที่พอดีกับตัวเอง	11
7.3 เลือกขนาดที่พกพาสะดวก	5
7.4 เลือกขนาดเดียวกับที่เคยซื้อ (ซื้อเพียงขนาดเดียว)	5
8. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านตัวอักษร (Letter)	
8.1 สนใจตัวอักษรโดยรวมที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์	18
8.2 สนใจเฉพาะตัวอักษรที่อ่านได้ (ตัวอักษรภาษาไทย)	10
8.3 ไม่สนใจตัวอักษรเลย	9

ตารางที่ 4.36 การแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน Axial Coding) (ต่อ)

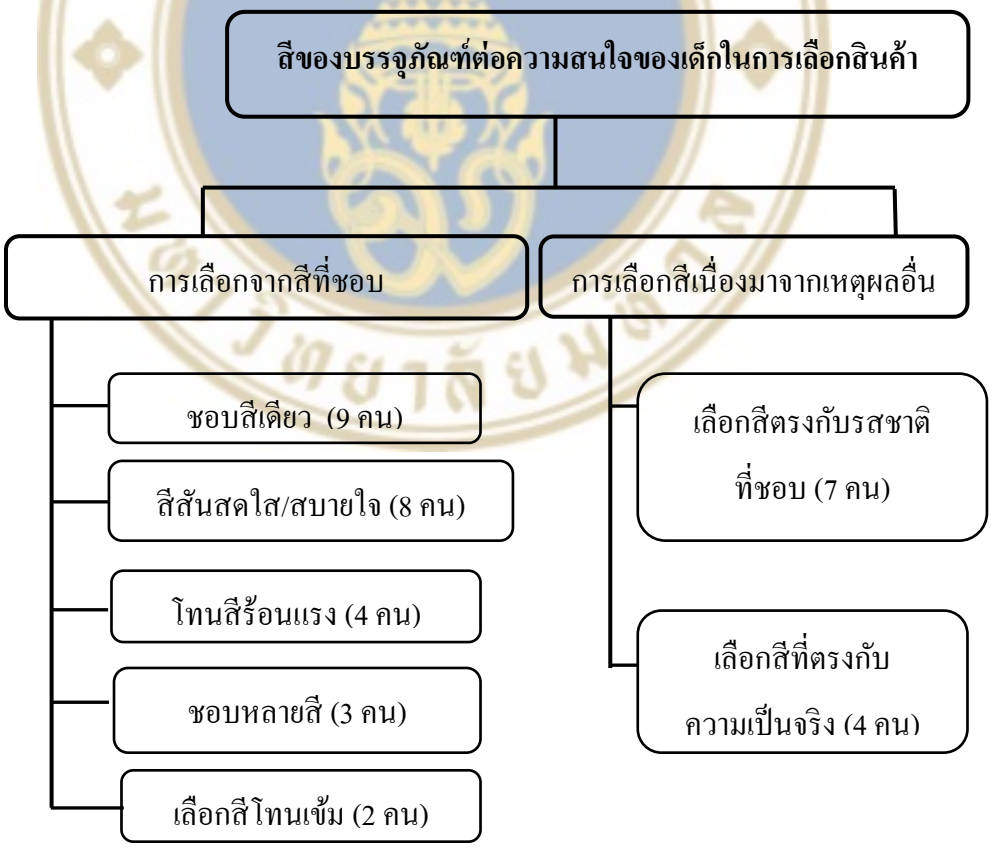
หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึงจาก 30คน
8.4 สนใจตัวอักษรที่เขียนรายละเอียด (ส่วนผสมที่มีในซีเรียล)	5
8.5 จดจำรูปแบบตัวอักษรของซีเรียลที่เคยกินได้	1
8.6 ไม่อ่านตัวอักษรขนาดเล็ก	1
9. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านตราสินค้า (Brand)	
9.1 เคยกินจดจำตราสินค้าได้	16
9.2 เคยกินจดจำตราสินค้าไม่ได้	14
9.3 เลือกตราสินค้าก่อนเลือกซีเรียล	4
9.4 ไม่เลือกแบรนด์	1
10. ของแถม	
10.1 ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ	23
10.2 เลือกของแถมแบบแบ่งแยกเพศ	10
10.3 นำของแถมไปแบ่งเล่นกับผู้อื่น	9
10.4 ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อซีเรียล	4
10.5 เลือกของแถมที่อยู่นอกบรรจุภัณฑ์	2
10.6 นำของแถมที่ได้มาสะสม	1
10.7 ไม่เลือกของแถมแบบเดิมซ้ำๆ	1
11. การเลือกให้ผู้อื่น	
11.1 เลือกให้เพราะมีประโยชน์	12
11.2 เลือกตามความชอบของผู้อื่น	6
11.3 เลือกตามความชอบของตนเอง	6
11.4 เลือกให้เพราะความคุ้นเคย/ เคยกิน (มีอยู่ที่บ้าน)	3
11.5 เลือกให้ตามพฤติกรรมการกินของผู้อื่น	1
11.6 เลือกจากขนาดให้ผู้อื่น	1
11.7 เลือกจากส่วนผสมให้ผู้อื่น (มีส่วนผสมของข้าวทำให้กินอิ่ม)	1

4.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ สี (Color), ภาพประกอบ (Illustration), รูปร่าง (Shape), ขนาด (Size), ตัวอักษร (Letter) และ ตราสินค้า (Brand)

4.1.1 สีของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

เกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า จากการวิจัยโดยให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล โดยผู้วิจัยแบ่งการเลือกสีของเด็กออกเป็น 2 ประเด็น คือ การเลือกสีตามที่เห็น กับการเลือกสีเนื่องมาจากเหตุผลอื่น



ภาพที่ 4.1 แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านสีของบรรจุภัณฑ์

1. การเลือกสินค้าของเด็กตามสีที่เห็น ซึ่งพบคำตอบที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่

1.1 เลือกสีที่ชอบ สีเดียว

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ โดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่ตัวเองชอบสีเดียว โดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นรูปร่างแบบใด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ30 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 3 คน และโรงเรียนเอกชน 2 คน) เพศหญิงจำนวน 4 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 2 คน และโรงเรียนเอกชน 2 คน)

"...หนูชอบสีขาวค่ะ...มันขาวสะอาดสวยดี..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

"...ชอบอันนี้ค่ะ สีสวยดี...หนูชอบสีชมพู..." (เด็กหญิงอายุ 10 ปี)

"...ชอบสีขาวครับ...ผมชอบเพราะมันดูสะอาดครับ..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

1.2 เลือกสีสันสดใส/ สีที่สบายใจ

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆโดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีสดใส/สีที่ดูแล้วสบายใจ โดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นรูปร่างแบบใด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 3 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 2 คน และจากโรงเรียนเอกชน 1 คน) เพศหญิงจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 2 คน และจากโรงเรียนเอกชน 3 คน)

"...เอาอันนี้ค่ะ (เลือกสีเขียว)...หนูว่าสีมันสวยสดใสดี..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...หนูชอบอันนี้ค่ะ สีชมพู...ดูสดใส หนูชอบ..." (เด็กหญิงอายุ 10 ปี)

"...ชอบที่มีสีฟ้า...มันดูสดใส มีความสุข ร่วมรื่น เย็นสบาย..." (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

1.3 ชอบโทนสีร้อนแรง

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ โดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีโทนร้อนแรงโดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นรูปร่างแบบใด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 2 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 1 คน และจากโรงเรียนเอกชน 1 คน) เพศหญิงจำนวน 2 คน (จากโรงเรียนเอกชน)

"...ชอบสีส้มค่ะ...ดูสว่าง..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

"...ผมชอบสีแดงอันนั้น...ผมมองเห็นชัด..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

1.4 ชอบหลายสี

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ โดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่ตัวเองชอบหลายสี โดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นรูปร่างแบบใด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 2 คน (จากโรงเรียนเอกชน) เพศหญิงจำนวน 1 คน (จากโรงเรียนเอกชน)

"...หนูชอบหลายๆ สีมารวมกันค่ะ...มองแล้วไม่เบื่อ..."(เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

"...อันนี้ครับ สีแดง สีน้ำเงิน และก็สีโกโก้ครันช์ สีสวยดีครับมันตัดกัน ..." (เด็กชายอายุ 10ปี)

1.5 เลือกสีโทนเข้ม

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ โดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีโทนสีเข้มโดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นรูปร่างแบบใด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 1 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล) เพศหญิงจำนวน 1 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล)

"...ชอบสีน้ำตาล ไม่ชอบสีชมพู สีเขียว สีส้ม...สีมันเข้มๆ..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

2. การเลือกสินค้าของเด็กจากการเลือกสีเนื่องมาจากเหตุผลอื่น อาทิ จากประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือจากสิ่งที่ได้พบเห็น ผู้วิจัยพบคำตอบที่แตกต่างออกไป ได้แก่

2.1 เลือกสีตรงกับรสชาติที่ชอบ

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ โดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับรสชาติที่ชอบ โดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นรูปร่างแบบใด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 2 คน และจากโรงเรียนเอกชน 3 คน) เพศหญิงจำนวน 2 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล)

"...ชอบสีช็อคโกแลตค่ะ...เคยกินโกโก้ครันช์ อร่อยมาก..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

"...ชอบสีน้ำตาลครับ...ผมชอบกินช็อคโกแลต เลยชอบสีน้ำตาล..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...ชอบสีช็อคโกแลต แบบโกโก้ครันช์ ...ขนมที่เป็นรสช็อคโกแลตทุกอันอร่อย..." (เด็กชายอายุ 7 ปี)

2.2 เลือกสีที่ตรงกับความเป็นจริง

จากการสัมภาษณ์เด็กให้เลือกสีจากบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ โดยไม่แยกประเภทของบรรจุภัณฑ์ พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่ตรงกับความเป็นจริง โดยเลือกจากสีพื้นของบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งเป็นสีที่ตนเองชอบ ไม่ว่ารูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะเป็นอะไร มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 3 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล) เพศหญิงจำนวน 1 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล)

"...ชอบสีเขียวครับ...มันสดชื่นเหมือนต้นไม้..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

"...ผมชอบสีแดงครับ...เหมือนเลือดผมเจออุบัติเหตุบ่อยเลยชินและก็ชอบไปเอง..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

3. ประเด็นอื่นที่พบในประเด็นสีของบรรจุภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า มีเด็กที่ตอบเรื่องสี กับภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ จำนวน 1 คน คิด เป็นร้อยละ 3 จากเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...หนูเป็นผู้หญิง ก็เลยชอบสีชมพู มันน่ารักสีสวย...(แล้วสีอื่นล่ะ สีก็สวยเหมือนกันนะ (ชี้ไปที่สีน้ำตาล สีแดง) ไม่ชอบเหรอคะ...สีพวกนี้เหมือนของเด็กผู้ชาย หนูไม่ค่อยชอบ..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab องค์ประกอบด้านสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. การเลือกสีกับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้หญิงส่วนมากชอบสีโทนอ่อนและสีที่เป็นสีสว่าง เช่น สีชมพู สีขาว สีฟ้า เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 69 ของเด็กผู้หญิงทั้งหมด (9 คนจาก 13 คน) ในขณะที่เด็กผู้ชายจะชอบโทนสีเข้ม เช่น สีน้ำตาล สีดำ สีน้ำเงิน คิดเป็นร้อยละ53 ของเด็กผู้ชายทั้งหมด (9 คนจาก 17 คน)

2. การเลือกสีกับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่าเด็กเลือกสีที่ตรงกับรสชาติที่ชอบ จำนวน 7 คน เป็นเด็กอายุ 7 ปี จำนวน 3 คน เด็กอายุ 8 ปี จำนวน 1 คน และเด็กอายุ 9 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด ในขณะที่ไม่มีเด็ก อายุ 10-11 ปี ให้เหตุผลในการเลือกสีเนื่องจากรสชาติที่ชอบเลย

3. ความแตกต่างในเรื่องของการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชน เด็กโรงเรียนรัฐบาลให้เหตุผลในเรื่องของสีได้หลากหลายน้อยกว่าเด็กโรงเรียนเอกชน ร้อยละ 100 ของเด็กโรงเรียนรัฐบาล เลือกชอบสีใดสีหนึ่งเพียงสีเดียวเท่านั้น โดยเหตุผลของความชอบจะมาจากความคุ้นเคย และสิ่งที่พบเจอในชีวิตประจำวัน เช่น ชอบกินช็อคโกแลตเลยชอบสีน้ำตาล, ชอบเพราะเห็นว่าสวยมาจากเหตุผลส่วนตัว เป็นต้น ในขณะที่เด็กเอกชนจะสามารถอธิบายขยายความถึงความชอบของสีได้ละเอียดว่าและเลือกสีที่ชอบมากกว่า 1 สี โดยมีเหตุผลอื่นๆ มารองรับ เช่น ชอบสีแดงกับสีน้ำเงินเพราะเป็นสีที่ตัดกันแล้วเห็นชัดเจน ผมเลยชอบมากกว่าสีพื้นสีเดียว เป็นต้น

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ด้านสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้หญิงชอบโทนสีอ่อน แต่เด็กผู้ชายจะชอบโทนสีเข้ม	เด็กอายุ 7-9 ปี เลือกสีที่ตรงกับรสชาติที่ชอบในขณะที่เด็กอายุ 10-11 ปีไม่ได้ให้เหตุผลในการเลือกเพราะรสชาติ	เด็กโรงเรียนรัฐบาลให้เหตุผลในเรื่องของสีได้ไม่หลากหลาย แต่เด็กโรงเรียนเอกชนให้เหตุผลในการเลือกสีได้หลากหลายกว่าและสามารถอธิบายความชอบสีของตนเองได้

4.1.2 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

ในด้านภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า ผู้วิจัยได้แบ่งภาพประกอบออกเป็น 6 ประเด็น คือ ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกภาพประกอบที่ไม่ซ้ำกัน ภาพประกอบจดจำได้ง่ายมีเอกลักษณ์ เลือกการ์ตูนที่รู้จัก ชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน และภาพประกอบมีลวดลายน่ารัก และยังพบอีกว่าเด็กได้พูดถึงภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์แยกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การ์ตูนคาแรคเตอร์ (Cartoon คาแรคเตอร์) เป็นการ์ตูนที่มีลิขสิทธิ์ (License) ทั้งหมด เช่น การ์ตูนจากวอลต์ ดิสนีย์ (Walt Disney), การ์ตูนเน็ทเวิร์ค (Cartoon Network) และการ์ตูนทั่วไป (Cartoon) เช่น การ์ตูนลายสัตว์ต่างๆ การ์ตูนเด็ก

ภาพที่ 4.2 แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์

1. ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้า

จากการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ พบว่า ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสินค้าของเด็ก มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 10 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 6 คน และจากโรงเรียนเอกชน 4 คน) เพศหญิงจำนวน 6 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 2 คน และจากโรงเรียนเอกชน 4 คน) โดยเด็กได้พูดถึงภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ในประเด็นนี้แยกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 ภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์ (Cartoon Character)

ภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์ของบรรจุภัณฑ์ต่อการตัดสินใจของเด็กในการเลือกสินค้า เมื่อผู้วิจัยนำบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าประเภทซีเรียลที่มีภาพประกอบมาให้เด็กพิจารณา เด็กได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลวดลายการ์ตูนคาแรคเตอร์ พบว่า การ์ตูนคาแรคเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจของเด็ก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 44 จากเด็ก 16 คนที่ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจ เป็นเพศชายจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 3 คน และจากโรงเรียนเอกชน 2 คน) เพศหญิงจำนวน 2 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล)

"...ชอบมากเลยครับ...พวก Super Hero ครับ ตัวเขียว, เบนเท็น..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...เลือกอันนี้...จำได้ว่าผมเคยกินซีเรียลแบบนี้ ชอบการ์ตูนบนกล่องด้วย..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...ชอบค่ะ หนูชอบเจ้าหญิงแอนนา กับเอลซ่า(Frozen) มาก หนูขอได้มั้ย..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

1.2 ภาพประกอบการ์ตูนทั่วไป (Cartoon)

ภาพประกอบการ์ตูนทั่วไปของบรรจุภัณฑ์ต่อการตัดสินใจของเด็กในการเลือกสินค้า เมื่อผู้วิจัยนำบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าประเภทซีเรียลที่มีภาพประกอบมาให้เด็กพิจารณา เด็กได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลวดลายการ์ตูนทั่วไป อาทิ หมีอวกาศ หมีโคล่า กระต่ายสิงโต เสือ หมีแพนด้า พบว่า การ์ตูนทั่วไปมีผลต่อการตัดสินใจของเด็ก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 56 จากเด็ก 16 คนที่ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจ เป็นเพศชายจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 3 คน และจากโรงเรียนเอกชน 2 คน) เพศหญิงจำนวน 4 คน (จากโรงเรียนเอกชนทั้งหมด)

"...ชอบแบบที่เป็นลายการ์ตูนรูปสัตว์แบบนี้ (Donae กล่องใหญ่) ... เพราะว่ามันน่ารักดี..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...ชอบครับ...เพราะมันน่ารักแบบนี้ (Nestle โกโก้ครันช์) มีหมีโคล่าเป็นการ์ตูน..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...ที่จำง่าย...ผมรู้จักหมีโคล่า (โกโก้ครันช์) ...ใจดีและก็เป็นเพื่อนเรา ..." (เด็กชายอายุ 7 ปี)

2. เลือกภาพประกอบที่มีลวดลายไม่ซ้ำกัน

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กจะเลือกการ์ตูนจากลวดลายที่ไม่ซ้ำกันและเป็นการ์ตูนที่อยู่ในหมวดหมู่เดียวกันถึงแม้จะเป็นการ์ตูนที่ไม่คุ้นเคยหรือรู้จักมาก่อน ซึ่งเด็กจะให้ความสนใจกับการจัดบรรจุภัณฑ์แบบเซ็ต 8 กล่องเล็ก เป็นลิขสิทธิ์ลวดลายการ์ตูนของ Cartoon Network ซึ่งแต่ละกล่องจะมีลวดลายที่แตกต่างกันออกไป แต่ยังคงแนว (Concept) ชุดการ์ตูนเดียวกันเอาไว้ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 6 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 4 คน และจากโรงเรียนเอกชน 2 คน) เพศหญิงจำนวน 8 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 3 คน และจากโรงเรียนเอกชน 5 คน)

"...ชอบแบบเซ็ตกล่องเล็ก 8 กล่องเพราะได้กินหลายอย่าง... การ์ตูนก็น่ารักได้หลายตัวเลยค่ะ..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...เลือกแบบเป็นเซ็ตครับ...ถึงจะไม่เยอะแต่ลายสวย..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

"...ชอบแบบเซ็ตค่ะ... ลายบนกล่องน่ารักซื้อครั้งเดียวได้หลายตัวเลย..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

3. ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์จดจำง่าย มีเอกลักษณ์

จากการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียลประเภทต่างๆ พบว่า ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่จดจำง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะ ทำให้เด็กสามารถจดจำอาหารเช้าซีเรียลยี่ห้อนั้นๆ ได้เมื่อไปเลือกซื้อสินค้า เช่น ได้มีการนำตัวการ์ตูนหมีโคล่าสีน้ำตาลมาเป็นภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ เมื่อเด็กเห็นก็จะรู้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของเนสท์เล่ โกโก้ครั้นช์ เป็นต้น มีเด็กตอบในประเด็นนี้จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 6 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 4 คน และจากโรงเรียนเอกชน 2 คน) เพศหญิงจำนวน 6 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 4 คน และจากโรงเรียนเอกชน 2 คน)

"...หนูหยิบเฉพาะที่จำได้ค่ะ...จำจากตัวการ์ตูนบนกล่อง..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...หนูเลือกจากการ์ตูนบนหน้ากล่อง...มันไม่ค่อยเปลี่ยนรูปแบบหนูเลยจำได้..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

4. เลือกภาพประกอบจากการ์ตูนที่รู้จัก

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าลวดลายการ์ตูนที่เด็กรู้จักจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่าลวดลายการ์ตูนที่เด็กไม่รู้จักเมื่อเด็กไปเลือกซื้อสินค้า มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 2 คน และจากโรงเรียนเอกชน 3 คน) เพศหญิงจำนวน 4 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล1 คน และจากโรงเรียนเอกชน3 คน)

"...ชอบค่ะ ชอบแบบการ์ตูนที่เคยดูในโทรทัศน์..." (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

"...จำได้ว่าผมเคยกินซีเรียลแบบนี้ การ์ตูนบนกล่องด้วยผมรู้จัก..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...ชอบแบบ Angry Bird, Star war, transformers ดูบ่อยๆเลย..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

5. ชอบลวดลายสัตว์มากกว่าลวดลายการ์ตูน

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าการ์ตูนลายสัตว์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่าลายการ์ตูนเมื่อเด็กไปเลือกซื้อสินค้า มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 1 คน (จากโรงเรียนเอกชน) เพศหญิงจำนวน 5 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 1 คน และจากโรงเรียนเอกชน 4 คน)

"...ชอบลายการ์ตูนแบบสัตว์...สิงโต ลิง หมี..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

"...ชอบแบบการ์ตูนรูปสัตว์มากกว่าครับ ตัวอื่นก็เฉยๆครับ..." (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

6. เลือกภาพประกอบที่มีลวดลายน่ารัก

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าการ์ตูนที่มีลวดลายน่ารักมีผลต่อการตัดสินใจ เมื่อไปเลือกซื้อสินค้า มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 2 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล) เพศหญิงจำนวน 3 คน (จากโรงเรียนรัฐบาล 1 คน และจากโรงเรียนเอกชน 2 คน)

"...ลายบนกล่องน่ารัก หนูชอบ..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

"... เพราะมันน่ารักค่ะ (เลือกการ์ตูนของ Donae) แล้วหนูก็ไม่เคยเห็นด้วย..." (เด็กหญิงอายุ 10 ปี)

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่ามีเด็กที่ตอบเรื่องการแยกภาพประกอบการ์ตูนบนบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับเพศของตนเอง ทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 จากเด็กทั้งหมดที่ทำการสัมภาษณ์

"...หนูชอบแบบที่มีลาย หรือมีการ์ตูนอยู่ด้วยมั้ยคะ?...ชอบแบบ Angry Bird, Starwar, Transformers...แต่ไม่ชอบการ์ตูนแบบผู้หญิง..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

"...หนูชอบแบบที่มีลาย หรือมีการ์ตูนอยู่ด้วยไหมคะ...ชอบครับ...ชอบแบบไหนเอ่ย...แบบการ์ตูนผู้ชาย (Ben Ten)..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab องค์ประกอบด้านภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. การเลือกภาพประกอบกับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจของเด็กผู้ชายมีจำนวน 10 คน มากกว่าเด็กผู้หญิงที่ตอบในประเด็นนี้ 6 คน และยังพบอีกว่า ภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์มีผลต่อเด็กผู้ชายมากกว่าเด็กผู้หญิง (เด็กผู้ชาย 5 คน เด็กผู้หญิง 2 คน) แต่เด็กผู้หญิงจะชอบภาพประกอบลายสัตว์มากที่สุด (เด็กผู้หญิง 5 คน เด็กผู้ชาย 1 คน)

2. การเลือกภาพประกอบกับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจในเด็กอายุ 7-9 ปี ซึ่งตอบในประเด็นนี้ จำนวน 11 คน เป็นเด็กอายุ 7 ปี จำนวน 3 คน เด็กอายุ 8 ปี จำนวน 5 คน และเด็กอายุ 9 ปี จำนวน 3 คน ส่วนในเด็กอายุ 10-11 ปี จำนวน 5 คน เป็นเด็กอายุ 10 ปี จำนวน 4 คน และเด็กอายุ 11 ปี จำนวน 1 คน ภาพประกอบจะมีผลต่อการตัดสินใจน้อยลง

3. ความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชน

3.1 เด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกภาพประกอบโดยดูจากการ์ตูนคาแรคเตอร์มากกว่าโรงเรียนเอกชน (เด็กโรงเรียนรัฐบาล 5 คน เด็กโรงเรียนเอกชน 2 คน) แต่เด็กโรงเรียนเอกชนจะเลือกภาพประกอบที่เป็นตัวการ์ตูนทั่วไป (เด็กโรงเรียนเอกชน 6 คน เด็กรงเรียนรัฐบาล 3 คน) ตรงกันกับเหตุผลที่เด็กตอบในประเด็นชอบลายสัตว์มากกว่าลายการ์ตูน ซึ่งเป็นเป็นเด็กโรงเรียนเอกชนถึง 5 คน เป็นเด็กโรงเรียนรัฐบาลเพียง 1 คนเท่านั้น

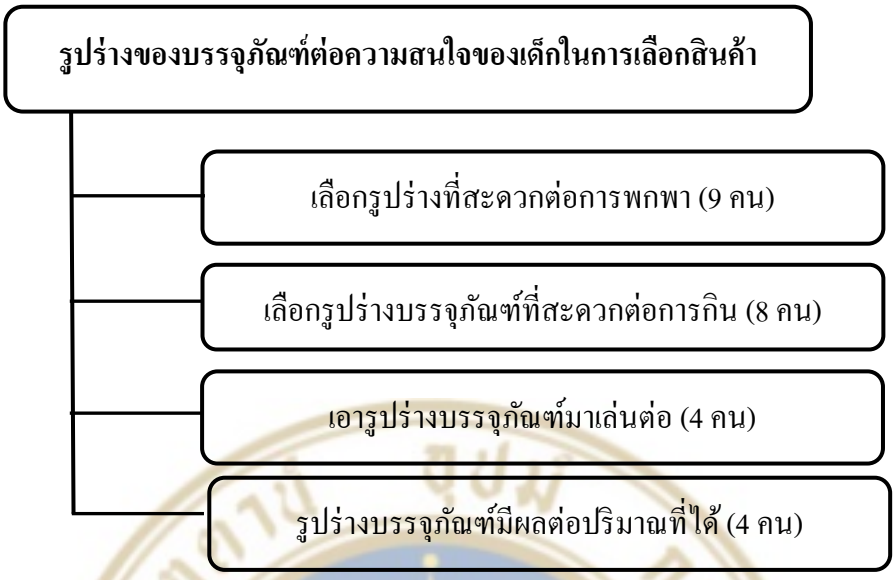
3.2 เด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกภาพประกอบตามเพศของตนเอง จำนวน 3 คนในขณะที่ไม่มีเด็กโรงเรียนเอกชนตอบในประเด็นนี้

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้หญิงชอบภาพประกอบลวดลายสัตว์ แต่เด็กผู้ชายจะเลือกภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์	ภาพประกอบมีผลต่อการตัดสินใจในเด็กอายุ 7-9 ปี แต่มีผลน้อยลงในเด็กอายุ 10-11 ปี	เด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์และเลือกภาพประกอบตามเพศของตนเอง แต่เด็กโรงเรียนเอกชนจะเลือกภาพประกอบที่เป็นตัวการ์ตูนทั่วไป

4.1.3 รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

ในด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า ผู้วิจัยได้ให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียลที่มีบรรจุภัณฑ์แตกต่างกันไป ได้แก่ รูปร่างแบบกล่อง รูปร่างแบบถ้วย รูปร่างแบบถุง โดยกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลเป็นตราสินค้าเดียวกัน และรสชาติเดียวกัน ว่าชอบรูปร่างแบบไหนและเพราะอะไร จากการสัมภาษณ์พบว่ามีเด็กที่เลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบกล่อง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 57 มีเด็กที่เลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบถ้วย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และมีเด็กที่เลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบถุง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยผู้วิจัยสามารถแบ่งออกได้ 4 ประเด็นหลักๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.3 แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์

1. เลือกรูปร่างที่สะดวกต่อการพกพา

จากการสัมภาษณ์เด็กหากสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าชนิดเดียวกันแตกต่างกันที่รูปร่างของบรรจุภัณฑ์เท่านั้นพบว่า เด็กจะเลือกสินค้าที่มีรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกในการพกพาได้ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“ ...ชอบซื้อเป็นแบบถ้วย...ชอบเอาใส่กระเป๋าไปกินที่โรงเรียนด้วยค่ะ...” (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

“...หนูเลือกแบบถ้วยค่ะ...เวลาหนูไปเที่ยว พ่อกับแม่ก็ให้เอาไปกินด้วย กินบนรถได้...” (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

“...ชอบแบบถ้วยค่ะ...หนูว่าถือสะดวกดี แบบนี้ (Nestle โกโก้ครันช์)...” (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

2. เลือกรูปร่างที่สะดวกในการกิน

จากการสัมภาษณ์เด็กหากสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าชนิดเดียวกันแตกต่างกันที่รูปร่างของบรรจุภัณฑ์เท่านั้นพบว่า เด็กจะเลือกสินค้าที่มีรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกในการกิน (วิธีการในการกินซีเรียล) จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ชอบแบบถ้วยค่ะ... กินกับนมได้เลย กินง่ายไม่หก..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

"...หนูชอบแบบถ้วยค่ะ (โกโก้ครันช์)... ทานกับนมจืดที่บ้าน...ทานสะดวกด้วย..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

3. เอามารูปร่างบรรจุภัณฑ์มาเล่นต่อ/ นำมาใช้ประโยชน์

จากการสัมภาษณ์เด็กหากสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าชนิดเดียวกันแตกต่างกันที่รูปร่างของบรรจุภัณฑ์เท่านั้น พบว่า เด็กจะเลือกสินค้าที่มีรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ แล้วนำบรรจุภัณฑ์นั้นไปเล่นต่อหรือใช้ประโยชน์ต่อ เช่น นำไปตัดทำกล่องดินสอ นำไปใส่ของเล่น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกแบบกล่องครับ...เวลาผมซื้อมา พอกินเสร็จก็เอากล่องไปใส่ของเล่น Lego ได้..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

"...ผมเอากล่องไปใช้ได้...เอาไปตัดเล่นครับ ทำของเล่นเล่น..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

4. รูปร่างบรรจุภัณฑ์มีผลต่อปริมาณที่ได้

จากการสัมภาษณ์เด็กหากสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าชนิดเดียวกันแตกต่างกันที่รูปร่างของบรรจุภัณฑ์เท่านั้น พบว่า เด็กจะเลือกสินค้าจากรูปร่างเนื่องจากรูปร่างมีผลต่อปริมาณที่เด็กจะได้เมื่อซื้อซีเรียล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกแบบถ้วยครับ แต่ชอบแบบเป็นเป็นทรงใหญ่ๆ หน่อย... เพราะได้เยอะ..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

"...เลือกแบบกล่องครับ...(ไม่เลือกแบบถุง/ แบบถ้วย) ...แบบถุงมันมีน้อย กินหมดแล้วต้องซื้อหลายที..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab องค์ประกอบด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. การเลือกรูปร่างกับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า

1.1 บรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบกล่องมีผลต่อเด็กผู้ชายมากกว่าเด็กผู้หญิง โดยมีเด็กผู้ชายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ที่เลือกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง และมีเด็กผู้หญิงเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ของจำนวนเด็กที่เลือกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ทั้งหมด 17 คน

1.2 บรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบถ้วยมีผลต่อเด็กผู้หญิงมากกว่าเด็กผู้ชาย โดยมีเด็กผู้หญิงจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ที่เลือกบรรจุภัณฑ์แบบถ้วย และมีเด็กผู้ชายจำนวนเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ของจำนวนเด็กที่เลือกบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยทั้งหมด 12 คน

1.3 มีเด็กผู้หญิงเพียง 1 คนที่เลือกบรรจุภัณฑ์แบบถุง

2. การเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์กับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า มีเด็กพูดถึงการนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์ต่อ จำนวน 4 คน เป็นเด็กอายุ 11 ปี จำนวน 3 คน และเด็กอายุ 7 ปี จำนวน 1 คน

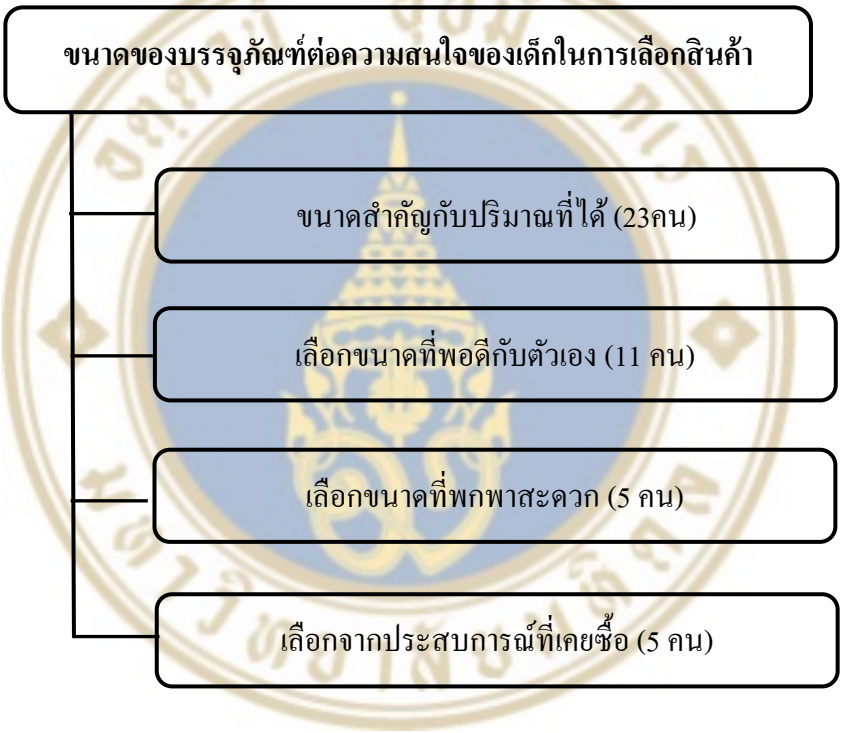
3. การเลือกรูปร่างกับความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชนพบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนคำนึงถึงความสะดวกในการพกพา (จำนวน 6 คน) มากกว่าโรงเรียนรัฐบาล (3 คน) และเด็กโรงเรียนเอกชนยังคำนึงถึงรูปทรงที่มีผลต่อปริมาณที่ได้ (จำนวน 4 คน) ในขณะที่โรงเรียนรัฐบาลไม่มีเด็กที่ให้เหตุผลในข้อนี้เลย

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้หญิงเลือกรูปร่างแบบถ้วยมากที่สุด แต่เด็กผู้ชายจะเลือกรูปร่างแบบกล่องมากที่สุด	เด็กอายุ 11 ปี คำนึงถึงการนำรูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่เหลืออยู่ไปใช้ต่อมากกว่าเด็กอายุ 7-10 ปี	รูปทรงไม่มีผลต่อปริมาณซีเรียลที่ได้ในเด็กโรงเรียนรัฐบาล ในขณะที่เด็กโรงเรียนเอกชนจะคำนึงถึงความสะดวกในการพกพาและรูปทรงมีผลต่อปริมาณได้

4.1.4 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

ในด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า จากการวิจัยโดยให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียลระหว่างอาหารเช้าซีเรียลขนาดเล็กกับขนาดใหญ่ โดยกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลเป็นตราสินค้าเดียวกัน และรสชาติเดียวกัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าขนาดที่แตกต่างกันของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจของเด็กในการเลือกสินค้าหรือไม่



ภาพที่ 4.4 แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์

1. ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลโดยที่ขนาดสำคัญกับปริมาณที่ได้ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกกล่องใหญ่ค่ะ... ได้เยอะ กินได้หลายครั้ง..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...ชอบกล่องใหญ่มากกว่ากล่องเล็กครับ...เพราะได้เยอะกินได้หลายวันครับ..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

"...ชอบกล่องใหญ่มากกว่ากล่องเล็ก...ดูปริมาณเยอะกว่า ได้กินทุกวันไม่ต้องซื้อบ่อย..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

2. เลือกขนาดที่พอดีกับตัวเอง

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลขนาดที่พอดีกับตัวเอง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ชอบกล่องเล็กเพราะหนูกินไม่เยอะ...ถ้ากินกล่องใหญ่ก็กินไม่หมด...เหลือเยอะ..." (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...เลือกกล่องเล็กค่ะ...กล่องเล็กหนูจับได้พอดี..." (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

3. เลือกขนาดที่พกพาสะดวก

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลขนาดที่พกพาได้สะดวก มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกแบบกล่องเล็กค่ะ...มีหลายขนาด ถือง่ายด้วย..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

"...ชอบกล่องเล็กค่ะ...เพราะถือง่ายกว่าแบบนี้ (กล่องใหญ่)..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

4. เลือกขนาดเดียวกับที่เคยซื้อ (ซื้อเพียงขนาดเดียว)

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลจากประสบการณ์ที่เคยซื้อหรือเคยกิน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ชอบกล่องใหญ่มากกว่ากล่องเล็กค่ะ...หนูเคยซื้อกิน..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

"...ชอบกินกล่องใหญ่มากกว่าครับ...ก็กินกล่องใหญ่ตลอดเลยครับ..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab องค์ประกอบด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. การเลือกขนาดกับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้ชายให้เหตุผลในการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ในเรื่องของขนาดที่พอดีกับตนเอง มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 73 มากกว่าเด็กผู้หญิง ในขณะที่มีเด็กผู้หญิงตอบเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ของจำนวนของเด็กที่ให้เหตุผลในเรื่องของขนาดที่พอดีกับตัวเอง

2. จากการสัมภาษณ์เด็กยังไม่พบความแตกต่างเรื่องอายุที่เกี่ยวกับการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์

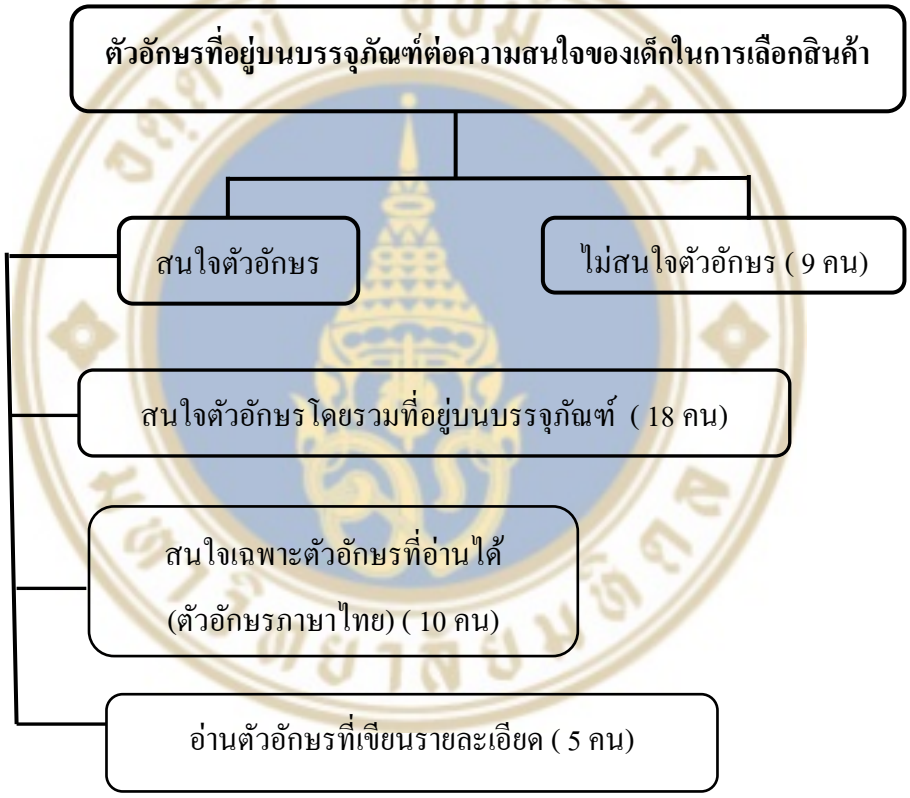
3. จากการสัมภาษณ์เด็กยังไม่พบความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชนในประเด็นที่เกี่ยวกับการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้ชายเลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดที่พอดีกับตนเองมากกว่าเด็กผู้หญิง	ไม่พบความแตกต่าง	ไม่พบความแตกต่าง

4.1.5 ตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

ในด้านตัวอักษร (Letter) ของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า จากการวิจัยโดยให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียลที่ตนเองชอบ เมื่อเด็กเลือกแล้วจึงสอบถามเกี่ยวกับตัวอักษรที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารเช้าซีเรียล เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าตัวอักษรมีผลต่อการตัดสินใจของเด็กในการเลือกสินค้าหรือไม่ จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่าเด็กจะให้ความสนใจตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์เมื่อมาเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ เด็กสนใจตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ และไม่สนใจตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.5 แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์

1. สนใจตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กให้ความสนใจกับตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ เมื่อไปเลือกซื้อสินค้าอาหารเช้าซีเรียล โดยได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมใน 3 ประเด็นย่อย ดังนี้

1.1 สนใจตัวอักษรโดยรวมที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า มีเด็กที่สนใจตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ในภาพรวมทั้งตัวอักษรที่อ่านได้และอ่านไม่ได้ ถ้าอ่านไม่ได้ก็จะถามจากผู้อื่น เช่น ผู้ปกครอง เป็นต้น มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“...อ่านครับผมมองผ่านๆก่อน...” (เด็กชายอายุ 11 ปี)

“...สนใจหมดเลย...ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ...ภาษาอังกฤษบางทีก็อ่านบ้าง ชอบอ่านภาษาไทย...” (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

“...สนใจตัวอักษร...ผมชอบหยิบมาอ่าน...” (เด็กชายอายุ 9 ปี)

1.2 สนใจเฉพาะตัวอักษรที่อ่านได้ (ตัวอักษรภาษาไทย)

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า เด็กให้ความสนใจเฉพาะตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะตัวอักษรที่ตนเองสามารถอ่านได้ เช่น ถ้าอ่านภาษาไทยได้แต่อ่านภาษาอังกฤษไม่ได้ ก็จะไม่สนใจอ่านภาษาอังกฤษเลย มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“...อ่านครับ ผมอ่านตัวอักษรด้วย...อ่านแต่ที่เป็นภาษาไทย ไม่อ่านภาษาอังกฤษ...” (เด็กชายอายุ 11 ปี)

“...(หนูสังเกตตัวอักษรบนกล่องซีเรียลมั้ยคะ) เคยค่ะอ่านที่เข้าใจ...” (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

1.3 สนใจตัวอักษรที่เขียนถึงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า เด็กให้ความสนใจอ่านตัวอักษรที่เป็นข้อมูลรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ เด็กมักจะสนใจอ่านก่อนตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเช้าซีเรียล มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“...อ่านครับ...อ่านก่อนว่ารสอะไร มีส่วนผสมอะไรบ้าง...ค่อยเลือกซีเรียล...” (เด็กชายอายุ 10 ปี)

“...เคยเห็นค่ะ...อ่านหน้ากล่อง (รายละเอียด)...” (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

2. ไม่สนใจตัวอักษรเลย

จากการสัมภาษณ์เด็ก พบว่า เด็กไม่สนใจตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ไม่ครับ...ไม่ชอบตัวอักษรที่อยู่บนกล่อง...ส่วนมากเป็นภาษาอังกฤษ ผมอ่านไม่ออก..." (เด็กชายอายุ 7 ปี)

"...ไม่ค่ะ..ไม่ได้อ่าน(ตัวอักษร) เลย...เลือกแต่ที่เป็นซีเรียล..." (เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab องค์ประกอบด้านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้ชายสนใจตัวอักษรโดยรวมที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กผู้หญิง โดยเด็กผู้ชายที่ให้ความสนใจ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61 แต่เด็กผู้หญิงสนใจตัวอักษรมีเพียง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ของเด็กทั้งหมด 18 คน ที่สนใจตัวอักษรโดยรวมบนบรรจุภัณฑ์

2. ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า เด็กอายุ 11 ปี (6 คน) สนใจตัวอักษรมากกว่าเด็กในช่วงอายุอื่น (จำนวนเด็กที่สนใจตัวอักษร อายุ 7 ปี จำนวน 3คน อายุ 8 ปี จำนวน 3คน อายุ 9 ปี จำนวน 3คน และอายุ 10 ปี จำนวน 3คน)

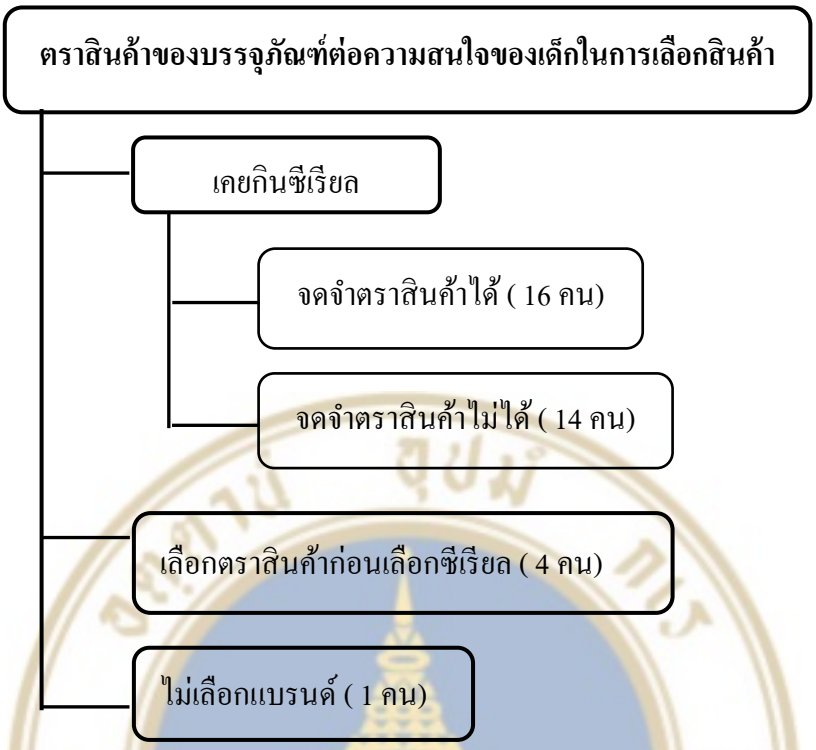
3. ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชนพบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนที่สนใจตัวอักษร มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83 มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล ซึ่งมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ของเด็กทั้งหมด 18 คน ที่สนใจตัวอักษรโดยรวมบนบรรจุภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์ยังพบว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาลไม่สนใจตัวอักษรเลย จำนวน 9 คน ในขณะที่เด็กโรงเรียนเอกชนไม่มีเด็กที่ไม่สนใจเรื่องตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้ชายสนใจตัวอักษรมากกว่าเด็กผู้หญิง	เด็กอายุ 11ปี ให้ความสนใจตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ แต่เด็กอายุ 7-10 ปี จะไม่ค่อยให้ความสนใจ	เด็กโรงเรียนเอกชนจะสนใจตัวอักษรมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล

4.1.6 ตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

ในด้านตราสินค้า(Brand) ของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า จากการวิจัยโดยให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียลที่มีแบรนด์แตกต่างกันออกไป เมื่อเด็กเลือกแล้วจึงสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เด็ก เลือกเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจของเด็กในการเลือกสินค้าหรือไม่



ภาพที่ 4.6 แสดงภาพประเด็นที่พบจากการสัมภาษณ์เด็กด้านตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์

1. เคยกินอาหารซีเรียล

จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กทุกคนที่ทำการสัมภาษณ์เคยกินอาหารเช้าซีเรียล โดยเด็กได้ให้เหตุผลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจดจำตราสินค้าใน 2 ประเด็น ได้แก่

1.1 เคยกินซีเรียลจดจำตราสินค้าได้

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กสามารถจดจำตราสินค้า (Brand) ของซีเรียลที่เคยกินได้ และเลือกซื้อสินค้าจากตราสินค้า มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...จำได้ค่ะ...เห็นบ่อยๆ ในโทรทัศน์ ซื้อมากินด้วย (เนสเล่ โกโก้ครันช์)"
(เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

"...จำได้อันที่ผมกินครับ...อันนี้ โกโก้ครันช์ ฮันนีสตาร์ คอร์นเฟลก..."
(เด็กชายอายุ 9 ปี)

1.2 เคยกินซีเรียลแต่จดจำตราสินค้าไม่ได้

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กไม่สามารถจดจำตราสินค้า (Brand) ของซีเรียลที่เคยกินได้แต่จะเลือกซื้อสินค้าจากรสชาติที่ชอบ และแบบสินค้าที่เคยซื้อ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...จำยี่ห้อไม่ได้...เลือกจากช็อคโกแลต เลือกจากแบบที่เคยกิน..." (เด็กชายอายุ 7 ปี)

"...จำยี่ห้อไม่ได้...ดูรูปกล่อง และก็ตัวการ์ตูนของขนม..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

2. เลือกตราสินค้าก่อนเลือกซีเรียล

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กเลือกตราสินค้าที่เคยซื้อก่อนเลือกซีเรียล มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกยี่ห้อที่เคยกินก่อนครับ...ผมรู้ว่ามันอร่อย..." (เด็กชายอายุ 8 ปี)

"...หนูดูจากหน้ากล่องที่เคยกิน...(ดูยี่ห้อที่เคยกินก่อนเลือกซีเรียล)..." (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

3. ไม่เลือกแบรนด์

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า เด็กเลือกซื้ออาหารเช้าซีเรียลโดยไม่เลือกแบรนด์แต่ตัดสินใจเลือกจากซีเรียล มีจำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 3 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ไม่ครับ ผมดูซีเรียลก่อน ยี่ห้อไหนก็ได้..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab องค์ประกอบด้านตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. ตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์กับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้ชายจดจำตราสินค้าซีเรียลที่เคยกินได้มากกว่าเพศหญิง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ของเด็กที่จดจำตราสินค้าได้ ในขณะที่เด็กผู้หญิง มีจำนวนเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ของเด็กทั้งหมด 16 คนที่จดจำตราสินค้าได้

2. ตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์กับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า เด็กอายุ 7-8 ปี เลือกตราสินค้าก่อนเลือกซีเรียล มีจำนวน 4 คน (เด็กอายุ 7 ปี จำนวน 2 คน และเด็กอายุ 8 ปี จำนวน 2 คน) แต่ตราสินค้าไม่มีผลกับเด็กอายุ 9-11 ปี

3. ตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์กับความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชน จากการสัมภาษณ์ยังไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.42 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ทางด้านตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้ชายจะจดจำตราสินค้าของซีเรียลที่เคยบริโภคได้มากกว่าเด็กผู้หญิง	ตราสินค้ามีผลต่อเด็กอายุ 7-8 ปี แต่ไม่มีผลกับเด็กอายุ 9-11 ปี	ไม่พบความแตกต่าง

4.1.7 อิทธิพลของผู้มีอิทธิพลต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าของเด็ก

ในด้านอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลต่อความสนใจในการเลือกสินค้าของเด็ก จากการศึกษาพบว่า เด็กอิทธิพลของคนรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของเด็ก โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็นได้แก่

1. อิทธิพลของพ่อแม่หรือคนในครอบครัวต่อการเลือกสินค้าของเด็ก

จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเด็กที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 96.67 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด มีส่วนร่วมในการซื้อของกับคนในครอบครัว และยังได้รับอนุญาตให้ตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเกี่ยวพันธ์ต่ำ (Low Involvement) อาทิ ขนมขบเคี้ยว ช็อคโกแลต ลูกอม บิสกิต เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่เด็กสามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตัวเอง โดยพ่อแม่หรือคนในครอบครัวจะสอนให้เด็กบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์

“...ไปซื้อของกับพ่อแม่...บางทีก็เลือกเองค่ะ บางทีพ่อกับแม่ก็เลือกให้...” (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

“...แม่เลือกให้ แม่ซื้อที่มีประโยชน์...” (เด็กชายอายุ 10 ปี)

ทั้งยังพบอีกด้วยว่าการที่เด็กตัดสินใจซื้อสินค้าเนื่องมาจากมีแบบอย่างในการบริโภคจากคนในครอบครัว

“...ผมเคยเห็นพี่กิน...” (เด็กชายอายุ 8 ปี)

2. อิทธิพลของเพื่อนต่อการเลือกสินค้าของเด็ก

จากการสัมภาษณ์พบว่ามีเด็ก 2 คน ที่กล่าวถึงอิทธิพลของเพื่อนต่อการเลือกสินค้า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6.67 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“...บางทีเห็นเพื่อซื้อ ...ผมก็ซื้อตาม...” (เด็กชายอายุ 10 ปี)

“...เอาไว้เล่นกับน้องครับ มีน้องเป็นผู้ชายด้วย... และเพื่อนผมก็มี...” (เด็กชายอายุ 9 ปี)

4.2 ปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

จากการวิจัยโดยการให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล นอกจากจะพบรูปแบบคำตอบในประเด็นขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์แ0+ล้ว ยังพบปัจจัยในด้านอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า ดังนี้

4.2.1 เหตุผลในการเลือกสินค้าต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการวิจัยที่ให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียลพบว่า เด็กใช้เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งออกได้เป็นประเด็นหลัก 5 ประเด็น คือ

1. ประสบการณ์ในการบริโภคสินค้า

ประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าเป็นเหตุผลที่เด็กใช้ในการเลือกสินค้า หากว่าเด็กเคยมีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้านั้นๆ มาแล้วเกิดความประทับใจ เด็กก็จะเลือกสินค้าชนิดนั้น เด็กที่เลือกสินค้าที่ตนเองเคยบริโภค มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 93 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...หนูเคยซื้อกินแบบนี้ค่ะ ก็เลยชอบ..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

"...เลือกแบบที่เคยกินส่วนมากจะชอบซื้อ แบบนี้ค่ะ(เคลล็อกส์ฟรอสตี้ และ โกโก้ครันช์)..." (เด็กหญิงอายุ 10 ปี)

2. เลือกซื้อจากรสชาติ

เด็กเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากรสชาติ หากว่าเด็กได้เคยรับประทานอาหารเช้าซีเรียลแล้ว และมีรสชาติที่อร่อย เด็กก็จะเกิดความชอบ ซื้อสินค้านั้นเพราะได้กินรสชาติที่ชอบ เด็กที่เลือกสินค้าเนื่องจากรสชาติของผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ของเด็กทั้งหมดที่ทำการสัมภาษณ์

"...บางทีก็เอามากินเล่น หวานๆอร่อยดี เหมือนขนม...ชอบกินรสช็อคโกแลต อร่อย..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...เป็นเซ็ต มีรสอื่นด้วยที่ผมไม่เคยกิน..เลือกที่เป็นรสช็อคโกแลตก่อน..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

3. ไม่เคยกินไม่ซื้อ (ถ้าไม่เคยกินซีเรียลยี่ห้อนั้น)

จากการศึกษาพบว่า เด็กที่ไม่เคยกินอาหารเช้าซีเรียลยี่ห้ออื่นก็จะไม่ซื้อ เนื่องจากเด็กเกิดความคุ้นเคยกับสินค้ายี่ห้อเดิมๆ และไม่อยากทดลองสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลยี่ห้ออื่นๆ ที่แตกต่างออกไป มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ของเด็กทั้งหมดที่ทำการสัมภาษณ์

"...แล้วถ้าเป็นซีเรียลที่ไม่เคยกิน แต่มีของแถมล่ะ หนูจะเลือกมั้ยคะ?... ไม่เลือกครับ...กลัวว่าจะไม่อร่อยเหมือนที่ผมเคยกินครับ..." (เด็กชายอายุ 8 ปี)

"ถ้าเป็นซีเรียลที่ไม่เคยกิน น้อง ม อยากจะลองกินมั้ยคะ... ไม่อยากครับ กินไม่เป็น..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

4. เลือกเพราะส่วนผสมของซีเรียล (มีประโยชน์)

จากการศึกษาพบว่า เด็กเลือกสินค้าเนื่องมาจากเหตุผลว่าสินค้านั้นกินแล้วมีประโยชน์ จากบุคคลใกล้ชิดอย่างคนในครอบครัวที่สอนให้เด็กเลือก จากโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้เด็กรู้สึกว่าสินค้านี้คุ้มค่ากับการซื้อเพราะกินแล้วมีประโยชน์ ดีต่อตนเอง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เวลาซื้อซื้อซีเรียลแบบไหน?...เลือกแบบที่มีคุณภาพ มีประโยชน์..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

"...เลือกดูว่ามีประโยชน์หรือเปล่า..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

5. เลือกเพราะคุ้นเคย

จากการศึกษาพบว่า เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลเนื่องมาจากความคุ้นเคยกับสินค้าจนสามารถจดจำสินค้าได้ ทั้งจากการโฆษณาสินค้าตามช่องทางๆ ที่เข้าถึงเด็กได้ง่าย เช่น ทางโทรทัศน์ที่เด็กจะใช้เวลาในวันหยุดส่วนมากไปกับการดูการ์ตูน หรือพบในสถานที่ที่เด็กซื้อสินค้า ไม่ว่าเด็กจะซื้อสินค้า ณ สถานที่ใดก็จะเจอผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลนั้นๆ ทำให้เด็กรู้สึกเกิดความคุ้นเคยกับสินค้า และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และมีเด็กที่เคยกินแต่เรียกชื่อซีเรียลไม่ถูก ซื้อซีเรียลจากความคุ้นเคยเท่านั้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 จากเด็กทั้งหมดที่ทำการสัมภาษณ์

"...จำได้ค่ะ โกโก้ครันช์ ชอบ...หนูจำมาจากที่ไหนคะ?...ดูในโฆษณาทีวีช่อง 3 ค่ะ..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

"...เลือกแบบที่อร่อยๆ หาง่าย...หาง่ายหมายถึง?...เวลาอยากกินก็ซื้อได้เลย เซเว่นไปบ่อยมาก..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab เหตุผลในการเลือกสินค้าต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. เหตุผลในการเลือกสินค้ากับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้ชายจะไม่ซื้อสินค้าที่ไม่เคยกิน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด 19 คน ในขณะที่เด็กผู้หญิงที่ตอบในประเด็นนี้มีเพียง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 37

2. เหตุผลในการเลือกสินค้ากับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า เด็กอายุ 11 ปี จำนวน 5 คน เลือกซื้อซีเรียลโดยดูจากส่วนผสมที่มีในซีเรียล เช่น ผสมวิตามินมีประโยชน์ มีผลไม้อบแห้ง เป็นต้น แต่ในเด็กอายุ 8-10 ปี จะให้เหตุผลในประเด็นนี้ลดลง และเด็กอายุ 7 ปี ไม่มีผู้ตอบในประเด็นนี้เลย

3. เหตุผลในการเลือกสินค้ากับความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชน จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กในโรงเรียนเอกชนให้เหตุผลในการเลือกโดยดูจากส่วนผสมที่มีในซีเรียล จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ในขณะที่โรงเรียนรัฐบาลให้เหตุผลในประเด็นนี้เพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กทั้งหมด 12 คนที่ตอบในประเด็นนี้

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) เกี่ยวกับเหตุผลที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้ชายส่วนมากจะไม่ซื้อสินค้าที่ไม่เคยกิน	เด็กอายุ 11 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อโดยดูจากประโยชน์ของซีเรียลที่ได้ ส่วนเด็กอายุ 8-10 ปี ประโยชน์เริ่มไม่มีผลต่อการตัดสินใจ และในเด็กอายุ 7ปี ประโยชน์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลย	เด็กโรงเรียนเอกชนเลือกโดยพิจารณาจากประโยชน์ของซีเรียลมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล

4.2.2 ของแถม (Premium) ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการวิจัยที่ให้เด็กเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล พบว่า ของแถมสามารถดึงดูดให้เด็กซื้อสินค้าได้ ทั้งสินค้าที่เคยบริโภคที่ซื้อบ่อยขึ้นเมื่อมีของแถม และสินค้าที่ไม่เคยบริโภคได้ จากการวิจัยพบว่า มีเด็กที่เลือกสินค้าเพราะมีของแถมทั้งที่ไม่เคยบริโภคจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกที่มีของแถมครับ... Nestle โกโก้ครันช์ แถมชาม Star War... แล้วถ้าเป็นแบบที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมล่ะ?...ซื้อครับ...อันนี้เอาชามไปใส่ของ..." (เด็กชายอายุ 7 ปี)

"...ถ้าเป็นยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถมล่ะ หนูจะเลือกมั้ยคะ...เลือกค่ะ เอามาสะสมได้..." (เด็กหญิงอายุ 11 ปี)

จากงานวิจัยยังพบว่า ของแถมต้องเป็นสิ่งเด็กชอบและให้ความสนใจเท่านั้น เพราะหากของแถมไม่ตรงใจ เด็กก็จะไม่เลือกสินค้านั้นๆ

"...ซื้อที่มีของแถมแบบไหนคะ? ...ไม่ซื้อแบบไหนเลยค่ะ...ซื้อถ้าเป็นแบบที่หนูชอบ..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

จากการสัมภาษณ์ยังพบว่า ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล ผู้วิจัยได้ให้เด็กเลือกสินค้าระหว่างสินค้าที่มีของแถม และสินค้าที่ไม่มีของแถม ผู้วิจัยพบ 4 ประเด็น คือ ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ เด็กเลือกของแถมแบบแบ่งแยกเพศ นำของแถมไปแบ่งเล่นกับผู้อื่น และของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อซีเรียล

1. ของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ของแถมมีผลในการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็กในทุกช่วงอายุที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (7-11 ปี) ในจำนวนเท่าๆกัน มีเด็กที่ตอบในประเด็นนี้จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ชอบของแถม...ถ้ามีของแถมก็เลือกแบบที่มีของแถมค่ะ... (เลือกโกโก้ครั้น แบบที่มีของแถม)...(เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...เลือกแบบที่มีของแถมครับ... ยี่ห้อที่ไม่เคยกินแต่มีของแถม...ก็เลือกครับ..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

2. เลือกของแถมแบบแบ่งแยกเพศ

จากการสัมภาษณ์ที่ให้เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลพบว่า เด็กเลือกของแถมแบบแบ่งแยกเพศชายหญิง มีเด็กที่ตอบในประเด็นนี้จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เล่นได้หมดเลยครับทุกแบบ... แต่เลือกแบบเท่ห์ๆ ผู้ชายๆ มากกว่า..." (เด็กชายอายุ 8 ปี)

"...เลือกแบบที่มีของแถมถ้าไม่มีของแถมไม่ค่อยชอบ...ไม่เล่นของแถมแบบตุ๊กตา...มันเป็นของผู้หญิง..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

3. นำของแถมไปแบ่งเล่นกับผู้อื่น

จากการสัมภาษณ์ที่ให้เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล พบว่า เด็กเลือกของแถมเนื่องจากต้องการนำของแถมไปเล่นกับผู้อื่น เช่น น้อง หรือเพื่อน เป็นต้น มีเด็กที่ตอบในประเด็นนี้จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ชอบของแถมค่ะ...เอาไปแบ่งน้องข้างบ้านเล่นได้..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

"...เอาไว้เล่นกับน้องครับ...มีน้องเป็นผู้ชาย..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

4. ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อซีเรียล

จากการสัมภาษณ์ที่ให้เด็กเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียลพบว่า ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกซื้อซีเรียล มีเด็กที่ตอบในประเด็นนี้จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...ถ้ามีแต่ของแถมก็ไม่เลือกค่ะ... เลือกแบบที่เคยกินและก็ไม่มีของแถม (เด็กหญิงอายุ 7 ปี)

"...เลือกแบบเดิมค่ะ (Donae ABC) แบบที่ชอบ...ไม่ชอบของแถม..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ากับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้ชายจะมีการแบ่งแยกเพศของแถม มีจำนวน 9 คน จากเด็กที่ให้เหตุผลในประเด็นนี้ 10 คน

2. ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ากับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า เด็กอายุ 7 ปี ไม่มีการแบ่งแยกเพศของของแถม แต่ในเด็กอายุ 8-11 ปี จะมีการแบ่งแยกเพศของของแถม

3. ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ากับความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชน จากการสัมภาษณ์พบว่า ของแถมไม่มีผลต่อการความสนใจของเด็กในการเลือกซื้อสินค้า มีจำนวน 4 คน เป็นเด็กในโรงเรียนเอกชนทั้งหมด

ตารางที่ 4.44 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ด้านของแถมต่อความสนใจของเด็ก

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้ชายเลือกสินค้าโดยแบ่งแยกเพศมากกว่าเด็กผู้หญิง	ไม่พบความแตกต่างเรื่องการแบ่งแยกเพศในเด็กอายุ 7 ปี แต่พบในเด็กอายุ 8-11 ปี	มีเด็กโรงเรียนเอกชนที่ไม่เลือกสินค้าเพราะมีของแถม แต่ไม่มีเด็กโรงเรียนรัฐบาลคนใดให้เหตุผลนี้

4.2.3 การเลือกสินค้าให้ผู้อื่น

การวิจัยในครั้งนี้นอกจากผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลสำหรับเด็กแล้ว ผู้วิจัยยังได้นำผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลแบบผู้ใหญ่มาให้เด็กเลือกเพื่อสอบถามความคิดเห็นของเด็กที่มีต่อสินค้าในเรื่องของการตัดสินใจเลือกซื้อและการเลือกสินค้าให้ผู้อื่น จากการศึกษาพบว่า มีเด็กที่ชอบผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลผู้ใหญ่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ของเด็กทั้งหมดที่สัมภาษณ์

"...หนูชอบ...เคยกินไม่บ่อยใส่ผลไม้กับนม...เลือกให้คุณแม่ด้วย..." (เด็กหญิงอายุ 11ปี)

"...เลือกค่ะ...หนูอยากลองกิน..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

ทั้งยังพบว่า เด็กเลือกสินค้าให้ผู้อื่นเนื่องจากเห็นว่ามีประโยชน์ มีเด็กกล่าวถึงประเด็นนี้ จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 40 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"...เลือกที่มีผลไม้ให้คุณแม่ค่ะ...ผลไม้มีประโยชน์..." (เด็กหญิงอายุ 9 ปี)

"...เลือกแบบนี้ให้คุณพ่อคุณแม่ค่ะ...เพราะผสมผลไม้มีประโยชน์..." (เด็กชายอายุ 11 ปี)

เด็กยังกล่าวถึงเหตุผลในการเลือกให้ผู้อื่นเพิ่มเติมอีก 3 ประเด็นคือ เลือกให้ผู้อื่นเพราะมีประโยชน์ จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 40 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด เลือกให้ผู้อื่นเนื่องจากเห็นว่าผู้อื่นชอบ และเลือกให้ผู้อื่นตามความชอบของตนเอง ซึ่งมีเด็กที่ตอบทั้ง 2 ประเด็นนี้จำนวนเท่ากันคือ 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 20 ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

"ให้คุณยายกับคุณตาครับ... จะได้สุขภาพดี เพราะมีผลไม้..." (เด็กชายอายุ 9 ปี)

"...เลือกให้คุณแม่กล่องสีเขียวครับ (HAHNE Muesli Crunchy Fruit)... ผมว่ามันดูน่ากิน แม่น่าจะชอบ..." (เด็กชายอายุ 10 ปี)

"...เลือกให้แม่ค่ะ กล่องสีน้ำตาล...เคยเห็นแม่กิน แม่ชอบกิน..." (เด็กหญิงอายุ 8 ปี)

สรุปผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผล Crosstab ด้านของการเลือกสินค้าให้ผู้อื่นต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

1. ด้านการเลือกสินค้าให้ผู้อื่นกับเพศ จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กผู้ชายจะมีการคำนึงถึงเรื่องประโยชน์ของซีเรียลก่อนให้ผู้อื่น มีจำนวน 8 คน จากเด็กที่ให้เหตุผลในประเด็นนี้12 คน ส่วนเด็กหญิงจะเลือกซีเรียลให้ผู้อื่นตามที่เห็นว่าผู้อื่นชอบมากกว่า มีจำนวน 4 คน จากเด็กที่ให้เหตุผลในประเด็นนี้ 6 คน

2. ด้านการเลือกสินค้าให้ผู้อื่นกับความแตกต่างในเรื่องของอายุพบว่า เด็กอายุ 9-11 ปี จะเลือกให้ผู้อื่นเนื่องจากเห็นว่าซีเรียลนั้นมีประโยชน์ แต่ในเด็กอายุ 7-8 ปี จะให้เหตุผลในการเลือกโดยคำนึงถึงประสบการณ์ เช่น เลือกตามที่ผู้อื่นชอบเพราะเคยเห็นว่าซื้อมารับประทาน เลือกตามที่ตนเองชอบให้ผู้อื่น

3. ด้านการเลือกสินค้าให้ผู้อื่นกับความแตกต่างเรื่องการให้เหตุผลของเด็กในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนเอกชน จากการสัมภาษณ์พบว่า เด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกซีเรียลให้ผู้อื่นเนื่องจากซีเรียลมีประโยชน์ จำนวน 8 คน จากเด็กที่ให้เหตุผลในประเด็นนี้ 12 คน แต่เด็กโรงเรียนเอกชนจะเลือกให้ผู้อื่นตามความชอบของตนเอง จำนวน 4 คน จากเด็กที่ให้เหตุผลในประเด็นนี้ 6 คน

ตารางที่ 4.45 แสดงผลการวิจัยจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแจกแจงตารางแบบไขว้ (Crosstab) ด้านการเลือกสินค้าให้ผู้อื่น

เปรียบเทียบประเด็นความแตกต่างที่พบจากการทำ Crosstab		
เพศ	**อายุ**	**โรงเรียน**
เด็กผู้หญิงจะเลือกให้ผู้อื่นตามที่ผู้อื่นชอบ แต่เด็กผู้ชายจะเลือกจากประโยชน์เมื่อเลือกให้ผู้อื่น	เด็กอายุ 9-11 ปี เลือกให้ผู้อื่นเพราะเห็นว่ามีประโยชน์ แต่เด็กอายุ 7-8 ปี เลือกจากประสบการณ์ที่เคยพบ	เด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกให้ผู้อื่นเพราะเห็นว่ามีสินค้ามีประโยชน์ แต่เด็กโรงเรียนเอกชนจะเลือกให้ผู้อื่นตามความชอบของตนเอง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลของการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจเลือกสินค้า ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า และความสนใจในการเลือกสินค้าระหว่างเด็กที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน

5.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

5.1.1 สีของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการสัมภาษณ์เด็กโดยให้เลือกสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงทั้ง 2 โรงเรียน เลือกบรรจุภัณฑ์สินค้าตามสีที่ตนเองชอบ โดยเลือกสีที่ชอบสีเดียวมากที่สุด รองลงมาคือเลือกสีที่ชอบเพราะมีสีสันสดใส ชอบสีโทนร้อนแรง และชอบสีที่ชอบหลายสี อีกทั้งยังพบว่าเด็กเลือกสีที่ตรงกับรสชาติที่ชอบ เป็นเด็กอายุระหว่าง 7-9 ปี อาจเนื่องมาจากเด็กเลือกความชอบจากสิ่งรอบตัว และสีที่ชอบตรงกับความเป็นจริง เช่น ชอบสีเขียวเพราะชอบสีของต้นไม้ที่มีใบสีเขียว ชอบสีฟ้าเพราะว่าชอบไปทะเลสีเหมือนน้ำทะเล สอดคล้องกับทฤษฎีเพียเจต์ (1936) ที่พบว่า พัฒนาการทางสติปัญญาของบุคคลเป็นไปตามวัยต่างๆ อย่างเป็นลำดับขั้นซึ่งเด็กในวัย 7-11 ปี จะมีความคิดหาเหตุผลตามหลักตรรกศาสตร์แบบรูปธรรม ใช้เหตุผลจากสิ่งที่มองเห็น

5.1.2 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการสัมภาษณ์เด็กโดยให้เด็กเลือกระหว่างบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล จากภาพประกอบ พบว่า ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจูงใจเด็ก และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็กทั้งเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิง แต่จะมีผลกับเด็กผู้ชายมากกว่าเด็กผู้หญิง มีผลต่อความสนใจของเด็กในช่วงอายุระหว่าง 7-9 ปี มากที่สุก และมีผลน้อยลงกับเด็กในช่วงอายุที่มากขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษา เด็กได้แบ่งเรื่องของภาพประกอบออกเป็น 2 ประเด็นคือภาพประกอบที่เป็นการ์ตูนคาแรคเตอร์ (Cartoon Character) ซึ่งเป็นการ์ตูนที่มีสิขสิทธิ์ เช่น การ์ตูนจากค่ายวอลต์ดีสนีย์ เรื่องโฟรเซ่น (Frozen) การ์ตูนจากค่ายการ์ตูนเน็ตเวิร์ค สตูดิโอ เรื่อง เบ็นเท็น (Ben 10) ซึ่งเด็กจะรู้จักตัวการ์ตูนเป็นอย่างดี กับตัวการ์ตูนทั่วไป (Cartoon) ของอาหารเช้าซีเรียล เช่น หมีโคล่าของ เนสท์เล่ โกโก้ครั้นช์ หมีอวกาศของเนสท์เล่ ฮันนี่สตาร์ส เป็นต้น โดยเด็กเลือกภาพประกอบที่มีเอกลักษณ์จดจำง่าย เป็นการ์ตูนที่เด็กชื่นชอบและรู้จักเป็นอย่างดี รวมถึงการ์ตูนที่พบเห็นทางโฆษณาบ่อยๆ และเด็กยังเลือกลวดลายการ์ตูนที่ไม่ซ้ำกัน (ผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลแบบจัดเป็นเซ็ต 8 กล่องเล็กเป็นการ์ตูนคาแรคเตอร์ที่มีลวดลายไม่ซ้ำกัน) เพื่อนำไปสะสม

เด็กผู้หญิงจะเลือกภาพประกอบการ์ตูนลวดลายสัตว์มากที่สุด เพราะน่ารัก ในขณะที่เด็กผู้ชายจะเลือกภาพประกอบการ์ตูนที่เป็นการ์ตูนคาแรคเตอร์ เพราะชื่นชอบในตัวการ์ตูนนั้นๆ เด็กยังสามารถรับรู้ถึงตัวสินค้าได้โดยสามารถจดจำได้ผ่านภาพประกอบ นำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการ ถึงแม้ว่าจะไม่สามารถเรียกชื่อสินค้าได้ก็ตาม สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า การ์ตูนแคแรคเตอร์ (licensed characters) มีอิทธิพลต่อความชอบและการตัดสินใจของเด็ก สามารถสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับเด็ก สร้างความซื่อสัตย์กับตราสินค้า (Brand Loyalty) (Connell , Brucks and Nielsen, 2014), (Garretso and Burton, 2005) อีกทั้งยังพบว่า เด็กยังคงเลือกสินค้าที่มีภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของเพศ เช่น ชอบแบบการ์ตูนผู้ชาย (Ben Ten) ไม่ชอบการ์ตูนแบบผู้หญิง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า เด็กมีการแยกเพศชายและหญิงจากภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ (มณีรัตน์ บุญมัธยะและวรัญญภรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556)

5.1.3 รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการศึกษา พบว่า เด็กเลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ของอาหารเช้าซีเรียล แบบกล่องมากที่สุด รองลงมาคือรูปร่างแบบถ้วย และแบบถุง โดยเด็กผู้ชายจะเลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบกล่องมากที่สุด ในขณะที่เด็กผู้หญิงเลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์ซีเรียลแบบถ้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าบรรจุภัณฑ์สำหรับเด็กมักออกแบบเป็นรูปร่างกลม เพื่อให้หยิบจับได้ถนัดมือ (Gollet and Guichard , 2011) และด้วยสรีระของเด็กผู้หญิงแล้วจะเล็กกว่าเด็กผู้ชายจึงเลือกรูปร่างบรรจุภัณฑ์แบบถ้วย ทั้งนี้เด็กยังได้ให้เหตุผลในเรื่องของรูปร่างที่สะดวกต่อการพกพาเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสินค้า รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการกิน เช่น สามารถรับประทานซีเรียลในรูปร่างบรรจุภัณฑ์แบบถ้วยได้เลยเมื่ออยู่ที่โรงเรียนโดยไม่ต้องหาภาชนะมาใส่ง่ายต่อการรับประทาน รวมถึงซีเรียลบางยี่ห้อยังมีนมกล่องใส่มาในบรรจุภัณฑ์ซีเรียลอีกด้วย อีกทั้งในเด็กอายุ 11 ปี ยังคำนึงถึงการนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาใช้ประโยชน์ หรือนำมาทำเป็นของเล่นต่อได้

5.1.4 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญกับขนาดของบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลที่มีผลต่อปริมาณที่ได้รับ รองลงมาคือขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งเป็นเด็กผู้ชายมากกว่าเด็กผู้หญิง และกล่าวถึงขนาดที่สะดวกในการพกพา และเลือกขนาดเดียวกับที่เคยซื้อ ตามลำดับ

ทั้งนี้ ยังพบความแตกต่างในการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์อาหารเช้าประเภทซีเรียลระหว่างเด็กโรงเรียนรัฐบาล และเด็กโรงเรียนเอกชน โดยพบว่า เด็กโรงเรียนรัฐบาลให้เหตุผลในการเลือกที่ขนาดสำคัญต่อปริมาณ มากกว่าเด็กโรงเรียนเอกชน อาจเนื่องมาจากความแตกต่างทางรายได้ของครอบครัว เด็กรัฐบาลพิจารณาความคุ้มค่าในการเลือกซื้อสินค้าจากปริมาณที่ได้รับ แต่เด็กโรงเรียนเอกชนพิจารณาจากเหตุผลอื่นประกอบ และจากการศึกษายังพบประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความแตกต่างในการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ ของเด็กในแต่ละช่วงอายุที่ทำการสัมภาษณ์ โดยเด็กอายุ 7 ปี จะเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่พอดีกับตนเอง ในขณะที่เด็กที่อายุมากกว่า (8-11 ปี) จะให้เหตุผลในประเด็นนี้น้อยลง จะเห็นได้ว่าในช่วงอายุของเด็กที่ต่างกันมีกระบวนการคิดวิเคราะห์และเชื่อมโยงเหตุผลต่อการเลือกสินค้าที่แตกต่างกัน เด็กอายุ 7 ปี อาจมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ไม่ซับซ้อนตัดสินใจจากสิ่งที่พบแล้วเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจ แตกต่างกับเด็กอายุ 10ปี มีกระบวนการคิดวิเคราะห์ที่ซับซ้อนกว่าสามรถเชื่อมโยงเหตุผลในการเลือกแล้วนำเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ เช่น เลือกโดยพิจารณาจากข้อมูลประกอบที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

5.1.5 ตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการศึกษาด้านตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า พบว่า เด็กให้ความสนใจกับตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ ในทุกช่วงอายุที่ทำการศึกษาครั้งนี้ คือ ระหว่าง 7-11 ปี และเด็กที่อายุมากขึ้นจะให้ความสนใจกับรายละเอียดที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลโภชนาการ ประโยชน์ ส่วนผสมของอาหารเช้าซีเรียลที่เลือกบริโภค โดยเด็กผู้ชายจะสนใจตัวอักษรมากกว่าเด็กผู้หญิง และยังพบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนในทุกช่วงอายุ 7-11 ปีของเด็กที่ทำการศึกษาสนใจตัวอักษร ต่างกับโรงเรียนรัฐบาลพบแต่เด็กอายุ 11 ปี ที่สนใจตัวอักษร เนื่องมาจากเด็กให้เหตุผลว่าอ่าน และสนใจตัวอักษรเฉพาะภาษาไทยที่ตนเองอ่านได้เท่านั้น ส่วนตัวอักษรที่อ่านไม่ได้ก็จะไม่สนใจ แต่จะดูองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ในด้านอื่นประกอบการเลือกซื้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเด็กที่มาจากโรงเรียนเอกชนมีทักษะความสามารถในการอ่านออก เขียนได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลในตลาดส่วนใหญ่จะเน้นตัวอักษรที่เป็นภาษาต่างประเทศมากกว่าภาษาไทย

ทั้งนี้ ยังพบความแตกต่างในการให้เหตุผลในเรื่องของตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์กับอายุที่ต่างกัน เด็กอายุ 7 ปี ให้เหตุผลเกี่ยวกับการเลือกตัวอักษรเพียงแค่ 3 ประเด็นคือ สนใจตัวอักษร ไม่สนใจตัวอักษร และอ่านเฉพาะตัวอักษรที่อ่านได้ ในขณะที่เด็กอายุ 11 ปี กล่าวถึงประเด็นในด้านการอ่านรายละเอียดของตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ และขนาดของตัวอักษรที่สะดวกต่อการอ่านอีกด้วย อาจเนื่องมาจากความรู้และประสบการณ์ของเด็กที่แตกต่างกัน

5.1.6 ตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการศึกษา ด้านตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็ก พบว่า เด็กทุกคนเป็นเด็กที่เคยบริโภคอาหารเช้าซีเรียล แต่เด็กมีทั้งสามารถจดจำตราสินค้าได้ และไม่สามารถจดจำตราสินค้าได้ โดยเด็กผู้ชายจะจดจำตราสินค้าได้ดีกว่าเด็กผู้หญิง และเด็กอายุ 7-8 ปี เลือกที่แบรนด์ของสินค้าก่อนจะเลือกซีเรียล อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลเด็กที่วางขายในตลาด นอกจากตราสินค้าบนผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นที่เด็กสามารถจดจำได้ง่ายกว่าการจดจำตราสินค้า เช่น การ์ตูนหมีโคลา ของผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลโกโก้ครันช์ การ์ตูนหมีอวกาศ ของผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล ฮันนี่สตาร์ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า เด็กจะสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่ายขึ้นถ้าตราสินค้านั้นเห็นได้จากสีหรือภาพประกอบ (Macklin, 1996)

5.2 ปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าประเภทอาหารเช้าซีเรียล

5.2.1 เหตุผลในการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล

จากการศึกษาพบว่า เด็กมีเหตุผลในการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลที่นอกเหนือจากองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ โดยกล่าวถึงเหตุผลของการเลือกจากประสบการณ์ที่ผ่านมา เช่น หนูเคยซื้อแล้วไม่ชอบ อันอื่นชอบมากกว่า รองลงมาคือเหตุผลในเรื่องของรสชาติ เด็กส่วนมากชอบเพราะมีรสชาติอร่อย เหตุผลด้านความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ เคยซื้อแบบเดิมก็จะซื้อแบบเดิมซ้ำๆ นอกจากนั้นยังมีเด็กที่ไม่เลือกซีเรียลที่ตนเองไม่เคยบริโภคอีกด้วย

ทั้งนี้ยังพบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนให้เหตุผลในการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลที่หลากหลายมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล และเด็กอายุ 11 ปี ยังให้เหตุผลในการเลือกซื้อได้หลากหลายกว่าเด็กที่อายุน้อยกว่าอีกด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเด็กโรงเรียนเอกชน และเด็กอายุ 11 ปี มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อที่มากกว่าได้พบเจอสิ่งต่างๆแล้วหยิบนำมาวิเคราะห์ประกอบเป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ เช่น เลือกเพราะรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์ เป็นต้น

5.2.2 ของแถม (Premium) ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้า

จากการศึกษาพบว่า ของแถมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็กอย่างมาก ทั้งนี้เด็กยังเลือกซื้อของแถมเป็นหลักทั้งที่ไม่เคยบริโภคอีกด้วย โดยเด็กผู้ชายจะเลือกของแถมแบบแบ่งแยกเพศมากกว่าเด็กผู้หญิง และพบการแบ่งแยกเพศของของแถมในทุกช่วงอายุที่ทำการสัมภาษณ์ (เด็กอายุ 8-11 ปี) แต่ไม่พบประเด็นนี้เลยในเด็ก อายุ 7 ปี ทั้งยังพบว่า ของแถมไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในโรงเรียนเอกชน ส่วนมากเด็กจะให้เหตุผลว่า ของที่แถมมากับสินค้ามักจะไม่หลากหลาย และไม่สามารถเลือกได้เพราะอยู่ด้านในบรรจุภัณฑ์ อาจเนื่องมาจากเด็กในโรงเรียนเอกชนมีฐานะทางครอบครัวที่ดีกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาลมีทางเลือกและโอกาสในการเลือกของเล่นมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล

5.2.3 อิทธิพลของบุคคลอื่นต่อความสนใจของเด็กในการเลือกซื้อสินค้า

จากการศึกษาพบว่า อิทธิพลของบุคคลอื่นต่อความสนใจในการเลือกสินค้าของเด็กสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่ อิทธิพลของพ่อแม่หรือคนในครอบครัว และอิทธิพลของเพื่อน

1. อิทธิพลของพ่อแม่หรือคนในครอบครัวต่อความสนใจของเด็กในการเลือกซื้อสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างเด็กที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ทุกคนจะไปเลือกซื้อสินค้าร่วมกับคนในครอบครัวเป็นประจำทำให้ได้รับการกล่อมเกลาจากบุคคลในครอบครัว อาทิ ประสบการณ์จากพ่อแม่ที่เคยซื้อซีเรียลให้รับประทาน เด็กจะสอบถามความคิดเห็นของพ่อแม่ก่อนตัดสินใจซื้อเมื่อรู้สึกไม่มั่นใจ หรือซื้อตามอย่างคนในครอบครัว

2. อิทธิพลของเพื่อนต่อความสนใจของเด็กในการเลือกซื้อสินค้า พบว่า มีเด็กกล่าวถึงประเด็นนี้เพียง 2 คน ของเด็กที่สัมภาษณ์ทั้งหมด โดยพบว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าประเภทซีเรียลและซีเรียลที่มีของแถมเท่านั้น ซึ่งเด็กคำนึงถึงการนำไปเล่นและการแบ่งปันเป็นอันดับต้นๆ

5.2.4 การเลือกให้ผู้อื่น

จุดเด่นของซีเรียลคือมีตลาดที่ชัดเจน และบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจนทั้งของเด็กและของผู้ใหญ่ ดังนั้นจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงนำผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลผู้ใหญ่มาให้เด็กเลือกเพื่อสอบถามถึงการตัดสินใจเลือกของเด็กในครั้งนี้ด้วย พบว่า มีเด็กที่ชื่นชอบซีเรียล แบบผู้ใหญ่ให้ผู้อื่นเป็นจำนวนถึง 9 คนของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

ในประเด็นการเลือกของให้ผู้อื่น ผู้วิจัยพบว่าเด็กให้เหตุผลในการเลือกซีเรียลเนื่องจากเห็นว่าผลิตภัณฑ์ซีเรียลนั้นมีประโยชน์ เลือกให้ตามความชอบของผู้อื่น และเลือกให้ผู้อื่นตามความชอบของตนเอง อีกทั้งยังพบว่าในประเด็นที่เด็กเลือกซีเรียลที่มีประโยชน์ให้กับผู้อื่นนั้น แสดงให้เห็นว่าเด็กมีความสนใจและใส่ใจคนในครอบครัว สอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีต John (1999) ที่พบว่า ในขั้นการวิเคราะห์ เด็กจะให้ความสนใจกับคนรอบข้าง และนำเอาความคิดเห็นของคนรอบข้างมาใช้ในการเลือกสินค้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นต่างๆ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจในการนำไปศึกษาเพิ่มเติมและสำหรับผู้ประกอบธุรกิจอาหารเช้าซีเรียล เพื่อที่จะนำข้อมูลไปพิจารณาใช้ในเรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้จะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ด้านสีนั้น ควรมีการออกแบบสีของบรรจุภัณฑ์ให้ทั้งสีโทนอ่อน และสีโทนเข้ม เพื่อดึงดูดทั้งเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชาย เนื่องจากพบว่าเด็กผู้หญิงจะเลือกสีโทนอ่อน และเด็กผู้ชายเลือกสีโทนเข้ม

1.2 ทางด้านภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการอาจนำมาใช้ในการออกแบบควรเป็นภาพประกอบลายการ์ตูนคาแรคเตอร์ที่เด็กมีความคุ้นเคย และหากใช้ภาพประกอบรูปสัตว์จะต้องเป็นการ์ตูนรูปสัตว์ที่มีลายน่ารัก เช่น หมีโคล่า อีกทั้งผู้ประกอบการอาจออกแบบภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของทั้งเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิง

1.3 ทางด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการอาจออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เด็กสามารถนำไปใช้หรือนำไปเล่นต่อได้ และรูปร่างบรรจุภัณฑ์จะต้องสะดวกในการพกพาหรือรับประทาน เช่น ออกแบบเป็นรูปร่างถ้วยทรงกลมที่มีหูจับ หรือแบบกล่องที่มีหูหิ้ว

1.4 ทางด้านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ อาจออกแบบตัวอักษรให้สามารถอ่านได้ง่าย หรือออกแบบให้มีภาพประกอบปนกับตัวอักษร เพื่อให้เด็กได้จดจำได้ง่ายขึ้น ถึงแม้ว่าเด็กจะไม่เข้าใจหรืออ่านไม่ออก ก็จะจำตัวอักษรนั้นได้

1.5 ทางด้านตราสินค้าเด็กที่จดจำตราสินค้าได้นั้นจะมีการใช้ประสบการณ์ร่วมด้วย เช่น จดจำยี่ห้อได้เพราะเคยกิน ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่เป็นรายใหม่อาจทำการตลาดโดยการนำสินค้าตัวอย่างไปแจกให้เด็กได้ทดลองรับประทาน

1.6 เนื่องจากผู้วิจัยพบว่าของแถมนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็กเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการอาจนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการขาย โดยอาจเป็นของแถมที่เหมาะกับเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชาย

1.7 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดซุ้มให้ทดลองชิมและแนะนำผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ในห้างสรรพสินค้า โรงเรียน แหล่งชุมชนต่างๆ เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลที่เด็กไม่เคยกิน เด็กก็จะไม่กินเพราะคิดเอาเองว่าไม่อร่อย แต่ถ้าได้ลองชิมแล้วมีรสชาติอร่อยก็ตัดสินใจซื้อ

1.8 ด้านรสชาติพบว่า ผู้บริโภคเด็กให้ความสนใจกับรสชาติของอาหารเช้าซีเรียล ซึ่งมีผลต่อการเลือกบริโภค เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ซีเรียลมีความน่าสนใจ อาจพัฒนาสินค้ารสชาติใหม่ๆสลับสับเปลี่ยนมาวางขาย เพื่อให้เด็กมีทางเลือกเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยศึกษาแค่เพียงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กไทยในช่วงอายุ 7-11 ปี จากโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชนเท่านั้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอให้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเด็กที่เป็นเด็กชาวต่างชาติ กลุ่มช่วงอายุเดียวกันกับการวิจัยในครั้งนี้ เช่น เด็กต่างชาติที่เรียนอยู่ในโรงเรียนนานาชาติ เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้ ทั้งในด้านความสนใจต่อองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ต่อการเลือกสินค้า และในบริบทของความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

2.2 ทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กในช่วงอายุอื่นที่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียล โดยใช้ประเด็นการศึกษาเดิมและใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลแบบเดิม แต่ปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตรงกับความสนใจของเด็กในช่วงอายุที่จะศึกษา เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

2.3 งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยศึกษาแค่เพียงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็ก ที่อาศัยและศึกษาอยู่โรงเรียนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอให้ทำการศึกษาวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กในต่างจังหวัด แต่เป็นกลุ่มช่วงอายุเดียวกันกับการวิจัยในครั้งนี้ และผลิตภัณฑ์อาหารเช้าซีเรียลประเภทเดียวกัน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

บรรณานุกรม

กันต์ กล่อมอยู่เกตุ. (2556). *พฤติกรรมบริโภคเลียนแบบในเด็กที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ปกครองในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฏฐิกา สิงคะสะ. (2554). *ศึกษาแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมของญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปะ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2554). *"การพัฒนาบรรจุภัณฑ์" ทิศทางการส่งออกและการลงทุน* [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.rmuti.ac.th/faculty/production/ie/html/Packaging.htm

ธนิดา ฉั่วเจริญ. (2549). *การศึกษาปัจจัยขององค์ประกอบการออกแบบภาชนะบรรจุที่มีผลต่อผู้บริโภควัยเด็ก*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการบรรจุ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา ว่าพัฒนวงศ์. (2555). *การเกิด 2*. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. เว็บสารสนเทศสุขภาพไทย [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.hiso.or.th/hiso/picture/reportHealth/ThaiHealth2012/thai2012_3.pdf

มณีรัตน์ บุญมัธยะ, วรัญญภรณ์ ทวีรุจจนะ. 2556. *การศึกษาถึงสิ่งที่เด็กปฐมวัยให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า*. ปริญญานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ.

มานิต มานิตเจริญ. (2520).*พจนานุกรมไทย*.(พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์คุรุภา.

รดี สมบูรณ์. (2549). *กระบวนการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าสำหรับเด็กปฐมวัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

วิรุณ ตั้งเจริญ. *การออกแบบ*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2539.

ศศิวิมล ฉิ่งกังวานชัย. (2549). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารซีเรียลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาธุรกิจอุตสาหกรรม ภาควิชาบริหารเทคนิคศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร.(2557). *ตลาดอาหารเช้าซีเรียลในประเทศไทย* [Online]. เข้าถึงได้จาก http:// www.ficnfi.or.th.122.155.171.22.no-domail.name /MarketOverviewDomesticDetail.php?id=85

สันติ คุณประเสริฐ. (2542). *การออกแบบตัวอักษร*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุกฤตา หิรัณยชวลิต. (2554). *กว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ Background of package, Executive Journal*, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 31 (2).

สุนิษฐา เศรษฐีธร. (2559). *ตลาดซีเรียลในประเทศไทย* [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://fic.nfi.or.th/ /MarketOverviewDomesticDetail.php?id=85

อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ. (2549). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.). (2554).“*ความเสมอภาคระหว่างเพศ*” [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.teenpath.net/data/r-article/00002/tpfile/00001.pdf

เอื้อมพร หลินเจริญ. (2555). *เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ*. วารสารการวัดผลการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 17(1).

---------- *เตือน “ซีเรียล-อาหารเช้าเด็ก” น่าห่วง พบ “เกลือ-น้ำตาล” สูงกว่าปกติ* [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9510000126467

Anette Pettersson, A. , and Christina Fjellstrom, C. (2006), *“Responsibile marketing to children and their families"*, Young Consumers, 7(4),13 – 18.

Armstrong, G., and Kotler, P. (2007). *Marketing: An Introduction (8th)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Bachmann, G. R., John, D. R., and Rao, A. R. (1993). *Children’s susceptibility to peer group purchase influence: an exploratory investigation*. Advances in consumer research, 20(1), 463-468

Connell ,PM., Brucks, M., and Nielsen, JH. (2014) .*How childhood advertising exposure can create biased product evaluation that persist into adulthood*. Journal of Consumer Research, 41(1), 119–134.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Duncan,T. (2002). *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands (1 ed.)*. Boston: McGraw-Hill.

Foundation. (2014). *Food Marketing: Using Toys to Market Children's Meals* [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://healthyeatingresearch.org/wp-content/uploads/2014/07/her_marketing_toys_14.pdf

Garretson, JA., and Burton, S. (2015). *The role of spokescharacters as advertisement and package cues in integrated marketing communications*. Journal of Marketing, *69*, 118–132.

Gollet, M., and Guichard, N. (2011). "*The dilemma of flavor and color in the choice of packaging by children"*, Young Consumers, 12(1), 82 – 90.

Imram, N.(1999). "*The role of visual cues in consumer perception and acceptance of a food product*", Nutrition & Food Science, 99(5), 224 - 230

International Health Policy Program. (2011). *Advertising of food to Thai children: Is brand logo recognition related to their food and beverage buying behaviours, eating behaviours and body image concerns?*, Supported by World Health Organization Representative in Thailand.

John, D. R. (1999). *Consumer socialization of children : A retrospective look at twenty-five years of research*. Journal of Consumer Research, 26(3), 183-213.

Hill, H., and Tilley, J. (2002). *Packaging of children's breakfast cereal: manufacturers versus children*. British Food Journal, 766 – 777.

Kornblau, C. (1961). *Packaging and supermarkets: The package in the market place. Effective Marketing Coordination, Chicago*: American Marketing Association, 296–306.

Kotler, P., and Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, 48-54.

Lall, G.R., and Lall, B.M. (1983). *Ways children learn*. Illinois : Charles C. Thomas Publishers.

Leibowitz, J., Ramirez, E., Brill, J., and Ohlhausen, M. (2012). *A Review of Food Marketing to Children and Adolescents*: Federal Trade Commission Follow-Up Report.

Lindstrom, M. (2005). *Broad sensory branding*. Journal of Product & Brand Management, *14*(2), 84 – 87.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Lindstrom, M., and Seybold, P.B. 2003. *Brand child: Remarkable insights into the minds of Today's global kids & their Relationships with Brands*. Kogan Page Limited, UK.

Macklin, C. (1996), "*Preschooler's learning of brand names from visual cues*", The Journal of Consumer Research, 23(3), 251-261.

Marshall, D., Stuart, M., and Bell, R. (2006). *Examining the relationship between product package colour and product selection in pre-schoolers, Food Quality and Preference*, 17(7-8), 615-621.

McNeal, J.U. (1964). *Children as Consumers*, Bureau of Business Research, The University of Texas, Austin.

McNeal,J.U. (1987). *From Savers to Spenders: How Children Became a Consumer Market*. Media and Values, 52-53.

McNeal, J.U. (1992). *Kids as customers: a handbook of marketing to children*. New York: Lexington Books.

McNeal, J.U., Viswanathan,V.R., and Yeh, C. (1993). *A Cross-cultural Study of Children's Consumer Socialization in Hong Kong, New Zealand, Taiwan, and the United States, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 5(3), 56 – 69.

McNeal, J.U., and Zhang, H. (2000). "*Chinese Children's Consumer Behavior: A Review*", 31-37.

McNeal, J.U., and Ji, M.F. (2003). "*Children's visual memory of packaging*". Journal of Consumer Marketing, 20 (5), 400-427

Mehta, K., Phillips, C., Ward,P., Coveney, J., Handsley,E., and Carter, P. (2012). *Marketing foods to children through product packaging: prolific, unhealthy and misleading*, Public Health Nutrition, 1-8.

Myers, C. A., (2003). "*Managing brand equity: a look at the impact of attributes*", Journal of Product and Brand Management, 12(1), 39-51.

Nicholls, A. J., and Cullen, B. (2004). *The child-parent purchase relationship: pester power, human rights and retail ethics*. Journal of Retailing and Consumer Services, 11 (2), 75-86.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Ogba, I., and Johnson,R. (2010). *How packaging affects the product preference of children and the buyer behavior of their parents in the food industry*, Young Consumers, 11(1), 77-89.

Roedder, J.D., and Lakhshmi-Ratan, R. (1992), "*Age differences in children's choice behavior: the impact of available alternatives*", Journal of Marketing Consumer, Vol. 29 No. 2, pp. 216-226.

Roedder,J.D., and Sujan, M. (1990), "*Age differences in product categorization*", Journal of Consumer Research,16, 452-460.

Roedder,J. D., and Whitney, J.C. (1986), "*The development of consumer knowledge in children: a cognitive structure approach*", Journal of Consumer Research, Vol. 12 No. 4, pp. 406-417.

Robert, M. (2005). "*Parenting in an obesogenic environment*", Journal of Research for Consumers, No 9.

Schiffman, L.G. and Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (7 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Silayoi,P. and Speece, M. (2004),"*Packaging and purchase decisions*", British Food Journal, 106(8), 607 – 628

Yeasmin, S. , Rahman,K. F. (2012). '*Triangulation' Research Method as the Tool of Social Science Research*, BUP Journal, 1(1).

Young, S. (2004). *Winning at retail: research insights to improve the packaging of children's products*, 17-22

Zeghache, N. (2014). *The impact of packaging colour on children's brand name memorization (7-12 years old)*" , International Journal of Retail & Distribution Management, 42 (11/12), 1053-1068

----------Breakfast Cereals in Thailand [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.euromonitor.com /breakfast-cereals-in-thailand/report

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แสดงภาพตัวอย่างสินค้าอาหารเช้าซีเรียล

<table>
<tr><td colspan="4">ผลิตภัณฑ์ : เนสท์เล่ (Nestle) ขนาด 150-180 กรัม/ ขนาด 20-30 กรัม</td></tr>
<tr><td>

โกโก้ครั้นช์
(Koko Krunch)</td><td>

ฮันนี่ โกลด์ เฟลกส์
(Honey GOLD flakes)</td><td>

ฮันนี่สตาร์ส
(Honey Stars)</td><td>

คุกกี้ คริสป์
(Cookie Crisp)</td></tr>
<tr><td>

โกโก้ครั้นช์
(Koko Krunch)
แบบมีของแถม</td><td>

ไมโล
(Milo)</td><td>
โกโก้ครั้นช์ แบบถ้วย
(Koko Krunch)</td><td>

โกโก้ครั้นช์ แบบถุง
(Koko Krunch)</td></tr>
<tr><td>

ฟิตเนสส์ แอนด์ ฟรุต
(Fitness and Fruit)</td><td colspan="3">

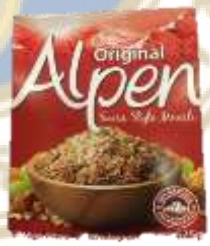
วาไรตี้ เซ็ท 8 กล่องเล็ก
(Variety Set)</td></tr>
</table>

ผลิตภัณฑ์ : เคลล็อกส์ *(Kellogg's)* ขนาด 150-180 กรัม/ ขนาด 30-42 กรัม			
 โกโก้ บอล (Koko Balls)	 ฟรอสตี้ แผ่นข้าวโพดอบกรอบเคลือบน้ำตาล (Frosties)	 โกโก้ ฟรอสตี้ (Cocoa Frosties)	 โกโก้ เชค (Coco Chex)
 ฟรุ๊ตลูป (Froot Loops)	 ดิสนีย์ โฟรเซน (Disney Frozen Cereal)	 ดิสนีย์ โฟรเซน (Disney Frozen Cereal)	 ไรซ์คริสปี้ (Rice Crispies)
 คอนเฟล็ก (Korn Flakes)	 โกโก้ ฟรอสตี้ (Cocoa Frosties) มีของแถม	 มูสลี (Mueslix)	

ผลิตภัณฑ์ : เคลล็อกส์ *(Kellogg's)* ขนาด 150-180 กรัม/ ขนาด 30-42 กรัม			
เรซินแบรน แบบถ้วย (Raisin Bran)	ฟรุ๊ตลูป แบบถ้วย (Froot Loops)	ออริจินอล (Original)	

ผลิตภัณฑ์ : โดเน่ (Donae) ขนาด 160 กรัม/ 24-30 กรัม			
โดเน่ ABC (Donae ABC)	โดเน่ ฟรุ๊ตตี้ (Donae Fruity)	โดเน่ช็อกโก้บอล (Donae Choco Balls)	โดเน่ สวีตตี้ (Donae Sweety)

ผลิตภัณฑ์ : ยูโรสแนค (Euro Snack) ขนาด 70 กรัม / ขนาด 20 กรัม			
คอปป ซีเรียล แบบถุง (Copp Cereals)	คอปป สกาย รสน้ำผึ้ง แบบถุง (Copp Sky Cereals)	คอปป สกาย รสน้ำผึ้ง แบบถุงขนาดเล็ก (Copp Sky Cereals)	

ผลิตภัณฑ์ : สแนคทูโก (Snack 2go) ขนาด 25 กรัม		*ผลิตภัณฑ์ :* Tilo's ขนาด 750 กรัม	*ผลิตภัณฑ์ :* Nature's Path ขนาด 325 กรัม
ครีมมินี่ ป๊อป (Cremini Pop)	ครีมมินี่ ป๊อป (Cremini Pop)	ฟรุ๊ตตี้ มูสลี่ (Fruity Muesli)	กราโนล่า (Granola)
ผลิตภัณฑ์ : ฮาทเน่ (HAHNE) ขนาด 300 กรัม	*ผลิตภัณฑ์ :*ซองเดอร์ (Xongdur) ขนาด 200 กรัม	*ผลิตภัณฑ์ :*อัลเพน (Original Alpen) ขนาด 625 กรัม	*ผลิตภัณฑ์ :* มายช้อยส์ (My Choice) ขนาด 200 กรัม
ฟรีเมี่ยม มูสลี่ (Premium Muesli)	ช๊อคโก มูสลี่ (Choco Muesli)	 ออริจินอล อัลเพน (Original Alpen)	คอร์นเฟลก (Corn Flakes)