

การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล  
ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง

การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2558



นางสาวธัญธิดา ชาระศรีนทร  
ผู้วิจัย

.....  
ดร. ราชามหากันธา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

.....  
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์อรรณพ ตันละมัย, Ph.D.

คณบดี วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดีจาก ดร.ราชา มหากันธา อาจารย์ที่ปรึกษาการทำวิจัยสารนิพนธ์ครั้งนี้ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างมาก โดยผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจ และความทุ่มเทของอาจารย์ ในการสอนชี้แนะทางการทำสารนิพนธ์ และกำกับดูแลกระบวนการจัดการให้สำเร็จตามกำหนดเวลา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ กลุ่มตัวอย่างคุณแม่ยุคใหม่ทุกท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ ที่เสียสละเวลา และให้ความกรุณาในการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ข้อมูล รวมถึงข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ สารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ ให้แก่เหล่าคุณอาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้ผลงานสารนิพนธ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แด่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว และเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำยสุดนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอรับไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

ธัญฐิตา ชาระสรันธร

การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหาร  
ปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง

TO STUDY EXPECTATION OF NEW GENERATION MOTHER TO CHOOSE THE READY  
TO EAT FOOD PRODUCT FOR CHILDREN IN BANGKOK

ชนัญฐดา ธาระศรีนทร 5750308

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ราชา มหากันธา, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนา ปีติสันต์  
, Ph.D., บุริม โอทกานนท์, M.B.A.

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคาดหวัง และแบบจำลองการพิจารณา อาหาร  
ปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ที่ตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ เป็น  
การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกคุณแม่ยุคใหม่ ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล  
จำนวน 35 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ และภาคเอกชน จำนวน 2 คน

ผลการวิจัย คือ แบบจำลองที่มีองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ (1.) ด้านคุณภาพ (มี 6 ด้าน  
ย่อย คือ คุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการ  
ผลิตจัดการที่ดี และความสะอาด) (2.) ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (มี 10 ด้านย่อย คือ ความ  
หลากหลาย รสชาติเป็นธรรมชาติ เมนูทางเลือก ภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสาร  
ปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ฉลากระบุคุณค่าด้าน โภชนาการ ราคาที่เหมาะสม ปริมาณที่เหมาะสม  
ความน่าดึงดูด ความรู้ความเชี่ยวชาญ และความเข้าใจในผู้บริโภค) (3.) ด้านความสะดวก (มี 3 ด้าน  
ย่อย คือ สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา) (4.)  
ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน (มี 4 ด้านย่อย คือ การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center)  
การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล)

คำสำคัญ : อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก / คุณแม่ยุคใหม่ / จัดส่งถึงที่ (เดลิเวอรี่) /  
ส่วนประสมด้านการตลาด

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ที่มาของเรื่อง ความสำคัญ และปัญหา	1
คำถามงานสารนิพนธ์	3
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์	3
ขอบเขตงานสารนิพนธ์	3
นิยามศัพท์	4
<b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>5</b>
ความหมายของคำสำคัญ	5
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>13</b>
รูปแบบการวิจัย	13
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	14
กรอบแนวคิดการวิจัย	14
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	16
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>18</b>
ส่วนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง	18
ส่วนที่ 2 การรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ	38
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ</b>	<b>44</b>
สรุปผลการวิจัย	44
อภิปรายผล	49
ข้อเสนอแนะ	51
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>54</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>57</b>
ภาคผนวก ก ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก	58
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์คำถามสัมภาษณ์เชิงลึก	60
ภาคผนวก ค การวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	67
ภาคผนวก ง ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญการสัมภาษณ์เชิงลึก	79
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>81</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1	19
2	ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2	21
3	ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3	23
4	ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1	67
5	ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2	70
6	ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3	74



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	จำนวนการเกิด ในประเทศไทย พ. ศ. 2548 – 2557	2
2	กรอบกระบวนการงานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมที่คุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง	15
3	แบบจำลองหมวดหมู่ของแนวทางพฤติกรรม และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก	32
4	แบบจำลองหมวดหมู่ของพฤติกรรม และแนวคิดทั่วไป ขึ้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่	33
5	แบบจำลองหมวดหมู่ของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้อ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่	34
6	แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 1	35
7	แบบจำลองการให้บริการของผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูป สำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ต่อคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2	40
8	แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 1	47
9	แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2	47



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาของเรื่อง ความสำคัญ และปัญหา

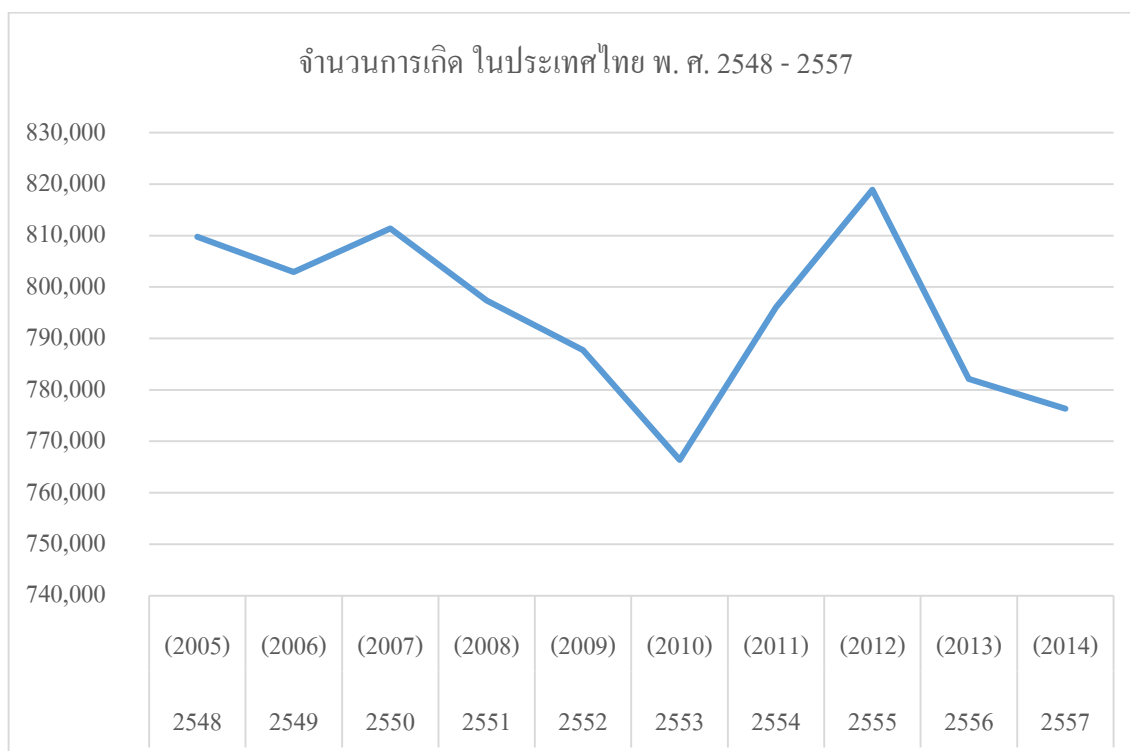
ปัจจุบันสังคมไทยมีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีความเร่งรีบมากยิ่งขึ้น คนส่วนมากต้องการสินค้าสำเร็จรูป สะดวก รวดเร็ว แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความปลอดภัยต่อสุขภาพ เนื่องจากคนไทยที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้น รวมถึงสามารถเข้าถึงข้อมูลด้วยช่องทางการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วขึ้น ทำให้มีการเปรียบเทียบ และพิจารณาข้อมูลของสินค้าก่อนตัดสินใจมากขึ้น ทั้งนี้ผู้บริโภคยังมีความใส่ใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งต่อตนเอง และคนในครอบครัว

ครอบครัวในสังคมไทย เริ่มมี ครอบครัวเดี่ยว เพิ่มขึ้น โดยแยกออกจากครอบครัวใหญ่ มาอาศัยเพียงลำพัง พ่อ แม่ ลูก บางครอบครัวไม่มีเวลาประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้าน จึงต้องพึ่งอาหารสำเร็จรูปเพิ่มมากขึ้น โดยซื้อจากร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร หรือการใช้บริการจัดส่งถึงบ้าน

สำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็ก บางครอบครัวพ่อแม่ จะมีความใส่ใจ ในการเตรียมอาหารแต่ละมื้อให้ลูก อย่างพิถีพิถัน เช่น คุณค่าทางโภชนาการสูง ครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ผักปลอดสารพิษ ข้าวเกษตรอินทรีย์ เนื้อสัตว์อนามัย ไม่ใส่ผงชูรส หรือสารปรุงแต่ง ไม่ปรุงรสจัด เป็นต้น เนื่องจากเด็กเล็กบางคนแพ้อาหารบางชนิด บางครั้งที่ต้องเดินทางไปธุระข้างนอก หรือตามห้างสรรพสินค้า พ่อ แม่ จำเป็นต้องพกอาหารลูกใส่กล่องติดตัวไปด้วย เพราะไม่มั่นใจ ในคุณภาพส่วนผสมในอาหารของร้านอาหารทั่วไป หรือถ้าไม่ได้เตรียมมา จะมีความลำบากใจ ในการตัดสินใจเลือกเข้าร้านอาหาร ที่ลูกสามารถรับประทานด้วยได้ แม้กระทั่งคุณแม่ยุคใหม่ที่ไม่ถนัดในการปรุงอาหาร แต่ยังคงอยุ่สรรหาให้ลูกได้บริโภค อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง สะอาด ปลอดภัย เช่นกัน

ปัญหา ว่าพัฒนางค์ และปราโมทย์ ประสาทกุล, 2558 สรุปว่า

“...การเปลี่ยนแปลงประชากรไทยในอนาคตได้ก่อให้เกิดภัยยะเชิงนโยบายหลายประการ เช่น การที่เด็กเกิดใหม่แต่ละปีมีแนวโน้มลดน้อยลงในอนาคตจะทำให้รัฐไม่ต้องการกังวลเรื่องปริมาณและสามารถมุ่งเน้นที่คุณภาพของเด็กเกิดใหม่ โดยเฉพาะงานอนามัยแม่และเด็กได้มากยิ่งขึ้น และประชากรเด็ก ประชากรในวัยศึกษาเล่าเรียนมีแนวโน้มลดลง รัฐจะสามารถเน้นคุณภาพของการศึกษาได้ดีขึ้น...”



ภาพที่ 1 จำนวนการเกิด ในประเทศไทย พ. ศ. 2548 – 2557

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2558)

จากที่มาข้างต้น สอดคล้องกับความสนใจของผู้วิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค คุณแม่ยุคใหม่ ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า คุณแม่ยุคใหม่ จะมีความใส่ใจในคุณภาพของเด็กมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านของอาหาร สุขภาพ ความสามารถพิเศษ สภาพแวดล้อม และการศึกษา เป็นต้น รวมถึงการผสมผสานของเทคโนโลยียุคดิจิทัล (Digital) ที่คุณแม่นำมาปรับใช้เสริมสร้างพัฒนาการของลูกในเชิงบวกอย่างสร้างสรรค์ มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเป็นแรงผลักดันให้ศึกษาข้อมูลในเชิงลึกถึงสิ่งที่คุณแม่ยุคใหม่ ว่าเห็นคุณค่าของอาหารเด็กมาก น้อย เพียงใด หากคุณแม่ไม่มีเวลาในการเตรียม หรือปรุงเอง ไม่มีความถนัดในการทำอาหาร และต้องการความสะดวกรวดเร็ว การขายสินค้าอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็ก แบบจัดส่งถึงบ้าน หรือวางขายหน้าร้านตามห้างสรรพสินค้า จะสามารถตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ได้หรือไม่

ดังนั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของคุณแม่ยุคใหม่ จะสามารถนำไปต่อยอด ในการวางกลยุทธ์สำหรับธุรกิจอย่างเหมาะสมได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ในที่สุด ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษา ความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ที่มีความต้องการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูป แบบจัดส่งถึงที่ให้คุณ

หากมีธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ได้ เช่น ด้านคุณภาพ สารอาหาร ราคา ความสะดวก การบริการ ความสะดวก และความปลอดภัย เป็นต้น

### คำถามงานสารนิพนธ์

1. คุณแม่ยุคใหม่ มีความคาดหวังในการเลือกอาหารให้เด็กเล็กอย่างไร
2. อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ แบบใด สามารถตอบสนองความต้องการ ของคุณแม่ยุคใหม่ได้

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการเลือกอาหารให้เด็กเล็ก ของคุณแม่ยุคใหม่
2. เพื่อศึกษาแบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ที่ตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่

### ประโยชน์

1. นักการตลาด สามารถนำผลจากการศึกษาไปต่อยอด เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ของสินค้าอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่
2. ผู้ประกอบการ / ผู้ผลิต สามารถนำผลจากการศึกษาไปประมวลผล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. นักการตลาด สามารถนำผลจากการศึกษาไปต่อยอด เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาเพิ่มเติม โดยเลือกประเด็นที่น่าสนใจ ไปทำแบบสอบถาม ในการวิจัยเชิงปริมาณ หรือการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม

### ขอบเขตงานสารนิพนธ์

ประเด็นที่ศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ  
ปริมณฑล ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง จากการ  
สัมภาษณ์เชิงลึก

### กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยดำเนินการเลือกกลุ่มเป้าหมาย คือ คุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ  
ปริมณฑล

### พื้นที่

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร  
ปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

### ระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา ระหว่างเดือนกันยายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558

### นิยามศัพท์

คุณแม่ยุคใหม่ คือ คุณแม่ที่มีลูก เป็นเด็กเล็ก ช่วงอายุ 6 เดือน ถึง 6 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ  
กลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยนี้ โดยยุคนี้เริ่มมีสื่อเทคโนโลยีเข้ามาในชีวิตประจำวันมากขึ้น ใส่ใจใน  
คุณภาพ และแหล่งที่มาของอาหารมากขึ้น มีบทบาทเปลี่ยนไปตามยุคตามสถานการณ์ ทำงานหา  
เลี้ยงชีพ ควบคู่ไปกับการเลี้ยงลูก มีความมั่นใจในตนเองสูง พร้อมรับประสบการณ์ใหม่ๆ ลองผิด  
ลองถูกเพื่อสิ่งที่ดีที่สุด ในนิยามของตนเอง เปรียบเสมือนเป็นเข็มทิศมากกว่าแผนที่ในวิธีการสอนลูก  
และอยากให้ลูกอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพ ระวังอย่ารู้ผิดชอบด้วยตนเอง

อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก คือ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปพร้อมบริโภค ที่ปรุง  
จากวัตถุดิบ และส่วนผสมที่เหมาะสมสำหรับเด็กวัย 6 เดือน ถึง 6 ปี โดยรูปแบบของอาหาร ขึ้นกับวัยที่  
เหมาะสม (อาหารเด็กเล็ก บดละเอียด บดหยาบ และบดเคี้ยวได้ตามปกติ) และการแพ้อาหารเฉพาะ  
บุคคล (คล้ายอาหารกล่องสำเร็จรูปพร้อมบริโภค)

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ  
ปริมณฑล ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง มีดังนี้

#### 1. ความหมายของคำสำคัญ

1.1 บริการจัดส่งอาหารถึงที่ หรือเดลิเวอรี่ (Delivery)

1.2 อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค (Ready to Eat)

1.3 พฤติกรรมผู้บริโภค

#### 2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

2.2 แนวคิดการสัมภาษณ์แบบลำดับขั้น (Laddering Interview)

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการทางด้านการตลาด

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อ

#### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

### ความหมายของคำสำคัญ

#### บริการจัดส่งอาหารถึงที่ หรือเดลิเวอรี่ (Delivery)

มีผู้ให้ความหมายไว้ โดยขอยกตัวอย่าง ดังนี้

มาลัยทิพย์ ปรีกมะวงส์ (2544) ให้ความหมายของ คำว่า บริการจัดส่งอาหารถึงที่ คือ การบริการส่งอาหารของร้านอาหารถึงบ้าน หรือสำนักงานของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถโทรศัพท์มาสั่งอาหารที่ร้าน เพื่อให้พนักงานนำอาหารไปจัดส่งถึงบ้าน หรือสำนักงานตามที่ระบุได้

ภณ วิเชียรฉันท (2551) ให้ความหมายของ คำว่า บริการจัดส่งอาหารถึงที่ คือ กระบวนการจัดส่งอาหารถึงที่ เริ่มตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ผ่านศูนย์บริการลูกค้า หรือ

ทางอินเทอร์เน็ต จากนั้นรายการอาหารจะถูกส่งผ่านระบบสารสนเทศส่วนกลางไปที่คอมพิวเตอร์ของร้านสาขาที่ตั้งอยู่ในเขตที่ลูกค้าสั่งอาหาร รายการอาหารที่ได้รับ จะถูกส่งข้อมูลไปเพื่อดำเนินการประกอบอาหาร และจัดใส่บรรจุภัณฑ์ตามรายการของอาหาร พร้อมจัดส่งตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด ภายในเวลา 30 นาที โดยอาหารยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ คุณภาพดี

จากความหมายของ บริการจัดส่งอาหารถึงที่ข้างต้น สรุปได้ว่า บริการจัดส่งอาหารถึงที่คือ บริการจัดส่งอาหารของร้านอาหาร ที่ได้รับคำสั่งรายการอาหารจากช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เพื่อนำไปประกอบอาหารตามคำสั่งซื้อ และจัดส่งให้ลูกค้าตามสถานที่ที่กำหนด โดยสินค้ายังคงอยู่ในสภาพสมบูรณ์มีคุณภาพ เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

### **อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค (Ready to Eat)**

มีผู้ให้ความหมายไว้ โดยขอยกตัวอย่าง ดังนี้

บุหหลาน พิทักษ์ผล และทัศนีย์ สรสุรชาติ (2544) ให้ความหมายของ คำว่า ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป คือ อาหารที่ผ่านขั้นตอนการหุงต้ม หรือกระบวนการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร โดยใช้เทคโนโลยี เพื่อให้อาหารนั้นสามารถเก็บได้เป็นเวลานานพอสมควร โดยไม่เน่าเสีย สามารถดื่ม หรือรับประทานได้ทันทีเมื่อต้องการ จะอุ่น หรือ ไม่อุ่นให้ร้อนก่อนรับประทานก็ได้

มาลี ชัมศรีสกุล (2548) ให้ความหมายของ คำว่า อาหารปรุงสำเร็จ คือ อาหารที่ผ่านการปรุง ประกอบจนสำเร็จพร้อมที่จะรับประทาน และมีได้บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท อาทิเช่น อาหารถุง ข้าวราดแกง อาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ และขนมหวาน ที่ขายตามตลาดนัด แผงลอย รถเข็น ร้านอาหาร และโรงอาหารในสถานศึกษา เป็นต้น

ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย บมจ. (2549) แบ่งประเภทอาหารสำเร็จรูป ไว้ 3 ประเภท คือ อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง (Prepared Food) อาหารสำเร็จรูปแช่เย็น (Chilled Food) และ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (Frozen Food) ซึ่งให้ความหมายของ คำว่า อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง คือ การนำเครื่องปรุงในสัดส่วนพอเหมาะ รวมไว้ในภาชนะบรรจุพร้อมหุ้มพลาสติกใส่ปิดทับ ต้องนำไปปรุงก่อนรับประทานอาหาร โดยอาหารพร้อมปรุงเข้าสู่เมืองไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 โดยฟู๊ดแลนด์ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นเจ้าแรก โดยเป็นการวางจำหน่ายควบคู่ไปกับอาหารที่ปรุงเรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด โดยนำเทคนิคการเก็บรักษาคุณภาพของอาหารเข้ามา โดยเฉพาะตู้แช่เย็นที่รักษาอาหารได้นาน

จากความหมายของ อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคข้างต้น สรุปได้ว่า อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค หมายถึง อาหารพร้อมรับประทาน ที่เป็นอาหารทั้งแบบร้อน และแบบเย็น ที่ปรุงสำเร็จวางขายตามร้านค้า หรือมีบริการจัดส่งถึงที่ สามารถนำไปรับประทานได้ทุกที่ สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคมากขึ้น เช่น กรณีไม่มีสถานที่ปรุงอาหาร เป็นต้น

### พฤติกรรมผู้บริโภค

มีผู้ให้ความหมายไว้ โดยยกตัวอย่าง ดังนี้

ศุภร เสรีรัตน์ (2540) ให้ความหมายของ คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อน และหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ให้ความหมายของ คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือ คือ การตัดสินใจ รวมถึงการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อ และการใช้สินค้า

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2546) ให้ความหมายของ คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ ปฏิบัติการของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิบัติการต่างๆ เหล่านั้น

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัสวสิทธิถาวร (2550) ให้ความหมายของ คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคน ที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อสินค้าที่ไหน (Where) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อบ่อยแค่ไหน (How Often) และซื้อจากใคร (Who) จึงจะเหมาะสม และสร้างความพอใจในการซื้อให้กับตนเองมากที่สุด

จากความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของผู้บริโภค ที่เกิดจากการกระบวนการตัดสินใจ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

## แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ เป็นกิจกรรม หรือการกระทำที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ มีความตั้งใจที่จะส่งมอบบริการนั้นๆ โดยทั่วไปมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542) คือ

การบริการเป็นเรื่องที่สัมผัสจับต้องได้ยาก

การบริการ เป็นกิจกรรม หรือกระบวนการต่อเนื่องของกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ให้บริการกระทำเพื่อส่งมอบแก่ผู้รับบริการ

การบริการเกิดขึ้น และถูกบริโภคในขณะเดียวกันเลย หรือเกือบจะในเวลาเดียวกัน (คือมีการรับบริการทันที ที่มีการให้บริการ)

ลูกค้า หรือผู้รับบริการ ให้ความสำคัญกับ กิจกรรม หรือกระบวนการบริการ หรือพฤติกรรม ของผู้ให้บริการ มากกว่าสิ่งอื่นๆ และรับรู้ด้วยความรู้สึกทางใจมากกว่า ดังนั้น คำว่า ความประทับใจ จึงมีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดต่อผู้รับบริการ ความประทับใจ หรือความพึงพอใจ ในการบริการ จึงมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการอย่างยิ่ง

การบริการ คือ กิจกรรม หรือการกระทำใดๆ ที่ไม่มีรูปร่างกำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการ (ระมิด ฝ่ายริย์, 2530)

การบริการ คือ กิจกรรม หรือการกระทำใดๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถชี้ระบุ และสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการได้ (กุลธน ธนาพงศธร, 2532)

### แนวคิดการสัมภาษณ์แบบลำดับขั้น (Laddering Interview)

การสัมภาษณ์แบบลำดับขั้น (Laddering Interview) เป็นเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัว ใช้เพื่อค้นหา และทำความเข้าใจผู้บริโภคร ในเรื่องผลของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไปสู่สิ่งที่เป้าหมาย หรือคุณค่ากับผู้บริโภค (Olson and Reynolds, 2001) ซึ่งเทคนิคนี้มีข้อจำกัด คือ ใช้เวลามาก ผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ต้องเตรียมตัว และฝึกฝนมาอย่างดี (Costa et al., 2004) การสัมภาษณ์แบบลำดับขั้น จะมีลักษณะคำถาม เป็นคำถามปลายเปิด ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบได้อย่างอิสระ แต่คำถามที่สัมภาษณ์จะมีการวางโครงสร้างของคำถามที่แน่นอนไว้ก่อนหน้า โดยชุดของคำถาม จะเป็นไปตามแนวทางที่ตั้งไว้ เพื่อค้นหาสิ่งที่ต้องการ โดยลักษณะของคำถามจะเป็นการตั้งคำถามเพื่อจะเปิดเผยโครงสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค เช่น ทำไมถึง



เหล่านี้จึงมีความสำคัญกับคุณ (เชิงบวก) และ ทำให้คุณไม่ชอบสิ่งนั้น (เชิงลบ) โดยรูปแบบคำถาม ประกอบด้วย คำถามเชิงบวก และคำถามเชิงลบ ซึ่งทำให้รู้ถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ระหว่างคุณลักษณะ ผลลัพธ์ของการบริโภค และคุณค่าในจิตใจของผู้บริโภค (Padel and Foster, 2005) เพื่อนำมาใช้พัฒนา และทำความเข้าใจผู้บริโภคในการสัมภาษณ์เชิงลึก

### ทฤษฎีเกี่ยวกับทางการตลาด

การตลาด (Marketing) หมายถึง การทำงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ หรือกระบวนการทางสังคม และการบริหาร ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็น และความต้องการของเขา จากการสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า กับบุคคลอื่น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภค (Kotler Philip, 1999)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการศึกษา ค้นคว้า หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อ และคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดการกลยุทธ์การตลาด ที่สนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดได้ ความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อที่จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แม้จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ต้องทราบว่ามีสิ่งกระตุ้นเร้า และการตอบสนองของผู้บริโภคอย่างไรบ้าง โดยปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (ฉัตรพร เสมอใจ, 2551) ได้แก่

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชั้นสังคม

ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ครอบครัว บทบาท และสถานภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุและชั้นของวงจรชีวิต อาชีพ สภาพเศรษฐกิจของบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกลักษณะ และแนวคิดของตนเอง

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การกระตุ้นเร้า การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ลักษณะ รุ่งตระกูล (2552) ศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้เครื่องปรุงรสอาหารสำเร็จรูป กับปริมาณโซเดียมในอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรเพศหญิงที่เป็นผู้ประกอบการ และใช้บริการในห้างสรรพสินค้าลดราคา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 186 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม โดยผลสรุปได้ว่า การใช้เครื่องปรุงรสอาหารสำเร็จรูปร่วมกับเครื่องปรุงรสอาหารที่ไร้รสเค็ม ทำให้ปริมาณโซเดียมในอาหารเพิ่มขึ้น การให้ความรู้ทางโภชนาการ และวิธีการใช้เครื่องปรุงรสอาหารสำเร็จรูปที่ถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เหมาะสม ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ มีความเกี่ยวข้องกับผู้วิจัย ทางด้านข้อมูล เนื่องจากอาหารสำเร็จรูปในท้องตลาดทั่วไปนิยมใช้เครื่องปรุงรสอาหารสำเร็จรูป ซึ่งสร้างความกังวลใจให้กับคุณแม่ยุคใหม่ ซึ่งส่งไม่ดีต่อสุขภาพของลูก ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อได้ยาก หากหลีกเลี่ยงอาหารที่ใช้เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปได้ จะสามารถลดปริมาณโซเดียมให้กับลูกได้เช่นกัน ดังนั้นอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป สำหรับเด็กเล็ก จึงไม่ควรใช้เครื่องปรุงรสอาหาร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับคุณแม่ยุคใหม่

ชลทิษา สวดี (2550) ศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการบรรจุในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป เมื่อจำแนกบริษัทผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ตาม

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถแบ่งได้ ดังนี้คือ กลุ่มเน้นงานขาย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเน้นขีดความสามารถในการผลิต และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มเน้นความสำคัญของผู้บริโภค กลุ่มเน้นคุณภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ และเมื่อศึกษากลยุทธ์ทางการบรรจุที่สำคัญในการจำแนกกลุ่มบริษัทที่ใช้ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน พบว่าตัวแปรที่ดีที่สุดคือ เทคโนโลยีการบรรจุ และภาชนะบรรจุสำหรับการผลิต ตามลำดับ ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการปรับแผนการบริหารจัดการ และวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจในด้านต่างๆได้ เช่น ด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ด้านการตลาด เป็นต้น

สายรุ้ง ช่วยรอด (2556) ศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการสั่งอาหารว่าง หรืออาหารกลางวันแบบบริการส่งถึงที่ ของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการสั่งอาหารว่าง หรืออาหารกลางวันแบบบริการส่งถึงที่ ของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อประเมินการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการสั่งอาหารว่าง หรืออาหารกลางวันแบบบริการส่งถึงที่ ของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม พบว่าประเภทของอาหารว่าง และอาหารกลางวันที่สั่งมากที่สุดคือ พิซซ่า ทัศนคติของผู้บริโภคด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารว่าง และทัศนคติของผู้บริโภคในด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารกลางวัน ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการตั้งประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกของงานวิจัยนี้ได้

วิกานดา แก้วนิล (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในช่วงเวลากลางวันของพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารช่วงกลางวันในวันทำงาน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ของร้านอาหาร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร ประกอบด้วย 5 ปัจจัย เรียงตามลำดับระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดไปน้อย ได้ดังนี้ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร และบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเหตุผลจากมากไปน้อยในการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในช่วงเวลากลางวัน คือ ความสะดวกสบาย ดิถุการกิจมีประชุม / สัมมนา / มืงานเลี้ยงสังสรรค์ ไม่มีร้านอาหารในบริเวณนั้น ตามลำดับ ซึ่งอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารตามสั่งทั่วไป โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นทั้งเพศชาย

และหญิง อายุระหว่าง 28 – 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ สามารถนำประเด็นสำคัญไปใช้ต่อยอดในการตั้งคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกของงานวิจัยนี้ได้ เช่น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับคุณแม่ยุคใหม่ได้ เป็นต้น

อริยา อริยะวัฒน์กุล (2557) ได้ศึกษาปัจจัย และคุณค่าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณลักษณะ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิก เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเบื้องหลังการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิก ในทัศนคติของผู้บริโภคตามทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา และเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากศึกษาไปใช้ในการทำความเข้าใจผู้ที่บริโภคอาหารออร์แกนิก เพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก คือ อาหารออร์แกนิกไม่มีสารเคมี รองลงมา คือ รสชาติ และความสดของอาหารออร์แกนิก โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการรับประทานที่สำคัญ คือ การไม่มีสารเคมีตกค้างในร่างกาย รองลงมา คือ ป้องกันการเกิดโรค และอาหารปลอดภัย ทำให้เกิดคุณค่าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การมีสุขภาพที่ดี รองลงมา คือ ความมั่นใจว่าปลอดภัย และมีความสุขในการทาน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ สามารถนำประเด็นสำคัญไปใช้ต่อยอดในการตั้งคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกของงานวิจัยนี้ได้ เช่น คุณแม่ยุคใหม่ที่มีความตระหนักถึง การเลือกอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติปลอดสารเคมี ให้ลูก เป็นต้น

จากการศึกษาคำสำคัญ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับงานวิจัยที่ทำการศึกษา ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยได้ดังนี้ เนื่องจากพบว่า คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก คือ เนื่องจากอาหารออร์แกนิกไม่มีสารเคมี รองลงมา คือ รสชาติ และความสดของอาหารออร์แกนิก ทำให้เกิดคุณค่าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การมีสุขภาพที่ดี รองลงมา คือ ความมั่นใจว่าปลอดภัย และมีความสุขในการทาน ซึ่งเป็นข้อมูลจากผู้บริโภคอาหารออร์แกนิก ซึ่งรักสุขภาพ คล้ายกับการเลือกซื้ออาหารของคุณแม่ ให้เด็กเล็ก ซึ่งเน้นไปที่ความปลอดภัย ความสด ความสะอาด เช่นกัน นอกจากนี้ยังควรมองในเรื่องการปรุงรสอ่อน ปริมาณโซเดียมต่ำ การบรรจุ ภาชนะบรรจุที่ดี มีคุณภาพ รวมถึงเหตุผลในการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร คือ ความสะดวกสบาย ดิถารกิจ ไม่มีร้านอาหารในบริเวณนั้น ดังนั้นจึงนำสาระสำคัญมาเป็นประเด็นคำถามเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกคุณแม่ยุคใหม่ ถึงการบริการจัดส่งถึงที่ ของอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กในงานวิจัยนี้ได้

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง” โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – Depth Interview) เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
3. กรอบแนวคิดการวิจัย
4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

#### รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งเน้นการศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – Depth Interview)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนหลัก คือ

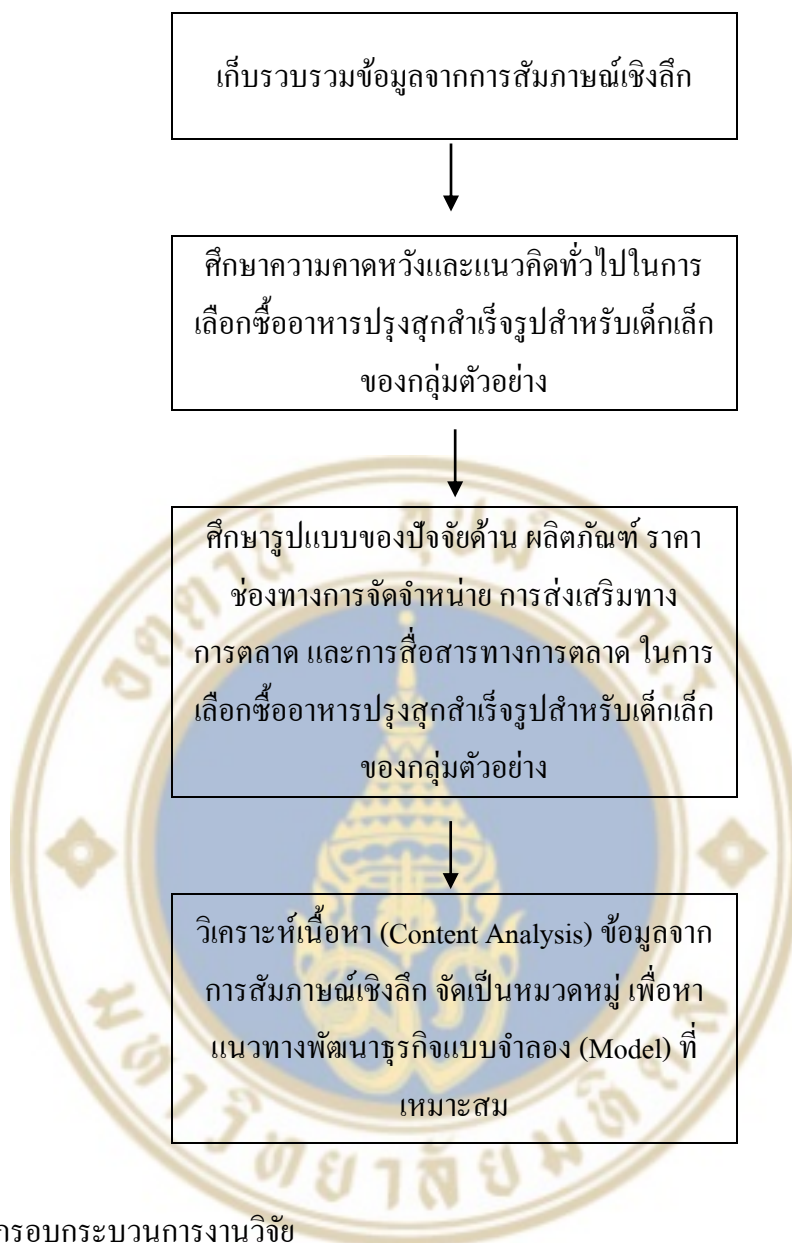
1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกแบบตัวต่อตัว (In – Depth Interview) กับกลุ่มผู้บริโภค ที่เป็นคุณแม่ยุคใหม่
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า และทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย วารสารทางวิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำมาประมวลผลเพื่อตั้งเป็นประเด็นคำถามการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

## ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัยนี้ คือ คุณแม่ยุคใหม่ ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คัดเลือกผู้บริโภค ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีทัศนคติต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก วัย 6 เดือน ถึง 6 ปี ที่มีบริการจัดส่ง จำนวน 35 คน ซึ่งสามารถให้คำตอบของคุณลักษณะของสินค้า ผลลัพธ์ของการบริโภค และคุณค่าได้เพียงพอ และสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเชิงลึกของผู้บริโภคได้

## กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง โดยเน้นสิ่งกระตุ้นการตัดสินใจซื้อต่างๆ ได้แก่ การบริการ การตลาด คุณภาพของสินค้า และวัตถุดิบ ความปลอดภัย คุณค่าของสารอาหาร บรรจภัณฑ์ กระบวนการตัดสินใจซื้อ และการตอบสนองของผู้ซื้อ ตลอดจนปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะของผู้ซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้เด็กเล็ก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง เพื่อหาแนวทางพัฒนาธุรกิจแบบจำลอง (Model) ที่เหมาะสม



ภาพที่ 2 กรอบกระบวนการงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย (2558)

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยใช้การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) ของบทสัมภาษณ์ โดยจะนำประเด็นคำถามด้านความคาดหวัง และรูปแบบของส่วนประสมทางการตลาด ที่ออกแบบแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรง และภาษาที่ใช้ จากนั้นจะนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข

2. เมื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือแล้ว จะดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของประเด็นคำถาม โดยใช้วิธีการสามเส้า (Triangulation) หาค่าความเชื่อถือได้ของข้อมูล

### วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกแบบตัวต่อตัว (In – Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้ คำถามปลายเปิด ยืดหยุ่น เหมือนการสนทนาในชีวิตประจำวัน ไม่มีคำถามตายตัว อยู่ในบรรยากาศเป็นส่วนตัว เป็นการสื่อความหมายแบบโต้ตอบกันทั้ง 2 ฝ่าย ใช้เทปบันทึกเสียง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ สร้างข้อสรุปอุปนัย (Inductive) คือ การจำแนกข้อมูล โดยการใช้ประสบการณ์ของผู้วิจัย แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแต่ละกลุ่มตัวอย่างมาเปรียบเทียบ เพื่อหาข้อสรุป ซึ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

การถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด จัดบันทึกข้อมูลต่างๆ และผลการถอดเทปจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด และแบ่งวรรคของข้อมูลเป็นประเด็นต่างๆ เพื่อให้ง่ายต่อการนำข้อมูล มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำโดยการรวบรวมคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกท่าน และมองหาสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ แบบแผนที่ได้จากข้อมูล ความน่าจะเป็น ความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ความเหมือน ความต่าง ซึ่งข้อค้นพบทั้งหมด ต้องสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่ได้จากข้อมูล ซึ่งจัดเป็นหมวดหมู่ได้เป็น

การให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) รวบรวมคำสำคัญ (Keyword) ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวถึง อาจมีรอบเดียว หรือหลายรอบได้

การให้รหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ผู้วิจัยจัดกลุ่มคำให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เป็นคำที่ใช้แทน การให้รหัสแบบเปิด (Open Coding)

การให้รหัสแบบแก่น (Focus – Coding) ผู้วิจัยตั้งชื่อเรื่อง (แก่น) สื่อถึงความหมายว่า ประเด็นนี้ต้องการสื่อถึงอะไร แล้วเลือกรหัสออกมา (Selective – Coding)



นำผลการวิเคราะห์แบบจำลองข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่ ให้ผู้เชี่ยวชาญ ประเมิน และ  
แนะนำว่าถูกต้อง หรือควรปรับปรุงในส่วนไหนหรือไม่

ผู้วิจัย ทบทวน และวิเคราะห์จัดแบ่งประเภทของข้อมูลอีกครั้ง

วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิร่วมด้วย เพื่อสรุปผลของการศึกษาพฤติกรรมของคุณ  
แม่ยุคใหม่ ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง

เปรียบเทียบ และเชื่อมโยงข้อมูลแต่ละชุดเข้าด้วยกันเป็นหมวดหมู่เกี่ยวข้องกับ  
องค์ประกอบของแบบจำลอง (Model)

### ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา ระหว่างเดือนกันยายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง” โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ ทำโดยการรวบรวมคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกท่าน และมองหาสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ แบบแผนที่ได้จากข้อมูล ความน่าจะเป็น ความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ความเหมือน ความต่าง ซึ่งข้อค้นพบทั้งหมด ต้องสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่ได้จากข้อมูล

#### ส่วนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปบทสัมภาษณ์ของคุณแม่ ที่มีอายุ 24 -41 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 35 คน (แสดงในภาคผนวก ข) แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวล วิเคราะห์ และเชื่อมโยง เพื่อให้เห็นภาพรวมขององค์ประกอบแบบจำลอง (Model)

การวิเคราะห์เพื่อจับประเด็นหลักจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – Depth Interview) ของคุณแม่ยุคใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นคำถาม คือ

ประเด็นที่ 1 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไปของคุณแม่ยุคใหม่ในการเลี้ยงลูก (Consumer Behavior)

ประเด็นที่ 2 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ (Consumer Journey)

ประเด็นที่ 3 : ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก (Format & Content)

การหาแนวทางพัฒนาธุรกิจแบบจำลอง (Model) ที่เหมาะสมของอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง ทำโดยรวบรวมข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 35 บทสัมภาษณ์ แล้วอ่านข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อจับประเด็นหลัก และสาระสำคัญที่แฝงอยู่ในข้อมูลแต่ละ

บทสัมภาษณ์ เปลี่ยนประเด็นดังกล่าวให้เป็นแนวคิดย่อย หรือที่เรียกว่า การให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) แล้วเชื่อมโยง หรือจัดกลุ่มแนวคิดย่อยให้เป็นหมวดหมู่ โดยจัดแนวคิดที่ใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน หรือที่เรียกว่า การให้รหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ของทุกบทสัมภาษณ์ เข้าด้วยกัน แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ที่เป็นหมวดหมู่ไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยประเมิน แนะนำส่วนที่ควรแก้ไขปรับปรุง จากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์แบบจำลองอีกครั้ง รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งitudinal ร่วมด้วย แล้วเปรียบเทียบ และเชื่อมโยงข้อมูลแต่ละชุดเข้าด้วยกันเป็นหมวดหมู่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแบบจำลอง (Model)

การจำแนก และจัดกลุ่มของบทสัมภาษณ์ทั้ง 35 บทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นตารางเพื่อความสะดวกในการจับประเด็นหลัก และสาระสำคัญที่แฝงอยู่ในข้อมูลแต่ละบทสัมภาษณ์ในการให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) และการให้รหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอยกตัวอย่างเพียงส่วนหนึ่งของบทสัมภาษณ์ (บางส่วนแสดงในภาคผนวก) เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน วิธีการทำ เพื่อให้ได้มาซึ่งหมวดหมู่ หรือเนื้อหาที่สำคัญในขั้นตอนต่อไป ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1 (ที่มา:ผู้วิจัย, 2558)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีทัศนคติในการเลี้ยงลูกอย่างไร		
ผู้ให้ข้อมูล	ด้านดี ลูกทำให้ทุกอย่างอยู่รวมเป็นศูนย์กลางของครอบครัว	แหล่งศูนย์กลาง	ความสัมพันธ์
ผู้ให้ข้อมูล	เลี้ยงลูก ให้เหมาะสมตามวัย โดยพยายามเรียนรู้พฤติกรรมลูก ในแต่ละช่วงวัย เพื่อมาปรับใช้ ในการเลี้ยงลูก เช่น เมื่อช่วงวัยใกล้ 3 ขวบ เด็กอยากจะเรียนรู้ อยากทำอะไร เราจะคอยดูแล และให้ลองทำอยู่ในขอบเขตที่ไม่อันตราย หากทำดี จะชมเชย และกอดลูกบ่อยๆ แต่เมื่อมีพฤติกรรมร้องไห้ โดยไม่สนใจเหตุผล จะมีทำโทษด้วยการตีบ้าง แล้วอธิบายเหตุผลให้ฟัง	การกอด การชมเชย การทำโทษ การเรียนรู้	พฤติกรรม การเรียนรู้ ของลูก การอบรมของแม่

ตารางที่ 1 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีทัศนคติในการเลี้ยงลูกอย่างไร		
ผู้ให้ข้อมูล	คนโต ให้มีอิสระทางความคิด ให้แสดงความคิดเห็น ให้เลือกสิ่งที่ชอบ และรับผิดชอบในสิ่งที่เค้าตัดสินใจ เช่น วันนี้อะไรกินเมนูอะไร ให้มีความกล้าแสดงออก	กล้าแสดงออก อิสระทางความคิด	พฤติกรรม การเรียนรู้ ของลูก
ผู้ให้ข้อมูล	คนเล็ก อยากให้แข็งแรง ดูแลด้านอาหาร พาไปทำงานอก ฝึกทักษะ เสริมพัฒนาการด้านร่างกาย เตรียมความพร้อม	แข็งแรง พัฒนาการดี ทักษะดี	สุขภาพ ร่างกาย
ผู้ให้ข้อมูล	เลี้ยงลูกให้ช่วยเหลือตัวเองได้ ขัดใจบ้าง ไม่ตามใจ มีการบังคับบ้าง แต่ไม่มากไปกลัวว่าลูกจะต่อต้าน ไม่ดึง หรือหย่อนมากเกินไป	ช่วยเหลือตัวเองได้ เอาตัวรอดได้	การอบรมของแม่
ผู้ให้ข้อมูล	ไม่ตั้งเป้าหมายมาก ไม่ดี ไม่ไว้วางใจ ไม่ใช่ อารมณ์ ใช้เหตุผล ไม่เร่รุด ตามวัย เป็นคนดี คิดบวก	ใช้เหตุผล คิดบวก	จิตใจ
ผู้ให้ข้อมูล	ประสบการณ์ที่ไม่ดี ส่วนใหญ่มาจากสภาพแวดล้อมที่เด็กไปพบเจอ คนต่างๆที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม ทำให้บางครั้งเด็กสับสนกับสิ่งที่พ่อแม่สอน	ความสับสนในการ ประพัตติตน	ปัจจัยที่มี อิทธิพลกับ ความคิดของ ลูก

ตารางที่ 2 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป สำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ คุณแม่คิดว่า ข้อดี ข้อเสีย คืออะไรบ้าง		
ผู้ให้ข้อมูล	ข้อดีสำหรับอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป จะสะดวกสบายกับคุณพ่อและคุณแม่ในการซื้ออาหารให้ลูก ข้อเสีย เราต้องคำนึงถึงความสด สะอาดปลอดภัย ในอาหารที่เลือกให้ลูกรับประทานด้วย	สด สะอาด ปลอดภัย	คุณภาพ
ผู้ให้ข้อมูล	เลือกที่ยังคงสภาพของคุณค่าทางสารอาหารรสชาติไม่ปรุงแต่งมากนัก สะดวกในการพกพา ใช้งานง่าย	คงสภาพคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ปรุงแต่ง	คุณภาพ
ผู้ให้ข้อมูล	สะดวกประหยัดเวลา หาซื้อได้ง่าย	ประหยัดเวลา หาซื้อได้ง่าย	ความสะดวก
ผู้ให้ข้อมูล	เชื่อมั่นว่า ร้านสะอาดจริง โฮมเมด (Home Made) เชื่อใจ สะดวกดี เหมาะสำหรับ แม่สมัยใหม่ที่ทำงานนอกบ้าน	ความสะดวก ความเชื่อมั่น โฮมเมด	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	ข้อดี มีเวลาไปทำอย่างอื่น เล่นกับลูก ถ้าอาหารอยู่ในมาตรฐานที่ยอมรับได้ ไม่น่ามีข้อเสีย	มีเวลาเพิ่มขึ้น	สะดวก

ตารางที่ 2 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป สำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ คุณแม่คิดว่า ข้อดี ข้อเสีย คืออะไรบ้าง		
ผู้ให้ข้อมูล	ข้อดี สะดวก ไม่ต้องนั่งคิดเมนู และไม่ต้อง พึ่งอาหารแช่แข็ง ข้อเสีย ไม่สามารถควบคุมเรื่องรสชาติ ราคา	ไม่ต้องคิดเมนูเอง	สะดวก
ผู้ให้ข้อมูล	ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับคุณแม่ที่ ทำงานนอกบ้าน และไม่มีเวลาเตรียมอาหาร ให้ลูก	ไม่มีเวลาเตรียมอาหาร	สะดวก
ผู้ให้ข้อมูล	เชื่อมั่นว่า ร้านสะอาดจริง โฮมเมด (Home Made) เชื่อใจ สะดวกดี เหมาะสำหรับ แม่สมัยใหม่ที่ทำงานนอกบ้าน	ความสะอาด ความเชื่อมั่น โฮมเมด	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	ข้อดี คือ ทำให้คุณแม่วัยทำงาน เอาเวลาไป เล่น สอนกับลูก เนื่องจากเด็กกินอาหารต่าง จากผู้ใหญ่ เนื้อสัมผัสหยาบ – ละเอียด แตกต่างกันไป ทำให้ใช้เวลาเตรียมนานมาก	มีเวลาเยอะขึ้น	สะดวก
ผู้ให้ข้อมูล	ข้อดี คือ สะดวก ไม่เสียเวลาในการเตรียม อาหารให้กับลูกที่ต้องทำในปริมาณที่น้อย ข้อเสีย คือ การจัดส่งมีการจัดเก็บ การรักษา อุณหภูมิ ที่เหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่อาจจะ ก่อให้เกิดการเสียของอาหารได้	ไม่เสียเวลาเตรียม	สะดวก

ตารางที่ 3 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้าน ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ของการเลือกซื้อ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบ จัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ ข้อมูล	ผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ผ่านกรรมวิธีเยอะ ใช้น้ำมัน มะกอก เนย ย่าง คล้ายอาหารคลีนที่เด็กทาน ได้	ขั้นตอนน้อย	กรรมวิธี
ผู้ให้ ข้อมูล	ถ้วยพลาสติกพีพี ดิดลาเบล ปิดมิดชิด มองเห็นอาหาร ใสดูน่ารับประทาน ไม่ใช่ โฟม วัตถุดิบ สด สะอาด	ใส ปิดมิดชิด	ภาชนะบรรจุ
ผู้ให้ ข้อมูล	บรรจุภัณฑ์ กระจุกแก้วมีฝาปิด ตักทานได้ ทันที ไม่หก ผลิตภัณฑ์ เน้นสีส้ม ธรรมชาติ รสชาติไม่จัด เน้นสารอาหารที่ได้ คุณภาพ มี ประโยชน์ไม่เน้นครบ 5 หมู่	รับประทานได้ทันที	การบริโภค
ผู้ให้ ข้อมูล	ต้องเป็นภาชนะที่สะอาด เหมาะสมกับ อาหารที่จะบรรจุ สามารถทนความร้อนได้ สามารถเข้าไมโครเวฟได้ หรือสามารถทนกับ สภาวะต่างๆ ได้ในขณะการจัดส่ง	สะอาด ทนความร้อน ทนสภาวะการขนส่ง	ภาชนะบรรจุ

ตารางที่ 3 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ข้อมูล	ผลิตภัณฑ์ ควรอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องสิ่งสกปรกภายนอกได้ 100% รักษาคุณภาพและอายุอาหาร ได้จนกว่าจะถึงมือผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย มีฝาปิดได้มิดชิดกรณีทานไม่หมดแล้วต้องการเก็บไว้ทานต่อไป ถ้าต้องการอุ่น ก็ไม่จำเป็นต้องถ่ายใส่ภาชนะอื่นให้วุ่นวาย	ปกป้องอาหาร เปิดรับประทานได้ง่าย นำไปอุ่นได้	ภาชนะบรรจุ
ผู้ให้ข้อมูล	วัตถุดิบที่เลือกใช้ ต้องสะอาด เมื่อปรุงสุกรสชาติดีเหมาะสมกับเด็ก และบรรจุในภาชนะบรรจุที่เหมาะสม	วัตถุดิบสะอาด รสชาติดี	ผลิตภัณฑ์
ผู้ให้ข้อมูล	ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ส่วนบรรจุภัณฑ์ต้องเป็นเกรดใส่อาหาร (Food Grade) ที่คุณภาพดี เพราะคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ไม่เพียงแต่อาหารมีคุณภาพ และมีคุณค่าทางอาหารครบ แต่บรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพไม่ทำให้เกิดสารพิษปนเปื้อนในอาหารด้วย	เกรดสำหรับบรรจุอาหาร ไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร	ภาชนะบรรจุ

จากการให้รหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ของแต่ละบทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแผนภูมิ เพื่อความสะดวกในการจัดรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น ประเด็นคำถาม 3 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก (Consumer Behavior) ได้ทั้งหมด 10 รหัส โดยแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ได้แก่



1. ด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ของคุณ
2. ด้านสุขภาพร่างกาย
3. ด้านการอบรมของแม่
4. ด้านจิตใจ
5. ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลกับความคิดของคุณ
6. ด้านความสัมพันธ์
7. ด้านเทคโนโลยี
8. ด้านการวางแผน
9. ด้านการสื่อสาร
10. ด้านการดำเนินชีวิตของแม่

จากขั้นตอนการสรุปหมวดหมู่แนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ของทั้ง 35 บทสัมภาษณ์ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อหาภาพรวมขององค์ประกอบ ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่ ดังต่อไปนี้

#### หมวดหมู่ที่ 1 ด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ของคุณ

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้รู้จักการเรียนรู้ ให้ทดลอง ลองผิด ลองถูก ให้มีพฤติกรรมกล้าแสดงออก มีอิสระทางความคิด รวมทั้งตัวคุณแม่แสดงความรักกับลูกด้วยการกอด การชมเชย การทำโทษ การให้คำแนะนำด้วยเหตุผล

#### หมวดหมู่ที่ 2 ด้านสุขภาพร่างกาย

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้มีสุขภาพแข็งแรง พัฒนาการที่ดี มีความพร้อมในการพัฒนาทักษะต่างๆ ไปตามวัย รวมทั้งตัวคุณแม่ต้องมีความพร้อม และร่างกายแข็งแรงด้วย

### หมวดหมู่ที่ 3 ด้านการอบรมของแม่

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้รู้จักช่วยเหลือตัวเองได้ พึ่งพาตนเองได้ อยู่รอดในสังคมได้ ไม่นั่นให้ลูกเป็นคนเก่ง แต่อยากให้ลูกเป็นคนดี ไม่คาดหวังตามความคิดของคุณแม่ว่าอยากให้ลูก เป็นนุ่น เป็นนี่ รวมทั้งตัวคุณแม่ต้องมีความพร้อมในการปรับตัว แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ไม่ ตามใจมากเกินไป หรือเข้มงวดเกินไปจนเกิดการต่อต้าน

### หมวดหมู่ที่ 4 ด้านจิตใจ

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้รู้จักใช้เหตุผล คิดบวก ปล่อยให้มีอิสระทางความคิด มี จินตนาการ รวมทั้งตัวคุณแม่ต้องไม่ใช้อารมณ์ อธิบายเหตุผลเมื่อลูกทำผิด ไม่โธ่ลูก

### หมวดหมู่ที่ 5 ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลกับความคิดของลูก

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้รู้จักปรับตัวตามสภาพแวดล้อม แต่ไม่สามารถควบคุม สภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่ดีได้ บางครั้งลูกจะเกิดความสับสนในการปฏิบัติ รวมทั้งตัวคุณแม่ศึกษา หาข้อมูลจากคนรอบข้าง เพื่อเป็นแนวทางในการเลี้ยงลูก

### หมวดหมู่ที่ 6 ด้านความสัมพันธ์

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้เป็นศูนย์กลางของครอบครัว สร้างความสัมพันธ์ใน ครอบครัวรวมทั้งตัวคุณแม่ต้องสร้างความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิดของลูก เช่น คุณครูประจำชั้น ผู้ปกครองในชั้นเรียนลูก เพื่อนของลูก เป็นต้น

### หมวดหมู่ที่ 7 ด้านเทคโนโลยี

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้ทันเทคโนโลยี แต่ไม่ให้เรียนรู้เร็วเกินวัย รวมทั้งตัวคุณแม่ต้องพัฒนาให้ทันสมัย ตามยุคเทคโนโลยี ทั้งด้านการค้นหาข้อมูล และสื่อต่างๆ ใช้เครื่องทุ่นแรงในการเลี้ยงลูก

### หมวดหมู่ที่ 8 ด้านการวางแผน

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้มีวินัย มีแบบแผน รวมทั้งตัวคุณแม่ต้องวางแผนการศึกษา การคัดสรร สิ่งต่างๆ ให้ลูกตามวัย

### หมวดหมู่ที่ 9 ด้านการสื่อสาร

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เลี้ยงลูกให้เก่งด้านภาษามากขึ้น รวมทั้งตัวคุณแม่ต้องพูดภาษาอังกฤษกับลูก มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกได้ง่ายขึ้นตามเทคโนโลยี

### หมวดหมู่ที่ 10 ด้านการดำเนินชีวิตของแม่

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ เป็นผู้หญิงเก่ง ต้องทำงานนอกบ้านด้วย เลี้ยงลูกเองด้วย งานหนัก ไม่ค่อยมีเวลา ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องปรับตัว แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ศึกษาหาข้อมูลให้ทันโลกอยู่เสมอ

ประเด็นที่ 2 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ (Consumer Journey) ได้ทั้งหมด 4 รหัส โดยแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

1. ด้านคุณภาพ
2. ด้านความสะดวก

3. ด้านการพิจารณา
4. ด้านการควบคุมงบประมาณ

จากขั้นตอนการสรุปหมวดหมู่แนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ของทั้ง 35 บทสัมภาษณ์ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อหาภาพรวมขององค์ประกอบ ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ได้ทั้งหมด 4 หมวดหมู่ ดังต่อไปนี้

#### หมวดหมู่ที่ 1 ด้านคุณภาพ

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านคุณภาพ ทั้งวัตถุดิบ กรรมวิธี เครื่องปรุงรส การปรุงรส ภาชนะบรรจุ การบรรจุ การจัดส่ง การเก็บรักษา โดยเน้นที่ความ สด สะอาด ปลอดภัย ไม่น่าเสีย คงสภาพ ได้มาตรฐาน คุณค่าทางโภชนาการครบ ปลอดภัยพิช ไม่มีสารกันบูด ไม่มีผงชูรส ไม่มีสารปนเปื้อนจากภาชนะบรรจุ

#### หมวดหมู่ที่ 2 ด้านความสะดวก

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านความสะดวก โดยช่วยประหยัดเวลา มีเวลาไปเลี้ยงลูก สอนลูก เล่นกับลูกได้ ไม่เสียเวลาเตรียม ปรุงอาหาร ไม่ต้องคิดเมนูเอง หาซื้อได้ง่าย

#### หมวดหมู่ที่ 3 ด้านการพิจารณา

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านการพิจารณา ควรมีเมนูหลากหลาย เมนูเฉพาะสำหรับเด็ก เมนูทางเลือกสำหรับเด็กเพื่ออาหาร ผลิตภัณฑ์โฮมเมด ความเชื่อมั่นในคุณภาพ ทั้ง ความสดใหม่ สะอาด ดังที่ได้กล่าวในหมวดหมู่ที่ 1

#### หมวดหมู่ที่ 4 ด้านการควบคุมงบประมาณ

ได้จากการรวบรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านควบคุมงบประมาณ เนื่องจากสามารถคำนวณราคาได้แน่นอน ว่าในแต่ละมื้อมีค่าใช้จ่ายเท่าไร งบประมาณต่อเดือนสำหรับค่าอาหารลูกเท่าไร

ประเด็นที่ 3 : ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ของคุณแม่ยุคใหม่ (Format & Content) ได้ทั้งหมด 7 รหัส โดยแนวคิดที่สัมพันธ์กันได้แก่

1. ด้านราคา
2. ด้านผลิตภัณฑ์
3. ด้านภาชนะบรรจุ
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด
6. ด้านกรรมวิธี
7. ด้านการบริโภค

จากขั้นตอนการสรุปหมวดหมู่แนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) ของทั้ง 35 บทสัมภาษณ์ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อหาภาพรวมขององค์ประกอบ ของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ได้ทั้งหมด 7 หมวดหมู่ ดังต่อไปนี้

### หมวดหมู่ที่ 1 ด้านราคา

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านราคา ต้องเหมาะสมกับคุณภาพ วัตถุดิบที่ใช้ ซึ่งราคาที่ยอมรับได้ต่อมื้อประมาณ 50 บาท และเมนูพิเศษ ประมาณ 100 บาท

### หมวดหมู่ที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีคุณภาพ วัตถุดิบดี ไม่มีผงชูรส ลักษณะปรากฏดึงดูดสวยงาม สะอาด สด ไม่เน่าเสีย ไม่ค้างคืน รสชาติดี เมนูหลากหลาย คุณค่าทางโภชนาการสูง มีวิตามิน ได้รับการรับรอง ปรุงรสอ่อน ปลอดภัย พิษ ผลิตภัณฑ์โฮมเมด

### หมวดหมู่ที่ 3 ด้านภาวะบรรจุ

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านภาวะบรรจุ ต้องสะอาด ปิดมิดชิด 不漏 เก็บรักษาสภาพอาหาร มีหลากหลายสวยงามน่าดึงดูด ไม่มีสารปนเปื้อนเจือปนเข้าสู่อาหาร มีข้อมูลโภชนาการชัดเจน ทนความร้อน อุณหภูมิ ทนสภาวะการขนส่งได้ เก็บอุณหภูมิ เปิดรับประทานได้ง่าย ปลอดภัย ไม่ใช่โฟม ปลอดภัย

#### หมวดหมู่ที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีหลายช่องทาง ให้ข้อมูลกับผู้บริโภคได้ เช่น ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ หน้าร้านตามห้าง ร้านสะดวกซื้อที่มีหลายสาขา โทรศัพท์ คอลเซ็นเตอร์ มีเว็บเพจให้เข้าไปดูข้อมูลด้านโภชนาการ ข้อเสนอแนะเลือกเมนูได้

#### หมวดหมู่ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด มีให้ชิม ให้ข้อมูล สร้างความเชื่อมั่นในสินค้าให้ผู้บริโภค โปรโมชัน ลด แลก แจก แถม สะสมแต้ม

#### หมวดหมู่ที่ 6 ด้านกรรมวิธี

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านกรรมวิธีการผลิต ที่สะอาด ตรวจสอบกลับได้ ให้มีรีวิวการเตรียมอาหารให้ผู้บริโภคมั่นใจ ทั้งด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ วิธีการปรุง ขั้นตอนการเตรียม การล้าง การจัดเก็บ

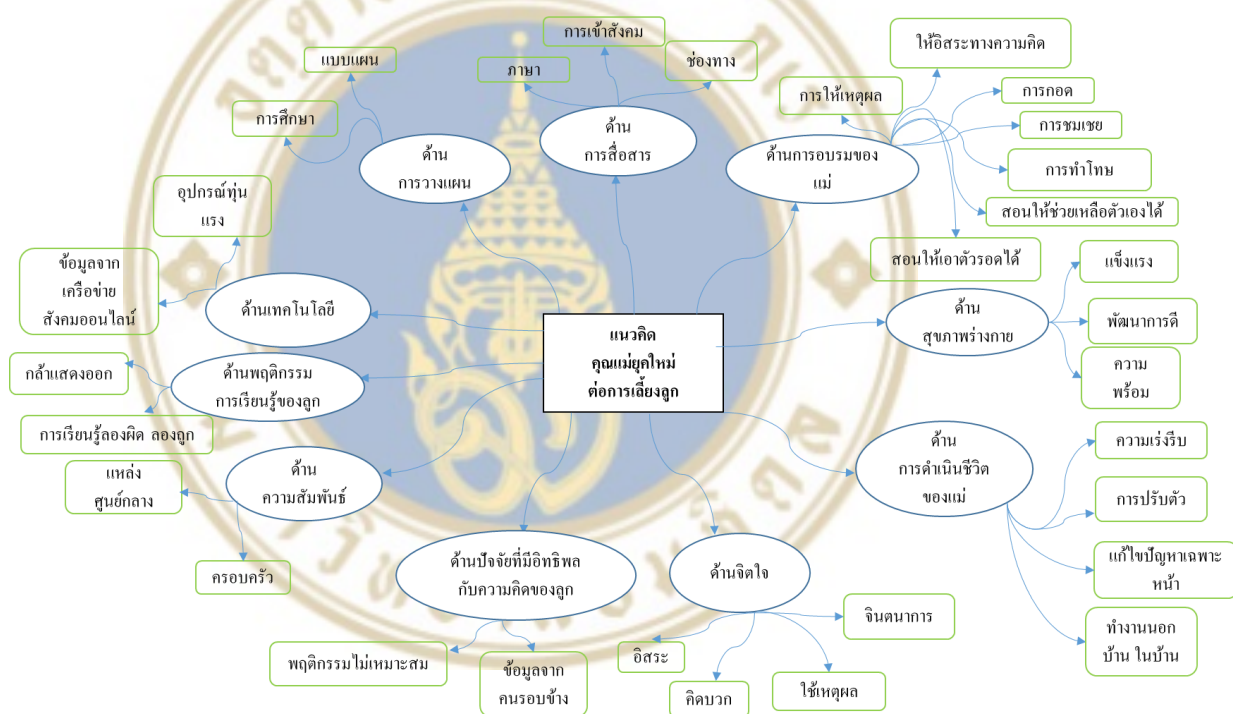
#### หมวดหมู่ที่ 7 ด้านการบริโภค

ได้จากการรวมรหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial – Coding) เรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาด้านการบริโภค สามารถเปิดทานได้สะดวก ไม่หกเลอะเทอะ พร้อมรับประทานได้ทันที

จากขั้นตอนการหาภาพรวมขององค์ประกอบ ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ออกเป็นแต่ละหมวดหมู่ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ ได้เป็นแบบจำลองหมวดหมู่ แบบการให้รหัสแบบแก่น (Focus – Coding) แล้วเลือกรหัสออกมา (Selective – Coding) ดังต่อไปนี้

1. แบบจำลองหมวดหมู่ของแนวทางความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก

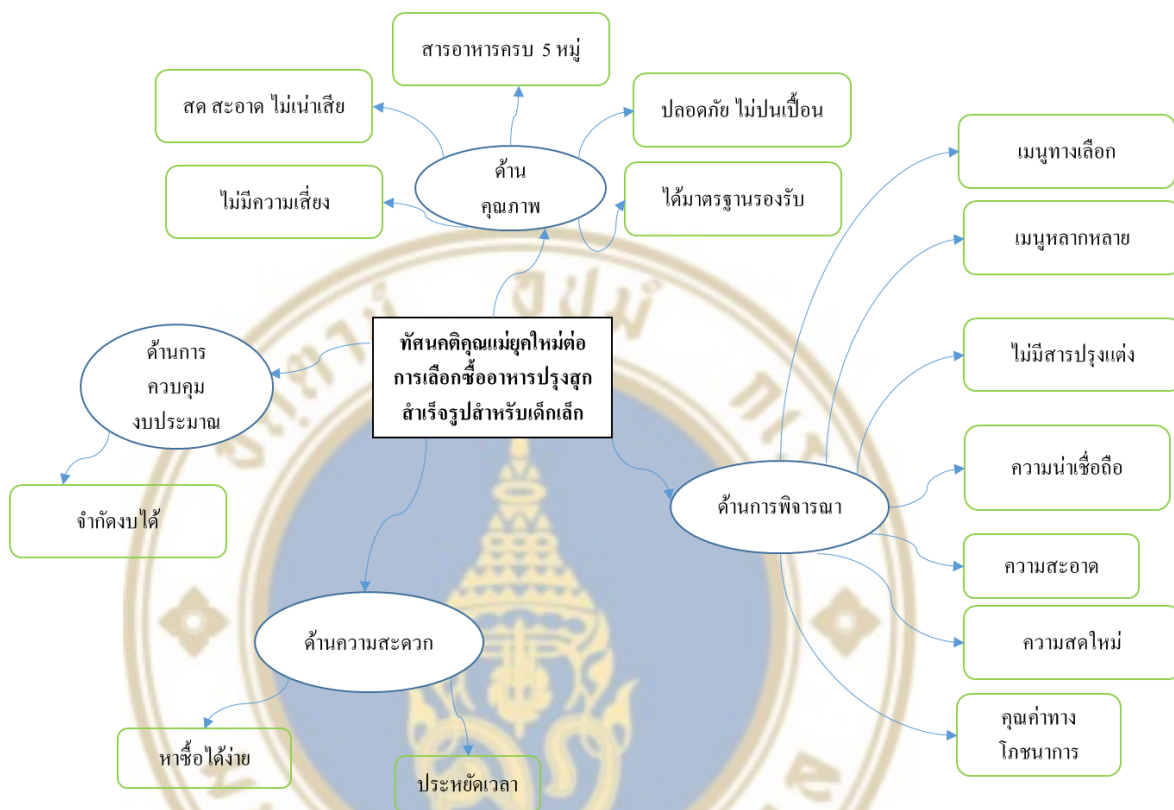


ภาพที่ 3 แบบจำลองหมวดหมู่ของแนวทางความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก

ที่มา: ผู้วิจัย (2558)



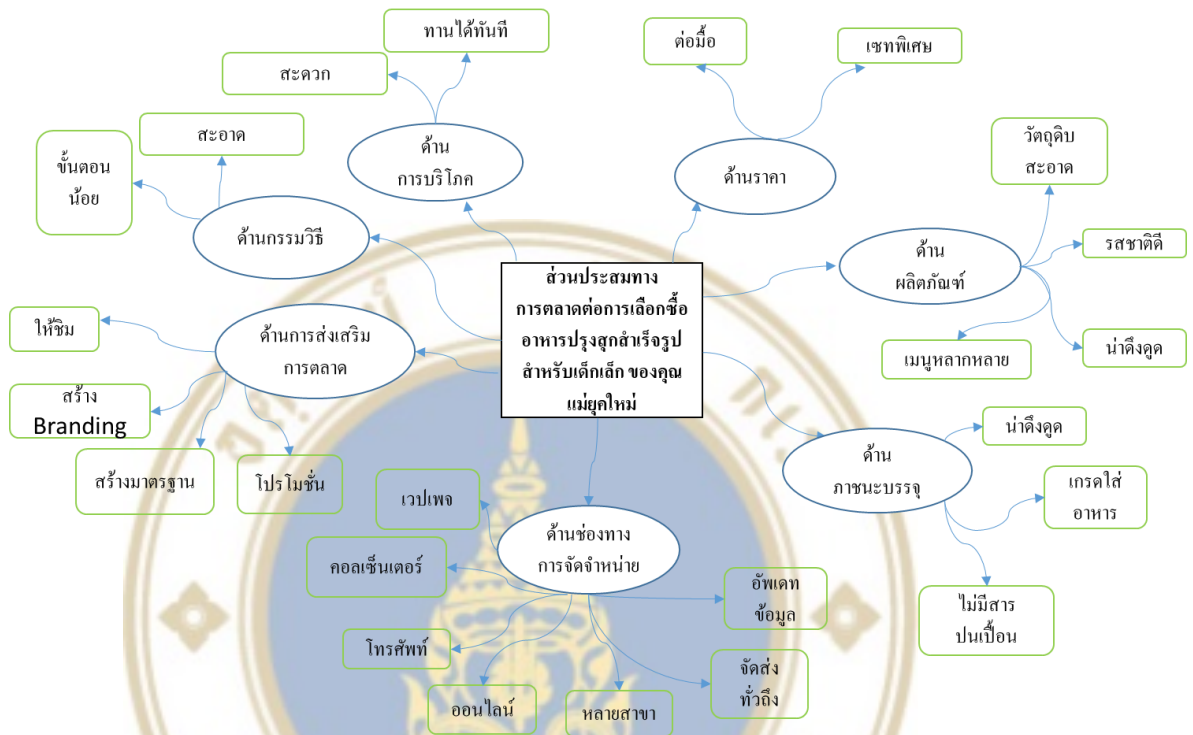
2. แบบจำลองหมวดหมู่ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่



ภาพที่ 4 แบบจำลองหมวดหมู่ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่

ที่มา: ผู้วิจัย (2558)

3. แบบจำลองหมวดหมู่ของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่



ภาพที่ 5 แบบจำลองหมวดหมู่ของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่  
ที่มา: ผู้วิจัย (2558)

เมื่อนำเนื้อหาจากแบบจำลองหมวดหมู่ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขึ้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ที่ได้ทั้ง 4 ส่วน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านความสะดวก ด้านการพิจารณา ด้านการควบคุมงบประมาณ และเนื้อหาจากแบบจำลองหมวดหมู่ของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ของคุณแม่ยุคใหม่ ที่ได้ทั้ง 6 ส่วน ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาษาบรรจุมาร์เก็ตติ้ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกรรมวิธี ด้านการบริโภครวม มารวมกัน แล้วสร้างเป็นแบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุง

สุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ โดยเปรียบเทียบการพิจารณาของคุณแม่ยุคใหม่ ออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกัน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านความสะดวก ซึ่งเพิ่มเติมด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน ให้สอดคล้องกับความเชื่อมั่นที่จะได้รับ โดยผู้วิจัยตัดด้านการควบคุมงบประมาณและด้านราคาออก รวมด้านการบริโภคเข้าไปในด้านความสะดวก รวมด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าไปในด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน และรวมด้านกรรมวิธีและด้านภาชนะบรรจุเข้าไปในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยแต่ละซีกใหญ่ของวงกลมแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน และแต่ละซีกเล็กแสดงถึงความสัมพันธ์กับ 1 ซีกใหญ่ โดยซีกใหญ่ด้านคุณภาพจะมีองค์ประกอบในการพิจารณามากที่สุด

จากขั้นตอนการหาภาพรวมขององค์ประกอบ ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไปของคุณแม่ยุคใหม่ ต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ออกเป็นแบบจำลองหมวดหมู่ ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล ได้เป็นแบบจำลอง ดังต่อไปนี้

แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่



ภาพที่ 6 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 1

ที่มา: ผู้วิจัย (2558)

จากภาพที่ 6 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่ ที่ทางผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ ด้านคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านความสะอาด และด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน

1. ด้านคุณภาพ (มีองค์ประกอบ 8 ด้านย่อย คือ คุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการผลิตจัดการที่ดี ความสะอาด ไม่มีสารกันบูด และไม่มีวัตถุเติมแต่ง)

แบบจำลอง ด้านคุณภาพ ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่ ได้จากการพัฒนาจากข้อมูลแบบจำลองหมวดหมู่ มีสาระดังนี้

คุณแม่มือใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่องคุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการผลิตจัดการที่ดี ความสะอาด ไม่มีสารกันบูด และไม่มีวัตถุเติมแต่ง ซึ่งสินค้าที่คุณแม่มือใหม่พิจารณา จะมองด้านคุณภาพเป็นสำคัญ ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิตจัดการที่ดีถูกสุขลักษณะ การปรุง การจัดส่ง ที่ต้องมีความสด สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อน ไม่มีสารเคมี มีมาตรฐานรองรับ รวมถึงคุณค่าทางโภชนาการที่ลูกจะได้รับ โดยผู้ผลิตต้องมีการควบคุมคุณภาพ กระบวนการผลิต การจัดส่ง ให้ได้มาตรฐาน โดยมีสุขลักษณะที่ดีหรือได้รับการรับรองจาก อ.ย. รวมถึงการรับประกันคุณภาพสินค้า สามารถสอบกลับได้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของคุณแม่มือใหม่

2. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (มีองค์ประกอบ 7 ด้านย่อย คือ ความหลากหลายรสชาติดี เมนูทางเลือก ภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ความน่าดึงดูด ความรู้ความเชี่ยวชาญ และความเข้าใจในผู้บริโภค)

แบบจำลอง ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่ ได้จากการพัฒนาจากข้อมูลแบบจำลองหมวดหมู่ มีสาระดังนี้

คุณแม่มือใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องผลิตภัณฑ์และการบริการของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่องความหลากหลาย รสชาติดี เมนูทางเลือก และภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ซึ่งสินค้าที่คุณแม่มือใหม่พิจารณา จะมองด้านผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยเน้นไปที่มีเมนูหลากหลาย ไม่จำเจ รสชาติอร่อย ลูกทานได้ มีเมนูทางเลือก สำหรับเด็กที่แพ้อาหารบางชนิด หรือผสมวัตถุดิบตามที่คุณแม่ต้องการ รวมถึงภาชนะ

บรรจุกาหารต้องปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ทนต่อสภาวะบรรจุร้อน หรือการขนส่ง ความรู้ความเชี่ยวชาญ ความเข้าใจในผู้บริโภค โดยผู้ผลิตต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้าน โภชนาการ เมนูอาหาร และเข้าใจคุณแม่ยุคใหม่ เพื่อพัฒนาเมนูที่มีความหลากหลาย เมนูทางเลือก ให้มีคุณภาพที่ดี มีความปลอดภัย สินค้าน่าดึงดูดใจ ราคาค่าดี บริการที่ดี ตอบสนองความพึงพอใจ ให้กับลูกค้ามากที่สุด

3. ด้านความสะดวก (มีองค์ประกอบ 3 ด้านย่อย คือ สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา)

แบบจำลอง ด้านความสะดวก ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ได้จากการพัฒนาจากข้อมูลแบบจำลองหมวดหมู่ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องความสะดวกของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่อง สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา ซึ่งสินค้าที่คุณแม่ยุคใหม่พิจารณา จะมองด้านความสะดวกเป็นสำคัญ โดยเน้นไปที่ การรับประทานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่หกเลอะเทอะ และการบริการจัดส่งได้ทันตามเวลา ไม่ต้องรอนาน ไม่เสียเวลาออกไปซื้อ โดยผู้ผลิตต้องออกแบบสินค้าให้รับประทานได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก ไม่มีขั้นตอนเปลี่ยนถ่ายภาชนะ มีบริการส่งถึงที่อย่างรวดเร็ว ส่งทันเวลา ตอบสนองความพึงพอใจ ให้กับลูกค้ามากที่สุด

4. ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน (มีองค์ประกอบ 4 ด้านย่อย คือ การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล)

แบบจำลอง ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ได้จากการพัฒนาจากข้อมูลแบบจำลองหมวดหมู่ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องการสื่อสารแบบผสมผสาน ของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่อง การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล ซึ่งสินค้าที่คุณแม่ยุคใหม่พิจารณา จะมองด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน เป็นสำคัญ โดยเน้นไปที่การแนะนำจากคนรอบข้างแบบปากต่อปาก เช่น เพื่อน ญาติ เพื่อนร่วมงาน การได้รับข้อมูลสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ และการเข้าถึงช่องทางจัดจำหน่าย ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น ไลน์

(Line) เฟสบุค (Facebook) เว็บเพจ (Webpage) และคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) โดยคุณแม่ยุคใหม่ต้องการทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร ทั้งทางด้านโภชนาการ คำแนะนำ รวมถึงต้องการความมั่นใจว่าอาหารที่เลือกซื้อ มีความสด สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพทั้งกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยผู้ผลิตต้องมีการให้ข้อมูล หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น ไลน์ (Line) เฟสบุค (Facebook) เว็บเพจ (Webpage) และคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) เพื่อให้คุณแม่ยุคใหม่เกิดความมั่นใจ และพึงพอใจ จนเกิดการบอกต่อ ให้กับคุณแม่ด้วยกัน และส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดตามเทศกาลต่างๆ เช่น เปิดตัวให้ชิมรสชาติสินค้าใหม่ การจัดแสดง การให้เข้าชม หรือมีรีวิว (Review) กระบวนการผลิต มีโปร โหมชั่น (Promotion) ลด แลก แจก แถม สะสมแต้ม เพื่อตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ ให้ได้มากที่สุด และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

## ส่วนที่ 2 การรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ

**ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 จากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยของรัฐบาล**

ผู้วิจัย สรุปรวมมองจากนักวิจัย ของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ได้ดังนี้

ความปลอดภัย เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับอาหารเด็ก ซึ่งหัวข้อไม่มีสารกันบูด และไม่มีสารปรุงแต่ง ควรรวมอยู่ในหัวข้อความปลอดภัย

ความสามารถในการกระจายสินค้า ความรวดเร็ว และการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตได้ เป็นปัจจัยที่สำคัญของผู้ผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

ราคาที่เหมาะสม ปริมาณที่เหมาะสม ภาชนะบรรจุที่ปลอดภัยสำหรับบรรจุอาหาร โดยเฉพาะ และคุณภาพที่ดี เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กันในการตัดสินใจเลือกซื้อ ของผู้บริโภค

อาหารเสริมจากนมแม่ ควรเหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย ทั้งด้านโภชนาการ ปริมาณสารอาหาร เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการ การเรียนรู้ และการเจริญเติบโต ภาชนะบรรจุควรมีฉลาก แสดงข้อมูลกำกับด้านคุณค่าทางโภชนาการ ระบุว่าเหมาะสำหรับเด็กในวัยเท่าไร ค่อยผลิตกันชนนมผงเด็ก ที่ระบุอย่างชัดเจน เนื่องจากเด็กแต่ละช่วงวัยถ้าใส่จะทำงานได้ไม่เหมือนกัน เด็กเล็กมากๆ ถ้าใส่จะย่อยได้ไม่ค่อยดี ควรให้ทานโปรตีนน้อยๆ ทั้งนี้ควรศึกษาเรื่อง RDI และ RDA ของคนไทยแต่ละช่วงอายุ

การสร้างเชื่อมั่นให้กับคุณแม่ ควรติดตามเวลาเบลด้านอาหาร และโภชนาการ เช่น วัตถุฉบบรับรองว่าเป็นเกษตรอินทรีย์ ผ่านการรับรองจากกรมวิทย์บริการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เกษตรห้องปฏิบัติการกลาง จากการวิเคราะห์สารเคมี ยาฆ่าแมลง โลหะหนัก

อาหารปรุงสุกพร้อมรับประทานแบบจัดส่งถึงที่ ช่วยลดเวลาในการปรุงอาหาร สะดวก หากมั่นใจว่าสะอาด ผ่านการตรวจวิเคราะห์ มีการรับรองผล น่าจะเป็นอีกทางเลือก และควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ หรือสามารถเก็บในตู้เย็น แล้วนำมาอุ่นไมโครเวฟรับประทานได้

## ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 จากบริษัทเอกชน ตำแหน่งผู้จัดการแผนกโภชนาการและวิทยาศาสตร์

ผู้วิจัย สรุปลมมองจากผู้ผลิต ของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ได้ดังนี้

ความปลอดภัย (Safety) ต้องมาก่อน แม่จะไม่ยอมให้อาหารที่ไม่ปลอดภัยกับลูก เด็ดขาด การท้องเสียของเด็กนำไปสู่การเสียชีวิตได้ กรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาต้องทำให้มั่นใจได้ และต้องสอดคล้องกับกฎหมายเรื่องอาหารฆ่าเชื้อในภาชนะบรรจุปิดสนิท ต้องขอ อ.ย.

จุดประสงค์หลักของอาหารเสริม คือการเตรียมพร้อมให้เด็กเปลี่ยนจากการดื่มนมเป็นหลักมาเป็นการทานอาหาร 3 มื้อเป็นหลัก โดยใช้เวลาดังแต่เด็กอายุ 6 เดือนถึง 1 ปี หลังจากนั้นเด็กควรทานอาหารใกล้เคียงผู้ใหญ่ อาหารเสริมที่ดีควรมีความหลากหลาย เป็นธรรมชาติมากที่สุด ไม่จำเป็นต้องออร์แกนิก ออร์แกนิกเป็นสิ่งที่ผู้ใหญ่คิดเอาเอง สิ่งสำคัญคืออาหารต้องส่งเสริมพัฒนาการตามวัย เช่น ปรับความละเอียด / หยิบไปตามอายุ เริ่มจากอาหารชนิดที่แพ้ได้น้อยไปหามาก ปริมาณน้อยๆ ไปหามาก มีอาหารแบบที่แม่ป้อนไปจนถึงอาหารที่เด็กหยิบเองได้ มีขนาดที่ไม่ทำให้เด็กสำลักหรือติดคอ การไม่ใช้สารปรุงแต่งเป็นเรื่องที่เหมาะสม และเรื่องสารอาหารในช่วงนี้ถือเป็นรองจากเรื่องพัฒนาการ ซึ่งนี่คืออาหารเสริมที่แท้จริง ต่างจากอาหารเสริมสำเร็จรูปในท้องตลาดที่จริงๆ แล้วไม่ค่อยตอบโจทย์เหล่านี้

ความรู้ (Knowledge) ผู้ผลิตในตลาดนี้จะไม่ได้เป็นแค่ผู้ผลิต แต่ต้องให้ความรู้ตลาด ไม่ควรผลิตเพื่อสนองความต้องการแม่เท่านั้น เพราะจะนำไปสู่วิธีการเลี้ยงดูที่ผิด ผู้ผลิตควรเป็นคู่ค้า (Partner) กับแม่ แนะนำวิธีการให้อาหารเสริมอย่างถูกต้อง การตามใจแม่อาจทำให้สินค้าไม่ได้รับการยอมรับอย่างยั่งยืน อาจมีเครื่องมือช่วยในการบันทึกชนิดอาหาร เพื่อติดตามพัฒนาการ หรือประวัติการแพ้ เมนูอาจมีการแบ่งเป็นระดับ (Level) และเลือกเอาอาหารชนิดที่แพ้ไม่ได้ เป็นไปได้ อาจ Tailored Made สำหรับเด็กแต่ละคน มีระบบบันทึกประวัติลูกค้าที่ทำให้แม่มั่นใจ

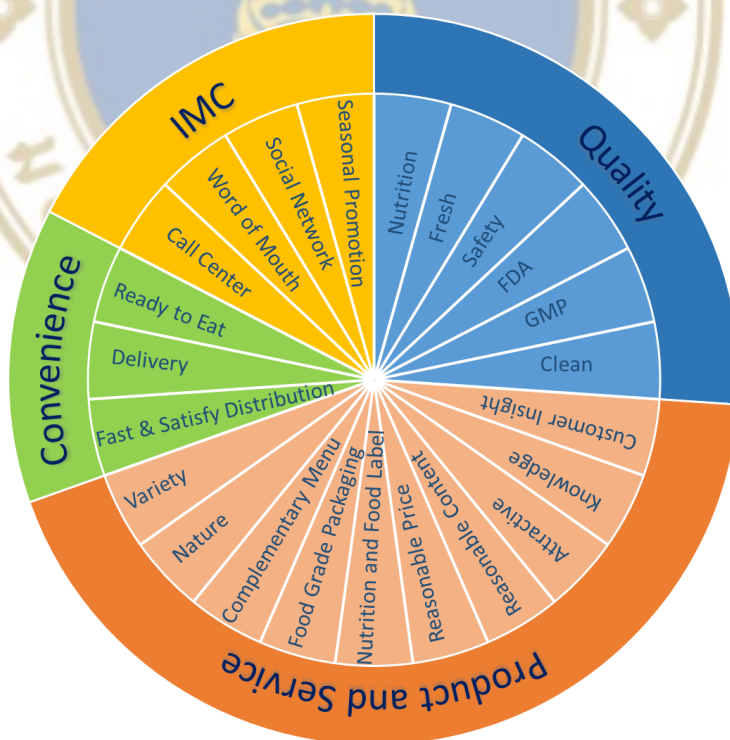
ความสะดวก (Convenience) เมื่อตอบโจทย์ข้อมูลพื้นฐานด้านบนได้แล้ว จึงกลับมาตอบโจทย์เรื่องความสะดวกที่จะช่วยสร้างช่องทางใหม่ๆ ด้วยแบบจำลอง (Model) นี้ได้ เพราะแน่นอนว่าแม่จำนวนมากไม่มีเวลาที่จะหาอาหารเสริมที่เหมาะสมให้ลูกได้ ดังนั้นแม่ย่อมต้องการ

ตัวช่วยที่สะดวก แต่ตัวช่วยเองก็ต้องมีความเชี่ยวชาญ (Expert) เพียงพอด้วย มิฉะนั้นแม่คงจัดหาเองเหมือนเดิม

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการ ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ มีความคิดเห็นที่สอดคล้อง และเห็นด้วยกับแบบจำลองที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแบบจำลอง ด้านราคา ด้านปริมาณ ความเป็นธรรมชาติ และฉลากลาเบลอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับคุณแม่มือใหม่ยุคใหม่ ทั้งนี้มีการรวบรวมบางหัวข้อเข้าด้วยกัน โดยตัดหัวข้อไม่มีสารกันบูด และไม่มีสารปรุงแต่งออก เนื่องจากเป็นเรื่องเดียวกับหัวข้อด้านความปลอดภัย และตัดด้านความอร่อยออกด้วย เพราะอาหารที่ดีควรมีความหลากหลาย และเป็นธรรมชาติมากที่สุด

จากการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของแบบจำลอง ภายหลังจากการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ แสดงแบบจำลอง ได้ดังนี้

แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่ ครั้งที่ 2



ภาพที่ 7 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่มือใหม่ ครั้งที่ 2

ที่มา: ผู้วิจัย (2558)



จากภาพที่ 7 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 ที่ทางผู้วิจัยได้ปรับปรุงเพิ่ม มีองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ ด้านคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน

1. ด้านคุณภาพ (มีองค์ประกอบ 6 ด้านย่อย คือ คุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการผลิตจัดการที่ดี และความสะดวก)

แบบจำลอง ด้านคุณภาพ ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่องคุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการผลิตจัดการที่ดี ความสะดวก ไม่มีสารกันบูด และไม่มีวัตถุเติมแต่ง ซึ่งสินค้าที่คุณแม่ยุคใหม่พิจารณา จะมองด้านคุณภาพเป็นสำคัญ ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิตจัดการที่ดีถูกสุขลักษณะ การปรุง การจัดส่ง ที่ต้องมีความสด สะอาด ปลอดภัย (โดยองค์ประกอบย่อย เรื่องไม่มีสารปนเปื้อน ไม่มีสารเคมีปรุงแต่ง ถูกรวมอยู่ในเรื่องความปลอดภัย) มีมาตรฐานรองรับ รวมถึงคุณค่าทางโภชนาการที่ลูกจะได้รับ โดยผู้ผลิตต้องมีการควบคุมคุณภาพ กระบวนการผลิต การจัดส่งให้ได้มาตรฐาน โดยมีสุขลักษณะที่ดีหรือได้รับการรับรองจาก อ.ย. รวมถึงการรับประกันคุณภาพสินค้า สามารถสอบถามได้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของคุณแม่ยุคใหม่

2. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (มีองค์ประกอบ 10 ด้านย่อย คือ ความหลากหลาย รสชาติเป็นธรรมชาติ เมนูทางเลือก ภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ฉลากระบุคุณค่าด้าน โภชนาการ ราคาที่เหมาะสม ปริมาณที่เหมาะสม ความน่าดึงดูด ความรู้ความเชี่ยวชาญ และความเข้าใจในผู้บริโภค)

แบบจำลอง ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องผลิตภัณฑ์ของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่องความหลากหลาย รสชาติดี เมนูทางเลือก และภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ซึ่งสินค้าที่คุณแม่ยุคใหม่พิจารณา จะมองด้านผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นสำคัญ โดยเน้นไปที่มีเมนูหลากหลาย ไม่จำเจ รสชาติเป็นธรรมชาติให้

มากที่สุด โดยตัดความอร่อยออกไป มีเมนูทางเลือก สำหรับเด็กที่แพ้อาหารบางชนิด อาจมีการบันทึกประวัติข้อมูลของลูกค้าที่แพ้อาหาร หรือผสมวัตถุดิบตามที่คุณแม่ต้องการ รวมถึงภาชนะบรรจุอาหารต้องปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ทนต่อสภาวะบรรจุร้อน หรือการขนส่ง ความรู้ความเชี่ยวชาญ ความเข้าใจในผู้บริโภค การระบุข้อมูลทางด้านโภชนาการ หรือผ่านการรับรองจากการวิเคราะห์ ว่าปลอดสารเคมี ยาฆ่าแมลง ทั้งนี้ควรเพิ่มเรื่องราคา และปริมาณที่เหมาะสม ยอมรับได้ ราคาต่อมื้อไม่แพงจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 70 บาท โดยผู้ผลิตต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านโภชนาการ เมนูอาหาร และเข้าใจคุณแม่ยุคใหม่ เพื่อพัฒนามenuที่มีความหลากหลาย เมนูทางเลือก ให้มีคุณภาพที่ดี มีความปลอดภัย สินค้าน่าดึงดูดใจ รสชาติเป็นธรรมชาติ ผ่านการปรุงแต่งหรือผ่านขั้นตอนน้อยที่สุด เพื่อให้วิตามิน และสารอาหารคงอยู่ บริการที่ดี ปริมาณและราคาที่เหมาะสม รวมถึงระบุคุณค่าทางโภชนาการลงบนฉลากอย่างชัดเจน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

3. ด้านความสะดวก (มีองค์ประกอบ 3 ด้านย่อย คือ สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา)

แบบจำลอง ด้านความสะดวก ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องความสะดวกของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่อง สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา ซึ่งสินค้าที่คุณแม่ยุคใหม่พิจารณา จะมองด้านความสะดวกเป็นสำคัญ โดยเน้นไปที่การรับประทานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่หกเลอะเทอะ และการบริการจัดส่งได้ทันตามเวลา ไม่ต้องรอนาน ไม่เสียเวลาออกไปซื้อ โดยผู้ผลิตต้องออกแบบสินค้าให้รับประทานได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก ไม่มีขั้นตอนเปลี่ยนถ่ายภาชนะ มีบริการส่งถึงที่อย่างรวดเร็ว ส่งทันเวลา ตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

4. ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน (มีองค์ประกอบ 4 ด้านย่อย คือ การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล)

แบบจำลอง ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน ของการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ มีสาระดังนี้

คุณแม่ยุคใหม่ มีทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ โดยพิจารณาเน้นเรื่องการสื่อสารแบบผสมผสาน ของสินค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อย เรื่อง การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล ซึ่งสินค้าที่คุณแม่ยุคใหม่พิจารณา จะมองด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน เป็นสำคัญ โดยเน้นไปที่การแนะนำจากคนรอบข้างแบบปากต่อปาก เช่น เพื่อน ญาติ เพื่อนร่วมงาน การได้รับข้อมูลสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ และการเข้าถึงช่องทางจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น ไลน์ (Line) เฟสบุค (Facebook) เว็บเพจ (Webpage) และคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) โดยคุณแม่ยุคใหม่ต้องการทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร ทั้งทางด้าน โภชนาการ คำแนะนำ รวมถึงต้องการความมั่นใจว่าอาหารที่เลือกซื้อ มีความสด สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพทั้งกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยผู้ผลิตต้องมีการให้ข้อมูล หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น ไลน์ (Line) เฟสบุค (Facebook) เว็บเพจ (Webpage) และคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) เพื่อให้คุณแม่ยุคใหม่เกิดความมั่นใจ และพึงพอใจ จนเกิดการบอกต่อ ให้กับคุณแม่ด้วยกัน และส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดตามเทศกาลต่างๆ เช่น เปิดตัวให้ชิมรสชาติสินค้าใหม่ การจัดแสดง การให้เข้าชม หรือมีรีวิว (Review) กระบวนการผลิต มีโปรโมชั่น (Promotion) ลด แลก แจก แถม สะสมแต้ม เพื่อตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ ให้ได้มากที่สุด และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง” ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

การสรุปผลการวิจัย เป็นการสรุปขั้นตอนการทำงานวิจัย และผลการวิจัยที่ได้โดยย่อ ซึ่งได้จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับคุณแม่ยุคใหม่ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็น แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ทั้งนี้ประเด็นคำถามการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกได้จากการประมวลผลของการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า และทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย วารสารทางวิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของคุณแม่ยุคใหม่ เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังการเลือกอาหารให้เด็กเล็ก ของคุณแม่ยุคใหม่
2. เพื่อศึกษาแบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่ง ที่ตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง โดยศึกษาข้อมูลจากการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ ได้แก่ บทความ สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัย วารสารทางวิชาการ

และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อมาวิเคราะห์หาประเด็นคำถามหลักในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – Depth Interview) ของคุณแม่ยุคใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นคำถาม ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไปของคุณแม่ยุคใหม่ในการเลี้ยงลูก (Consumer Behavior)

ประเด็นที่ 2 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ (Consumer Journey)

ประเด็นที่ 3 : ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก (Format & Content)

ผู้วิจัย ได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปบทสัมภาษณ์ของคุณแม่ ที่มีอายุ 24 -41 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 35 คนแล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวล วิเคราะห์ และเชื่อมโยง เพื่อให้เห็นภาพรวมขององค์ประกอบแบบจำลอง (Model) โดยจำแนก และจัดกลุ่มข้อมูลทั้ง 35 บทสัมภาษณ์ จับประเด็นหลัก และสาระสำคัญ เปลี่ยนประเด็นเหล่านั้น ให้เป็นแนวคิดย่อย (Open Coding) จากนั้นเชื่อมโยงข้อมูล หรือแนวคิดย่อย และจัดกลุ่มแนวคิดย่อยให้เป็นหมวดหมู่ โดยจัดแนวคิดที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน (Axial Coding) ของแต่ละบทสัมภาษณ์เข้าด้วยกัน และวิเคราะห์เปรียบเทียบ และเชื่อมโยงข้อมูลแต่ละชุดเข้าเป็นหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง ได้เป็นหมวดหมู่ ตามประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลี้ยงลูก (Consumer Behavior) ได้ทั้งหมด 10 รหัส โดยแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

- หมวดหมู่ที่ 1 ด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ของลูก
- หมวดหมู่ที่ 2 ด้านสุขภาพร่างกาย
- หมวดหมู่ที่ 3 ด้านการอบรมของแม่
- หมวดหมู่ที่ 4 ด้านจิตใจ
- หมวดหมู่ที่ 5 ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลกับความคิดของลูก
- หมวดหมู่ที่ 6 ด้านความสัมพันธ์
- หมวดหมู่ที่ 7 ด้านเทคโนโลยี
- หมวดหมู่ที่ 8 ด้านการวางแผน

หมวดหมู่ที่ 9 ด้านการสื่อสาร

หมวดหมู่ที่ 10 ด้านการดำเนินชีวิตของแม่

ประเด็นที่ 2 : ศึกษาความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ (Consumer Journey) ได้ทั้งหมด 4 รหัส โดยแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

หมวดหมู่ที่ 1 ด้านคุณภาพ

หมวดหมู่ที่ 2 ด้านความสะดวก

หมวดหมู่ที่ 3 ด้านการพิจารณา

หมวดหมู่ที่ 4 ด้านการควบคุมงบประมาณ

ประเด็นที่ 3 : ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ของคุณแม่ยุคใหม่ ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ของคุณแม่ยุคใหม่ (Format & Content) ได้ทั้งหมด 7 รหัส โดยแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

หมวดหมู่ที่ 1 ด้านราคา

หมวดหมู่ที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์

หมวดหมู่ที่ 3 ด้านภาชนะบรรจุ

หมวดหมู่ที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

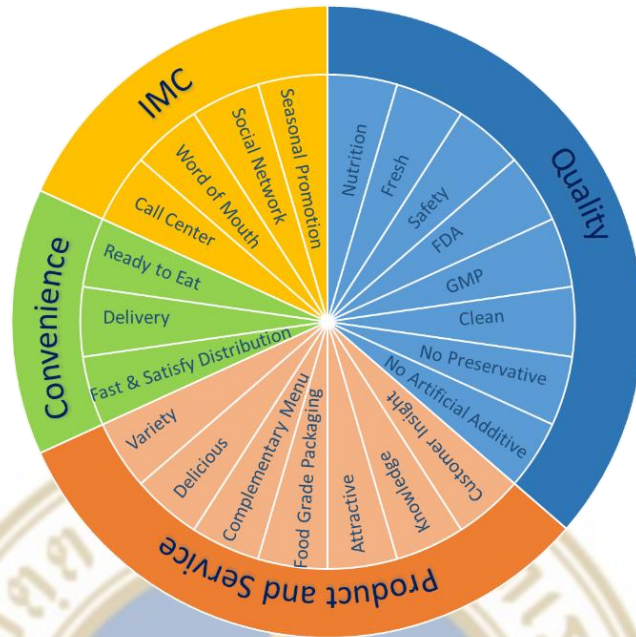
หมวดหมู่ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

หมวดหมู่ที่ 6 ด้านกรรมวิธี

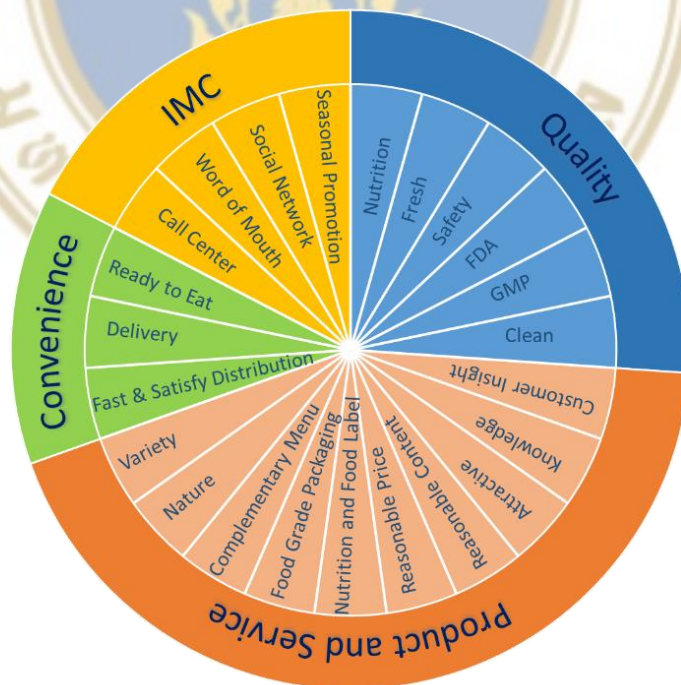
หมวดหมู่ที่ 7 ด้านการบริโภค

จากขั้นตอนการหาภาพรวมขององค์ประกอบ ของความคาดหวัง และแนวคิดทั่วไป ของคุณแม่ยุคใหม่ ต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ออกเป็นแต่ละหมวดหมู่ ซึ่งผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล เลือกรหัสออกมา (Selective – Coding) ได้เป็นแบบจำลอง ครั้งที่ 1 และรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ปรับปรุงแบบจำลอง เป็นครั้งที่ 2 ดังต่อไปนี้

1. แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 1 (ภาพที่ 8)
2. แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 8 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของ คุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 1  
ที่มา: ผู้วิจัย (2558)



ภาพที่ 9 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของ คุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2  
ที่มา: ผู้วิจัย (2558)

จากภาพ แบบจำลองทั้ง 2 โมเดล ผู้วิจัยสรุป เป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

1. ความหมายของแบบจำลอง
2. การนำไปประยุกต์ใช้ของแบบจำลอง
3. ความสัมพันธ์ของแบบจำลองทั้ง 2 โมเดล (ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2)

#### ความหมายของแบบจำลอง

จากภาพที่ 8 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ที่ทางผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ

1. ด้านคุณภาพ (มีองค์ประกอบ 8 ด้านย่อย คือ คุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการผลิตจัดการที่ดี ความสะอาด ไม่มีสารกันบูด และไม่มีวัตถุเติมแต่ง)
2. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (มีองค์ประกอบ 7 ด้านย่อย คือ ความหลากหลายรสชาติ เมนูทางเลือก ภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ความน่าดึงดูด ความรู้ความเชี่ยวชาญ และความเข้าใจในผู้บริโภค)
3. ด้านความสะดวก (มีองค์ประกอบ 3 ด้านย่อย คือ สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา)
4. ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน (มีองค์ประกอบ 4 ด้านย่อย คือ การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล)

จากภาพที่ 9 แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ครั้งที่ 2 ที่ทางผู้วิจัยได้ปรับปรุงเพิ่ม มีองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ

1. ด้านคุณภาพ (มีองค์ประกอบ 6 ด้านย่อย คือ คุณค่าทางโภชนาการ ความสด ความปลอดภัย ได้รับมาตรฐานรับรองจาก อย. กระบวนการผลิตจัดการที่ดี และความสะอาด)
2. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (มีองค์ประกอบ 10 ด้านย่อย คือ ความหลากหลาย รสชาติเป็นธรรมชาติ เมนูทางเลือก ภาชนะบรรจุสำหรับอาหาร โดยเฉพาะไม่มีสารปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร ฉลากระบุคุณค่าด้าน โภชนาการ ราคาที่เหมาะสม ปริมาณที่เหมาะสม ความน่าดึงดูด ความรู้ความเชี่ยวชาญ และความเข้าใจในผู้บริโภค)
3. ด้านความสะดวก (มีองค์ประกอบ 3 ด้านย่อย คือ สามารถรับประทานได้ทันที จัดส่งได้ทุกที่ และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา)



4. ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน (มีองค์ประกอบ 4 ด้านย่อย คือ การบอกปากต่อปาก คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) การสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายทางสังคม และกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเทศกาล)

#### การนำไปประยุกต์ใช้ของแบบจำลอง

ผู้ผลิตอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ควรมีการให้บริการ ที่สอดคล้องกับการความคาดหวังในการพิจารณาเลือกซื้อ ตัดสินใจของคุณแม่ยุคใหม่ ตามองค์ประกอบของแบบจำลอง ทั้งองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อยตามที่กล่าวไว้ข้างต้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของคุณแม่ยุคใหม่ให้ได้มากที่สุด

#### ความสัมพันธ์ของแบบจำลองทั้ง 2 โมเดล (ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2)

แบบจำลองทั้ง 2 โมเดล มีความสัมพันธ์กัน โดยผู้ผลิต ควรมีแนวทางการให้บริการที่ตอบสนองต่อองค์ประกอบของความคาดหวังในการพิจารณาเลือกซื้อ ตัดสินใจของคุณแม่ยุคใหม่ โดยมีการบริหารจัดการกระบวนการผลิต การจัดส่งที่ดี เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว รวมถึงมีการสื่อสารแบบผสมผสานผ่านช่องทางต่างๆ เป็นการสร้างจุดยืนให้กับสินค้า สร้างภาพลักษณ์ สร้างตราสินค้าให้เข้มแข็ง สร้างทัศนคติให้เกิดขึ้นกับสินค้า กระตุ้นให้คุณแม่ยุคใหม่ให้มีการตอบสนอง สร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสินค้า และคุณแม่ยุคใหม่ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของคุณแม่ยุคใหม่ให้ได้มากที่สุด

#### อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับ “แบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่” เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาความคาดหวังของคุณแม่ยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง เพื่อที่นำผลมาสร้างเป็นแบบจำลองให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ผลิตอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ได้นำไปเป็นแนวทางการสร้างธุรกิจโมเดล โดยการอภิปรายผลการวิจัย แบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ

ประเด็นที่ 1 การเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง โดยหลีกเลี่ยงอาหารปรุงรสจัด ใส่น้ำตาล ใส่น้ำมัน ใช้สารปรุงแต่ง ของคุณแม่ยุคใหม่

จากการสัมภาษณ์คุณแม่ยุคใหม่ พบว่า คุณแม่ยุคใหม่ส่วนใหญ่ ต้องการให้ลูกได้รับประทานอาหารที่ธรรมชาติที่สุด ต้องความมั่นใจว่า อาหารที่ซื้อมาให้ลูกรับประทาน มีการปรุงรสอ่อน ไม่ใส่ผงชูรส ไม่ใส่สารกักตุน ไม่ใช่สารปรุงแต่ง เนื่องจากคุณแม่ยุคใหม่ไม่ต้องการให้มีการปนเปื้อนของสารเคมี วัตถุกันเสีย หรือมีปริมาณโซเดียมน้อย ไม่อยากให้ลูกติดรสชาติเค็ม หวาน ซึ่งสอดคล้องกับกับส่วนหนึ่งในงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของการใช้เครื่องปรุงรสอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป กับปริมาณโซเดียมในอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร (ลักษณะิน, 2552) โดยผลสรุป คือ การใช้เครื่องปรุงรสอาหารสำเร็จรูปร่วมกับเครื่องปรุงรสอาหารที่ให้รสเค็ม ทำให้ปริมาณโซเดียมในอาหารเพิ่มขึ้น ซึ่งการผลิตอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ควรหลีกเลี่ยงการปรุงรสจัด หลีกเลี่ยงรสเค็ม รสหวาน สารกักตุน สารเติมแต่ง เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับคุณแม่ยุคใหม่มากที่สุด

## **ประเด็นที่ 2 ปัจจัยต่างๆ ในแบบจำลอง (Model) การพิจารณาเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก ที่มีบริการจัดส่ง ของคุณแม่ยุคใหม่**

จากแบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ของคุณแม่ยุคใหม่ ที่ทางผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ ด้านคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน

โดยแบบจำลอง ที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับกับส่วนหนึ่งในทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (Kotler and Kelle, 2006) ซึ่งได้ให้ความหมายของ คำว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจกรรมผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่า “4 Ps” ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งแบบจำลองของผู้วิจัยมีองค์ประกอบของการบริหารการตลาดที่ครอบคลุมตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจัดเป็นสิ่งเร้าที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เพื่อให้คุณแม่ยุคใหม่เกิดทัศนคติใหม่ หรือเปลี่ยนแปลง แล้วเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ผู้ผลิตควรพิจารณาการดำเนินการจากแบบจำลอง โดยเริ่มจากการบริหารจัดการที่ดี ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การจัดส่ง ให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพปลอดภัย สด ใหม่ ได้มาตรฐาน น่าดึงดูด น่าเชื่อถือ เพิ่มความสะดวกให้กับคุณแม่ยุคใหม่ และ

ส่งเสริมด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต และคุณแม่ยุคใหม่ให้มีความเชื่อมั่นได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้แบบจำลอง ที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีความสอดคล้องกับกับส่วนหนึ่งในงานวิจัยเรื่องศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการบรรจุในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป ซึ่งพบว่า เมื่อจำแนกบริษัทผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ตามปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถแบ่งได้ ดังนี้คือ กลุ่มเน้นงานขาย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเน้นขีดความสามารถในการผลิต และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มเน้นความสำคัญของผู้บริโภค กลุ่มเน้นคุณภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ และเมื่อศึกษากลยุทธ์ทางการบรรจุที่สำคัญในการจำแนกกลุ่มบริษัทที่ใช้ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน พบว่าตัวแปรที่ดีที่สุด คือ เทคโนโลยีการบรรจุ และภาชนะบรรจุสำหรับการผลิต ตามลำดับ (ชลทิษา, 2550) และยังมีความสอดคล้องกับกับส่วนหนึ่งในงานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัย และคุณค่าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา ซึ่งพบว่า คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก คือ อาหารออร์แกนิกไม่มีสารเคมี รองลงมาคือ รสชาติ และความสดของอาหารออร์แกนิก โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการรับประทานที่สำคัญ คือ การไม่มีสารเคมีตกค้างในร่างกาย รองลงมา คือ ป้องกันการเกิดโรค และอาหารปลอดภัย ทำให้เกิดคุณค่าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การมีสุขภาพที่ดี รองลงมา คือ ความมั่นใจว่าปลอดภัย และมีความสุขในการทาน (อริยา, 2557) ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น ภาชนะบรรจุ ความปลอดภัย ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน รสชาติ ความสด มีความสอดคล้องกับแบบจำลองข้างต้นของผู้วิจัย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับคุณแม่ยุคใหม่

1. เนื่องจากเด็กเล็ก เป็นวัยที่มีภูมิคุ้มกันต่ำ คุณแม่ยุคใหม่จึงควรคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยด้านต่างๆ ให้ครอบคลุม ในการเลือกอาหารให้ลูก ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุ ภาชนะบรรจุ เป็นต้น ด้านการสื่อสารจากผู้ประกอบ ได้แก่ การให้ข้อมูลทางด้านโภชนาการ ส่วนประกอบของอาหาร การรับประกันคุณภาพ เป็นต้น และด้านการจัดส่ง ได้แก่ การจัดเก็บ การขนส่ง เป็นต้น

2. เนื่องจากคุณแม่ยุคใหม่ส่วนมากต้องทำงานนอกบ้านด้วย และทำงานในบ้านด้วย จึงไม่ค่อยมีเวลาทำอาหาร ดังนั้น คุณแม่ยุคใหม่จึงควรเปิดใจยอมรับพิจารณาธุรกิจอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็ก แบบจัดส่งถึงที่ ที่มีธุรกิจโมเดลสอดคล้องกับแบบจำลอง เนื่องจากสามารถ

มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ในระดับหนึ่ง เพื่อเป็นทางเลือกให้คุณแม่ยุคใหม่มีเวลาให้กับลูกมากขึ้น และสะดวกมากขึ้นด้วย

3. ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัยขึ้น การเข้าถึงช่องทางการสื่อสารของข้อมูลจากผู้ประกอบการ ของคุณแม่ยุคใหม่จึงสะดวกมากขึ้น และมีให้เลือกหลายช่องทาง ดังนั้นจึงสามารถศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือกซื้อได้ดียิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิต / ผู้ประกอบการในการนำไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการ ควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ต่อคุณแม่ยุคใหม่ โดยคำนึงองค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถส่งเสริมให้คุณแม่ยุคใหม่มั่นใจในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ โดยเน้นเรื่องคุณภาพ เป็นสำคัญ เช่น ขั้นตอนการเลือกวัตถุดิบ การปรุง กรรมวิธีการเตรียม การบรรจุ การจัดเก็บ การขนส่ง ที่มุ่งเน้นการจัดการที่ดีให้ได้ตามมาตรฐาน มีการควบคุมคุณภาพแต่ละขั้นตอนประกันคุณภาพสินค้า เพื่อให้คุณแม่ยุคใหม่ไว้วางใจ

2. ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ผู้ประกอบการควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถส่งเสริมให้คุณแม่ยุคใหม่มีความสนใจ และตัดสินใจซื้อ โดยมุ่งเน้นไปที่มีเมนูหลากหลายน่าสนใจ สารอาหารครบถ้วน วัตถุดิบดี รสชาติดี ภาชนะบรรจุสวยงาม มีฉลาก มีเมนูทางเลือกให้กับเด็กที่แพ้อาหารบางชนิด จัดส่งได้อย่างรวดเร็วผลิตภัณฑ์ไม่เสียหาย หรือเน่าเสีย สามารถแนะนำข้อมูลด้านโภชนาการให้กับลูกค้า รวมทั้งมีบริการแปลกใหม่ เช่น สามารถเลือกชนิดของวัตถุดิบ เครื่องปรุงรส ภาชนะบรรจุเอง ทางหน้าเว็บเพจ (Web Page) เพื่อสร้างเป็นเมนูสั่งซื้อส่วนตัว แล้วจัดส่งซื้อออนไลน์ เพื่อตอบสนองความสนุก ทำท่าย แปลกใหม่ ให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

3. ด้านการสื่อสารแบบผสมผสาน ผู้ประกอบการควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถส่งเสริมให้คุณแม่ยุคใหม่มีความเข้าใจ มั่นใจ เช่น นำเสนอวิธีโอขั้นตอนการผลิตที่สะอาด ทั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ วัตถุดิบ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บเพจ หรือ รายการทีวีเกี่ยวกับคุณแม่ คุณแม่และเด็ก เพื่อให้คุณแม่ยุคใหม่ได้รับข้อมูล และมั่นใจมากขึ้น และเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึง เพื่อให้ลูกค้าได้สั่งซื้อได้ง่ายและหลากหลายมากขึ้น เช่น ไลน์ (Line) เฟสบุ๊ค (Facebook) ไอจี (IG) เว็บเพจ (Web Page) เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น สะสมแต้ม ซื้ออาหารชุดใหญ่แถมชุดเล็ก การผูกเมนูปิ่นโตเป็นคอร์ส เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจทำงานวิจัยต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพเท่านั้น ผู้สนใจสามารถศึกษาต่อ ยอดในเชิงปริมาณ หรือการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม เพื่อให้งานวิจัยแบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ มีความชัดเจน และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
2. ผู้สนใจสามารถนำแบบจำลองการพิจารณาอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของคุณแม่ยุคใหม่ ไปศึกษาต่อยอดเพื่อทำธุรกิจโมเดลของธุรกิจอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการกับคุณแม่ยุคใหม่มากที่สุด



## บรรณานุกรม

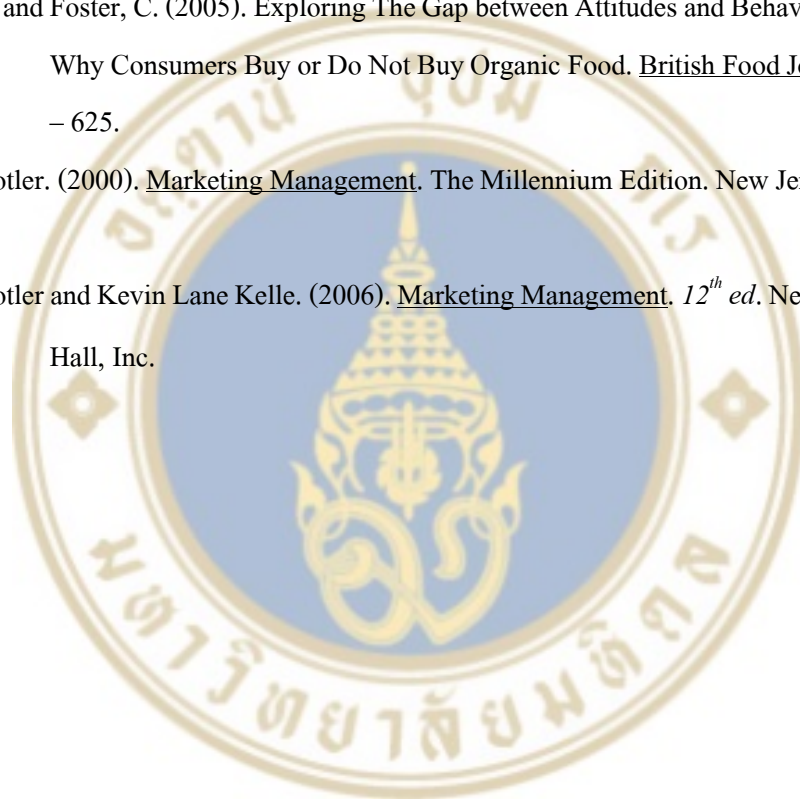
- กุลชน ธนาพงศธร. (2532). การพัฒนาบุคคล. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล หน่วยที่ 1-7. (พิมพ์ครั้งที่ 12). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัสวสิทธิ์ถาวร. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ว่างอักษร
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2551). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: วี.พรีนท์ (1991).
- ชลทิชา สวยดี. (2550). ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการบรรจุในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป. กรุงเทพมหานคร: วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาเทคโนโลยีการบรรจุ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุหพันธ์ พิทักษ์ผล และทัศนีย์ สรสุรชาติ. (2544). การถนอมอาหารในปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร: วารสารอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปัทมา ว่าพัฒนางศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล. (2558). บทความเรื่องประชากรไทยในอนาคต. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยประชากร และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภณ วิเชียรฉันท. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์ด้านบริการจัดส่งอาหารถึง ที่ ของเดอะฟิชซ่า คอมปะนีในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- มาลัยทิพย์ ปรีกมะวงศ์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการส่งอาหารถึงที่ (Delivery) ศึกษาเฉพาะธุรกิจอาหารที่ใช้เบอร์โทรศัพท์หมายเลขเดียวส่งทั่วกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาลี ชัมศรีสกุล. (2548). บทความเรื่องอาหารปรุงสำเร็จ และอาหารสำเร็จรูปแช่เยือกแข็ง มีคุณค่าทางโภชนาการต่างกันหรือไม่. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาเทคนิคศึกษาปีที่ 18 ฉบับที่ 56 ตุลาคม - ธันวาคม 2548.
- ระมิด ฝ่ายริย์. (2530). การบริหารการตลาด: การศึกษาในเชิงทฤษฎี และการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ภาคพัฒนาตำรา และเอกสารวิชาการหน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ลักษณะ รุ่งตระกูล. (2552). ความสัมพันธ์ของการใช้เครื่องปรุงรสอาหารสำเร็จรูป กับปริมาณโซเดียมในอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิกานดา แก้วนิล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในช่วงเวลากลางวันของพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). TQM วิธียุทธศาสตร์คุณภาพยุค 2000. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย บมจ. (2549). ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งปรับกลยุทธ์แข่งขันแบ่งตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธันวาคม 2549.
- สายรุ้ง ช่วรอด. (2556). ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการสั่งอาหารว่าง หรืออาหารกลางวันแบบบริการส่งถึงที่ ของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพมหานคร: การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. ปรับปรุงครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อริยา อริยะวัฒน์กุล. (2557). การศึกษาปัจจัย และคุณค่าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Costa, A. I. A., Dekker, M., and Jonen, W. M. F. (2004). An Overview of Means – End Theory: Potential Application in Consumer – Oriented Food Product Design. Trends in Food Science & Technology, 15 (7 – 8), 403 – 415.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Olson, J. C., and Reynolds, T. J. (2001) The Means – End Approach to Understanding Consumer Decision Making. In: J. C. Olson, and T. J. Reynolds (Eds.), Understanding Consumer Decision Making The Means – End Approach to Marketing and Advertising Strategy (p. 3 - 20). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Padel, S. and Foster, C. (2005). Exploring The Gap between Attitudes and Behavior: Understanding Why Consumers Buy or Do Not Buy Organic Food. British Food Journal, 107(8), 606 – 625.
- Philip Kotler. (2000). Marketing Management. The Millennium Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Philip Kotler and Kevin Lane Kelle. (2006). Marketing Management. 12<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.







## ภาคผนวก ก

### ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview)

ส่วนที่ 1: คุณแม่ยุคใหม่ ที่คัดสรร อาหารให้ลูกวัย 6 เดือน ถึง 6 ปี ด้วยตนเอง (Pre-Screen)

ปกติท่านเป็นคุณแม่ที่เลือกอาหารให้ลูกที่เป็นเด็กเล็กเองหรือไม่

ส่วนที่ 2: ศึกษาความคาดหวังและแนวคิดทั่วไปในการเลือกอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก (Consumer Behavior)

ข้อมูลทั่วไปของคุณแม่ยุคใหม่ และลูก

ท่านมีลูกทั้งหมดกี่คน อายุเท่าไร

ลูกของท่านทานอาหารได้ทุกประเภทหรือไม่

ทัศนคติการเลี้ยงลูกของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีทัศนคติในการเลี้ยงลูกอย่างไร ช่วยแชร์ประสบการณ์ที่ดี และไม่ดีในการเลี้ยง

ลูก

พฤติกรรมในการเลือกเตรียมอาหารให้ลูกของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีประสบการณ์ในการเตรียมอาหาร ให้ลูกอย่างไร

ท่านมีความคิดเห็น ในการเลือกวัตถุดิบสำหรับปรุงอาหาร กรรมวิธีการเตรียม การปรุงรส การจัดใส่ภาชนะ ให้ลูกอย่างไร

ท่านมีความรู้สึกร่างไร ถ้าต้องเตรียมอาหารใส่กล่องให้ลูก ถูไปข้างนอกด้วย มีความยากลำบากในการเตรียม พกพาอุ่นร้อน หรือไม่

ความคาดหวังในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูก

ท่านมีมุมมอง ต่อร้านอาหารที่ท่านซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูกอย่างไร

ส่วนที่ 3: ศึกษาขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ (Consumer Journey)

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของกลุ่มตัวอย่าง

หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ ท่านคิดว่าข้อดีข้อเสีย คืออะไรบ้าง

ท่านมีทัศนคติ ในการเลือกซื้ออาหาร แบบจัดส่งถึงที่ อย่างไร

ส่วนที่ 4: ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด (Format & Content)

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านราคา ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านส่งเสริมการตลาด ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่

หากมีสถานการณ์ เช่น ไปธุระข้างนอก ไม่มีเวลาปรุงอาหาร ปรุงอาหารไม่เป็น ซื้อมาคนอื่น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ มาตอบสนอง

## ภาคผนวก ข

### บทสัมภาษณ์ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview)

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่ 1 คุณแม่อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน

ส่วนที่ 1: คุณแม่ยุคใหม่ ที่คัดสรร อาหารให้ลูกวัย 6 เดือน ถึง 6 ปี ด้วยตนเอง (Pre-Screen)

ปกติท่านเป็นคุณแม่ที่เลือกอาหารให้ลูกที่เป็นเด็กเล็กเองหรือไม่

เลือกให้เอง ประงเองบ้าง ให้แม่บ้านช่วยบ้าง

ส่วนที่ 2: ศึกษาความคาดหวังและแนวคิดทั่วไปในการเลือกอาหารปรุงสุกลำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก (Consumer Behavior)

ข้อมูลทั่วไปของคุณแม่ยุคใหม่ และลูก

ท่านมีลูกทั้งหมดกี่คน อายุเท่าไร

1 คน อายุ 1 ปี 7 เดือน

ลูกของท่านทานอาหารได้ทุกประเภทหรือไม่

ทานได้ทุกประเภท แต่สไม่จัด

ทัศนคติการเลี้ยงลูกของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีทัศนคติในการเลี้ยงลูกอย่างไร ช่วยแชร์ประสบการณ์ที่ดี และไม่ดีในการเลี้ยง

ลูก

อยากให้ป็นเด็กดี กล้าแสดงออก ลองทำในสิ่งที่อยากทำ โดยมีเราดูอยู่ และไม่อันตราย ไม่กลัว ของเล่นด้านพัฒนาการจะยอมลงทุน ต้องมีประโยชน์ เช่น ไม้ต่อ การ์ด คำศัพท์

ด้านอาหารจะเน้นธรรมชาติที่สุด ไม่อยากให้ทานรสจัด เลือกสารพิษ น้อยที่สุด ไม่มีสารกันบูด

ท่านมีทัศนคติ กับคำว่า คุณแม่ยุคใหม่อย่างไร

ส่งเสริมด้านภาษา พัฒนาการให้สมวัย หรือมากกว่าวัย ไม่อยากให้รู้จัก เทคโนโลยีเร็วมากไป หลีกเลียงการดูทีวี การเล่นเกมถือก่อน 2 ขวบ หาข้อมูลจากแหล่งอินเทอร์เน็ต

ประหยัดกว่าการซื้อหนังสือ โดยดูจากช่องทางที่เชื่อถือได้ เช่น คุณหมอ กลุ่มคุณแม่ การเลี้ยงลูกด้วยตนเอง

พฤติกรรมในการเลือกเตรียมอาหารให้ลูกของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีประสบการณ์ในการเตรียมอาหาร ให้ลูกอย่างไร

ทำของสดใหม่ ให้ทานมือต่อมือ ไม่แช่แข็งเก็บ เรียนรู้เมนูจาก อินเทอร์เน็ต และคุณยาย

ท่านมีความคิดเห็น ในการเลือกวัตถุดิบสำหรับปรุงอาหาร กรรมวิธีการเตรียม การปรุงรส การจัดใส่ภาชนะ ให้ลูกอย่างไร

วัตถุดิบ เนื้อสัตว์ เลือกจากแหล่งที่ไม่ใช่สารเร่ง ไม่ซื้อของซีพี คุณค่าทางอาหารครบ 5 หมู่ ผักออแกนิก ข้าวญี่ปุ่น ข้าวหอมมะลิ

การปรุงรส ปรุงน้อยที่สุด เลือกซีอิ๊วขาววงเวียน ไม่มีสารกันบูด มากกว่าโซเดียมน้อย

ภาชนะ แต่งจานสวยงามบ้างตามอารมณ์ ช่วยดึงดูด ใส่ถ้วยเซรามิกป้อน แต่มีถ้วยพลาสติกของลูกให้ใส่ตักป้อนเองเล่นๆ

กรรมวิธี ล้างผักโดยแช่เบคกิ้งโซดา 15 นาที เพื่อลดสารพิษ ล้างน้ำไหล 2-3 รอบ

ท่านมีความรู้สึกรูปแบบใด ถ้าต้องเตรียมอาหารใส่กล่องให้ลูก ถูไปข้างนอกด้วย มีความยากลำบากในการเตรียม พกพาอุ่นร้อน หรือไม่

ถ้าเตรียมเองจะรู้สึกมั่นใจ เรื่องความสะอาด สารอาหารมากกว่า ไม่คำนึงถึงเรื่อง ร้อน เย็น แต่ถ้ามีแหล่งซื้อที่มีความมั่นใจเรื่องความสะอาด ปลอดภัย รสชาติไม่จัด ก็จะไม่คิดว่า ไม่ต้องเสียเวลาทำเอง

ความคาดหวังในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูก

รสชาติต้องไม่จัด ย่อยง่าย ลูกทานได้ สารอาหารครบ 5 หมู่

ท่านมีมุมมอง ต่อร้านอาหารที่ท่านซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูกอย่างไร

ร้านอาหารที่มีเมนูหลากหลาย มีอาหารสำหรับเด็กโดยเฉพาะ หรือเป็น

ชุด

ส่วนที่ 3: ศึกษาขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ (Consumer Journey)

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของกลุ่มตัวอย่าง

หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ ท่านคิดว่าข้อดีข้อเสีย คืออะไรบ้าง

ข้อดี มีเวลาไปทำอย่างอื่น เล่นกับลูก ถ้าอาหารอยู่ในมาตรฐานที่ยอมรับได้ ไม่น่ามีข้อเสีย

ท่านมีทัศนคติ ในการเลือกซื้ออาหาร แบบจัดส่งถึงที่ อย่างไร  
จัดส่งภายใน 30 นาที โดยอาหารยังสด ใหม่ ร้อน ภาชนะคุณภาพดี ไม่มีสารปนเปื้อน วัตถุดิบธรรมชาติ

ส่วนที่ 4: ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด (Format & Content)

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านราคา ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

50 บาท/มื้อ และ 150 บาท/ชุดพิเศษ

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ผ่านกรรมวิธีเยอะ ใช้น้ำมันมะกอก เนย ย่าง คล้ายอาหารคลีน (Clean Food) ที่เด็กทานได้

บรรจุภัณฑ์แข็งแรง คุณภาพดี ไม่มีสารพิษปนเปื้อนละลายออกมาในอาหาร

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ค่าบริการจัดส่ง 30บาท/ครั้ง หรือสั่งขั้นต่ำ 300 บาทโดยไม่เสียค่าบริการ  
ถ้ามีหน้าร้าน ควรเปิดเป็นร้านอาหารสำหรับเด็ก หรือส่งกลับบ้านได้

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านส่งเสริมการตลาด ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

สั่งอาหารชุด แกรมสินค้า หรือสะสมแต้มสั่งครบ 10 ครั้งแถมสินค้า

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่

หากมีสถานการณ์ เช่น ไปธุระข้างนอก ไม่มีเวลาปรุงอาหาร ปรุงอาหารไม่เป็น ชื้อฝากคนอื่น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่มาตอบสนอง

เห็นด้วย ถ้าแม่ทำเมนูนั้นไม่เป็น แต่อยากให้ลูกทานอาหารดีๆ ทานอาหารได้หลากหลาย

ข้อเสนอแนะ ให้กลุ่มคนที่สนใจเข้าไปชิม สัมผัสอาหารจริงๆ ว่ามีกระบวนการผลิตที่ดี ชื้อใจผู้บริโภคก่อน ใช้ช่องทางสังคมออนไลน์บอกปากต่อปาก มีการรีวิว ให้คุณแม่มั่นใจ ไว้ใจได้

## ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่ 2 คุณแม่อายุ 39 ปี พนักงานบริษัทเอกชน

ส่วนที่ 1: คุณแม่ยุคใหม่ ที่คัดสรร อาหารให้ลูกวัย 6 เดือน ถึง 6 ปี ด้วยตนเอง (Pre-Screen) ปกติท่านเป็นคุณแม่ที่เลือกอาหารให้ลูกที่เป็นเด็กเล็กเองหรือไม่ เลือก และปรุงอาหารเอง

ส่วนที่ 2: ศึกษาความคาดหวังและแนวคิดทั่วไปในการเลือกอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก (Consumer Behavior)

ข้อมูลทั่วไปของคุณแม่ยุคใหม่ และลูก

ท่านมีลูกทั้งหมดกี่คน อายุเท่าไร

2 คน 7 ปี และ 1 ปี 2 เดือน

ลูกของท่านทานอาหารได้ทุกประเภทหรือไม่

คนโต ไม่ทานเผ็ด คนเล็ก ไม่ค่อยยอมทานข้าว ชอบทานอาหารเหลวๆ

ทัศนคติการเลี้ยงลูกของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีทัศนคติในการเลี้ยงลูกอย่างไร ช่วยแชร์ประสบการณ์ที่ดี และไม่ดีในการเลี้ยง

ลูก

คนโต ให้มีอิสระทางความคิด ให้แสดงความคิดเห็น ให้เลือกสิ่งที่ชอบ และรับผิดชอบในสิ่งที่เค้าตัดสินใจ เช่น วันนี้อะไรกินเมนูอะไร ให้มีความกล้าแสดงออก

คนเล็ก อยากรู้ให้แข็งแรง ดูแลด้านอาหาร พาไปข้างนอก ฝึกทักษะ เสริมพัฒนาการด้านร่างกาย เตรียมความพร้อม

ท่านมีทัศนคติ กับคำว่า คุณแม่ยุคใหม่อย่างไร

คุณแม่ ที่ทำงาน ไปด้วย เลี้ยงลูกเองด้วย เวลาจำกัด ต้องหาพี่เลี้ยง หรือฝากให้คนอื่นดูแล ต้องสอนพี่เลี้ยงทำให้ดูเป็นแบบอย่าง เวลาเลี้ยงลูกเองน้อยลง ต้องเสริมพัฒนาการลูก หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยเข้ากูเกิล ถามข้อมูลจากเพื่อน หรือน้องที่ทำงานบ้าง พฤติกรรมการเลือกเตรียมอาหารให้ลูกของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีประสบการณ์ในการเตรียมอาหาร ให้ลูกอย่างไร

ลูกคนโตไม่ชอบทานอาหารนอกบ้าน ต้องใช้เวลาในการเตรียมอาหาร เยอะในวันเสาร์ อาทิตย์ เตรียมเป็นหม้อเก็บไว้ หรือหมักหมู ไก่ ไว้ให้แม่บ้านช่วยทอด เช้าๆ จะทำอาหารให้ลูกไปทานบนรถเมนูไข่ ผัก ลูกคนเล็ก ทำน้ำซุ๊ป ไข่ตุ๋น

ท่านมีความคิดเห็น ในการเลือกวัตถุดิบสำหรับปรุงอาหาร กรรมวิธีการเตรียม การปรุงรส การจัดใส่ภาชนะ ให้ลูกอย่างไร

วัตถุดิบ เลือกเนื้อสัตว์ ไข่ ยี่ห้อ เอส เพียว ไม่เลือกของซีพี ไม่เลือกที่มีฮอร์โมนเร่ง ไม่มีสารชีวภาพ ผัก ไม่จำเป็นต้องปลอดสาร แต่ต้องแช่เบคกิ้งโซดา ล้างให้สะอาด

การปรุงรส คนเล็กหลีกเลี่ยงการปรุง ไม่อยากให้ทานโซเดียม คนโตปรุงรสอ่อน หลีกเลี่ยงรสเค็ม ไม่ใส่น้ำตาล

ภาชนะบรรจุ ไม่มีเวลาจัดสวยงาม ใช้แก้ว กระเบื้อง ชามเมลามีน พลาสติกพีพี (โพลีโพรพิลีน) ที่สามารถนั่งได้

ท่านมีความรู้สึกอย่างไร ถ้าต้องเตรียมอาหารใส่กล่องให้ลูก ถูไปข้างนอกด้วย มีความยากลำบากในการเตรียม พกพา อุ่นร้อน หรือไม่

ยุ่งยาก กลัวอาหารเน่าเสียระหว่างทาง หาที่อุ่นไม่ได้ แต่กลัวว่าระหว่างทางจะมีอาหารที่สะอาดให้ลูกใหม่ ถ้ามีร้านอาหารสำหรับเด็กที่มั่นใจได้น่าจะดี ความคาดหวังการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูก

มีส่วนผสมอะไรในอาหารบ้าง ปรุงรสใหม่ หลีกเลี่ยงสารกันบูด การปรุงรส ไม่อยากให้เกิดรสชาติ มีสารอาหารครบ 5 หมู่ใหม่ ไม่ชอบอาหารทอด ถ้าทอดใช้น้ำมันอะไร



ชอบน้ำมันรำข้าว ไม่ชอบน้ำมันปาล์ม น้ำมันถั่วเหลือง ไม่มั่นใจว่า ไขมันดีเหมือนที่เราใช้หรือเปล่า อยากรู้ว่าใช้อะไรบ้าง เช่น ร้านอโถยะ ในเมนูจะเขียนว่า ใช้หมู เอส เพียว เลย

ท่านมีมุมมอง ต่อร้านอาหารที่ท่านซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูกอย่างไร  
เมนูที่เหมาะสมสำหรับเด็ก มีความหลากหลาย สะอาด

ส่วนที่ 3: ศึกษาขั้นตอนตั้งแต่การประเมิน ศึกษาหาข้อมูล มาสู่การตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ (Consumer Journey)

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของกลุ่มตัวอย่าง

หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ ท่านคิดว่าข้อดีข้อเสีย คืออะไรบ้าง

ข้อดี คือ ทำให้คุณแม่วัยทำงาน เอาเวลาไปเล่น สอนกับลูก เนื่องจากเด็กกินอาหารต่างจากผู้ใหญ่ เนื้อสัมผัสหายาบ – ละเอียดย แดกต่างกันไป ทำให้ใช้เวลาเตรียมนานมาก

ท่านมีทัศนคติ ในการเลือกซื้ออาหาร แบบจัดส่งถึงที่ อย่างไร

ไม่เพียงแต่มีภาพประกอบการปรุงที่สวยงามอย่างเดียว แต่การจัดการในครัวต้องสะอาดด้วย หลังทานต้องล้างด้วย สั่งแล้วรอได้ 1 ชั่วโมง ไม่อยากให้เกิดค่าจัดส่งตามระยะทาง

ส่วนที่ 4: ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด (Format & Content)

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ของกลุ่มตัวอย่าง

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านราคา ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ราคารับได้ที่ 50 – 100 บาท

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ถ้วยพลาสติกพีพี ติดลาเบล ปิดมิดชิด มองเห็นอาหาร ใสดูน่ารับประทาน ไม่ใช่โฟม

วัตถุดิบ สด สะอาด

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

ค่าบริการไม่เกิน 50 บาท หรือสั่งขั้นต่ำ 300 บาทไม่คิดค่าบริการ หรือมีการจัดส่งทั่วถึง ไม่คิดค่าบริการ ถ้ามีหน้าร้าน ควรมีขายหลายๆ สาขา เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต Max Value

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านส่งเสริมการตลาด ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่

สะสมแต้ม แลกของเล่นให้เด็ก ซื้อแถม1 มีเมนูใหม่ๆ ให้ลองชิม ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่

หากมีสถานการณ์ เช่น ไปธุระข้างนอก ไม่มีเวลาปรุงอาหาร ปรุงอาหารไม่เป็น ซื้อฝากคนอื่น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากอาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่มาตอบสนอง

ดี และอยากบอกต่อกับเพื่อนๆ ที่ทำงานแล้วประสบปัญหาเดียวกัน เช่น ไม่มีเวลา ทำไม่เป็น ทำให้เด็กขาดสารอาหารบางประเภท ข้อเสนอแนะ คือ จัดชุดอาหารสำหรับเด็กเล็ก

## ภาคผนวก ก

## การวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview)

ตารางที่ 4 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีทัศนคติ กับคำว่า คุณแม่ยุคใหม่ อย่างไร		
ผู้ให้ ข้อมูล	คุณแม่ยุคใหม่ คือ คุณแม่ที่ทำงานนอกบ้าน ด้วย ดูแลบ้านด้วย ดูแลลูก สามิ ที่สำคัญคือ การที่ต้องปรับตัว ความคิดให้เข้ากับยุคสมัย เลี้ยงลูกแบบผู้ใหญ่ไม่ได้มองว่าเขาเป็นเด็ก	การปรับตัว	การดำเนิน ชีวิตของแม่
ผู้ให้ ข้อมูล	ต้องมีความพร้อม ถ้าลูกโตขึ้น จะคุยกับลูก ไม่นำความคิดไปใส่หัวลูก รับฟังความ คิดเห็นของลูก อยู่เป็นเพื่อน มากกว่าแม่-ลูก	เปิดใจรับฟัง	จิตใจ
ผู้ให้ ข้อมูล	คุณแม่ยุคใหม่ ต้องทำงานควบคู่กับการดูแล ลูกเอง ซึ่งต้องมีความพร้อมตลอดเวลา ดังนั้น คุณแม่ยุคใหม่ต้องคำนึงถึงสุขภาพที่แข็งแรง เป็นอันดับแรก	ความพร้อม ร่างกายแข็งแรง	สุขภาพ ร่างกาย
ผู้ให้ ข้อมูล	คุณแม่ ที่ทำงานไปด้วย เลี้ยงลูกเองด้วย เวลา จำกัด ต้องหาพี่เลี้ยง หรือฝากให้คนอื่นดูแล ต้องสอนพี่เลี้ยงทำให้ดูเป็นแบบอย่าง เวลา เลี้ยงลูกเองน้อยลง ต้องเสริมพัฒนาการลูก หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยเข้ากูเกิล ถาม ข้อมูลจากเพื่อน หรือน้องที่ทำงานบ้าง	ข้อมูลจากคนรอบข้าง	ปัจจัยที่มี อิทธิพลกับ ความคิดของ ลูก

ตารางที่ 4 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีทัศนคติ กับคำว่า คุณแม่ยุคใหม่ อย่างไร		
ผู้ให้ ข้อมูล	ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องทุนแรง และความ สะดวกสบายมาเสริม	อุปกรณ์ทุนแรง	เทคโนโลยี
ผู้ให้ ข้อมูล	ทำตามๆกัน ให้ลูกเรียนเยอะมากเกินพอดี ใช้ เทคโนโลยีเลี้ยงลูกเช่น ไอแพด (iPad) สมาร์ทโฟน (Smart Phone) หรือขวนขวาย ส่งลูกเรียนแพงเกินงาม มีเวลาให้ลูกน้อย เพราะงานหนัก	การศึกษา ความสามารถพิเศษ	การวางแผน
ผู้ให้ ข้อมูล	ต้องทันกับโลกสังคมออนไลน์ ในยุคปัจจุบัน สอนให้ลูกทันกับยุคสมัยใหม่ คำวัยรุ่น ต้อง รู้จักรอบด้านเพื่อทันกับเด็กในยุคนี้ คุณแม่ต้องเก่ง ภาษาได้ เข้ากับสังคมได้ ทำ ให้ลูกได้รู้ถึงการที่จะไม่ปฏิบัติตามกฎของ โรงเรียน เราจะต้องรู้ช่องทางที่จะสื่อสารกับ ครูประจำชั้น	ภาษา การเข้าสังคม ช่องทางสื่อสาร ศัพท์วัยรุ่น	การสื่อสาร
ผู้ให้ ข้อมูล	ในความคิดคือ ทำหน้าที่ของแม่ในทุกๆ ด้าน หาความรู้ใหม่ๆ ตลอดเวลา เพื่อทันต่อ เทคโนโลยี โลกในยุคดิจิทัล	หาความรู้ใหม่ให้ทัน โลก	เทคโนโลยี

ตารางที่ 4 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 1 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีทัศนคติ กับคำว่า คุณแม่ยุคใหม่ อย่างไร		
ผู้ให้ ข้อมูล	การเลี้ยงลูกในแบบฉบับที่เราอยากจะให้เค้า เป็น	แบบแผน	การวางแผน
ผู้ให้ ข้อมูล	คำว่า คุณแม่ยุคใหม่ คือ ในปัจจุบันเป็นยุคที่ ผู้หญิงต้องทำงาน ไม่ใช่แค่เลี้ยงลูกเพียงอย่าง เดียว จึงอาจจะไม่มีเวลามากในการเลี้ยงลูก แบบเดิมๆ เช่น ทำอาหาร อ่านหนังสือ เกี่ยวกับเด็ก จึงหาอะไรมาตอบสนองให้เรา สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ เช่น คอมพิวเตอร์ อาหารสำเร็จรูป อินเทอร์เน็ต	แก้ปัญหาเฉพาะหน้า ได้ ผู้หญิงทำงาน และเลี้ยง ลูกด้วย ไม่มีเวลา	การดำเนิน ชีวิตของแม่
ผู้ให้ ข้อมูล	ฝึกฝนๆ จากญาติผู้ใหญ่ มีข้อมูลใหม่ๆ ไม่ เลี้ยงลูกตามความเชื่อ เป็นเหตุเป็นผล จิตวิทยาหาตามเฟสบุค (Facebook) แฟนเพจ (Fan Page) คุณหมอมอ ปราบลูกคือ จิตวิทยา ทำ โทษ เฝือกก่อนถึงจะให้ของ หาข้อมูลจาก กูเกิล (Google) เฟสบุค (Facebook) เพจ (Page) เชี่ยวชาญของคุณ หมอมอ ข้อมูลอัปเดต (Update) ให้ลูกมีคุณภาพมาก ที่สุด คุณแม่ทำงานด้วย เลี้ยงลูกด้วย (Working MOM)	หาข้อมูลจากเว็บเพจ	เทคโนโลยี

ตารางที่ 5 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป สำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ คุณแม่คิดว่า ข้อดี ข้อเสีย คืออะไรบ้าง		
ผู้ให้ข้อมูล	อาหารสำเร็จรูปกับเด็ก บางทีเด็กก็สามารถทานได้ง่าย ไม่เสียเวลา แต่ในความเป็นจริง อาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ๆ คุณค่าประโยชน์จะมีมากกว่า เพราะอย่างน้อยก็มีวิตามินเมื่อเราทำเสร็จ และเรายังสามารถเลือกของที่ลูกเราชอบได้ด้วย แต่ถ้าจะให้เลือกอาหารสำเร็จรูป ก็ควรดูวันหมดอายุมาเป็นอันดับแรก	วันหมดอายุ เมนูที่ชื่นชอบ	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	ข้อดี สะดวกไม่ต้องเตรียมเอง ควบคุมงบประมาณในการซื้อ ข้อเสีย เกรงจะคลายความสดใหม่ คุณค่าทางโภชนาการลดลง เหมาะสำหรับ แม่สมัยใหม่ที่ทำงานนอกบ้าน	จำกัดงบประมาณ	การควบคุม
ผู้ให้ข้อมูล	ง่ายดีต่อคนทำงาน แต่ต้องมั่นใจว่าอาหารนั้นปลอดภัย	ความเชื่อมั่น ปลอดภัย	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	เลือกว่าอาหารชนิดนี้มีความเสี่ยงในเด็กมากน้อยแค่ไหน	ความเสี่ยง	คุณภาพ
ผู้ให้ข้อมูล	อาหารปรุงสุก สดใหม่ สะอาด	ปรุงสุก สดใหม่	การพิจารณา

ตารางที่ 5 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	หากมีบริการส่งอาหารปรุงสุกสำเร็จรูป สำหรับเด็กเล็กแบบจัดส่งถึงที่ คุณแม่คิดว่า ข้อดี ข้อเสีย คืออะไรบ้าง		
ผู้ให้ข้อมูล	ไม่มั่นใจด้าน โภชนาการ วัตถุดิบเสีย	วัตถุดิบเสีย โภชนาการ	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	เลือกสินค้าที่ไว้วางใจได้ โดยดูรายละเอียด จากวัน เดือน ปี ที่ผลิต วัตถุดิบ ภาชนะที่ บรรจุ	ภาชนะบรรจุ วัตถุดิบ วันผลิต ไว้วางใจได้	การพิจารณา
ผู้วิจัย	คุณแม่มีมุมมอง ต่อร้านอาหารที่ท่านซื้อ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูกอย่างไร		
ผู้ให้ข้อมูล	มีการจัดเก็บสินค้าที่ดี สะอาด ปลอดภัย	การจัดเก็บดี ปลอดภัย สะอาด	คุณภาพ
ผู้ให้ข้อมูล	ร้านอาหารที่มีเมนูหลากหลาย มีอาหาร สำหรับเด็กโดยเฉพาะ หรือเป็นชุด	เมนูหลากหลาย เมนู เด็ก	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	เลือกร้านที่เลือกต้องดูว่าสะอาด เชื่อถือได้ ใช้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีคุณค่าทาง สารอาหาร	วัตถุดิบ เชื่อถือได้ สะอาด คุณค่าของ สารอาหาร	คุณภาพ
ผู้ให้ข้อมูล	ไม่เคยลองซื้อ แต่คิดว่า สารอาหารครบ 5 หมู่ หน้าตาน่ากิน	ลักษณะปรากฏ สารอาหารครบ 5 หมู่	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	จะพิจารณาเลือกร้านที่ดูสะอาด ใช้วัตถุดิบที่ดี ราคาเหมาะสม	สะอาด วัตถุดิบ ราคา	การพิจารณา

ตารางที่ 5 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีมุมมอง ต่อร้านอาหารที่ท่านซื้อ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูกอย่างไร		
ผู้ให้ ข้อมูล	ร้านคุณแล้วสะอาด เมนูหลากหลาย นำทาน มี เมนูใหม่ๆ ที่ไม่ค่อยได้ทำหรือทำไม่เป็น	สะอาด เมนู หลากหลาย เมนูใหม่ๆ	การพิจารณา
ผู้ให้ ข้อมูล	ส่วนใหญ่ใส่ผงชูรส	ไม่ชอบผงชูรส	การพิจารณา
ผู้ให้ ข้อมูล	ต้องสะอาดมาก วัตถุประสงค์และการจัดเก็บ อาหารสำเร็จรูปต้องอยู่ในสภาพเหมาะสม ต้อง ได้รับมาตรฐานด้านการจัดการ สุขอนามัย สามารถตรวจสอบกลับได้ มีแหล่งอ้างอิง น่าเชื่อถือ	มีมาตรฐาน ตรวจสอบกลับได้ การจัดเก็บ ความ สะอาด	การพิจารณา
ผู้ให้ ข้อมูล	ก็เป็นทางเลือกที่ดี ยิ่งถ้ามีชุดอาหารสำหรับเด็ก ชุดเล็ก ก็ไม่ต้องระวังเรื่อง อาหารรสเผ็ด หรืออาหารมีปริมาณมากเกินไป ยิ่งถ้ามี บริการเก้าอี้สำหรับเด็ก และชุดจานและแก้ว น้ำสำหรับเด็กยิ่งทำให้รู้สึกดี ถึงความเอาใจ ใส่ต่อเด็กๆ	เมนูเด็ก ใส่ใจ รายละเอียดด้านการ บริการ	การพิจารณา
ผู้ให้ ข้อมูล	อยากให้ร้านมีเมนูเด็กเล็กหลากหลายมากขึ้น เมนูอาหารเป็นกลางๆ เพราะเดี๋ยวนี้เด็กแพ้อาหาร ง่าย คือให้มีทั้งอาหารผู้ใหญ่ และเด็กแยกกัน เหมือนบนเครื่องบิน	เมนูหลากหลาย แยก เมนูเด็ก คนแพ้อาหาร	การพิจารณา



ตารางที่ 5 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 2 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีทัศนคติอย่างไร ในการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปให้ลูก		
ผู้ให้ข้อมูล	รสชาติต้องไม่จัด ย่อยง่าย ลูกทานได้ สารอาหารครบ 5 หมู่	รสชาติ สารอาหาร	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	มีส่วนผสมอะไรในอาหารบ้าง ปรุงรสใหม่ หลีกเลี่ยงสารกันบูด การปรุงรส ไม่อยากให้ ติดรสชาติ มีสารอาหารครบ 5 หมู่ใหม่ ไม่ ชอบอาหารทอด ถ้าทอดใช้น้ำมันอะไร ชอบ น้ำมันรำข้าว ไม่ชอบน้ำมันปาล์ม น้ำมันถั่ว เหลือง ไม่มั่นใจว่า ไข่วัตถุดิบดีเหมือนที่เรา ใช้หรือเปล่า อยากรู้ว่าใช้อะไรบ้าง เช่น ร้าน ออโตยะ ในเมนูจะเขียนว่า ใช้หมู เอส เพียว เลย	วัตถุดิบ สารปรุงรส สารปรุงแต่ง กรรมวิธี การปรุงรส รสชาติ สารอาหาร	การพิจารณา
ผู้ให้ข้อมูล	ดีในแง่ของความสะอาด แต่ต้องพิจารณา เรื่องการเน่าเสีย ก่อนเหตุผลอื่น เพราะ อาหาร ของลูก ผิดพลาดไม่ได้	สะอาด พิจารณาเรื่องการเน่า เสีย	สะอาด
ผู้ให้ข้อมูล	สะอาดเพราะไม่ต้องเตรียมเอง สะดวกเวลา ออกไปข้างนอก ไปเที่ยวต่างจังหวัด	ไม่ต้องเตรียมเอง	สะอาด
ผู้ให้ข้อมูล	วัตถุดิบ รสชาติ ราคา ความสะดวกสบายใน การบริโภค	รสชาติ วัตถุดิบ ราคา	การพิจารณา

ตารางที่ 6 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้าน ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ของการเลือกซื้อ อาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบ จัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ ข้อมูล	ควรเป็นแบบที่ปลอดภัย ปลอดภัย BPA อุณหภูมิ ไมโครเวฟได้เลย หรือเก็บความร้อนด้วยจะดี	ปลอดภัย BPA เข้า ไมโครเวฟได้ เก็บ ความร้อน	ภาชนะบรรจุ
ผู้ให้ ข้อมูล	ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ต้องสะอาด และ ลงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติที่ให้กับ เด็กที่ทานอย่างละเอียด	ข้อมูลด้านโภชนาการ ลักษณะปรากฏดึงดูด	ผลิตภัณฑ์
ผู้ให้ ข้อมูล	แพคเกจสวยงาม ดึงดูดเด็กได้มาก แต่ต้อง เลือกประเภทอาหาร	สวยงาม ดึงดูด	ภาชนะบรรจุ
ผู้ให้ ข้อมูล	บรรจุภัณฑ์ต้องปลอดภัย ไม่ใช่ ถุงพลาสติก หรือ กล่องโฟม	ปลอดภัย ไม่ใช่โฟม	ภาชนะบรรจุ
ผู้ให้ ข้อมูล	บรรจุภัณฑ์ ถ้าเป็นสินค้าแบบจัดส่งควรมี น้ำหนักเบา เพื่อประหยัดค่าขนส่ง ลูกค้าไม่ ต้องแบกภาระมาก แต่ส่วนตัวชอบขวดแก้ว ให้ความรู้สีกระอาด คงทน ใช้งาน	น้ำหนักเบา	ภาชนะบรรจุ
ผู้ให้ ข้อมูล	อยากให้เหมือนทำที่บ้าน ห้ามใส่ผงชูรส ไม่ เค็มไม่หวาน ใส่ปิ่นโต ไม่อยากให้ใส่ถุง	โซมเมด ไม่มีผงชูรส ปรุงรสไม่จัด	ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 6 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ข้อมูล	ค่าบริการไม่เกิน 50 บาท หรือสั่งขั้นต่ำ 300 บาทไม่คิดค่าบริการ หรือมีการจัดส่งทั่วถึง ไม่คิดค่าบริการ ถ้ามีหน้าร้าน ควรมีขายหลายๆ สาขา เช่น ซูเปอร์มาร์เกต Max Value	จัดส่งทั่วถึง หลายสาขา หน้าร้าน	ช่องทางจัดจำหน่าย
ผู้ให้ข้อมูล	อาจจะมีความหลากหลายในการสั่งซื้อ เช่น สั่งทางออนไลน์ ทางโทรศัพท์ เพื่อที่จะสะดวกในการสั่ง และระยะเวลา สถานที่ในการรับสินค้าได้ทันต่อความต้องการที่จะให้เด็กรับประทานช่วงที่โม่ง	ออนไลน์ โทรศัพท์ ทันเวลา	ช่องทางจัดจำหน่าย
ผู้ให้ข้อมูล	ทางโทรศัพท์ ทางสื่อเครือข่ายทางสังคม มีหน้าร้าน	ออนไลน์ โทรศัพท์ หน้าร้าน	ช่องทางจัดจำหน่าย
ผู้ให้ข้อมูล	ช่องทางไหนก็ได้ ที่สามารถเข้าไปเลือกดู และให้ข้อมูลอาหารและ โฆษณาการที่เหมาะสมกับเด็กแต่ละช่วงวัย และให้ข้อมูลชัดเจน เลือกได้ง่าย	ช่องทางที่สามารถเลือกเมนู ให้ข้อมูลด้านโฆษณาการ	ช่องทางจัดจำหน่าย
ผู้ให้ข้อมูล	ติดต่อง่าย อัปเดต (Update) ข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นรวดเร็ว	ติดต่อง่าย อัปเดต (Update) ข้อมูลตลอดเวลา	ช่องทางจัดจำหน่าย

ตารางที่ 6 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้ให้ข้อมูล	ต้องมีช่องทางให้คุณแม่ทุกคนเข้าถึงได้ง่าย แต่ถ้าให้พูดจริงๆ ครอบครัวที่สามารถซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่ ก็ต้องมีรายได้ของครอบครัวพอสมควร ดังนั้นช่องทางที่ง่ายและสะดวกที่สุด น่าจะเป็นการขายผ่านทางเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ค IG หรือ เว็บเพจต่างๆ	เว็บเพจ เครือข่ายสังคม ออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค IG	ช่องทางจัดจำหน่าย
ผู้ให้ข้อมูล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีคือ ต้องการให้มี คอลเซ็นเตอร์เป็นตัวรับเรื่องประสานงาน แนะนำเมนูและ โปรโมชันสินค้าให้กับเรา อธิบายรายละเอียด และติดตามสินค้าให้เราด้วย	คอลเซ็นเตอร์	ช่องทางจัดจำหน่าย
ผู้วิจัย	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านส่งเสริมการตลาด ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ข้อมูล	อยากให้มีการส่งเสริมการตลาด ทางด้านนี้ให้มากขึ้น ทั้งทางหนังสือพิมพ์ ไลน์ (Line) และ เฟสบุ๊ค (Facebook) เน้นถึงสิ่งที่จะได้รับ ทั้งส่วนลด ปริมาณ อาหาร ความอร่อย ส่วนมากยังไม่ค่อยมี	ส่วนลด ข้อมูล ในสื่อออนไลน์	การส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 6 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านส่งเสริมการตลาด ของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ข้อมูล	สั่งอาหารชุด แกรมสินค้า หรือสะสมแต้มสั่งครบ 10 ครั้งแกรมสินค้า	สะสมแต้ม	การส่งเสริม การตลาด
ผู้ให้ข้อมูล	สะสมแต้ม แกรมของที่ยังไม่เคยกิน เมนูทางเลือก (Complementary Menu)	ทดลองชิม เมนูทางเลือก	การส่งเสริม การตลาด
ผู้ให้ข้อมูล	การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า มีบริการการขายที่สะดวก รวดเร็ว ติดต่อกง่าย	สร้าง Branding	การส่งเสริม การตลาด
ผู้ให้ข้อมูล	เน้นเรื่อง โฆษณาการ คุณค่าทางอาหารปลอดภัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจ	สร้างความมั่นใจ ด้าน ความปลอดภัย โฆษณาการ	การส่งเสริม การตลาด
ผู้ให้ข้อมูล	เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจ และถ้ามีการรับประกันประเภทอาหาร อย. ทำให้เกิดความปลอดภัยกับเด็กมากยิ่งขึ้น	การประกันคุณภาพ มาตรฐานสินค้า	การส่งเสริม การตลาด
ผู้ให้ข้อมูล	ของแถม ดึงคุณที่น่าสนใจ	ของแถม	การส่งเสริม การตลาด
ผู้ให้ข้อมูล	มิโปรโมชัน ชื้อ 1 แกรม 1 สะสมคูปองแลกซื้อฟรี	คูปองแลกซื้อ ชื้อ 1แกรม 1	การส่งเสริม การตลาด

ตารางที่ 6 ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นที่ 3 (ที่มา: ผู้วิจัย, 2558) (ต่อ)

ผู้สนทนา	บทสนทนา	Open Coding	Axial Coding
ผู้วิจัย	คุณแม่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อด้านราคาของการเลือกซื้ออาหารปรุงสุกสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก แบบจัดส่งถึงที่		
ผู้ให้ข้อมูล	ไม่เกิน 100 บาท	น้อยกว่า 100 บาท	ราคา
ผู้ให้ข้อมูล	มีราคาสูงกว่าสินค้าปกติตามร้านสะดวกซื้อ ขอมรับได้ที่ราคา 70 บาท / มื้อ	ราคาสูงกว่าปกติ น้อยกว่า 70 บาท	ราคา
ผู้ให้ข้อมูล	ราคาต้องไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการปรุงอาหารเอง (ราคา 50-100 บาท)	ราคาใกล้เคียงกับการปรุงเอง 50 - 100 บาท	ราคา
ผู้ให้ข้อมูล	50 บาท/มื้อ และ 150 บาท/ชุดพิเศษ	ราคา ต่อมื้อ 50 บาท ราคาชุดพิเศษ 150 บาท	ราคา
ผู้ให้ข้อมูล	40 – 50 บาท / มื้อ (ถ้วยเด็ก) ผูกปิ่นโต 80 บาท เมนูพิเศษ อาทิตย์ละ 2 – 3 ครั้ง	ราคา ต่อมื้อ 40-50 บาท ราคาชุดพิเศษ 80 บาท	ราคา
ผู้ให้ข้อมูล	ราคา 45-60 บาท และไม่เกิน 100 บาท/มื้อ เช่น เมนูพิเศษ แซลมอน	ราคา ต่อมื้อ 45-60 บาท ราคาชุดพิเศษ 100 บาท	ราคา
ผู้ให้ข้อมูล	ราคาสูง ต้องเสียค่าจัดส่ง	ราคาสูง รวมค่าจัดส่ง	ราคา

## ภาคผนวก ง

### ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview)

#### ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ

การทำให้คุณแม่มั่นใจ ถ้าลักษณะอาหารเหมือนเป็นอาหารที่ปรุงสดๆ ไม่ได้บรรจุภาชนะปิดสนิทในเชิงอุตสาหกรรมแบบนี้ คงไม่เข้าข่าย "อาหารในภาชนะบรรจุปิดสนิท" ตามกฎหมายจะไม่สามารถสร้างความมั่นใจได้จากหน่วยงานรับรอง เช่นการขอฉลาก ขอ อ.ย. ขอการรับรองการจัดการที่ดี (GMP) เพราะจะเป็น โฮมเมด (Home Made) เหมือนที่ทำข้าวกล่อง ข้าวแกง หรืออาหารสุขภาพขายทั่วไปที่ไม่เข้าเกณฑ์ที่จะทำได้

ในกรณีนี้สิ่งที่ทำให้ลูกคุณแม่ใจได้ เข็มรถก็จะเป็นการสื่อสารกับลูกคำว่ามีวิธีการเลือกวัตถุดิบอย่างไร มีแหล่งที่น่าไว้วางใจหรือไม่ เก็บอย่างไร กรรมวิธีการผลิตทำที่ไหน อย่างไร ใช้อุปกรณ์อะไร สะอาดหรือไม่ ป้องกันไม่ให้แต่ละเมนูปนเปื้อนกันอย่างไรสำหรับคนที่กลัวแพ้และกรรมวิธีในการจัดเก็บ และขนส่งเป็นอย่างไร เช่น ควบคุมอุณหภูมิตู้เก็บ และรถขนส่งโดยมีการวัดอุณหภูมิชัดเจน (จะให้คืออยู่ที่ประมาณ 4-8 องศา) มีการระบุวันเวลาที่ผลิต และวันเวลาที่หมดอายุ การศึกษาเรื่องวันหมดอายุค่อนข้างทำได้ยาก ไม่สามารถคิดเอาเองได้ อาจต้องส่งแต่ละเมนูไปตรวจหาจุลินทรีย์ว่าเมื่อเวลาผ่านไป จุลินทรีย์เพิ่มมากแค่ไหน ลักษณะกลิ่นรสเปลี่ยนไปหรือไม่ ยุ่งยาก และราคาแพง แนะนำให้การันตีเวลาจากจุดผลิต แล้วส่งถึงมือภายในกี่ชั่วโมง เช่น 4 ชั่วโมง อาจลองศึกษาคำว่าสด (Fresh) ที่แม่ต้องการ หมายถึงภายในเวลาที่กี่ชั่วโมง ถ้าเป็นเวลาสั้นๆ คงไม่จำเป็นต้องกำหนดวันหมดอายุ แค่ระบุวันเวลาที่ผลิตก็พอ ในเชิงรับคงต้องลุ้นให้แม่คงกล้าลองกับลูกตัวเอง เรื่องนี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนมากกับเด็กอายุต่ำกว่า 1 ขวบ แต่ถ้าเกิน 1 ขวบแม่คงกล้าลองมากขึ้น ซึ่งช่วงวัยนั้นก็กินอาหารคล้ายๆ ผู้ใหญ่แล้ว ไม่ค่อยจำเป็นต้องหาอาหารที่เตรียมพิเศษแบบนี้ ดังนั้นต้องตีโจทย์ให้คิดว่าจะเน้นช่วงอายุไหน โอกาสอาจอยู่ที่ช่วงก่อน 1 ขวบปีมากกว่า แต่อุปสรรคก็คือแม่อาจไม่กล้าเสี่ยง และถ้ามีการเจ็บป่วยขึ้นมา ไม่ว่าจะเกิดจากอาหารเราจริงหรือไม่ ก็พิสูจน์ยาก และจะกลายเป็นเรื่องใหญ่ พ่อแม่บางคนอาจฟ้องร้องแจ้งความก็ได้ ในแง่ของการทำอาหารสดมีความเสี่ยงอยู่แล้ว เราจะปกป้องตัวเองได้ลำบากถ้ามีเรื่องฟ้องร้อง นี่คือการยาก

ต้องสร้างภาพขายความเป็นคนละเอียดรอบคอบ โปร่งใส และรู้จักจริงในเรื่องนี้ เพื่อชดเชยความรู้สึกเสี่ยงของแม่ สร้างความมั่นใจจากหลายๆ ด้านเพื่อทำให้แม่รู้สึกเสี่ยงน้อยลง และต้องใส่ใจกับการผลิตมากๆ ถ้ามีการร้องเรียน (Complaint) ต้องหาสาเหตุ เลือกทำเมนูอาหารที่เสีย

ยาก เช่น เมนูที่มีรสเปรี้ยวโดยธรรมชาติ ใช้ของที่สดใหม่ ใช้ความร้อนในการปรุงอย่างเพียงพอ ภาชนะต้องสะอาด อุณหภูมิการเก็บต้องแน่นอน แนะนำให้ชัดเจนว่าควรให้เด็กทานเลย ไม่เก็บไว้ หรือเมนูที่อุ่นได้ ก็แนะนำให้อุ่นจนเดือดก่อน เพื่อป้องกันไม่ให้เด็กเจ็บป่วย และป้องกันตัวเราเอง ไม่ให้ถูกฟ้องร้องด้วย

เรื่องความอร่อย อาจบิดไปเล่นเรื่องรสชาติธรรมชาติ ไม่ปรุงแต่ง แล้วให้ข้อมูลความรู้ (Educate) กับคุณแม่ว่า นี่ก็อร่อย แต่นิยามความอร่อยของเด็กกับอร่อยของผู้ใหญ่ไม่เหมือนกัน เราจริงจัง และจะช่วยคุณแม่สร้างนิสัยการกินที่ดีให้กับลูกได้ ให้เป็นเด็กทานง่ายด้วยรสอร่อยแบบธรรมชาติ เพื่อให้ลูกมีนิสัยการกินที่ดี และมีสุขภาพดีในอนาคต การให้ความรู้พวกนี้ เป็นการเพิ่มคุณค่า (Value Added) ที่เต็มให้สินค้าได้ โดยลงทุนแค่หาข้อมูลเพิ่มเติมหรือปรึกษาผู้ที่รู้จริงแล้วเอามาอ้างอิง

