

การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรณภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าเยลลี่



รายงานการศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระเรื่อง “การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าเยลลี่” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความเมตตา กรุณา และความอนุเคราะห์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ผู้วิจัยขอใช้พื้นที่กิตติกรรมประกาศนี้ในการกล่าวขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. พัลลภา ปีติสันต์ ซึ่งเสียสละเวลาเพื่อเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษา ตลอดจนช่วยชี้แนะแนวทางในการแก้ไขให้การศึกษาวิจัยอิสระนี้สำเร็จลุล่วง ขอขอบพระคุณประธานกรรมการและคณะกรรมการสอบ ซึ่งให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญและนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานสาขาการจัดการธุรกิจอาหาร ที่ช่วยตรวจสอบความถูกต้องและประสานงานให้การดำเนินงานวิจัยสามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงคณะเจ้าหน้าที่ท่านอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัย

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

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษาและเป็นแรงใจ ในการทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ซึ่งคอยให้กำลังใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยตลอดตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยอิสระนี้จะสามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีประโยชน์ต่อผู้วิจัย และผู้ที่สนใจการศึกษาวิจัยอิสระนี้ไปต่อยอดได้ ทั้งนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าเยลลี่
A STUDY OF PACKAGING ELEMENT THAT AFFECT CHILDREN PURCHASING
DECISION OF JELLY

สุพิชฌาย์ กุลวงศ์ 5650302

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎี : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ, Ed.D., กิติชัย ราชมหา, M.B.A.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงสิ่งที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือก
สินค้าขนมเยลลี่โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในเด็กช่วงอายุ 7-11 ปีจาก โรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียน
เอกชน จำนวน 30 คน

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านสี เด็กจะเลือกสีที่ชอบ จากสีที่
ตนเองชอบ จากสีที่ตรงความเป็นจริง อีกทั้งเด็กยังมีการแบ่งแยกเพศจากสี ทางด้านภาพประกอบนั้น
เด็กจะเลือกภาพประกอบที่เป็นการ์ตูนคาแรคเตอร์ที่ตนเองชอบ ทางด้านขนาดของสินค้า เด็กมีการ
เชื่อมโยงขนาดกับปริมาณ เด็กจะเลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เพื่อให้ได้ปริมาณมาก ทางด้านรูปร่าง
ของบรรจุภัณฑ์เด็กมีการคำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ภายหลังจากการรับประทาน และ
เพื่อความสะดวก ทางด้านตราสินค้า เด็กสามารถจดจำตราสินค้าได้ แต่เด็กจะไม่สนใจตราสินค้า
ทางด้านปัจจัยอื่นๆ ทางด้านของแถม มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็กในวัย 7-11 ปี
และเมื่อต้องมีการแบ่งปันของให้กับผู้อื่นนั้น เด็กในวัย 7-11 ปี สามารถที่จะคำนึงถึงผู้รับ โดยมีการ
จดจำพฤติกรรม หรือการสังเกต ในสิ่งที่ผู้รับนั้นชื่นชอบ

คำสำคัญ : ขนมเยลลี่/องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 โครงสร้างงานวิจัย	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 องค์ประกอบของบรรจุกัมภ์	4
2.2 ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์	6
2.3 ภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ	7
2.4 ทฤษฎีความสามารถในการเข้าใจทัศนะของผู้อื่น	7
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	9
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย	9
3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย	10
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	12
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	14
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	21
4.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า	95
4.2 ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า	115
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยข้อเสนอแนะ	121
5.1 สรุปผลการวิจัย	121
5.2 อิทธิพลขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจ	122
5.3 ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสำคัญในการเลือกสินค้า	126
5.4 ความสนใจในการเลือกสินค้านี้ระหว่างเด็กที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน	126
5.5 ความแตกต่างระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้สัมภาษณ์โดยตรง กับการสัมภาษณ์โดยใช้ชุดมาสคอต	127
5.6 ข้อเสนอแนะ	127
บรรณานุกรม	129
ภาคผนวก	133
ภาคผนวก ก ภาพแสดงตัวอย่างสินค้า	134
ประวัติผู้วิจัย	136

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด 30 คน	10
3.2	แสดงบรรจุกฎเกณฑ์สินค้าเคลือบทั้งหมด 33 แบบ	13
4.1	แสดงการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง 30 คน	21
4.2	แสดงตัวอย่างการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทป ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1	22
4.3	แสดงจำนวนรหัสแบบเปิดของผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1-15 โรงเรียนรัฐบาลและคนที่ 16-30 โรงเรียนเอกชน จำนวน 30 คน	27
4.4	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1	59
4.5	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 2	60
4.6	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 3	61
4.7	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 4	62
4.8	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 5	63
4.9	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 6	64
4.10	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 7	65
4.11	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 8	66
4.12	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 9	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.25	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 22	80
4.26	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 23	81
4.27	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 24	82
4.28	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 25	83
4.29	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 26	84
4.30	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 27	85
4.31	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 28	87
4.32	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 29	88
4.33	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์และรหัสคัดสรร จากผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 30	89
4.34	แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด เพื่อสร้างรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์	90

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
3.1	แสดงการจัดเรียงขนมเยลลี่ทั้ง 33 แบบที่让孩子เลือกชั้นที่ชอบที่สุดและเลือกสีที่ชอบ	15
3.2	แสดงขนมเยลลี่ที่มีภาพประกอบต่างๆที่让孩子เลือก	16
3.3	แสดงขนมเยลลี่ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก让孩子เลือก	16
3.4	แสดงขนมเยลลี่ในบรรจุภัณฑ์รูปร่างต่างๆ让孩子เลือก	17
3.5	แสดงขนมเยลลี่แบบมีของแถมและไม่มีของแถม让孩子เลือก	18
3.6	แสดงมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์และมาสคอตสัตว์让孩子เลือก	19
3.7	แสดงมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์ผู้ชายและผู้หญิง让孩子เลือก	19
4.1	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือก	95
4.2	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์	100
4.3	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับขนาดของบรรจุภัณฑ์	103
4.4	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุภัณฑ์	107
4.5	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์	110
4.6	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์	113
4.7	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับของแถม	115
4.8	แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับมาสคอตต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึก	118

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประชากรเด็กกลายมาเป็นผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของพ่อแม่ (Helene Hill, 2002) ถึงแม้ว่าจำนวนประชากรเด็กจะมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการเกิดที่ลดต่ำลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) แต่อิทธิพลและกำลังในการซื้อไม่ได้ลดลงลงไปตามจำนวนประชากรเด็กที่ลดลง กลับทำให้ตลาดสินค้าสำหรับเด็กกลับมาสนใจเพิ่มมากขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการมีลูกน้อยลงพ่อแม่ยอมเอาอกเอาใจมากขึ้นดังนั้นจึงทำให้เด็กมีอิทธิพลในครอบครัวมากขึ้นกว่าเดิม หากบุตรหลานต้องการอะไร พ่อแม่และผู้ปกครองยินดีที่จะซื้อให้เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นโดยเด็กช่วงอายุ 7-11 ปี ซึ่งอยู่ในลำดับขั้นปฏิบัติการคิดด้านรูปธรรม (Concrete Operation Stage) พัฒนาการทางด้านสติปัญญาและความคิดของเด็กวัยนี้สามารถสร้างกฎเกณฑ์และตั้งเกณฑ์ในการแบ่งสิ่งแวดล้อมออกเป็นหมวดหมู่ได้เด็กวัยนี้สามารถที่จะเข้าใจเหตุผลรู้จักการแก้ปัญหาสิ่งต่างๆที่เป็นรูปธรรม อีกทั้งยังมีความสามารถในการตีความข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นระบบมากขึ้น เด็กมีความสามารถในการวิเคราะห์สินค้าหรือสิ่งเร้าได้ในหลายมิติ นำไปสู่รูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าที่พิจารณาลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้ามากกว่าหนึ่งมิติ มีการปรับวิธีการโน้มน้าวเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ โดยการนำเอาความเห็นของผู้อื่น เช่น พ่อแม่ มาใช้ (John, 1999)

การทำวิจัยนี้มีจุดสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับบรรจุกฎเกณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า เนื่องจากเด็กเป็นผู้บริโภคที่ได้รับการอนุญาตให้มีทางเลือกหลากหลายโดยเฉพาะสิ่งที่เด็กเลือกรับประทาน สิ่งที่สำคัญมากพอๆกับสิ่งที่เด็กรับประทานคือบรรจุกฎเกณฑ์ภายนอกที่ไม่ใช่แค่เพียงปกป้องสินค้าด้านในหรือเพื่อสุขอนามัยเท่านั้น แต่ยังใช้เพื่อการขายเป็นหลัก ซึ่งบรรจุกฎเกณฑ์นี้อาจมีผลต่อการประเมินด้านประสาทสัมผัสของเด็กเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในบรรจุกฎเกณฑ์ด้วย (Allison, 1999) อีกทั้งเด็กยังมีอิทธิพลต่อพ่อแม่ ด้วยการรบเร้าเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ (Nicholls and Cullen, 2004) ดังนั้นสิ่งที่เด็กวัย 7-11 ปี สามารถสังเกตได้คือ หีบห่อ หรือบรรจุกฎเกณฑ์ของสินค้า (Packaging) ที่เด็กสามารถรับรู้ได้จาก สี (Color) ภาพประกอบ (Illustration) ขนาด (Size) รูปร่าง

(Shape) ตราสินค้า (Brand) และตัวอักษร (Letter) ซึ่งมีผลต่อการประเมินจากการรับรู้กับสิ่งที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ของเด็กและจากผลการวิจัยพบว่าเด็กกล้าที่บอก และยินดีที่จะตอบคำถามกับสิ่งไม่มีชีวิตมากกว่าคน และสภาพแวดล้อม และฐานะของครอบครัวมีผลต่อการรับรู้ ความชอบและการตัดสินใจของเด็ก

ขนมเยลลี่เคี้ยวหนึบนั้นจัดอยู่ในส่วนหนึ่งของตลาดสินค้าลูกอม โดยในปี 2558 ตลาดลูกอมในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 8,074 ล้านบาท โดยส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มลูกอมแบ่งออกเป็น ลูกอมเม็ดแข็ง 43% ลูกอมเคี้ยวหนึบ 18% เยลลี่เคี้ยวหนึบ 16% ลูกอมอัดเม็ด 14% และอื่นๆ 9% (บริษัท มอนเดลีซ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด, 2558) ซึ่งขนมเยลลี่เคี้ยวหนึบนั้นมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับสาม แต่เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคหลักของขนมเยลลี่เคี้ยวหนึบคือเด็กและคนในครอบครัว โดยที่ขนมเยลลี่ที่ขายอยู่ในประเทศไทยนั้น มีหลายหลายรูปแบบหลากหลายรสชาติ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่ององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ ซึ่งยังไม่เคยมีงานวิจัยมาก่อน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในธุรกิจสินค้าอาหารประเภทกลุ่มเยลลี่เคี้ยวหนึบ ทางด้านการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการตลาด และช่วยเพิ่มแรงจูงใจต่อเด็กให้เลือกซื้อสินค้าไปจนถึงการเพิ่มยอดขายได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่
- 1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า
- 1.2.3 เพื่อศึกษาถึงความสนใจในการเลือกสินค้านี้ระหว่างเด็กที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน
- 1.2.4 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเลือกมาสกอตในการสัมภาษณ์เชิงลึก

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ศึกษาถึงการเลือกสินค้าของเด็กในช่วงอายุระหว่าง 7-11 ปี ที่ศึกษาอยู่ในกรุงเทพมหานครในโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน โดยสินค้าที่ทำการศึกษา คือ ขนมเยลลี่ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาและประมวลผลข้อมูลเริ่มตั้งแต่ พฤษภาคม – ธันวาคม 2558

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทราบถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า
- 1.4.2 ทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า
- 1.4.3 นำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในเรื่องของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับเด็กเพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อ และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

1.5 โครงสร้างของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ประกอบด้วย 5 บท ในบทที่ 1 กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภคเด็กในช่วงอายุ 7-11 ปี องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทเยลลี่ ซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้ และกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตการศึกษาและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ส่วนต่อมา คือบทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย บทที่ 4 ผลการวิจัย และบทที่ 5 สรุปผลงานวิจัยและข้อเสนอแนะของงานวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าเคลลี่” มีการนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบเพื่อการศึกษาวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า ส่วนที่ 2 ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์ ส่วนที่ 3 ภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ (Gender Stereotype) ส่วนที่ 4 ทฤษฎีความสามารถในการเข้าใจทัศนะของผู้อื่น (Social Perspective Taking) และส่วนที่ 5 อิทธิพลของเด็กที่มีต่อพ่อแม่ (Pester Power)

2.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ (Packaging Element)

บรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดต้องมีส่วนประกอบต่าง ๆ นำมารวมกันให้ออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่ง Kotler (2003) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญมี 6 อย่าง เช่น สี ขนาด รูปแบบ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร และตราสินค้า ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคสามารถที่จะมองเห็นเป็นอันดับแรก

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็น เด็กปฐมวัย อายุ 7 -11 ปี ซึ่งกำลังเริ่มต้นเรียนรู้กับสิ่งใหม่ๆ ซึ่งเด็กปฐมวัยสามารถรับรู้และเข้าใจปัญหาที่เป็นรูปธรรมส่วนปัญหาที่เป็นนามธรรมนั้นเด็กยังไม่สามารถแก้ไขได้ ดังนั้น ทางทีมผู้วิจัยจึงเลือกศึกษา สี (Color) ภาพประกอบ (Illustration) รูปร่าง (Shape) ขนาด (Size) ตัวอักษร (Letter) และ ตราสินค้า (Brand)

- สี (Color)

สีทำหน้าที่ในการสื่อสารและเป็นตัวดึงดูดกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งที่จะต้องสื่อสารให้กับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์เป็นของกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะเด็กที่มีทักษะความรู้ความเข้าใจอย่างจำกัดเนื่องจากอายุน้อย ซึ่งเด็กจะประเมินจากภาพ (Visual) ของสินค้าที่สามารถมองเห็นได้ก่อน (Roedder-John and Sujana, 1990) และเป็นที่ทราบกันดีว่าเด็กๆค่อนข้างมีประสาทสัมผัสเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ที่ไวต่อความรู้สึกของเด็กมากที่สุด (McNeal, 1964, 1992) โดยที่เด็กจะเลือก

สินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์ที่ชอบหรือนำสีไปเชื่อมโยงกับสิ่งที่ชอบ มีการคำนึงถึงบุคคลที่จะเลือกให้ จนถึงมีการแบ่งเพศชายหญิงจากการเลือกสี (มณีรัตน์ บุญมัชยะและวารัญญกรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556)อีกทั้งบนชั้นวางสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีสีสดใส สามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสว่าง (Devismes, 2000) โดยเฉพาะสีเหลืองสีแดง และสีน้ำเงิน สามารถมองเห็นสินค้าได้ชัดเจนที่สุดบนชั้นวาง (Cavassilas, 2007) มีนักวิจัยชาวฝรั่งเศส Pantin-Sohier (2009) ได้แสดงให้เห็นว่า สีของบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลโดยตรงกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand's image) และ Hutchings (2003) ได้ชี้ให้เห็นว่าสีสว่างมีอิทธิพลทำให้เด็กเลือกมากกว่าบนชั้นวางสินค้า

- ภาพประกอบ (Illustration)

ภาพประกอบ คือ ภาพที่วาดขึ้นมา หรือนำมาแสดงเพื่อใช้ประกอบเรื่อง (ราชบัณฑิตสถาน, 2538) และแสดงให้เห็นการอธิบายประกอบตัวอย่างด้วยรูปภาพ ที่ลงคู่กับเรื่องราวเพื่อให้เห็นเรื่องราวนั้นชัดเจนขึ้น (มานิต มานิตเจริญ, 2520) ซึ่งสิ่งที่เด็กมีปฏิสัมพันธ์และชอบมากที่สุดคือ การ์ตูน หรือแบรนด์คาแรคเตอร์ (Brand Character) ที่เด็กๆต่างมีประสบการณ์ร่วมด้วย โดยมีนักวิจัย Robinson, Borzekowski, Matheson and Kraemer (2007) ได้แสดงให้เห็นว่าเด็กๆมีความชอบนมและแครอทเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการนำโลโก้ McDonald พิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ French and Stables (2003) พบว่าโปรโมชันส่งเสริมการขายผลไม้ในร้านอาหารของโรงเรียน เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจ สามารถกระตุ้นให้เด็กมีการซื้อผลไม้บริโภคมากขึ้น และมีผลการวิจัยได้พิสูจน์ว่า การ์ตูนแบรนด์คาแรคเตอร์สามารถกระตุ้นความสนใจและความชอบในการซื้อสินค้าของเด็กได้มากขึ้นอีกด้วย (Simone et al., 2011) และเด็กยังมีการแยกเพศชายและหญิงจากภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ (มณีรัตน์ บุญมัชยะและวารัญญกรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556)

- รูปร่าง (Shape)

รูปร่างเป็นส่วนที่มีผลกับการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก รูปร่างเป็นจุดที่ดึงดูดผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า การใช้รูปร่าง ซึ่งเป็นลักษณะของสินค้าที่มีจุดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งและสื่อถึงตราสินค้า จะช่วยทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ อีกทั้งทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำสินค้าได้ (Limstrom, 2005)

รูปร่างของบรรจุภัณฑ์จะมีอิทธิพลต่อเด็กโดยรูปร่างที่แปลกตาจะดึงดูดความสนใจของเด็ก และเด็กยังชอบที่จะทดลองสินค้าใหม่ๆที่มีรูปร่างแตกต่างกัน (Silayoi and Speece, 2004) โดยที่เด็กจะมีการเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ชอบหรือเชื่อมโยงกับสิ่งที่ชอบ และเหมาะสมกับการบริโภค (มณีรัตน์ บุญมัชยะและวารัญญกรณ์ ทวีรุจจนะ, 2556)

- ขนาด (size)

ในเด็กเล็กขนาดของบรรจุภัณฑ์มีผลอย่างมากต่อการรับรู้ในสินค้าของเด็ก โดยที่เด็กจะรับรู้ปริมาณของสินค้าจากขนาดของบรรจุภัณฑ์ โดยไม่ได้คำนึงถึงองค์ประกอบอื่น เช่น ฉลาก (Soldow, 1983) และเด็กยังเลือกขนาดสินค้าที่เหมาะสมกับการบริโภค (มณีรัตน์ บุญมัชชะและวรัญญูภรณ์ ทวีรุจนะ, 2556) โดยที่เด็กจะชอบขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากเด็กคิดว่าในบรรจุภัณฑ์นั้นมีอาหารอร่อย ซึ่งแตกต่างจากพ่อแม่ที่ชอบบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่มากกว่าเพราะคิดว่ามีคุณค่าทางโภชนาการ (Howkes, 2010)

- ตัวอักษร (Letter)

ตัวอักษรหมายถึง ตัวอักษร ตัวเลข สัญลักษณ์ต่างๆ รวมถึงสระและวรรณยุกต์ ที่สร้างขึ้นด้วยการขีดเขียนเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์และเพื่อการสื่อความหมายแทนคำพูด ตัวอักษรถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความคิด บอกเล่าความหมายของข้อความแทนการพูดหรือการใช้เสียง (สันติ คุณประเสริฐ, 2542)

- ตราสินค้า (Brand)

ตราสินค้าหมายถึง ชื่อ คำ สัญลักษณ์ การออกแบบ หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่งหรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง (Armstrong and Kotler, 2007) เป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่ทำให้เกิดการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าขึ้น ในใจผู้บริโภค (Schiffman and Kanuk, 2007) และตราสินค้ายังสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคผ่านบรรจุภัณฑ์อีกด้วย (Duncan, 2002)

2.2 ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์

เพียเจต์ (Piaget, 1936) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการทางด้านความคิดของเด็กว่ามีขั้นตอนหรือกระบวนการอย่างไร ทฤษฎีของเพียเจต์ตั้งอยู่บนรากฐานของทั้งองค์ประกอบที่เป็นพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม โดยได้อธิบายว่าการเรียนรู้ของเด็กเป็นไปตามพัฒนาการทางสติปัญญาซึ่งจะมีพัฒนาการไปตามวัยต่าง ๆ เป็นลำดับขั้น โดยที่พัฒนาการเป็นสิ่งที่เป็นไปตามธรรมชาติ (Lall and Lall, 1983) ในงานวิจัยนี้สนใจศึกษาในเด็กช่วงอายุ 7-11 ปี ซึ่งอยู่ในลำดับขั้นปฏิบัติการคิดด้านรูปธรรม (Concrete Operation Stage) พัฒนาการทางด้านสติปัญญาและความคิดของเด็กวัยนี้สามารถสร้างกฎเกณฑ์และตั้งเกณฑ์ในการแบ่งสิ่งแวดล้อมออกเป็นหมวดหมู่ได้เด็กวัยนี้สามารถที่จะเข้าใจ

เหตุผลรู้จักการแก้ปัญหาสิ่งต่างๆที่เป็นรูปธรรมได้สามารถที่จะเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องความคงตัวของสิ่งต่างๆโดยที่เด็กเข้าใจว่าของแข็งหรือของเหลวจำนวนหนึ่งแม้ว่าจะเปลี่ยนรูปร่างไปก็ยังมีน้ำหนักหรือปริมาตรเท่าเดิมสามารถที่จะเข้าใจความสัมพันธ์ของส่วนย่อยส่วนรวมลักษณะเด่นของเด็กวัยนี้คือความสามารถในการคิดย้อนกลับนอกจากนั้นความสามารถในการจำของเด็กในช่วงนี้มีประสิทธิภาพขึ้นสามารถจัดกลุ่มหรือจัดการได้อย่างสมบูรณ์สามารถสนทนากับบุคคลอื่นและเข้าใจความคิดของผู้อื่น ได้ดี(Lall and Lall, 1983:45-54) อีกทั้งยังมีความสามารถในการตีความข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นระบบมากขึ้น เด็กมีความสามารถในการวิเคราะห์สินค้าหรือสิ่งเร้าได้ในหลายมิติ นำไปสู่รูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าที่พิจารณาลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้ามากกว่าหนึ่งมิติ มีการปรับวิธีการโน้มน้าวเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ โดยการนำเอาความเห็นของผู้อื่น เช่น พ่อแม่ มาใช้ (John,1999)

2.3 ภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ (Gender Stereotype)

Gender Stereotype หมายถึง ความเชื่อหรือทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นชาย (Masculinity) หรือความเป็นหญิง (Femininity) ในด้านพฤติกรรมและคุณลักษณะ (Del Boca and Ashmore, 1980) ซึ่งเด็กจะมีการพัฒนาในเรื่อง Gender Stereotype ไปจนกระทั่งอายุ 6-8 ปี หรือในช่วง Middle Childhood (Martin et al., 1990) โดยเด็กจะเรียนรู้จากสิ่งที่พบเห็นหรือได้ยินจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว (Bussey and Bandura, 1999) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กเกี่ยวกับ Gender Stereotype พบว่าเด็กจะมีการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งของชนิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแต่ละเพศโดยตรง เช่น เด็กผู้ชายเล่นรถ เด็กผู้หญิงเล่นตุ๊กตา และจะมีการพัฒนาการมากขึ้นในการเชื่อมโยงข้อมูลที่ซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับเพศของตนเอง (Martin et al., 1990)

2.4 ทฤษฎีความสามารถในการเข้าใจทัศนะของผู้อื่น (Social Perspective Taking)

ผศ.คุลยา จิตตะยโสธร (2553) ได้อธิบายถึงแนวคิดของ Robert Selman (1979) นักจิตวิทยาชาวอเมริกันว่า รูปแบบพัฒนาการความสามารถในการเข้าใจในทัศนะจะพัฒนาไปตามระดับอายุ ไม่มีการกระโดดข้ามขั้น และลักษณะของความสามารถในแต่ละระดับจะแตกต่างกันในเชิงคุณภาพ โดย Selman ได้แบ่งพัฒนาการความสามารถในการเข้าใจทัศนะคดีผู้อื่นเป็น 5 ขั้น แต่ในงานวิจัยนี้ศึกษาเด็กอายุระหว่าง 7-11 ปี จึงจะกล่าวถึงเพียงขั้นที่ 2 เท่านั้น

ขั้นที่ 2 ความสามารถในการสะท้อนมุมมองของตนเอง หรือการพิจารณาไตร่ตรอง มุมมองกันและกัน (Self-reflection or Reciprocal Perspectives) ช่วงอายุ 7-12 ปี เด็กสามารถเข้าใจ คนอื่น ได้มากขึ้น สามารถพิจารณาไตร่ตรองความคิดและการกระทำของตนเอง และเข้าใจว่าผู้อื่นก็ สามารถทำเช่นนั้นได้ เช่นกัน โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีความต้องการเหมือนกัน เด็กเริ่มมีความสามารถ ในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Step in Another Person's Shoes) สามารถคาดคะเนเจตนาการกระทำ ของผู้อื่น ได้ และรู้ว่าผู้อื่นก็รู้ว่าตนเองสามารถรับรู้เข้าใจเขา เด็กเริ่มรู้จักความคิดซ้อนความคิดเช่น “ฉันคิดว่าเขาคิดว่า...” เป็นต้น



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรณภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าเฮลตี้” เป็นการวิจัยที่ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก(Indepth Interview)เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. ผู้เข้าร่วมวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. ขั้นตอนในการวิจัย

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยคือ

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้มาสคอตเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะมีการกำหนดแนวทางในการเขียนเค้าโครงงานวิจัยและเสนอผลการศึกษาร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ โดยแบ่งคำถามเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกถามคำถามทั่วไป ส่วนที่สองถามเกี่ยวกับความสนใจในการเลือกสินค้าของเด็ก โดยสินค้าที่นำมาให้เด็กเลือก ได้แก่ เฮลตี้

● คำถามทั่วไป โดยวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเลือกสินค้าเฮลตี้และความคุ้นเคยในการเลือกสินค้า ของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรูปแบบของคำถามดังนี้

- น้องชอบเฮลตี้ไหมคะ
- น้องเคยเลือกซื้อขนมเฮลตี้ไหมคะ
- น้องเคยเลือกซื้อขนมเฮลตี้ที่ไหนคะ

- น้องเคยเลือกชื่อขนมเยลลี่กับใครคะ
- ใครเป็นคนเลือกเยลลี่คะ
- คำถามเกี่ยวกับความสนใจของเด็กที่มีต่อสินค้าเยลลี่
- คำถามเกี่ยวกับมาศคอตต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ผล

3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย

ผู้เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้ เป็นเด็กที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่อายุ 7-11 ปี ที่เคยเลือกชื่อและรับประทานสินค้าเยลลี่ จำนวน 30 คน จากโรงเรียน 2 แห่ง คือ โรงเรียนรัฐบาลและเอกชน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

3.2.1 โรงเรียนพิบูลประชาสรรค์ สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 15 คน แบ่งเป็น เพศหญิง 9 คน และเพศชาย 6 คน

3.2.2 โรงเรียนกานดา สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน จำนวน 15 คน แบ่งเป็น เพศหญิง 9 คน เพศชาย 6 คน

ตารางที่ 3.1 แสดงผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด 30 คน

คนที่	เพศ	อายุ	โรงเรียน
1	หญิง	7	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
2	หญิง	7	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
3	ชาย	7	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
4	ชาย	8	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
5	หญิง	8	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
6	ชาย	8	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
7	หญิง	9	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
8	หญิง	9	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
9	ชาย	9	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
10	ชาย	10	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์

ตารางที่ 3.1 แสดงผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด 30 คน (ต่อ)

11	หญิง	10	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
12	ชาย	10	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
13	หญิง	11	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
14	หญิง	11	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
15	หญิง	11	โรงเรียนพิบูลย์ประชาสรรค์
16	หญิง	7	โรงเรียนกานดา
17	หญิง	7	โรงเรียนกานดา
18	หญิง	7	โรงเรียนกานดา
19	ชาย	8	โรงเรียนกานดา
20	หญิง	8	โรงเรียนกานดา
21	หญิง	8	โรงเรียนกานดา
22	ชาย	9	โรงเรียนกานดา
23	หญิง	9	โรงเรียนกานดา
24	ชาย	9	โรงเรียนกานดา
25	หญิง	10	โรงเรียนกานดา
26	หญิง	10	โรงเรียนกานดา
27	หญิง	10	โรงเรียนกานดา
28	ชาย	11	โรงเรียนกานดา
29	ชาย	11	โรงเรียนกานดา
30	ชาย	11	โรงเรียนกานดา

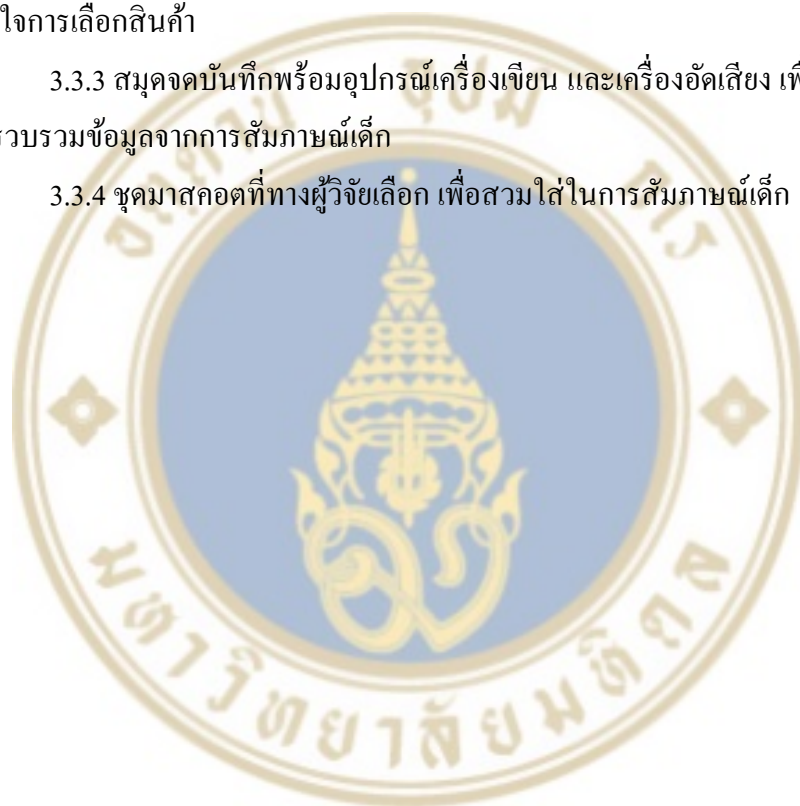
3.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.1 แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสอบถามเด็ก เกี่ยวกับความสนใจต่อการเลือกสินค้าของเด็ก เช่น ความชอบ และสาเหตุในการเลือกสินค้า

3.3.2 บรรจุภัณฑ์ของขนมเยลลี่รูปแบบต่างๆ เนื่องจากขนมเยลลี่มีหลากหลายรูปแบบ ผู้วิจัยจึงเลือกลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันที่มีความน่าสนใจในแต่ละยี่ห้อเพื่อมาทำการศึกษา เรื่อง สี ภาพประกอบ ขนาด รูปร่าง ตราสินค้า ตัวอักษร และปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

3.3.3 สมุดจดบันทึกพร้อมอุปกรณ์เครื่องเขียน และเครื่องอัดเสียง เพื่อใช้ในการบันทึกและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เด็ก

3.3.4 ชุดมาสคอตที่ทางผู้วิจัยเลือก เพื่อสวมใส่ในการสัมภาษณ์เด็ก



ตารางที่ 3.2 แสดงบรรจุภัณฑ์สินค้าเคลือบทั้งหมด 33 แบบ

				
1	2	3	4	5
				
6	7	8	9	10
				
11	12	13	14	15
				
16	17	18	19	20
				
21	22	23	24	25

ตารางที่ 3.2 แสดงบรรจุภัณฑ์สินค้าเคลือบทั้งหมด 33 แบบ(ต่อ)



3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้แบบสัมภาษณ์แล้วจึงนำมาใช้ในการสัมภาษณ์เด็กจริง ดังนี้

- คำถามทั่วไป
 - นื่องชื่ออะไรคะ
 - อายุเท่าไรคะ
 - เรียนชั้นอะไรคะ
 - ปกตินื่องไปซื้อของที่ไหนคะ
 - ปกตินื่องไปซื้อของกับใครคะ
 - ปกตินื่องไปซื้อของใครเป็นคนเลือกคะ
 - นื่องชอบเคลือบไหมคะ
 - นื่องเคยซื้อเคลือบไหมคะ
 - ปกตินื่องไปซื้อเคลือบที่ไหนคะ
 - ปกตินื่องไปซื้อเคลือบกับใครคะ
 - เวลานั้นไปซื้อเคลือบ ใครเป็นคนเลือกคะ
- คำถามเกี่ยวกับความสนใจของเด็กที่มีต่อสินค้าขนมเคลือบ

- ที่มีเมล็ด 33 แบบให้เลือก ถ้าพี่ให้เลือก 1 ชิ้น จะเลือกชิ้นไหนคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ
- น้องชอบเมล็ดห่อสีไหนมากที่สุดคะ
- ทำไมถึงชอบสีนั้นคะ



ภาพที่ 3.1 แสดงการจัดเรียงขนมเมล็ดทั้ง 33 แบบที่让孩子เลือกชิ้นที่ชอบที่สุดและเลือกสีที่ชอบ

- แล้วถ้าพี่ให้เลือกกล่องขนมที่มีลายการ์ตูน 4 แบบนี้ (ริรัคคุมะ ไดโนเสาร์ โดเรมอน ฮัลโหล กิตตี้) น้องจะเลือกแบบไหนคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ



ภาพที่ 3.2 แสดงขนมเยลลี่ที่มีภาพประกอบต่างๆที่让孩子เลือก

- ระหว่างเยลลี่ขนาดใหญ่กับขนาดเล็กแบบนี้ น้องจะเลือกแบบไหนคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ



ภาพที่ 3.3 แสดงขนมเยลลี่ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก让孩子เลือก

- ถ้าพื้มีเยลลี่ที่ใส่ในหีบห่อที่แตกต่างกัน 7 แบบให้น้องเลือก(ตามภาพ)
แบบนี้ น้องจะเลือกแบบไหนคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ



ภาพที่ 3.4 แสดงขนมเยลลี่ในบรรจุภัณฑ์รูปร่างต่างๆ ให้เด็กเลือก

- พื้มีขนมเยลลี่แบบเดียวกันให้เลือก 2 ชิ้น อันนี้มีของแถม อีกอันไม่มี
ของแถมน้องจะเลือกอันไหนคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ



ภาพที่ 3.5 แสดงขนมเยลลี่แบบมีของแถมและไม่มีของแถมให้เด็กเลือก

- น้องเคยสังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ไหมคะ
- น้องสนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ไหมคะ
- น้องอ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ไหมคะ
- น้องจำชื่อห่อเยลลี่ได้บ้างไหมคะ
- น้องสนใจเยลลี่ก่อนซื้อไหมคะ
- ทำไมถึงสนใจคะ
- (ถ้าน้องตอบไม่สนใจ)แล้วน้องเลือกเยลลี่อย่างไรคะ
- ถ้าพี่ให้น้องเลือกเยลลี่เอาไปให้ใครก็ได้จะเลือกเอาไปให้ใครบ้าง
- ทำไมถึงเลือกอันนั้นคะ
- ถ้าพี่ให้น้องเลือกให้คุณพ่อ 1 ชิ้น น้องจะเลือกอันไหนให้คุณพ่อคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ
- ถ้าพี่ให้น้องเลือกให้คุณแม่ 1 ชิ้น น้องจะเลือกอันไหนให้คุณแม่คะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ
- ถ้าพี่ให้น้องเลือกให้เพื่อน 1 ชิ้น น้องจะเลือกอันไหนให้เพื่อนคะ
- ทำไมถึงเลือกอันนี้คะ



ภาพที่ 3.6 แสดงมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์และมาสคอตสัตว์ให้เด็กเลือก

- ถ้าให้น้องเลือกระหว่างพีสตีชสีชมพูและพีสตีชสีฟ้า น้องจะเลือกคุยกะพีคนไหนคะ
- ทำไมน้องถึงเลือกพีคนี้นะ



ภาพที่ 3.7 แสดงมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์ผู้ชายและผู้หญิงให้เด็กเลือก

- ถ้าตอนแรกที่น้องเข้ามาในห้องแล้วถ้าพีให้น้องเลือกได้น้องจะคุยกะพีคนไหนคะ ระหว่าง พียิราฟ พีก๊อตซิลล่า พีม้าลาย พีเพนกวิน แล้วก็พีๆสตีช น้องจะเลือกคุยกะพีคนไหนคะ
- ทำไมน้องถึงเลือกพีคนี้นะ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เรียกว่า การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ (เบญญา ยอดคำเนิน-แอ็ดติกส์ และกาญญา ตั้งชลทิพย์, 2552)

3.5.1 อ่านและจับประเด็น โดยการอ่านข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด จนเข้าใจและจับประเด็นหลักๆ ได้

3.5.2 เปลี่ยนประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรหัส

3.5.3 จัดกลุ่มข้อมูล แยกแยะจัดกลุ่มข้อมูล รวมทั้งเชื่อมโยงข้อมูลที่สามารถจับกลุ่มสาระ หรือแนวคิดได้ (Concept)

3.5.4 เชื่อมโยงแนวความคิดต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อหาแบบแผนความสัมพันธ์ หรือแนวเรื่อง (theme) ที่เกิดขึ้น

3.5.5 ขยายขอบเขตของความเชื่อมโยง เพื่อให้เห็นภาพรวมของเรื่องที่ศึกษา

3.5.6 ตีความและหาความหมาย หรือคำอธิบายของประเด็นที่พบ

3.5.7 หาข้อสรุปที่เป็นสาระหลักของผลการวิเคราะห์ ตีความ และหาความหมาย

3.5.8 ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) 3 ด้าน (สุภางค์ จันทวานิช, 2547 : 31-33) ดังนี้

- ด้านข้อมูล (Data)

- ด้านเอกสาร ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันที่มาจากแหล่งต่างกัน
- ด้านบุคคล ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่ม

ได้แก่ กลุ่มเด็กโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน และเป็นเด็กช่วงอายุระหว่าง 7 - 11 ปี

- ด้านทฤษฎี ได้ใช้ทฤษฎีตามที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 เป็นเครื่องตรวจสอบ โดยมีข้อมูลทฤษฎีจากหลากหลายแหล่งที่มา

- ด้านผู้วิจัย ใช้ข้อมูลจากผู้วิจัยหลายคนที่วิจัยเรื่องเดียวกัน แต่สินค้าแตกต่างกันมา ตรวจสอบว่าได้ข้อมูลผลการวิจัยตรงกันหรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการวิจัยและศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรพบุรุษที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างเด็กช่วงอายุ 7-11 ปี จากโรงเรียน 2 แห่งในกรุงเทพมหานคร คือ โรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน จำนวนโรงเรียนละ 15 คน และผู้วิจัยสวมชุดมาสคอตในการสัมภาษณ์เด็ก โดยใช้แบบการสัมภาษณ์ที่มีแนวคำถามกำหนดไว้ล่วงหน้า จัดทำหัวข้อสัมภาษณ์เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถาม จนถึงการเก็บข้อมูลภาคสนามจากการบันทึกเสียงของผู้เข้าร่วมงานวิจัยและการจดบันทึก สามารถอธิบายขั้นตอนการสังเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. หลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คนจากทั้งสองโรงเรียน ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปและนำข้อมูลที่ได้อ่านบันทึกลงในตารางบทสนทนา

ตารางที่ 4.1 แสดงการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง 30 คน

ชื่อ อายุ..... โรงเรียน.....		
คำถาม	บันทึกข้อมูล (จากการถอดเทป)	ประเด็นสำคัญ

2. จากนั้นอ่านบันทึกอย่างละเอียดเพื่อจับใจความสำคัญ และทำการให้รหัสแบบเปิด (open coding)

ตารางที่ 4.2 แสดงการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		รหัสเปิด (open-coding)
ผู้วิจัย	น้องชื่ออะไรคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	วจ. ค่ะ	
ผู้วิจัย	อายุเท่าไรคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	7 ขวบ ค่ะ	
ผู้วิจัย	ปกติน้องไปซื้อของที่ไหนคะ	สถานที่
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เซเว่นค่ะ	เซเว่น
ผู้วิจัย	ปกติน้องไปซื้อของกับใครคะ	พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า
ผู้เข้าร่วมวิจัย	คุณตาค่ะ	ไปกับคุณตา
ผู้วิจัย	แล้วน้องเลือกของตัวเองหรือป่าวคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกเอง	เลือกเอง
ผู้วิจัย	น้องชอบทานเยลลี่ไหมคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	ก็ชอบค่ะ	ชอบเยลลี่
ผู้วิจัย	น้องเคยซื้อเยลลี่ไหมคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เคยค่ะ	เคยซื้อเยลลี่
ผู้วิจัย	ปกติน้องซื้อเยลลี่ที่ไหนคะ	สถานที่
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เซเว่นค่ะ	เซเว่น
ผู้วิจัย	เวลาน้องไปซื้อเยลลี่น้องไปกะใครคะ	พฤติกรรมในการเลือกซื้อเยลลี่
ผู้เข้าร่วมวิจัย	คุณตาค่ะ	ไปกับคุณตา
ผู้วิจัย	ใครเป็นคนเลือกคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกเองค่ะ	เลือกเอง
ผู้วิจัย	พื้มีเยลลี่ให้น้องเลือก 33 แบบ ถ้าพื้ให้ น้องเลือก 1 ชิ้น น้องจะเลือกชิ้นไหน คะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เบอร์ 14 ค่ะ	

ตารางที่ 4.2 แสดงการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 (ต่อ)

บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		รหัสเปิด (open-coding)
ผู้วิจัย	เพราะอะไรนี่ถึงเลือกอันนี้คะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะหนูชอบรสไค้ก๊ะ และมันมีรูปไค้ก หนูชอบทานไค้ก๊ะ	ชอบทานไค้ก
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกเบอร์ 9 โดเรมอน ค่ะ	โดเรมอน
ผู้วิจัย	ทำไมหนูถึงเลือกอันนี้คะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะหนูชอบโดเรมอน เพราะโดเรมอนสอนโนบิตะคะ	ชอบดูโดเรมอน เพราะโดเรมอนสอนโนบิตะคะ
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้เลือกระหว่างเยลลี่ขนาดนี้(ห่อใหญ่) กับ ขนาดนี้ (ห่อเล็ก) หนูจะเลือกแบบไหนคะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาดของบรรจุภัณฑ์
ผู้เข้าร่วมวิจัย	อันเล็กคะ	ขนาดเล็ก
ผู้วิจัย	ทำไมหนูเลือกอันเล็กคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะหนูชอบกินอันเล็ก มันน่ารักคะ	น่ารัก
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้เลือกระหว่างเบอร์ 1 5 11 26 28 30 31 หนูจะเลือกแบบไหนคะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกเบอร์ 11 ค่ะ	แบบซองทรงลูกบาศก์
ผู้วิจัย	ทำไมนี่ถึงเลือกอันนี้คะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะแบบซองมันแกะง่ายคะ	แกะง่าย
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้เลือกระหว่างอันนี้ (มีของแถม) กับ อันนี้ (ไม่มีของแถม) หนูจะเลือกอันไหนคะ	ของแถม
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกอันนี้คะ (มีของแถม)	ชอบของแถม
ผู้วิจัย	ทำไมนี่ถึงเลือกอันนี้คะ	

ตารางที่ 4.2 แสดงการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 (ต่อ)

บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		รหัสเปิด (open-coding)
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะว่าได้ของเล่นด้วยคะ	ได้ของเล่นเอาไปเล่นด้วย
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้เลือกจากสีน้องจะเลือกสีไหนคะ	องค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์ – สีของบรรจุกัณฑ์
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกสีชมพูคะ	ชมพู
บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		รหัสเปิด (open-coding)
ผู้วิจัย	ทำไมน้องเลือกสีชมพูคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะหนูชอบสีชมพูแล้วหนูก็ชอบทานสตอเบอรี่ด้วยคะ	เหมือนสตอเบอรี่
ผู้วิจัย	น้องเคยสังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่บ้างไหมคะ	องค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์ – ตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์
ผู้เข้าร่วมวิจัย	ไม่เคยคะ	ไม่เคยสังเกต
ผู้วิจัย	น้องสนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่บ้างไหมคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	ไม่สนใจคะ	ไม่สนใจ
ผู้วิจัย	น้องอ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่บ้างไหมคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	ไม่อ่าน	ไม่อ่าน
ผู้วิจัย	แล้วน้องจำชื่อห่อเยลลี่ได้ไหมคะ จำอันไหนได้บ้าง	องค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์ – ตราลิ้นคำ
ผู้เข้าร่วมวิจัย	จำได้คะหมีได้คะบางทีก็ผลไม้คะ	จำได้
ผู้วิจัย	แล้วน้องสนใจชื่อห่อก่อนซื้อไหมคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	ไม่คะ	ไม่สนใจ
ผู้วิจัย	แล้วปกติหนูเลือกเยลลี่ยังไงคะ	พฤติกรรมการเลือกเยลลี่

ตารางที่ 4.2 แสดงการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 (ต่อ)

บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		รหัสเปิด (open-coding)
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เลือกอันที่หนูชอบค่ะ อันที่หนูเคยทานแล้วอร่อยค่ะ	อันที่ชอบ อันที่เคยทาน
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้น้องเลือกไปให้ใครก็ได้ น้องจะเลือกให้ใครบ้างคะ	การเลือกสินค้าให้ผู้อื่น (Influencer)
ผู้เข้าร่วมวิจัย	พ่อ แม่ แล้วก็เพื่อนค่ะ	พ่อ แม่ และเพื่อน
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้น้องเลือกให้คุณพ่อ 1 ชิ้น น้องจะเลือกอันไหนให้คุณพ่อคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เบอร์ 29 ค่ะ	
ผู้วิจัย	เพราะอะไรน้องถึงเลือกอันนี้คะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	อยากให้พ่อทานผลไม้ค่ะ มันเป็นรูปผลไม้	อยากให้พ่อทานผลไม้ มันเป็นรูปผลไม้
ผู้วิจัย	แล้วถ้าพี่ให้น้องเลือกให้คุณแม่ล่ะคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เบอร์ 24 ค่ะ	
ผู้วิจัย	เพราะอะไรน้องถึงเลือกอันนี้คะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	อยากให้แม่ทานสตอเบอร์รี่ แม่ไม่เคยทาน	อยากให้แม่ทานสตอเบอร์รี่ แม่ไม่เคยทาน
ผู้วิจัย	ถ้าพี่ให้น้องเลือกให้เพื่อน น้องจะเลือกอันไหนคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เบอร์ 7 ค่ะ	
ผู้วิจัย	ทำไมเลือกอันนี้เอ่ย	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะเพื่อนหนูเยอะค่ะ	เพื่อนเยอะ จะได้แบ่งได้ทุกคน
ผู้วิจัย	ถ้าให้น้องเลือกระหว่างพีสดีชชี่ ชมพูและพีสดีชชี่ฟ้าน้องจะเลือกคูกะพีคนไหนคะ	มาสกอต

ตารางที่ 4.2 แสดงการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 (ต่อ)

บันทึกข้อมูลจากการถอดเทป		รหัสเปิด (open-coding)
ผู้เข้าร่วมวิจัย	หนูเลือกพี่สติขผู้หญิงสีชมพูค่ะ	สติขผู้หญิงสีชมพู
ผู้วิจัย	ทำไมน้องถึงเลือกพี่สติขสีชมพูคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะว่าหนูชอบสีชมพูค่ะ และพี่สติขสีชมพูเป็นผู้หญิงค่ะ	ชอบสีชมพูค่ะ และพี่สติขสีชมพูเป็นผู้หญิงค่ะ
ผู้วิจัย	ถ้าตอนแรกที่น้องเข้ามาในห้องแล้ว ถ้าพี่ให้น้องเลือกได้น้องจะคุยกะพี่คนไหนคะ ระหว่าง พี่ยิปราฟ พี่ก๊อต ซิลลา พี่มัลลา พี่เพนกวิน แล้วก็พี่ๆ สติข น้องจะเลือกคุยกะพี่คนไหนคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	พี่สติขสีชมพูค่ะ	สติขสีชมพูค่ะ
ผู้วิจัย	ทำไมถึงเลือกพี่สติขสีชมพูคะ	
ผู้เข้าร่วมวิจัย	เพราะพี่น่ารักค่ะแล้วหนูก็ชอบสีชมพู	พี่น่ารักค่ะแล้วหนูก็ชอบสีชมพู

เมื่อผู้วิจัยทำการให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ครบแล้วจึงทำการจับกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อความสะดวกในการเชื่อมโยงลำดับความคิด ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน โดยแบ่งเป็น โรงเรียนรัฐบาล 15 คน และ โรงเรียนเอกชน 15 คน มีจำนวนรหัสแบบเปิดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนรัฐบาล (กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1-15) และ โรงเรียนเอกชน (กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16-30) จำนวน 30 คน

ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนรหัสแบบเปิด (หน่วย : รหัส)	ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนรหัสแบบเปิด (หน่วย : รหัส)
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1	30	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16	32
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2	28	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17	30
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3	27	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18	28
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4	34	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5	24	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6	28	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7	29	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22	28
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8	32	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23	31
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9	31	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24	26
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10	26	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25	32
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11	28	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26	28
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12	28	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27	31
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13	30	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28	26
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14	31	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29	29
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15	27	กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30	29

การให้รหัสแบบเปิด (open coding) ของโรงเรียนรัฐบาล ดังนี้

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 1 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 30 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น
2. ชื่อของทั่วไปกับคุณตา
3. ชอบเฮลตี้
4. เคยชื่อเฮลตี้
5. ชื่อเฮลตี้ที่เซเว่น
6. ชื่อเฮลตี้กับคุณตา
7. เลือกเอง
8. ชอบที่สุดเลือก เบอร์ 14
9. ชอบทาน ไล้ก
10. ชอบดูโคเรมอน เพราะโคเรมอนสอนโนบิตะ
11. ขนาดเล็ก
12. น่ารัก
13. แบบซองทรงลูกบาศก์
14. แกะง่าย
15. ชอบของแถม เพราะได้ของเล่นเอาไปเล่น
16. ชอบสีชมพู เพราะเหมือนสตอเบอร์รี่
17. ไม่เคยสังเกตตัวอักษร
18. ไม่สนใจตัวอักษร
19. ไม่อ่านตัวอักษร
20. จำตราสินค้าได้
21. ไม่สนใจตราสินค้า
22. เลือกอันที่ชอบ
23. เลือกอันที่เคยทาน
24. เอาไปให้พ่อ แม่ และเพื่อน
25. อยากให้พ่อทานผลไม้เพราะมันเป็นรูปผลไม้
26. อยากให้แม่ทานสตอเบอร์รี่เพราะแม่ไม่เคยทาน
27. เพื่อนเยอะ จะได้แบ่งทุกคน
28. สติชสีชมพู เพราะว่าชอบสีชมพู
29. สีชมพูเป็นผู้หญิง
30. สติชสีชมพู เพราะชอบสีชมพู

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 2 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 18. ชอบสีชมพู |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อหรือแม่ | 19. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. เลือกลงเอง | 20. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 21. สนใจตราสินค้าเพราะจะได้เลือกอันที่ชอบ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 22. จำตราสินค้าได้ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 23. เอาไปฝาก พ่อ แม่ เพื่อน |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับพี่ | 24. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 20 เพราะมันเยอะ |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 25. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 5 เพราะกล่องมันสวย |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 33 | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 21 เพราะเพื่อนน่าจะชอบ |
| 10. เคยทานแล้วอร่อย | 27. สติชสีชมพูเพราะชอบสีชมพู |
| 11. ชอบคิตตี้ | 28. สติชสีชมพู: เพราะชอบสติช |
| 12. คิตตี้เป็นแมว ชอบแมว | |
| 13. ขนาดเล็ก | |
| 14. ชอบของเล็กๆ | |
| 15. แบบกระปุกเพราะหยิบง่าย | |
| 16. ไม่ชอบของแถม | |
| 17. ไม่ชอบรดแข่ง | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 3 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 27 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่ร้านขนม ร้านขายของชำ | 15. ชอบของแถม |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณยาย | 16. ชอบรถแข่ง |
| 3. บางทีเลือกของตัวเอง บางทีคุณยายเลือก | 17. ชอบสีม่วง เพราะเป็นวันเกิดคุณแม่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 19. สนใจอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่ร้านขนม | 20. สนใจตราสินค้า |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับยาย | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 22. เอาไปฝาก พ่อ แม่ เพื่อน |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 18 | 23. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 8 เพราะได้หลายอัน |
| 10. เคยทานแล้วอร่อย | 24. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 8 เพราะจะได้เหมือนกัน |
| 11. ชอบไดโนเสาร์ เพราะมันตัวใหญ่ เทดี | 25. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 29 เพราะอร่อย |
| 12. ขนาดใหญ่ | 26. สติชสีฟ้าเพราะเป็นผู้ชาย |
| 13. เพราะจะได้ชิม ได้กิน ได้เยอะๆ | 27. สติชสีฟ้าเพราะชอบ |
| 14. แบบกล่องรูปต้นคริสมาสต์เพราะมันใหญ่ | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 4 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน

34 รหัส ดังนี้

1. ชื่อของ
2. ทัวไปที่เซเว่น
3. ชื่อของทัวไปกับป้า
4. เลือกของตัวเอง
5. ไม่ค่อยชอบเฮลตี้
6. ไม่เคยซื้อเฮลตี้
7. แม่เป็นคนซื้อเฮลตี้
8. แม่เป็นคนเลือกเฮลตี้
9. ชอบที่สุดเบอร์ 17
10. เคยทานแล้วอร่อย
11. ชอบไดโนเสาร์ เพราะมันเท่
12. ขนาดใหญ่
13. อิม
14. แบบกล่องรูปต้นคริสมาสต์เพราะมัน
เป็นรูปต้นคริสมาสต์
15. เลือกเป็นของขวัญได้
16. เลือกเป็นของขวัญให้เพื่อน
17. ชอบของแถม
18. ชอบต่อเลโก้
19. ชอบสีน้ำตาล
20. ชอบสีเหลือง
21. สวย
22. ไม่เคยสังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
23. ไม่สนใจตราสินค้า
24. ชอบอันไหนเลือกอันนั้น
25. จำตราสินค้าได้
26. เอาไปฝาก พ่อ แม่ เพื่อน
27. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 17 เพราะพ่อชอบ
กิน
28. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 25 เพราะมันเป็นรส
ส้มแม่น่าจะชอบ
29. มีรูปส้มเป็นรสส้ม
30. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 9 เพราะน่ากิน
31. สติชสีฟ้า เพราะชอบ
32. สีฟ้าเป็นผู้ชาย
33. สติชสีฟ้า เพราะชอบ
34. สติชชมพูเป็นสีของผู้หญิง

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 5 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 24 รหัส ดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น
2. ชื่อของทั่วไปกับคุณตา
3. คุณตาเล็ก
4. ไม่ชอบเฮลตี้
5. ชอบที่สุดเบอร์ 19
6. เคยทานแล้วอร่อย
7. ชอบกิตตี้
8. ขนาดเล็ก
9. ชอบเล็กๆ
10. แบบกล่องรูปต้นคริสมาสต์เพราะคุณตาเคยซื้อให้
11. ไม่ชอบของแถม
12. ไม่ชอบรถแข่ง
13. ชอบสีชมพูเพราะสวย
14. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
15. ไม่สนใจอักษรบนห่อเฮลตี้
16. ไม่สนใจตราสินค้า
17. จำตราสินค้าได้
18. เอาไปฝาก น้อง
19. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 21 เพราะพ่อกินประจำแล้วแบ่งให้น้องด้วย
20. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 25 เพราะแม่ชอบทาน
21. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 18 เพราะครูเคยแจกให้กินแล้วเพื่อนชอบ
22. สติชมเพราะสติชมเป็นผู้หญิง
23. สติชมเพราะน่ารัก
24. เป็นผู้หญิง

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 6 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 28 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 16. ชอบต่อของเล่น |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับเพื่อน | 17. ชอบสีม่วง เพราะสวย |
| 3. เลือกของตัวเอง | 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 19. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 20. สนใจตราสินค้า เพราะจะได้รู้ว่ารสชาติอะไรอร่อยมัย |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับเพื่อน | 22. เอาไปฝาก แม่ |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 23. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์รี่เพราะพ่อชอบ |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์รี่ | 24. เลือกให้คุณแม่ เบอร์รี่2 เพราะแม่ชอบรสอ่อน |
| 10. กล่องสวย | 25. เลือกให้เพื่อน เบอร์รี่6 เพราะเพื่อนชอบไดโนเสาร์ |
| 11. ชอบริรคคุมะ | 26. สติชสีฟ้าเพราะว่าแข็งแรง |
| 12. น่ารัก | 27. สติชสีฟ้าเพราะว่าแข็งแรง |
| 13. ขนาดใหญ่ เพราะได้เยอะ | |
| 14. แบบกล่องรูปต้นคริสมาสต์เพราะเป็นรูปต้นคริสมาสต์ | |
| 15. ชอบของแถม | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 7 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 29 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 17. ชอบสีชมพู เพราะสวย |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 18. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. แม่เลือก | 19. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 20. ไม่สนใจตัวอักษรบนเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 21. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 22. จำตราสินค้าไม่ได้ |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับแม่ | 23. เลือกเยลลี่โดยให้แม่เลือก |
| 8. คุณแม่เลือก | 24. เอาไปฝาก พ่อ |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 17 เพราะชอบ | 25. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 1 เพราะพ่อเป็นที่ 1 |
| 10. ชอบไดโนเสาร์ | 26. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 3 เพราะน่ารัก |
| 11. คูใจดี | 27. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 5 เพราะเพื่อนน่าจะชอบ |
| 12. ขนาดใหญ่ เพราะใหญ่ดี | 28. สติชสีชมพูเพราะว่าชอบสีชมพู |
| 13. แบบกล่องรูปต้นคริสต์มาสเพราะมันใหญ่ดี | 29. เพนกวินเพราะมันน่ารักดี |
| 14. แบ่งกับน้อง | |
| 15. ชอบของแถม | |
| 16. เอาไปให้เพื่อน | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 8 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน

32 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 18. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อ | 19. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. พ่อเป็นคนเลือก | 20. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 21. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 22. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 23. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับพ่อแม่ | 24. จำตราสินค้าไม่ได้ |
| 8. พ่อแม่เป็นคนเลือก | 25. เลือกจากสี |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 5 | 26. เลือกจากตัวการ์ตูน |
| 10. ชูน่ากินน่าอร่อย | 27. เอาไปฝาก พ่อ แม่ |
| 11. ชอบรีรีคคุมะ | 28. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 20 เพราะพ่อชอบ |
| 12. น่ารัก | 29. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 24 เพราะแม่ชอบสตอเบอร์รี่ |
| 13. ขนาดใหญ่ เพราะกินได้เยอะ | 30. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 6 เพราะเอาไปแบ่งกัน |
| 14. แบบกล่องรูปต้นคริสมาสต์เพราะมันได้เยอะ แล้วก็เอาไปใส่ของได้ | 31. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 15. ชอบของแถม | 32. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 16. อยากได้ของเล่นเอาไปเล่น | |
| 17. ชอบสีชมพู เพราะสวย | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 9 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 31 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 18. ชอบสีฟ้า เพราะเป็นสีของผู้ชาย |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อแม่ | 19. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. บางทีก็เลือกเองบางทีพ่อแม่เลือกให้ | 20. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 21. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 22. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 23. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับพ่อแม่ | 24. เลือกจากสี |
| 8. เลือกเอง | 25. เลือกจากตัวการ์ตูน |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 21 เพราะเคยกินแล้วมันนุ่ม | 26. เอาไปฝาก พ่อ แม่ |
| 10. คูน่ากินน่าอร่อย | 27. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 5 เพราะมันเก็บได้กินได้นาน |
| 11. ชอบโคเรมอน | 28. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 3 เพราะแม่ชอบทานทับทิม |
| 12. น่ารัก | 29. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 6 เพราะเพื่อนชอบไดโนเสาร์ |
| 13. ขนาดเล็ก เพราะจะได้กินหมด | 30. สดสีฟ้าเพราะมันชงดี |
| 14. แบบกระปุก เพราะ เก็บง่าย | 31. สดสีฟ้าเพราะมันชงดี |
| 15. เอาไว้ใส่ของได้ | |
| 16. ไม่ชอบของแถม | |
| 17. ไม่ชอบของเล่น | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 10 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 26 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 15. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อ,แม่ | 16. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. เลือกลง | 17. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 5. ไม่เคยซื้อเอง | 19. จำตราสินค้าไม่ได้ |
| 6. แม่ซื้อให้ | 20. ชอบอันไหนก็เลือกอันนั้น |
| 7. ชอบที่สุดเบอร์ 3 เพราะมันน่ารัก สวย | 21. เอาไปฝาก น้อง |
| 8. คุณ่ากินน่าอร่อย | 22. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 5 เพราะมันเยอะดี |
| 9. ชอบโคเรมอน เพราะ โคเรมอนมีของ
พิเศษ | 23. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 14 เพราะสีมันน้อย |
| 10. ขนาดใหญ่ เพราะใหญ่ดี | 24. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 15 เพราะดูใหญ่ |
| 11. แบบกระปุก เพราะมันพกพาง่าย ถือง่าย | 25. สดชิสีฟ้าเพราะว่าน่ารัก |
| 12. ชอบของแถม | 26. ก๊อตซิลล่าเพราะมันน่ารักแล้วดี |
| 13. ไข่ของเล่นด้วย | |
| 14. ชอบสีดำ เพราะสีมันสวย ไม่ชอบสี
เยอะๆ | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 11 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 28 รหัส ดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น
2. ชื่อของทั่วไปกับแม่
3. แม่เป็นคนเลือก
4. ชอบเฮลตี้
5. เคยซื้อเอง
6. ชื่อเฮลตี้ที่เซเว่น
7. ไปซื้อเฮลตี้กับคุณแม่
8. เลือกเฮลตี้เอง
9. ชอบที่สุดเบอร์ 1 เพราะชอบตัวการ์ตูน
มันน่ารักดี
10. ชอบรีรีคคุมะ
11. น่ารัก
12. ขนาดใหญ่ เพราะได้เยอะกว่า จะได้ทาน
เยอะๆ
13. แบบแบบกล่องรูปต้นคริสมาสต์เพราะ
เอากล่องไปใส่ของต่อได้
14. ชอบของแถม
15. มีของเยอะกว่า ได้ทั้งหมดทั้งของเล่น
16. ชอบสีเขียว เพราะดูเป็นธรรมชาติ
17. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
18. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
19. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
20. ไม่สนใจตราสินค้า
21. จำตราสินค้าได้
22. เลือกจากตัวการ์ตูน
23. เอาไปฝากพ่อ
24. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 5 เพราะมีเยอะดี
25. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 3 เพราะแม่ชอบ
การ์ตูนน่ารักๆ
26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 2 เพราะเพื่อนชอบ
รีรีคคุมะ
27. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก
28. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 12 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 28 รหัส ดังนี้

- | | |
|--|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 15. ได้ทั้งขนมทั้งของเล่น |
| 2. ชื่อของทั่วไปคนเดียว | 16. ชอบสีฟ้า เพราะเห็นแล้วสดใสดี |
| 3. เลือกลงเอง | 17. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. ไม่เคยซื้อเยลลี่เอง | 19. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. แม่ซื้อเยลลี่ให้ | 20. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 7. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 21. จำตราสินค้าไม่ได้ |
| 8. ไปซื้อเยลลี่กับคุณแม่ | 22. แม่เลือกเยลลี่ให้ |
| 9. เลือกเยลลี่เอง | 23. เอาไปฝากแม่ |
| 10. ชอบที่สุดเบอร์ 19 เพราะมันยาว เกี้ยว
สบาย | 24. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 19 เพราะคุณพ่อน่าจะชอบ |
| 11. ชอบไดโนเสาร์ เพราะไดโนเสาร์เป็น
สัตว์กินเนื้อ | 25. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 3 เพราะน่ารักๆ |
| 12. ขนาดใหญ่ เพราะมันได้เยอะกว่าอันเล็ก | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 18 เพราะมีหลายชิ้น |
| 13. แบบกระปุก เพราะมันใหญ่กำลังดี | 27. สดสีสีฟ้าเพราะว่าชอบสีฟ้า |
| 14. ชอบของแถม | 28. สดสีสีฟ้าเพราะว่าชอบสีฟ้า |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 13 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 30 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 17. ชอบสีชมพู เพราะมันสวย |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับเพื่อน | 18. คิดดีก็สีชมพู |
| 3. เลือกของตัวเอง | 19. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 20. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่เอง | 21. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 22. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับคุณพ่อคุณแม่ | 23. จำตราสินค้าไม่ได้ |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 24. เลือกจากตัวการ์ตูน |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 1 เพราะสีสวย สีชมพู เป็นสีโปรด | 25. เอาไปฝากเพื่อน |
| 10. ชอบริรคคุมะ | 26. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 17 เพราะพ่อชอบกินขนมซ่าๆ |
| 11. น่ารัก | 27. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 14 เพราะแม่ชอบเหมือนพ่อ |
| 12. ขนาดใหญ่ เพราะได้เยอะกว่า | 28. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 8 เพราะมีหลายชนิด แบ่งได้หลายคน |
| 13. แบ่งเพื่อนได้ | 29. สดสีชมพูเพราะสีชมพูเป็นสีโปรด |
| 14. แบบกล่องรูปคริสมาสต์เพราะ ได้เยอะ แบ่งเพื่อนได้หลายคนดี | 30. สดสีชมพูเพราะสีชมพูเป็นสีโปรด |
| 15. ชอบของแถม | |
| 16. จะได้อาของเล่น ไปให้น้องไม่กี่เพื่อน | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 14 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 31 รหัส ดังนี้

- | | |
|--|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 18. ชอบสีเขียว เพราะเป็นสีธรรมชาติ |
| 2. ชื่อของทั่วไปคนเดียว | 19. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. เลือกลงเอง | 20. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 21. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่เอง | 22. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 23. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ไปซื้อเยลลี่คนเดียว | 24. เลือกจากตัวการ์ตูน |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 25. เลือกจากสี |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 2 เพราะชอบดูการ์ตูนเรื่องนี้ | 26. เอาไปฝากแม่ |
| 10. ชอบริ้คคุมะ | 27. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 5 เพราะได้เยอะ |
| 11. น่ารัก | 28. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 3 เพราะน่ารัก |
| 12. ขนาดใหญ่ เพราะได้เยอะกว่า จะได้ทานเยอะๆ อิ่ม | 29. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 3 เพราะเพื่อนชอบริ้คคุมะ |
| 13. แบบกระปุกเพราะ ชอบกระปุกแบบนี้ | 30. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 14. เอาไปใส่ของต่อได้ | 31. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 15. น่ารัก | |
| 16. ชอบของแถม | |
| 17. จะได้เอาของเล่น ไปเล่นกะพี่ชาย | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 15 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 27 รหัส ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 15. มีของเยอะกว่า ได้ทั้งขนมทั้งของเล่น |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับแม่ | 16. ชอบสีเหลือง เพราะดูสว่างดี |
| 3. บางทีก็เลือกเอง บางทีแม่เป็นคนเลือก
ค่ะ | 17. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่เอง | 19. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 20. สนใจตราสินค้าเพราะจะรู้ว่ายี่ห้อ
เป็นยังไง จะได้เลือกอันที่คิดไว้ |
| 7. ไปซื้อเยลลี่กับแม่ | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 22. เอาไปฝากเพื่อนกับแม่ |
| 9. ชอบที่สุดเบอร์ 12 เพราะน่ารัก | 23. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 12 เพราะน่ารัก |
| 10. ชอบริรติกุมะ | 24. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 18 เพราะแม่น่าจะ
ชอบ |
| 11. น่ารัก | 25. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 11 เพราะเพื่อน
น่าจะชอบ |
| 12. ขนาดเล็ก เพราะทานน้อย | 26. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 13. แบบกล่องรูปคริสมาสต์เพราะเอากล่อง
ไปใส่ของต่อได้ | 27. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 14. ชอบของแถม | |

การให้รหัสแบบเปิด (open coding) ของโรงเรียนเอกชน ดังนี้

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 16 ประกอบด้วยรหัสด้านแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 32 รหัสดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 22. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 3. เลือกเอง | 23. ชอบอันไหนเลือกอันนั้น |
| 4. ชอบเฮลตี้ | 24. เอาไปฝากน้อง พี่สาว พี่ชาย |
| 5. เคยซื้อเฮลตี้ | 25. เลือกให้คุณพ่อ เบอร์ 5 เพราะให้คุณพ่อ |
| 6. ชื่อเฮลตี้ที่เซเว่น | กินเยอะๆ |
| 7. ชื่อเฮลตี้กับคุณแม่ | 26. เลือกให้คุณแม่ เบอร์ 5 เพราะเลือกให้ |
| 8. เลือกเฮลตี้เอง | เหมือนคุณพ่อ |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 30 เพราะน่ารัก | 27. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 12 เพราะเพื่อน |
| 10. ชอบวีรวิศคุณมะ | ชอบกิตตี้ |
| 11. น่ารัก | 28. เลือกให้น้อง เบอร์ 16 เพราะน้องเคยกิน |
| 12. เลือกขนาดใหญ่ เพราะอันใหญ่กินได้ | แล้วชอบ |
| เยอะ | 29. เลือกให้พี่ชาย เบอร์ 20 เพราะเป็นรูปสื่อ |
| 13. จะได้แบ่งกับพี่ | พี่ชายชอบจิ้มมอเตอร์ไซค์กับเพื่อน |
| 14. แบบซองทรงลูกบาศก์ เพราะ มันถือง่าย | 30. เลือกให้พี่สาว เบอร์ 3 เพราะมันน่ารัก |
| จะเอาไปกินกับพี่ | พี่สาวชอบน่ารักๆ |
| 15. ชอบของแถม | 31. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 16. จะได้อาของเล่นไปให้น้อง | 32. สติชสีชมพูเพราะว่าน่ารัก |
| 17. ชอบสีชมพู เพราะมันสวย | |
| 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้ | |
| 19. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้ | |
| 20. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้ | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 17 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 30 รหัสดังนี้

- | | |
|---|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่โลดตัส เพราะว่าใกล้บ้าน | 16. ชอบสีขาว เพราะสดชื่น สดใส เหมือนอากาศ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณพ่อ | 17. สังเกตตัวอักษรบนห่อเซลล์ |
| 3. บางครั้งก็เลือกเอง บางครั้งก็คุณพ่อเป็นคนเลือก | 18. สนใจตัวอักษรบนห่อเซลล์ |
| 4. ชอบเซลล์ | 19. อ่านตัวอักษรบนห่อเซลล์ |
| 5. เคยซื้อเซลล์ | 20. จำตราสินค้าได้ |
| 6. ชื่อเซลล์ที่เซเว่น | 21. สนใจตราสินค้า เพราะจะได้อ่านก่อนซื้อจะได้ไม่ซื้อผิด |
| 7. ชื่อเซลล์กับคุณป้า | 22. เอาไปฝากน้องกับพี่ |
| 8. เลือกเซลล์เอง | 23. คุณพ่อไม่ชอบเซลล์ |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 19 เพราะไม่เคยทานอยากลอง | 24. คุณแม่ไม่ชอบเซลล์ |
| 10. ชอบโคเรมอนเพราะชอบดูโคเรมอนชอบของวิเศษ | 25. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 12 เพราะเพื่อนชอบกินโคล่า |
| 11. เลือกขนาดเล็ก เพราะมันเล็ก อันใหญ่กินไม่หมด | 26. เลือกให้น้อง เบอร์ 16 เพราะน้องชอบกินของเปรี้ยวๆ |
| 12. แบบกระปุก เพราะ จะได้เก็บไว้กินได้ | 27. เลือกให้พี่ เบอร์ 21 เพราะพี่ชอบกินของเปรี้ยวๆ |
| 13. ถ้าหมดแล้วจะได้เอาไว้เล่น ใส่น้ำเล่น | 28. สติชสีชมพู เพราะน่ารัก |
| 14. ไม่ชอบของแถม | 29. ชอบสีชมพู |
| 15. เล่นรถแข่งไม่เป็น | 30. เพนกวินเพราะน่ารัก |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 18 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 28 รหัสดังนี้

- | | |
|--|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่ตลาดเพราะใกล้ๆบ้าน | 15. อยากลองเล่นรถแข่ง |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 16. ชอบสีม่วง เพราะมันสวย |
| 3. คุณแม่เลือก | 17. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 19. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่บ๊วกซี | 20. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ชื่อเยลลี่กับคุณแม่ | 21. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 22. เลือกที่อื่นที่ดูน่าอร่อย |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 5 เพราะอยากกิน | 23. เอาไปฝากเพื่อน |
| 10. ชอบรีรีคคุมะ | 24. เลือกให้พ่อเบอร์ 14 เพราะ เหมือนเคยเห็นพ่อกิน พ่อชอบกิน ใ้ก |
| 11. มันสวย | 25. คุณแม่ไม่ชอบขนม |
| 12. เลือกขนาดใหญ่ เพราะได้เยอะจะได้กินได้เยอะๆ | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 29 เพราะเคยให้เพื่อนกิน เพื่อนน่าจะชอบ |
| 13. แบบกล่องสี่เหลี่ยมขนาดเล็ก เพราะเคยกิน | 27. สติชสีชมพูเพราะมันน่ารัก |
| 14. ชอบของแถม | 28. สติชสีชมพูเพราะมันน่ารัก |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 19 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 29 รหัสดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่โลดตัส | 15. ชอบสีเหลือง เพราะเป็นสีของในหลวง |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 16. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. เลือกลง | 17. สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 19. จำตราสินค้าได้ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่ร้านในโรงเรียน | 20. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 7. ชื่อเยลลี่เอง | 21. อยากได้อันไหนเอาอันนั้น |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 22. เอาไปฝากน้องกับเพื่อน |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 20 เพราะมันเป็นสีค่าน่าจะเป็นรส คุกกี้ไม่ก็ชอคโกแลต ผมชอบทั้งสองรสเลย | 23. คุณพ่อไม่กินของหวาน |
| 10. ชอบ Rilakkuma เพราะชอบ | 24. เลือกให้แม่ เบอร์ 15 เพราะคิดว่าเมื่อน่าจะชอบกิน |
| 11. เลือกขนาดเล็ก เพราะถ้าเลือกอันใหญ่จะต้องแบ่งกับเพื่อน | 25. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 23 เพราะน้องชอบของผู้หญิง |
| 12. แบบกล่องสีเหลี่ยมขนาดเล็ก เพราะเคยกิน, อร่อย | 26. ผู้หญิงส่วนใหญ่เขาชอบคิดดีกัน |
| 13. ชอบของแถม | 27. สีชมพูก็เป็นสีผู้หญิง |
| 14. ชอบรถแข่ง | 28. สติชสีฟ้าเพราะว่าเป็นผู้ชาย |
| | 29. สติชสีฟ้าเพราะว่าเป็นผู้ชาย |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 20 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 29 รหัสดังนี้

- | | |
|--|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่นแล้วก็ร้านขายกับข้าวใกล้ๆบ้าน | 16. รถแข่งเป็นของผู้ชาย หนูไม่ชอบ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 17. ชอบสีชมพู เพราะน่ารัก หนูชอบระบายสีชมพู |
| 3. เลือกลง | 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 19. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 20. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ชื่อเยลลี่กับคุณแม่ | 22. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 23. อันไหนเคยกินแล้วอร่อยก็จะเลือกอันนั้น |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์3เพราะน่ารัก | 24. เอาไปฝากเพื่อน |
| 10. หนูก็ชอบสินี่สุด | 25. คุณพ่อไม่ทานของหวาน |
| 11. ชอบRilakkuma | 26. คุณแม่ไม่ทานของหวาน |
| 12. มันน่ารัก | 27. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 30 เพราะเปิดง่าย |
| 13. ขนาดใหญ่เพราะได้เยอะ | ทานสะดวก |
| 14. เลือกกล่องรูปต้นคริสต์มาส เพราะชอบมันเหมือนบ้าน แล้วก็อันใหญ่สุดด้วย | 28. สติชสีชมพูเพราะน่ารัก |
| 15. ไม่ชอบของแถม | 29. สติชสีชมพูเพราะน่ารัก |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 21 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 29รหัสดังนี้

- | | |
|---|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น, , เดอะมอลล์, บิ๊กซี, โลตัส | 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 19. สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. คุณแม่เลือก ตามใจคุณแม่ทุกอย่าง | 20. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 22. สนใจตราสินค้า เพราะต้องดูก่อนว่าใช่ยี่ห้อที่ชอบหรือเปล่า ถ้าไม่ชอบซื้อไปก็เปลือง |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 23. เอาไปฝากพี่ |
| 7. ชื่อเยลลี่กับคุณพ่อ | 24. เลือกให้พ่อ เบอร์ 5 เพราะใกล้วันคริสมาสต์แล้วก็วันปีใหม่แล้ว จะได้ให้คุณพ่อเป็นของขวัญได้ |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 25. เลือกให้แม่ เบอร์ 30 เพราะเห็นคุณแม่ทานบ่อยๆ |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 14 เพราะเป็นอันที่หนูกินประจำเลย | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 23 เพราะเพื่อนหนูชอบทานส้ม |
| 10. ชอบHelloKitty | 27. เลือกให้พี่ เบอร์ 15 เพราะพี่เข้าโรงพยาบาล จะได้เอาไปฝากพี่ พี่ชอบเยลลี่หมี |
| 11. น่ารัก | 28. สติชสีชมพูเพราะว่าชอบสีชมพู |
| 12. เลือกขนาดใหญ่ เพราะมันเยอะ จำนวนเยอะๆ จะได้กินเยอะๆ | 29. สติชสีชมพูเพราะน่ารัก |
| 13. แบบซองทรงลูกบาศก์ เพราะชอบการ์ตูนเรื่องนี้ | |
| 14. เคยกินอร่อยดี | |
| 15. เลือกของแถม | |
| 16. จะได้เอาไปให้น้องชายที่รู้จัก น้องชายไม่มีของเล่น แล้วก็วันนี้วันเกิดน้อง | |
| 17. ชอบสีชมพู เพราะฟรุ้งฟริ้งดูเป็นผู้หญิง | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 22 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 28 รหัสดังนี้

- | | |
|---|---|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่: เซเวนกับบิกซีเพราะว่า
ใกล้บ้าน | 15. ชอบเลโก้ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับคุณแม่ | 16. ชอบสีฟ้า เพราะดูสวย เหมือนแม่น้ำ |
| 3. เลือกลง | 17. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 18. สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 19. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเวน | 20. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ชื่อเยลลี่คนเดียว | 21. ไม่สนใจตราสินค้า |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 22. ชอบอันไหนก็หยิบเลย |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 14 เพราะเคยกินแล้วกิน
ประจำ | 23. เอาไปฝากเพื่อน |
| 10. ชอบโคเรมอนเพราะชอบดูโคเรมอน
ชอบของวิเศษ | 24. เลือกให้พ่อ เบอร์ 5 เพราะมันใหญ่ดี |
| 11. เลือกขนาดใหญ่ เพราะอันใหญ่ได้เยอะ | 25. เลือกให้แม่ เบอร์ 23 เพราะแม่เคยซื้อให้
ผม |
| 12. แบ่งเพื่อนๆ ในห้องได้ | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 22 เพราะมันอร่อย
ผมเคยกินแล้ว |
| 13. แบบกล่องกระดาษ(28) เพราะมัน
สามารถเห็นของข้างในได้ | 27. สติชสีชมพู: เพราะอยากคุยกับพี่ผู้หญิง |
| 14. เลือกของแถม | 28. เพนกวิน: เพราะชอบหัวเพนกวิน มัน
น่ารักดี |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 23 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 31 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น
2. ชื่อของทั่วไปกับคุณพ่อ
3. เลือกรองเอง
4. ชอบเฮลตี้
5. เคยซื้อเฮลตี้
6. ชื่อเฮลตี้ที่เซเว่น
7. ชื่อเฮลตี้คนเดียว
8. เลือกรองเอง
9. ชอบที่สุด เบอร์ 19 เพราะน่ารัก
10. ชอบโคเรมอนเพราะ โคเรมอนมีของ
พิเศษ หนูชอบโคเรมอน
11. เลือกรองใหญ่ เพราะอันใหญ่
12. เอาไปให้น้องด้วย
13. แบบกล่องรูปต้นคริสต์มาส เพราะใหญ่
จะได้เอาไปให้น้องกินด้วย แล้วก็มัน
เหมือนต้นคริสต์มาส
14. เอาไปใส่ซองได้
15. เลือกรองเกม
16. จะได้เอารองแข่งไปให้น้องเล่น
17. ชอบสีชมพู เพราะมันดูหวานๆ เหมือน
ลูกอม
18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
19. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
20. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
21. จำตราสินค้าได้
22. ไม่สนใจตราสินค้า
23. ดูว่าอันไหนแบ่งให้น้องได้
24. เลือกอันที่สีสวยๆ
25. เอาไปฝากน้อง
26. เลือกให้พ่อเบอร์ 6 เพราะมันใหญ่ คุณ
พ่อจะได้กินเยอะๆ
27. เลือกให้แม่เบอร์ 4 เพราะคุณแม่ชอบกิน
28. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 20 เพราะเพื่อนชอบ
สีดำ
29. เลือกให้น้อง เบอร์ 5 เพราะมันใหญ่
30. สติชสีชมพูเพราะว่าชอบสีชมพู
31. สติชสีชมพูเพราะว่าชอบสีชมพู

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 24 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 26 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น
2. ชื่อของทั่วไปกับคุณพ่อ
3. เลือกลงเอง
4. ชอบเยลลี่
5. เคยซื้อเยลลี่
6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น
7. ชื่อเยลลี่กับพ่อ
8. เลือกเยลลี่เอง
9. ชอบที่สุด เบอร์ 14 เพราะเคยกินแล้ว กินประจำ
10. ชอบโดเรมอนเพราะชอบโดเรมอน มีของวิเศษเยอะ
11. เลือกขนาดเล็ก เพราะอันใหญ่กินไม่หมด
12. แบบกล่องกระดาษ(28) เพราะที่บ้านขาย เคยกินละชอบ
13. เลือกของแถม
14. ชอบเล่นเลโก้
15. ชอบสีฟ้า เพราะสีฟ้า เหมือนท้องฟ้า
16. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่
17. สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่
18. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่
19. จำตราสินค้าได้
20. สนใจตราสินค้า เพราะเคยกินอันไหนจะได้เลือกถูกถ้าชอบ
21. เอาไปฝากพ่อ
22. เลือกให้พ่อเบอร์ 14 เพราะพ่อชอบกิน
23. เลือกให้แม่เบอร์ 12 เพราะแม่ชอบซื้อ
24. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 29 เพราะเคยให้เพื่อนกิน
25. สติชสีฟ้าเพราะว่าเป็นผู้ชายเหมือนกัน
26. สติชสีฟ้าเพราะว่าเป็นผู้ชาย

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 25 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 32 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่ห้างสรรพสินค้าโลตัส บิ๊กซี
2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อ แม่ แล้วก็ป้า
3. บางอย่างก็เลือกเอง
4. ชอบเฮลตี้
5. เคยซื้อเฮลตี้
6. ชื่อเฮลตี้ที่บิ๊กซี
7. โลตัส
8. ชื่อเฮลตี้กับพ่อแม่
9. เลือกเฮลตี้เอง
10. ชอบที่สุด เบอร์ 4 เพราะมันเป็นรูปฟัน แบบแตรกรีกว่า
11. ชอบ Rilakkuma
12. น่ารัก
13. เลือกขนาดใหญ่ เพราะต้องดูที่ราคาคะ ขนาดกะ เลือกอันใหญ่จะได้คุ้ม
14. ชื่อครั้งเดียวจะได้เยอะๆ ราคาจะถูกลงกว่า
15. แบบกระปุก เพราะเอาไปทำงาน ประดิษฐ์ต่อได้
16. เลือกของแถม
17. มันได้ของแถมคุ้มกว่า ได้ของเล่นแถมด้วย แต่มันมีข้อเสียคือเลโก้ อันนี้มันไม่ค่อยดี
18. ชอบสีฟ้า เพราะมันดูเย็นๆดี เหมือนข้าวโลก
19. สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
20. สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
21. อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
22. จำตราสินค้าได้
23. สนใจตราสินค้า
24. แต่บางครั้งถ้าเห็นอันไหนสวยหรือว่าน่ากินก็เลือกอันนั้น
25. เอาไปฝากเพื่อน
26. คุณพ่อไม่ทานของหวาน
27. เลือกให้แม่เบอร์ 20 เพราะมันดูแปลกดี อยากให้คุณแม่ลอง
28. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 14 เพราะเพื่อนส่วนใหญ่นิยมกินรสโค้ก
29. สดชื่นชมพู เพราะน่ารัก
30. เป็นผู้หญิง
31. สดชื่นชมพู เพราะน่ารัก
32. เป็นผู้หญิง

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 26 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 28 รหัสดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่ห้างบิ๊กซี โลตัส | 17. ชอบสีชมพูเพราะสวย |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อแม่ | 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 3. เลือกของทั่วไปเอง | 19. สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 20. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 6. ชื่อเยลลี่โลตัส | 22. สนใจตราสินค้า เพราะต้องดูว่ายี่ห้อนี้ดีหรือป่าว ดูจากฉลาก วันหมดอายุ วันผลิต |
| 7. ชื่อเยลลี่กับพ่อแม่ | 23. เอาไปฝากเพื่อน |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 24. เลือกให้พ่อเบอร์ 17 เพราะพ่อชอบโคล่า |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 30 เพราะเป็นรสผลไม้ ดูจากรูปข้างๆมันมีหลายๆสี เป็นรสผลไม้ | 25. เลือกให้แม่เบอร์ 7 เพราะสีมันสวยดี ดูหวานๆ |
| 10. ชอบ Rilakkuma | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 26 เพราะกล่องมันเล็ก เก็บง่าย |
| 11. น่ารัก | 27. สดสีชมพูเพราะว่าชอบสีชมพู |
| 12. เลือกขนาดเล็ก เพราะจะได้ทานหมด | 28. ม้าลายเพราะตัวมันสวย |
| 13. แบบกระปุก เพราะมันเก็บง่าย | |
| 14. เอาไปประดิษฐ์ของได้ | |
| 15. เลือกของแถมชื่อขนมได้ของเล่นด้วย | |
| 16. ประหยัดค่ะ | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 27 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 31 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่เซเว่น
2. ชื่อของทั่วไปกับพ่อแม่
3. เลือกลงทั่วไปเอง
4. ชอบเฮลตี้
5. เคยซื้อเฮลตี้
6. ชื่อเฮลตี้ที่เซเว่น
7. ชื่อเฮลตี้กับพ่อแม่
8. เลือกลงเฮลตี้เอง
9. ชอบที่สุด เบอร์ 3 เพราะชอบบริรัคคุมะ
10. อร่อยด้วย เคยกินแล้ว
11. ชอบRilakkuma
12. น่ารัก
13. เลือกลงขนาดใหญ่ เพราะอันใหญ่ได้เยอะกว่า ทานได้เยอะๆ
14. เลือกลงรูปต้นคริสมาสต์เพราะมันใหญ่ พอกินหมดแล้วเอาไปใส่ของเก็บของได้
15. ไม่เลือกลงของแถม
16. ไม่เล่นของเล่นแบบนั้น
17. ชอบสีชมพูเพราะน่ารัก
18. เหมือนคิดดีคิดดีก็สีชมพูหวานๆ
19. ไม่สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
20. ไม่สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
21. ไม่อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
22. จำตราสินค้าได้
23. สนใจตราสินค้า เพราะจะได้รู้ว่ายี่ห้อนี้เป็นไงบ้าง แต่ละเอียดอย่างอร่อยไหม
24. เอาไปฝากพี่สาว
25. เลือกให้พ่อเบอร์ 20 เพราะคุณพ่อน่าจะชอบ ดูเหมาะสำหรับผู้ชาย เป็นรูปสื่อรถ
26. เลือกให้แม่เบอร์ 11 เพราะมันสวยแล้วก็น่ารัก
27. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 2 เพราะเพื่อนหนูชอบรสงุ่น
28. เลือกให้พี่สาว เบอร์ 11 เพราะพี่สาวชอบคิดดี แล้วก็ชอบทานเฮลตี้
29. สติชสีชมพูเพราะชอบสีชมพู
30. เป็นผู้หญิง
31. ยีราฟ เพราะน่ารัก คอมันยาวๆ

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 28 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 26 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่โลดตัส
2. ชื่อของทั่วไปกับแม่
3. บางที่เลือกเองบางที่แม่เลือกให้
4. ชอบเฮลตี้
5. เคยชื่อเฮลตี้
6. ชื่อเฮลตี้ที่โรงเรียน
7. ชื่อเฮลตี้คนเดียว
8. เลือกเฮลตี้เอง
9. ชอบที่สุด เบอร์ 29 เพราะอร่อยมากเคยกินแล้ว
10. ชอบไดโนเสาร์เพราะมัน โหดดี
11. เลือกขนาดใหญ่ เพราะมันได้เยอะกว่า กินได้เยอะ กินไม่หมดก็เก็บไว้กินต่อได้
12. เลือกกล่องรูปต้นคริสต์มาสเพราะกล่องใหญ่ กินหมดแล้วเก็บกล่องไว้ใส่ของที่จำเป็นได้
13. เลือกของแถม
14. ชอบเลโก้ ชอบประกอบเลโก้
15. ชอบสีแดงเพราะสีมันสวยดี ดูมีพลังดี
16. สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
17. สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
18. บางทีก็อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
19. จำตราสินค้าได้
20. สนใจตราสินค้า เพราะต้องดูดีๆบางทีอาจเป็นของปลอม
21. เอาไปฝากเพื่อน
22. เลือกให้พ่อเบอร์ 22 เพราะพ่อเคยกิน
23. เลือกให้แม่เบอร์ 11 เพราะแม่เคยกิน
24. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 5 เพราะมันเยอะ น่าอร่อย
25. สติชสีฟ้าเพราะว่าเป็นผู้ชาย
26. สติชสีฟ้าเพราะว่าเป็นผู้ชาย

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 29 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 29 รหัสดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ชื่อของทั่วไปที่โลตัส , เดอะมอลล์, ฟู้ดแลนด์ | 16. ได้เยอะกว่า ชอบต่อโลโก้ |
| 2. ชื่อของทั่วไปกับครอบครัว | 17. ชอบสีแดง เพราะชอบ เหมือนดอกกุหลาบ |
| 3. แม่อนุญาตให้ไปซื้อก่อนถึงไปได้ | 18. สังเกตตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 4. ชอบเยลลี่ | 19. สนใจตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 5. เคยซื้อเยลลี่ | 20. อ่านตัวอักษรบนห่อเยลลี่ |
| 6. ชื่อเยลลี่ที่เซเว่น | 21. จำตราสินค้าได้ |
| 7. ชื่อเยลลี่กับแม่ | 22. สนใจตราสินค้า เพราะถ้าอร่อยจะได้จำไว้ซื้ออีก |
| 8. เลือกเยลลี่เอง | 23. เอาไปฝากเพื่อน |
| 9. ชอบที่สุด เบอร์ 5 เพราะกล่องใหญ่สุดกินได้นาน | 24. พ่อไม่ชอบทานของหวาน |
| 10. ชอบริรัคคุมะ | 25. แม่ไม่ชอบทานของหวาน |
| 11. มันทารักสุด | 26. เลือกให้เพื่อน เบอร์ 8 เพราะมันดูแปลกๆดี |
| 12. เลือกขนาดเล็กเพราะกินง่าย สะดวก | 27. สติชสีฟ้าเพราะว่าชอบมากกว่าสีชมพู |
| 13. เลือกกระปุกเพราะมันแปลกดี | 28. เป็นผู้ชาย |
| 14. เก็บไว้เพื่อใช้ได้ | 29. ยีราฟเพราะเป็นมันสูงดี |
| 15. เลือกของแถม | |

ผู้เข้าร่วมวิจัยคนที่ 30 ประกอบด้วยรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 29 รหัสดังนี้

1. ชื่อของทั่วไปที่บักชี
2. ชื่อของทั่วไปคนเดียว
3. เลือกลง
4. ชอบเฮลตี้
5. เคยซื้อเฮลตี้
6. ชื่อเฮลตี้ที่เซเว่น
7. ชื่อเฮลตี้คนเดียว
8. เลือกลงเอง
9. ชอบที่สุด เบอร์ 33 เพราะชอบเปิด
10. ชอบโคเรมอนเพราะชอบดูโคเรมอน มีของวิเศษ
11. เลือกลงขนาดใหญ่ เพราะมีปริมาณมากกว่า
12. แบ่งให้น้องได้
13. เลือกลงรูปต้นคริสมาสต์เพราะเก็บไว้กินอีกได้ถ้ากินไม่หมด
14. เลือกลงของแถม
15. ชอบเลโก้
16. ชอบสีฟ้า กับสีเหลืองดูแล้วรู้สึกสบาย
17. สีฟ้าเหมือนโคเรมอน
18. สีเหลืองเหมือนหมีริคคุมะ
19. สังเกตตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
20. สนใจตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
21. บางทีก็อ่านตัวอักษรบนห่อเฮลตี้
22. จำตราสินค้าได้
23. สนใจตราสินค้า เพราะจะได้ดูว่าผลิตที่ไหน วันผลิต วันหมดอายุ
24. เอาไปฝากเพื่อน
25. พ่อไม่ชอบทานของหวาน
26. แม่ไม่ชอบทานของหวาน
27. เลือกลงให้เพื่อน เบอร์ 18 เพราะเพื่อนชอบ
28. สดสีสีฟ้าเพราะว่าชอบสีฟ้า
29. ก๊อตซิลล่าเพราะมันน่ารักดี

จากนั้นผู้วิจัยนำรหัสแบบเปิดที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คนมาพิจารณา และจับกลุ่มรหัสที่มีความคล้ายคลึงและมีความทับซ้อนกัน ให้เป็นรหัสที่มีแนวความคิดสัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) ซึ่งแสดงการให้รหัสดังนี้



ตารางที่ 4.4 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
5	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
7	เลือกเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
9	รสชาติ	เหตุผลในการเลือกซื้อ
22	เลือกอันที่ชอบ	
23	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
10	เลือกหลายการ์ตูนที่เคยดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ภาพประกอบ
11	ขนาดเล็กดูน่ารัก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
14	ใช้งานง่าย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	ชอบของแถมเพื่อนำไปเล่น	ของแถม
16	เลือกสีตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
17	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
18	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
19	ไม่อ่าน	
16	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
17	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
25,26	เลือกสิ่งที่ผู้อื่นไม่เคยกิน	การเลือกให้ผู้อื่น
27	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	
28,30	เลือกตามสีที่ชอบ (สติชชมพู)	มาสคอต
29	เลือกตามเพศ	

ตารางที่ 4.5 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
5	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
7	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
10	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
11	เลือกถายการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
12	เลือกถายการ์ตูนที่เหมือนสิ่งที่ชอบ	ภาพประกอบ
13,14	ขนาดเล็กดูน่ารัก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
15	ใช้ง่าย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
16	ไม่เลือกของแถมเพราะไม่ชอบ	ของแถม
17	ของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม	
18	เลือกสีที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
19	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	อ่าน	ตัวอักษร
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
22	สนใจตราสินค้าเพื่อเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
25	เลือกตามรูปร่างที่คิดว่าผู้อื่นชอบ	
26	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
27	เลือกตามสีที่ชอบ(สติ๊กเกอร์)	มาศกด
28	เลือกตามตัวการ์ตูนที่ชอบ	

ตารางที่ 4.6 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	ร้านขนม	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
10	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
11	เลือกหลายยี่ห้อที่ชอบเพราะเท่า	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
13	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
14	บรรจุได้ปริมาณมาก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	ชอบของแถมเพราะเป็นของที่ชอบ	ของแถม
16	เลือกของแถมตามเพศ	
17	เลือกสีตามวันเกิดผู้ปกครอง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
19	สนใจ	ตัวอักษร
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
23,24	เลือกตามปริมาณ	การเลือกให้ผู้อื่น
25	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
26	เลือกตามเพศ (สตรีชฟ้าว)	มาศคอด
27	เลือกตามยี่ห้อที่ชอบ	

ตารางที่ 4.7 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
2	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
7	ผู้ปกครองเลือก	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
10	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
24	ชอบอันไหนเลือกอันนั้น	
11	เลือกถายการ์ตูนที่ชอบเพราะเท่	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ภาพประกอบ
12,13	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
14	รูปร่างเหมือนของจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
15	เหมาะกับเป็นของขวัญ	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
17,18	ชอบของแถมเพื่อนำไปเล่น	ของแถม
19,20,21	ชอบหลายสีเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
22	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ตัวอักษร
25	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
23	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
27,28,30	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
31,33	เลือกตามการ์ตูนที่ชอบ	มาสคอต
32,34	เลือกสีตามเพศ	

ตารางที่ 4.8 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
2	ผู้ปกครองเลือกให้	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
6	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
7	เลือกหลายการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
8,9	ขนาดเล็กดูน่ารัก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
10	ผู้ปกครองเคยซื้อให้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
11	ไม่เลือกของแถมเพราะไม่ชอบ	ของแถม
12	ของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม	
13	เลือกสีที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
14	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
15	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
17	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
16	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
19	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
20,21	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
22,24	เลือกตามเพศ (สถิติชมพู)	มาศคอต
23	เลือกเพราะน่ารัก	

ตารางที่ 4.9 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
7	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
9	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
10,11	ชอบรูปร่างบรรจุภัณฑ์	เหตุผลในการเลือกซื้อ
12	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
13	ภาพประกอบน่ารัก	ภาพประกอบ
14	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
15	รูปร่างเหมือนของจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
16	ชอบของแถมเพราะเป็นของที่ชอบ	ของแถม
17	เลือกของแถมตามพฤติกรรม	
18	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
19	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	อ่าน	ตัวอักษร
22	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
21	สนใจตราสินค้าเพื่อเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
24,25	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
26	เลือกตามการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ	
27,28	เลือกตามเพศ	масคอด

ตารางที่ 4.10 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
7	ผู้ปกครองเลือก	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
9	เลือกอันที่ชอบ	เหตุผลในการเลือกซื้อ
23	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
10	เลือกหลายการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
11	ดูเป็นมิตร	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
13	บรรจุได้ปริมาณมาก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15,16	เลือกของแถมเพื่อเอาไปให้ผู้อื่น	ของแถม
17	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
18	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
19	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
20	ไม่อ่าน	
22	จำตราสินค้าไม่ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
21	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
27,28,29	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกตามสีที่ชอบ	มาศคอด
29	เลือกสัตว์ที่ชอบเพราะน่ารัก	

ตารางที่ 4.11 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	ผู้ปกครองเป็นคนเลือก	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
10	ดูน่าอร่อย	เหตุผลในการเลือกซื้อ
25	เลือกจากสี	
26	เลือกจากการ์ตูน	
11	เลือกลายการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
12	น่ารัก	ภาพประกอบ
13	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
14	นำไปใช้ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15,16	ชอบของแถมเพื่อนำไปเล่น	ของแถม
17	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
18	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
19	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
20	ไม่อ่าน	
22	จำกัดราค้าไม่ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
21	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
30	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
28,29	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
31,32	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาสคอต

ตารางที่ 4.12 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
24	เลือกจากสี	
25	เลือกจากตัวการ์ตูน	
11	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
12	น่ารัก	ภาพประกอบ
13	ขนาดเล็กจะได้กินหมด	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
14	สะดวกในการพกพา	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
15	นำไปใช้ได้	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
16	ไม่เลือกของแถมเพราะเป็นของที่ ไม่ชอบ	ของแถม
17	ไม่ชอบของเล่น	
18	เลือกสีที่ชอบตามเพศ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
19	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
21	ไม่อ่าน	
23	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
22	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
27	เลือกตามรูปร่างบรรจุภัณฑ์	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	
29	เลือกตามการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ	
30,31	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	มาสดอคอด

ตารางที่ 4.13 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
6	ผู้ปกครองเลือก	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
7	น่ารัก	เหตุผลในการเลือกซื้อ
8	ดูน่าอร่อย	
20	ชอบอันไหนเลือกอันนั้น	
9	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
10	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
11	สะดวกในการพกพา	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
12,13	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
14	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
15	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
16	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
17	ไม่อ่าน	
19	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
18	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
22,24	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
23	เลือกตามสีผู้อื่นชอบ	
25	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาสคอต
26	เลือกการ์ตูนที่ดูน่ากลัว	

ตารางที่ 4.14 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9,22	เลือกจากตัวการ์ตูน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
13	นำไปใช้ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14	เลือกของแถม	ของแถม
15	มีของเยอะกว่าได้ทั้งขนมและของเล่น	
16	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
17	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
18	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
19	ไม่อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกตามปริมาณ	การเลือกให้ผู้อื่น
25,26	เลือกตามการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ	
27,28	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาสกอต

ตารางที่ 4.15 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
7	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
9	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
10	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
11	เลือกการ์ตูนที่ชอบตาม ประสบการณ์	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
13	สะดวกในการพกพา	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14,15	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
16	เลือกสีที่ชอบเพราะสดใส	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
17	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
18	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
19	ไม่อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
24,25	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
26	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	
27,28	เลือกการ์ตูนตามสีที่ชอบ	มาสดอคอด

ตารางที่ 4.16 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมเลือกซื้อ
9	เลือกจากสี	เหตุผลในการเลือกซื้อ
24	เลือกจากตัวการ์ตูน	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
13	แบ่งผู้อื่นได้	ขนาด
14	(เลือกจากขนาด)ได้เยอะ แบ่งเพื่อน ได้หลายคน	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	เลือกของแถม	ของแถม
16	เอาไปให้ผู้อื่น	
17	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
18	เป็นสีของการ์ตูนที่ชอบ	
19	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
21	ไม่อ่าน	
23	จำตราสินค้าไม่ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
22	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
26,27	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	
29,30	เลือกตามสีที่ชอบ	มาสกอต

ตารางที่ 4.17 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9,24	เลือกจากการ์ตูน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
25	เลือกจากสี	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
13	ชอบรูปร่างแบบนี้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
14	นำไปใช้ได้	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	รูปร่างน่ารัก	
16	เลือกของแถม	ของแถม
17	เอาไปให้ผู้อื่น	
18	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
19	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
21	ไม่อ่าน	
23	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
22	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
27	เลือกตามปริมาณ	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
29	เลือกตามการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ	
30,31	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาศคอด

ตารางที่ 4.18 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	น่ารัก	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดเล็กจะได้กินหมด	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
13	นำไปใช้ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14	เลือกของแถม	ของแถม
15	มีของเยอะกว่า ได้ทั้งขนมและของเล่น	
16	เลือกสีที่ชอบเพราะสดใส	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
17	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
18	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
19	ไม่อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	สนใจตราสินค้าเพื่อเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
23,24,25	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
26,27	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาศคอด

ตารางที่ 4.19 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	น่ารัก	เหตุผลในการเลือกซื้อ
23	ชอบอันไหนเลือกอันนั้น	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
13	แบ่งให้ผู้อื่นได้	ขนาด
14	สะดวกในการพกพา	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	เลือกของแถม	ของแถม
16	นำไปให้ผู้อื่น	
17	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
19	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
20	ไม่อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
22	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
25,26	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
27	เลือกตามตัวการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ	
28,30	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
29	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	
31,32	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาศคอด

ตารางที่ 4.20 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	อยากลอง	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
11	ขนาดเล็กจะได้กินหมด	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
12	เก็บไว้กินได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
13	นำไปใช้ได้	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14	ไม่เลือกของแถม	ของแถม
15	ของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม	
16	เลือกสีที่ชอบเพราะสดใส	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
17	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
18	สนใจ	ตัวอักษร
19	อ่าน	
20	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
21	สนใจตราสินค้าจะได้ไม่ซื้อผิด	ตราสินค้า (Brand)
25,26,27	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาสคอต
29	เลือกตามสีที่ชอบ	
30	เลือกสัตว์ที่ชอบเพราะน่ารัก	

ตารางที่ 4.21 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	บิกซี	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมกรเลือกซื้อ
9	อยากลอง	เหตุผลในการเลือกซื้อ
22	ดูน่าอร่อย	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
11	สวย	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
13	ประสบการณ์ที่เคยกิน	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14	เลือกของแถม	ของแถม
15	อยากลองเล่นของเล่น	
16	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
17	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
18	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
19	ไม่อ่าน	
20	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
21	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
26	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
27,28	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาศคอด

ตารางที่ 4.22 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	ร้านในโรงเรียน	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	เลือกจากสีที่แสดงสัญลักษณ์(ดำ น่าจะเป็นรสชอคโกแลตไม่ก็โก้)	เหตุผลในการเลือกซื้อ
21	อยากได้อันไหนเลือกอันนั้น	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
11	ขนาดเล็กจะไม่ได้ต้องแบ่งผู้อื่น	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
12	ประสบการณ์ที่เคยกิน	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
13,14	เลือกของแถมเพราะเป็นของที่ชอบ	ของแถม
15	เลือกสีที่ชอบเพราะแสดงถึงสัญลักษณ์(สีเหลืองเป็นสีของในหลวง)	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
16	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
17	สนใจ	ตัวอักษร
18	อ่าน	
19	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
25	เลือกตามเพศของผู้อื่น	
28,29	เลือกตามเพศ	มาศคอด

ตารางที่ 4.23 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	น่ารัก	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกจากสี	
23	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
11	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
12	น่ารัก	ภาพประกอบ
13	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
14	รูปร่างเหมือนของจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	ไม่เลือกของแถม	ของแถม
16	ของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม	
17	เลือกสีที่ชอบเพราะน่ารัก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
19	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
20	ไม่อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
22	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
27	เลือกจากรูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ งานง่าย	การเลือกให้ผู้อื่น
28,29	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาสกอต

ตารางที่ 4.24 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
13	เลือกจากการ์ตูน	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
14	ประสบการณ์ที่เคยกิน	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	เลือกของแถม	ของแถม
16	นำไปให้ผู้อื่น	
17	เลือกสีที่ชอบตามเพศ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
19	สนใจ	ตัวอักษร
20	อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
22	สนใจตราสินค้าจะได้ไม่ซื้อผิด	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกจากรูปร่างที่เป็นของขวัญได้	การเลือกให้ผู้อื่น
25,26,27	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	
28	เลือกตามสีที่ชอบ	มาศคอด
29	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	

ตารางที่ 4.25 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
22	ชอบอันไหนเลือกอันนั้น	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
11	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
12	แบ่งผู้อื่นได้	ขนาด
13	มองเห็นของข้างในได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14,15	เลือกของแถมเพราะชอบของเล่น ด้วย	ของแถม
16	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
17	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
18	สนใจ	ตัวอักษร
19	อ่าน	
20	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
21	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
25	เลือกจากประสบการณ์ที่ผู้อื่นเคย ซื้อให้	
26	เลือกจากประสบการณ์ที่เคยกินให้ ผู้อื่น	
27	เลือกตามเพศ	มาสดอคอด
28	เลือกสัตว์ที่ชอบเพราะน่ารัก	

ตารางที่ 4.26 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	ดูน่าอร่อย	เหตุผลในการเลือกซื้อ
23	สามารถแบ่งผู้อื่นได้	
24	เลือกจากสี	
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ภาพประกอบ
11	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
12	แบ่งผู้อื่นได้	ขนาด
13	รูปร่างเหมือนของจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
14	นำไปใช้ได้	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
16	นำของแถมไปให้ผู้อื่น	
17	เลือกสีที่ชอบเพราะน่ารัก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
19	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
20	ไม่อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
22	ไม่สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
26,29	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
27	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	
28	เลือกตามสีที่ผู้อื่นชอบ	
30,31	เลือกการ์ตูนตามสีที่ชอบ	มาศคอด

ตารางที่ 4.27 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
11	ขนาดเล็กจะได้กินหมด	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
12	ประสบการณ์ที่เคยกิน	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
13,14	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
15	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
16	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
17	สนใจ	ตัวอักษร
18	อ่าน	
19	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	สนใจตราสินค้าเพื่อนเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
22,23	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
24	เลือกจากประสบการณ์ที่เคยให้ ผู้อื่น	
25,26	เลือกตามเพศ	масคอด

ตารางที่ 4.28 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	บิกซี	สถานที่ซื้อ
7	เทสโก้	
9	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
10	รูปร่างเหมือนของจริง	เหตุผลในการเลือกซื้อ
24	สวย	
11	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
12	น่ารัก	ภาพประกอบ
13	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
14	ซื้อครั้งละหลายๆจะถูกกว่า	ขนาด
15	นำไปใช้ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
16	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
17	คุ้มกว่าได้สองอย่าง	
18	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
19	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	สนใจ	ตัวอักษร
21	อ่าน	
22	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
23	สนใจตราสินค้า	ตราสินค้า (Brand)
27	เลือกตามความน่าสนใจให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	
29,31	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	มาสกอต
30,32	เลือกตามเพศ	

ตารางที่ 4.29 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เทศโก้	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมการเลือกซื้อ
9	รสชาติ	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดเล็กจะได้กินหมด	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
13	สะดวกในการพกพา	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
14	นำไปใช้ได้	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
16	ประหยัด	
17	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
19	สนใจ	ตัวอักษร
20	อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
22	สนใจตราสินค้าเพื่อเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
24	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
25	เลือกตามสีผู้อื่นชอบ	
26	เลือกตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ พกพาง่าย	
27	เลือกการ์ตูนตามสีที่ชอบ	มาศคอด
28	เลือกสัตว์ที่ชอบตามลักษณะตาม ธรรมชาติ	

ตารางที่ 4.30 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	เลือกจากการ์ตูน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	ประสบการณ์ที่เคยกิน	
11	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
12	น่ารัก	ภาพประกอบ
13	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
14	นำไปใช้ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15	ไม่เลือกของแถม	ของแถม
16	ของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม	
17	เลือกสีที่ชอบเพราะน่ารัก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
18	สีเหมือนการ์ตูนที่ชอบ	
19	ไม่สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
20	ไม่สนใจ	ตัวอักษร
21	ไม่อ่าน	
22	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
23	สนใจตราสินค้าเพื่อเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
25	เลือกตามเพศให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
26	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	
27	เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	
28	เลือกตามการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ	

ตารางที่ 4.30 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27(ต่อ)

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
29	เลือกตามสี	มาศคอด
30	เลือกตามเพศ	
31	เลือกสัตว์ที่ชอบตามลักษณะตาม ธรรมชาติ	



ตารางที่ 4.31 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	ร้านขนมที่โรงเรียน	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	ประสบการณ์ที่เคยกิน	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
11	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ขนาด
12	นำไปใช้ได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
13,14	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
15	เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
16	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
17	สนใจ	ตัวอักษร
18	อ่าน	
19	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	สนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัย	ตราสินค้า (Brand)
22,23	เลือกตามประสบการณ์ที่เคยกิน ของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
24	เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	
25,26	เลือกตามเพศ	маскот

ตารางที่ 4.32 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	เลือกจากปริมาณ	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
11	น่ารัก	ภาพประกอบ
12	ขนาดเล็กเพราะสะดวก	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - ขนาด
13	แปลกใหม่	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
14	นำไปใช้ได้	รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
15,16	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
17	เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ - สี
18	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
19	สนใจ	ตัวอักษร
20	อ่าน	
21	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
22	สนใจตราสินค้าเพื่อเป็น ประสบการณ์	ตราสินค้า (Brand)
26	เลือกความแปลกใหม่ให้ผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
27	เลือกตามสีที่ชอบ	มาศคอด
28	เลือกตามเพศ	
29	เลือกสัตว์ที่ชอบตามลักษณะตาม ธรรมชาติ	

ตารางที่ 4.33 แสดงการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
6	เซเว่น	สถานที่ซื้อ
8	เลือกเอง	พฤติกรรมในการเลือกซื้อ
9	เลือกจากการดู	เหตุผลในการเลือกซื้อ
10	เลือกการ์ตูนที่ชอบดู	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – ภาพประกอบ
11	ขนาดใหญ่ได้เยอะ	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
12	แบ่งให้ผู้อื่นได้	ขนาด
13	สามารถเก็บไว้กินได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – รูปร่างของบรรจุภัณฑ์
14,15	เลือกของแถมเพราะได้ของเล่นด้วย	ของแถม
16	เลือกสีที่ชอบมากกว่า 1 สี	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ – สี
17,18	เลือกสีที่เหมือนการ์ตูนที่ชอบ	
19	สังเกต	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ –
20	สนใจ	ตัวอักษร
21	อ่าน	
22	จำตราสินค้าได้	องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ -
23	สนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัย	ตราสินค้า (Brand)
27	เลือกตามความชอบของผู้อื่น	การเลือกให้ผู้อื่น
28	เลือกตามสีที่ชอบ	มาศคอต
29	เลือกการ์ตูนที่ชอบเพราะน่ารัก	

จากนั้นนำผลการแบ่งกลุ่มรหัสทั้ง 3 ขั้นตอน คือการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) การให้รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และการให้รหัสแบบคัดสรร (Selective Coding) มาแจกแจงความถี่ เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญของของแต่ละรหัสความคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)

หัวข้อหลัก	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนรัฐบาลกล่าวถึง	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนเอกชนกล่าวถึง
1.พฤติกรรมการเลือกซื้อเซลล์		
1.1 เลือกซื้อเซลล์เอง	10	15
1.2 อิทธิพลต่อกระบวนการทางสังคมกรรมของผู้บริโภค (เช่น พ่อแม่ ญาติ พี่น้อง) มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสินค้า	5	-
2.สถานที่ซื้อเซลล์		
2.1 เซเว่นอีเลฟเว่น	14	10
2.2 ร้านขนม	1	-
2.3 บิ๊กซี	-	2
2.4 ร้านในโรงเรียน	-	2
2.5 เทสโก้ โลตัส	-	2
3.เหตุผลในการเลือกเซลล์		
3.1 รสชาติ	1	1
3.2 เลือกอันที่ชอบ	4	3
3.3 ประสิทธิภาพที่เคยกิน	8	6
3.4 รูปร่างของบรรจุภัณฑ์	1	1
3.5 คุณากิน	2	2
3.6 สีของบรรจุภัณฑ์	4	3
3.7 ภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์	8	2
3.8 อายากล่อง	-	2
3.9 ขนาดของบรรจุภัณฑ์	-	2

ตารางที่ 4.34 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนรัฐบาลกล่าวถึง	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนเอกชนกล่าวถึง
4.องค์ประกอบของบรรจุกัญญาทางด้านสี		
4.1 เลือกสีที่ชอบตามความเป็นจริง (สีแดงเหมือนสตอเบอร์รี่)	3	4
4.2 เลือกสีที่ชอบเพราะเป็นสีที่น่ารัก	-	3
4.3 เลือกสีที่ชอบตามวันเกิดผู้ปกครอง	1	-
4.4 เลือกสีที่ชอบหลายสีเพราะสวย	1	1
4.5 เลือกสีที่ชอบเพราะสวย	5	4
4.6 เลือกสีที่ชอบเพราะชอบ	2	-
4.7 เลือกสีที่ชอบตามเพศ	1	1
4.8 เลือกสีที่ชอบเพราะสดใส	2	1
4.9 เลือกสีที่ชอบตามการ์ตูนที่ชอบ	1	2
4.10 เลือกสีที่ชอบแสดงถึงสัญลักษณ์ (สีเหลืองเป็นสีของในหลวง)	-	1
5.องค์ประกอบของบรรจุกัญญาทางด้านภาพประกอบ		
5.1 การ์ตูนที่เคียดู	3	6
5.2 การ์ตูนที่ชอบ	9	9
5.3การ์ตูนเหมือนสัตว์ที่ชอบ	1	-
5.4 การ์ตูนที่เท่	2	-
5.5 การ์ตูนที่น่ารัก	7	6
5.6 การ์ตูนที่ดูเป็นมิตร	1	-
5.7 การ์ตูนตามประสบการณ์	1	-
5.8 การ์ตูนที่สวยงาม	-	1

ตารางที่ 4.34 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนรัฐบาลกล่าวถึง	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนเอกชนกล่าวถึง
6. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านขนาด		
6.1 ขนาดเล็กน่ารัก	5	-
6.2 ขนาดใหญ่เพื่อได้ปริมาณมาก	10	10
6.3 ขนาดเล็กเพราะจะได้กินหมด	2	3
6.4 ขนาดใหญ่เพื่อจะได้แบ่งผู้อื่นได้	-	4
6.5 ขนาดเล็กจะได้ไม่ต้องแบ่งผู้อื่น	-	1
6.6 ขนาดใหญ่เพราะได้หลายชิ้นประหยัด	-	1
6.7 ขนาดเล็กเพราะสะดวก	-	1
7. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านรูปร่าง		
7.1 ใช้งานง่าย	2	-
7.2 รูปร่างเหมือนของจริง (กล่องรูปต้นคริสต์มาส)	2	2
7.3 รูปร่างเหมาะกับการเป็นของขวัญ	1	-
7.4 นำไปใช้ได้	5	7
7.5 สะดวกในการพกพา	3	2
7.6 รูปร่างน่ารัก	1	-
7.7 ชอบรูปร่างแบบนี้	1	-
7.8 ไม่สนใจลักษณะบรรจุภัณฑ์ สนใจแต่ขนาด	3	-
7.9 ไม่สนใจลักษณะบรรจุภัณฑ์ เลือกเพราะประสบการณ์	1	4
7.10 ไม่สนใจลักษณะบรรจุภัณฑ์ สนใจแต่ภาพประกอบ	-	1

ตารางที่ 4.34 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนรัฐบาลกล่าวถึง	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนเอกชนกล่าวถึง
7.11 ลักษณะบรรจุกัญท์ที่สามารถเก็บรักษาเมล็ดได้	-	2
7.12 สามารถเห็นของข้างในได้	-	1
7.13 รูปร่างมีความแปลกใหม่	-	1
8. ของแถม		
8.1 นำของแถมไปเล่น	5	5
8.2 นำไปให้ผู้อื่นเล่น	4	3
8.3 ไม่เลือกเพราะเหมาะกับเพศตรงข้าม	2	3
8.4 เลือกตามเพศ	1	-
8.5 รู้สึกว่าคุ้มกว่าเพราะได้ของสองอย่าง	6	7
8.6 ประหยัด	-	1
8.7 ของแถมไม่มีผลต่อการเลือกเมล็ด	1	-
9. องค์ประกอบของบรรจุกัญท์ทางด้านตราสินค้า		
9.1 จำตราสินค้าได้	12	15
9.2 จำตราสินค้าไม่ได้	3	-
9.3 ไม่สนใจตราสินค้า	11	6
9.4 สนใจตราสินค้าเพื่อประสบการณ์ (จำว่าอร่อยหรือดีไหม ถ้าดีจะได้ซื้ออีกเป็นต้น)	4	5
9.5 สนใจตราสินค้าเพื่อไม่ให้ซื้อผิด	-	2
9.6 สนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัย (ดูว่าเป็นของปลอมหรือไม่)	-	2
10. องค์ประกอบของบรรจุกัญท์ทางด้านตัวอักษร		

ตารางที่ 4.34 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนรัฐบาลกล่าวถึง	จำนวนรหัสแนวคิดสัมพันธ์กันที่โรงเรียนเอกชนกล่าวถึง
10. องค์ประกอบของบรรจุกณ์ทางด้านตัวอักษร		
10.1 ไม่สังเกตตัวอักษรบนบรรจุกณ์	11	2
10.2 สังเกตตัวอักษรบนบรรจุกณ์	4	13
10.3 ไม่สนใจตัวอักษรบนบรรจุกณ์	11	5
10.4 สนใจตัวอักษรบนบรรจุกณ์	4	10
10.5 ไม่อ่านตัวอักษรบนบรรจุกณ์	10	5
10.6 อ่านตัวอักษรบนบรรจุกณ์	5	10
11. การเลือกเคล็ดลับให้ผู้อื่น		
11.1 เลือกสิ่งที่คุณอื่นไม่เคยกิน	2	-
11.2 เลือกตามปริมาณให้ผู้อื่น	12	6
11.3 เลือกตามรูปร่างที่คิดว่าผู้อื่นชอบ	2	-
11.4 เลือกตามความชอบของผู้อื่น	20	6
11.5 เลือกตามการรื้อนที่ผู้อื่นชอบ	5	2
11.6 เลือกตามพฤติกรรมของผู้อื่น	3	14
11.7 เลือกตามสีที่ผู้อื่นชอบ	1	2
11.8 เลือกจากรูปร่างที่ใช้เป็นของขวัญได้	-	1
11.9 เลือกจากประสบการณ์ที่ผู้อื่นเคยซื้อให้	-	1
11.10 เลือกจากประสบการณ์ที่เคยกินให้ผู้อื่น	-	3
11.11 เลือกจากประสบการณ์ที่เคยให้ผู้อื่น	-	1
11.12 เลือกตามความน่าสนใจ ให้ผู้อื่น	-	1
11.13 เลือกตามลักษณะของบรรจุกณ์ที่พกพาง่าย	-	2
11.14 เลือกตามเพศของผู้อื่น	-	2
11.15 เลือกความแปลกใหม่ให้ผู้อื่น	-	1

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) การแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และการให้รหัสคัดสรร (Selective Coding) ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของบรรจุกณ์ท์และปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ ดังนี้

4.1 องค์ประกอบของบรรจุกณ์ท์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า

ในด้านองค์ประกอบของบรรจุกณ์ท์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ ผู้วิจัยทำการศึกษาองค์ประกอบของบรรจุกณ์ท์ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ สี (Color) ภาพประกอบ (Illustration) รูปร่าง (Shape) ขนาด (Size) ตราสินค้า (Brand) และตัวอักษร (Letter)

4.1.1 สีของบรรจุกณ์ท์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

องค์ประกอบของบรรจุกณ์ท์เรื่องสี จากการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกให้เด็กเลือกสีของบรรจุกณ์ท์ที่เด็กชอบมากที่สุดและสัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่เลือกสีนั้นๆ



ภาพที่ 4.1 แสดงประเด็นของสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับสีของบรรจุกณ์ท์ที่เด็กเลือก

1. เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ตนเอง

1.1 เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์สินค้าจากสีที่ชอบสีเดียว

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เลือกสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุภัณฑ์ตามสีที่เด็กชอบ สีเดียว ทั้งหมด 16 คน เพศชาย 3 คน และเพศหญิง 13 คน คิดเป็น 53 % โดยให้เหตุผลในการเลือกสีที่ชอบเพราะเป็นสีที่สวยงาม เพศชาย 2 คน และเพศหญิง 6 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน คิดเป็น 26 % เหตุผลรองลงมาคือสีที่ชอบเป็นสีที่ดูน่ารัก โดยพบว่ามีแต่เด็กหญิงที่ให้เหตุผลว่าน่ารัก จำนวน 3 คน คิดเป็น 10 % และเหตุผลอื่น ๆ ที่เด็กเลือก เช่น สีที่ชอบ เป็นสีที่สดใส เป็นต้น

“..หนูชอบสีม่วง เพราะสีมันสวย..” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

“..ผมชอบสีฟ้าคับ เพราะเห็นแล้วสดใส..” (เด็กชาย อายุ 10ปี)

“..ชอบสีชมพู เพราะสีมันน่ารัก..” (เด็กหญิง อายุ 10ปี)

1.2 เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์สินค้าจากสีที่ชอบ หลายสี

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เลือกสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุภัณฑ์ตามสีที่เด็กชอบ หลายสี ทั้งหมด 2 คนคิดเป็น 7 % ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“..ผมชอบสีน้ำตาล กับ สีเหลืองกับ เพราะสีมันสวยดี..” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

“..ผมชอบสีฟ้า กับสีเหลืองกับ เพราะดูแล้วรู้สึกสบาย ..” (เด็กชาย อายุ 11ปี)

1.3 เด็กเลือกสินค้าที่มีสีที่คิดว่าตรงกับความเป็นจริง

จากการสัมภาษณ์เด็กทั้ง 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี ทั้งหญิงและชาย ให้เหตุผลในการเลือกสีเพราะเป็นสีที่คิดว่าตรงกับความเป็นจริง ทั้งหมด 10 คน เพศชาย 4 คน และเพศหญิง 6 คน คิดเป็น 33 % ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยให้เหตุผลจากสีที่ตนเองชอบ เช่น

“..หนูชอบสีแดง เพราะมันเหมือนสตอเบอรี่...” (เด็กหญิง อายุ 7 ปี)

“..หนูชอบสีเขียว เพราะเป็นสีธรรมชาติ...” (เด็กหญิง อายุ 10 ปี)

“..ผมชอบสีฟ้า เพราะเหมือนแม่น้ำ...” (เด็กชาย อายุ 9 ปี)

“..ผมชอบสีแดง เพราะเหมือนดอกกุหลาบ...” (เด็กชาย อายุ 11 ปี)

1.4 เด็กเลือกสินค้าที่มีสีตามความหมาย,สัญลักษณ์

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุภัณฑ์ตามสีที่เด็กชอบ ตามความหมาย,สัญลักษณ์ ทั้งหมด 2 คนคิดเป็น 7 % ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“..ผมชอบสีม่วง เพราะคุณแม่ผมเกิดวันเสาร์ วันเสาร์สีม่วง...” (เด็กชาย อายุ 7 ปี)

“..ผมชอบสีเหลือง เพราะสีเหลืองเป็นสีของในหลวง...” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

1.5 เด็กเลือกสินค้าที่มีสีตามเพศ

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุภัณฑ์ตามสีที่เด็กชอบเพศ ทั้งหมด 2 คนคิดเป็น 7 % ของเด็กที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด

“..ผมชอบสีฟ้า เพราะสีฟ้าเป็นสีของผู้ชาย...” (เด็กชาย อายุ 9 ปี)

“..หนูชอบสีชมพู เพราะมันพริ้งพริ้งคูเป็นผู้หญิง...” (เด็กหญิง อายุ 8 ปี)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องการเลือกสีของเด็กมาวิเคราะห์ โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) มีรายละเอียดดังนี้

- การเลือกสี (Color) กับ เพศ

พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องการใช้ความคิดในการให้เหตุผล อารมณ์ และรายละเอียดต่างๆ โดยที่เด็กผู้หญิงจะใช้อารมณ์ในการเลือกสีมากกว่าเด็กผู้ชาย เช่น เด็กผู้หญิง 81 % เลือกสีตามความชอบ เนื่องจากสีนั้นน่ารัก, สวย และสดใส และเด็กผู้หญิงมีความละเอียดอ่อนมากกว่าเด็กผู้ชาย เช่น เด็กผู้หญิง 60%เลือกสีที่คิดว่าตรงกับความจริงและจากข้อมูลข้างต้นนั้นพบว่ามีเพียงเด็กผู้ชายที่เลือกสินค้าที่มีสีที่ชอบหลายสี และ เลือกสินค้าที่มีสีตามความหมายและสัญลักษณ์

- การเลือกสี (Color) กับ ฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องการคิดถึงสภาพความเป็นจริงและสิ่งที่อยู่ใกล้ๆตัวในชีวิตประจำวัน โดยเด็กโรงเรียนเอกชนจะคิดถึงสภาพความเป็นจริงและสิ่งที่อยู่ใกล้ๆตัวในชีวิตประจำวันมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล เช่น เด็กโรงเรียนเอกชนเป็น 60% เลือกสีที่คิดว่าตรงกับความเป็นจริง และเด็กโรงเรียนรัฐบาลเท่านั้นที่เลือกสีที่ตรงกับเกิด และมีเพียงเด็กโรงเรียนเอกชนเท่านั้นที่เลือกสีตามความหมายและสัญลักษณ์

- การเลือกสี (Color) กับ อายุ

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้นั้น ไม่พบความแตกต่างในการเลือกสีของเด็กในแต่ละช่วงอายุ

2. เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่น

2.1 การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นตามภาพเหมารวมทางเพศ

สภาวะ (Gender stereotype)

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น สามารถแบ่งแยกสีตามเพศของผู้รับได้ โดยในประเด็นนี้มีเด็ก จำนวน 2 คน คิดเป็น 12.5 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

“..น้องผมชอบของผู้หญิงๆ มันมีสีชมพู สีชมพูเป็นสีผู้หญิง น้องผมน่าจะชอบ..” (เด็กชาย อายุ 8ปี)

“..เลือกอันนี้ให้คุณแม่ เพราะสีมันสวยดี สีมันหวานๆ...” (เด็กหญิง อายุ 10 ปี)

2.2 การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นตามสีที่ผู้อื่นชอบ
จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น โดยเลือกจากสีที่
ผู้อื่นชอบ มีจำนวน 2 คน คิดเป็น 12.5% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

“..เลือกอันนี้คับ เพราะแม่ผมชอบสีน้อยๆ..” (เด็กชาย อายุ 10ปี)

“..เลือกอันนี้ให้เพื่อน เพราะเพื่อนชอบสีดำ...” (เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

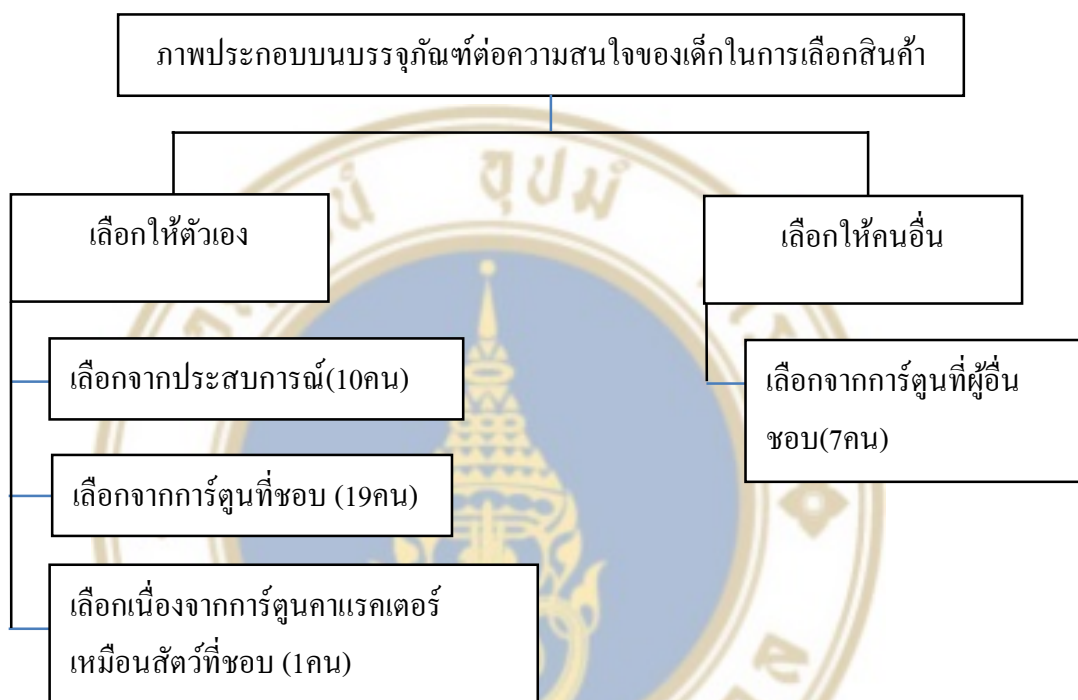
2.3 การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นตามพฤติกรรม
จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น โดยเลือกจาก
พฤติกรรมของผู้อื่น มีจำนวน 12 คน คิดเป็น 75 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

“..เลือกสีส้ม เพราะแม่ผมชอบทานส้ม..” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

“..เลือกสีดำให้พี่ชาย เพราะมันมีสีดำเหมือนล้อรถมอเตอร์ไซด์ของพี่ชาย พี่ชายชอบขี่มอเตอร์ไซด์กับ
เพื่อน...”(เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

4.1.2 ภาพประกอบของบรรจุกณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือบบรรจุกณฑ์ที่ชอบจากภาพประกอบบนบรรจุกณฑ์โดยทางผู้วิจัย มีบรรจุกณฑ์ที่เด็กเลือกคือภาพประกอบที่เป็นการ์ตูนคาแรคเตอร์ ผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น คือ เด็กเลือกจากประสบการณ์ , เลือกจากการ์ตูนที่ชอบและ เลือกเนื่องจากเหมือนสัตว์ที่ชอบ



ภาพที่ 4.2 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับภาพประกอบบนบรรจุกณฑ์

1. เด็กเลือกภาพประกอบของบรรจุกณฑ์ให้ตัวเอง

1.1 เด็กเลือกภาพประกอบของบรรจุกณฑ์จากประสบการณ์

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือบบรรจุกณฑ์ที่ชอบจากภาพประกอบบนบรรจุกณฑ์ พบว่าเด็กเลือกภาพประกอบจากประสบการณ์ที่เคยพบเห็น เคยดู ในชีวิตประจำวัน ทั้งหมด 10 คน เพศชาย 6 คน และเพศหญิง 4 คน คิดเป็น 33 %ของเด็กทั้งหมด

“..หนูชอบลายการ์ตูน โดเรมอนเพราะหนูชอบดู โดเรมอนสอน โนบิตะ...” (เด็กหญิง อายุ 7 ปี)

“..ชอบโดเรมอนคับเพราะ โดเรมอนมีของวิเศษ ผมเคยดู ..” (ชาย อายุ 10 ปี)

1.2 เด็กเลือกภาพประกอบของบรรจุกัณฑ์จากการ์ตูนที่ชอบ

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกรูปบรรจุกัณฑ์ที่ชอบจากภาพประกอบบนบรรจุกัณฑ์ พบว่าเด็กเลือกภาพประกอบจากการ์ตูนที่ชอบ โดยผู้วิจัยพบว่าเพศชาย 5 คน และเพศหญิง 14 คน รวมทั้งสิ้น 19 คน คิดเป็น 63% ของเด็กทั้งหมดโดยเลือกการ์ตูนเพราะน่ารัก เป็น เพศชาย 3 คน และเพศหญิง 11 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน คิดเป็น 78% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ รองลงมาคือเลือกลายการ์ตูนเพราะเท่ เพศชาย ทั้งหมด 2 คน คิดเป็น 11 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ และเหตุผลอื่นๆ เช่น เลือกลายการ์ตูนเพราะดูเป็นมิตร เป็นต้น

“..ชอบไอ โนเสาร์กับ เพราะมันเท่..” (เพศชาย อายุ 8ปี)

“..เลือกริรคคุมะ เพราะมันน่ารัก..” (เพศหญิง อายุ 9 ปี)

1.3 เลือกเนื่องจากการ์ตูนคาแรคเตอร์เหมือนสัตว์ที่ชอบ

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกรูปบรรจุกัณฑ์ที่ชอบจากภาพประกอบบนบรรจุกัณฑ์ พบว่าเด็กเลือกภาพประกอบจากการ์ตูนคาแรคเตอร์เหมือนสัตว์ที่ชอบ จำนวน 1 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็น 3% ของเด็กทั้งหมด

“..ชอบคิตตี้ เพราะมันเป็นแมว แล้วมันก็น่ารัก..” (เพศหญิง อายุ 7 ปี)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องการเลือกภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์มาวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้(Crosstab)มีรายละเอียดดังนี้

- ภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์ (Cartoon Character) กับ เพศ

พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องการใช้ความคิดในการให้เหตุผล อารมณ์ โดยที่เด็กผู้หญิงจะใช้อารมณ์ในการเลือกการ์ตูนมากกว่าเด็กผู้ชาย เช่น เด็กผู้หญิง 72 %เลือกภาพประกอบจากการ์ตูนที่ชอบ เนื่องจากการ์ตูนนั้นน่ารัก, สวย และเป็นมิตร และเด็กผู้ชาย60% เลือกการ์ตูนจากประสบการณ์ และยังพบว่ามีเพียงเด็กผู้หญิงเท่านั้นที่เลือกการ์ตูนที่เหมือนกับสัตว์ที่ชอบ

- ภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์ (Cartoon Character) กับ ฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

พบว่ามีความแตกต่างในใช้การให้เหตุผลในการเลือกการ์ตูนจากประสบการณ์ โดยเด็กโรงเรียนเอกชน 60% เลือกการ์ตูนจากประสบการณ์ และเด็กโรงเรียนรัฐบาล 56% เลือกภาพประกอบจากการ์ตูนที่ชอบ โดยการให้เหตุผลจากความรู้สึกและอารมณ์ และมีเพียงเด็กโรงเรียนรัฐบาลเท่านั้นที่เลือกการ์ตูนนั้นเพราะว่าการ์ตูนคาแรคเตอร์เหมือนสัตว์ที่ชอบ

- ภาพประกอบการ์ตูนคาแรคเตอร์ (Cartoon Character) กับ อายุ
เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้นั้น ไม่พบความแตกต่างในการเลือกภาพประกอบของเด็กในแต่ละช่วงอายุ

2. เด็กเลือกภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่น

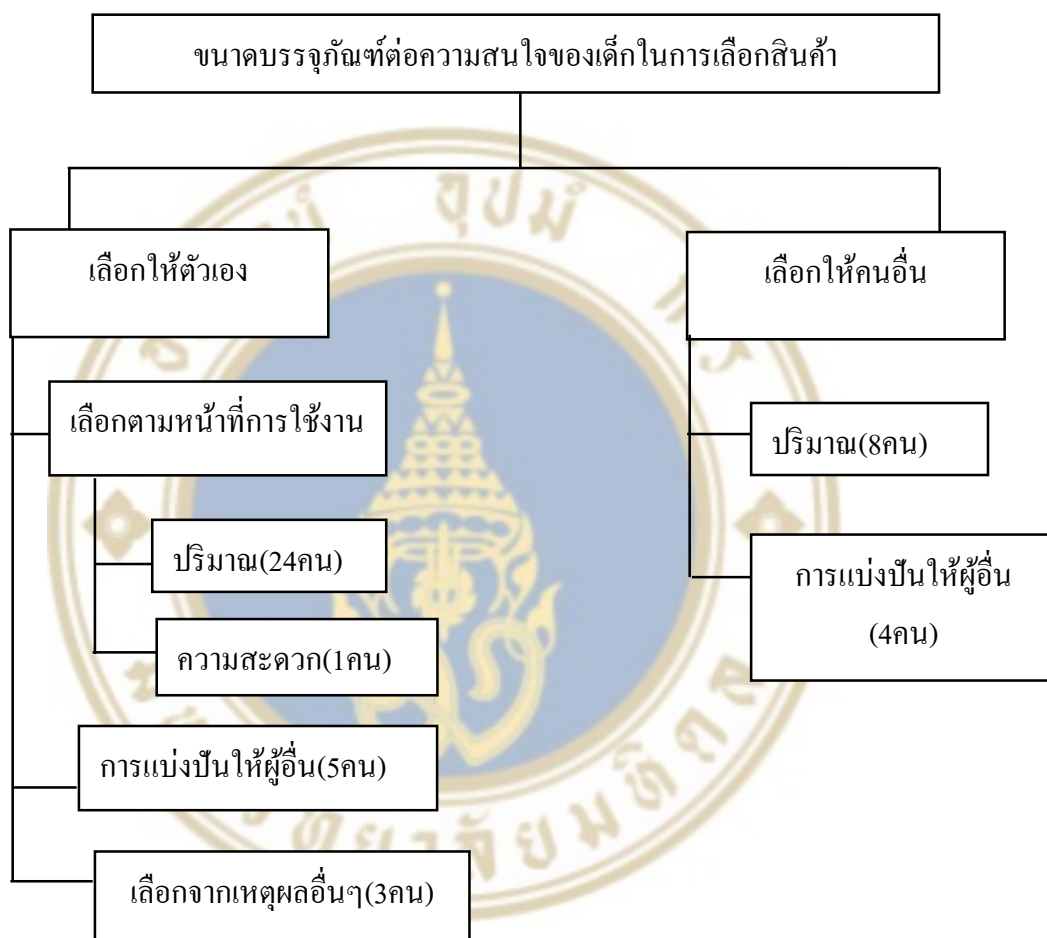
จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่า โดยเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น โดยเลือกจากการ์ตูนที่ผู้อื่นชอบ มีจำนวน 7 คน คิดเป็น 23 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

“...เลือกอันนี้ให้เพื่อนคับ เพราะเพื่อนผมชอบไดโนเสาร์...” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

“...เลือกอันนี้ให้น้องสาวคับ เพราะน้องชอบคิดตี้มากคับ...” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

4.1.3 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านขนาดบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็ก ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์โดยให้เด็กเลือกสินค้าขนมเยลลี่แบบเดียวกัน แต่มีขนาดต่างกันคือเล็กและใหญ่ จากการวิจัยผู้วิจัยพบ 2 ประเด็น ได้แก่ เด็กสามารถเลือกขนาดของสินค้าตามหน้าที่การใช้งาน ทางด้านปริมาณ ความสะดวกและเลือกขนาดของสินค้าเพื่อแบ่งปันให้กับผู้อื่น



ภาพที่ 4.3 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับขนาดของบรรจุภัณฑ์

1. เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ตัวเอง

1.1 เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ตามหน้าที่การใช้งาน

- เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์เชื่อมโยงกับปริมาณ

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่ชอบจากขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบว่า เด็กสามารถเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์โดยเชื่อมโยงขนาดกับปริมาณ พบว่าเป็นเพศชาย 9 คน และเพศหญิง 15 คน รวมทั้งสิ้น 24 คน คิดเป็น 80% ของเด็ก

ทั้งหมดโดยเลือกขนาดใหญ่ได้ปริมาณมาก เป็น เพศชาย 8 คน และเพศหญิง 12 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน คิดเป็น 83% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ รองลงมาคือเลือกขนาดเล็กเพื่อจะได้ทั้งหมด เป็น เพศชาย 1 คน เพศหญิง 3 คน คิดเป็น 17% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้

“..เลือกห่อใหญ่ เพราะได้กินเยอะๆ จะได้อิ่มๆ...” (เด็กชาย อายุ 7 ปี)

“..เลือกห่อเล็ก เพราะกินน้อยจะได้กินหมด...” (เด็กชาย อายุ 9 ปี)

- เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวก

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกรับประทานที่ชอบจากขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบว่า เด็กจะเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการพกพา จากการสัมภาษณ์เด็กมีเด็กผู้ชายเพียงคนเดียวที่เลือกจากเหตุผลนี้ คิดเป็น 3% จากเด็กทั้งหมด

“..เลือกห่อเล็กคับ เพราะมันพกง่าย สะดวกดี..” (เด็กชาย อายุ 11 ปี)

1.2 เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์จากการแบ่งปันให้ผู้อื่น

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกรับประทานที่ชอบจากขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบว่า เด็กจะเลือกรับประทานที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้ได้ปริมาณมาก โดยให้เหตุผลในการเลือกเพื่อนำไปแบ่งปันให้ผู้อื่น เช่น คนในครอบครัว เพื่อน พบว่าเป็น เพศชาย 2 คน และเพศหญิง 3 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน คิดเป็น 16% ของเด็กทั้งหมด และยังพบว่ามีเด็กเลือกรับประทานที่มีขนาดเล็กเพื่อจะได้ไม่ต้องแบ่งผู้อื่น เป็นเพศชายทั้งหมด 2 คน คิดเป็น 7% ของเด็กทั้งหมด

“..เลือกห่อใหญ่ค่ะ ได้เยอะกว่า จะได้เอาไปแบ่งเพื่อนด้วย ..” (เด็กหญิง อายุ 11 ปี)

“..เลือกห่อเล็กคับ เพราะถ้าเลือกห่อใหญ่ต้องแบ่งเพื่อน..” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

1.3 เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ด้วยเหตุผลอื่นๆ

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกรับประทานที่ชอบจากขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบว่า เด็กจะเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์โดยให้เหตุผลทางด้านอารมณ์ คือ เลือกขนาดเล็กเพราะน่ารัก เป็นเด็กผู้หญิงทั้งหมด 3 คน คิดเป็น 10 % ของเด็กทั้งหมด และเลือกรับประทานที่มีขนาดใหญ่เพราะได้หลายชิ้น ประหยัด เป็นเด็กผู้หญิงเพียงคนเดียว

“..เลือกห่อเล็กค่ะ เพราะมันน่ารักดี..” (เด็กหญิง อายุ 7ปี)

“..เลือกห่อเล็กค่ะ เพราะชอบอะไรเล็กๆ น่ารัก..” (เด็กหญิง อายุ 7ปี)

“..เลือกห่อใหญ่ค่ะ เพราะต้องดูที่ราคาจะขนาดค่ะ เลือกอันใหญ่จะได้คุ้มซื้อครั้งเดียวจะได้เยอะๆ ราคาถูกกว่า..” (เด็กหญิง อายุ 7ปี)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์มาวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) มีรายละเอียดดังนี้

- ขนาดของบรรจุภัณฑ์ กับ เพศ

จากการวิจัยพบว่าเด็กผู้หญิง 60% เลือกขนาดใหญ่เพื่อให้ได้ปริมาณมาก และเด็กผู้หญิงยังคำนึงถึงปริมาณในการทำงานมากกว่าเด็กผู้ชาย โดยเด็กผู้หญิง 75% จะเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กเพื่อให้ทานได้หมดในครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าเด็กผู้หญิง 60 % ยังให้ความสำคัญกับขนาดโดยเชื่อมโยงกับปริมาณเพื่อแบ่งปันผู้อื่น และมีเพียงเด็กผู้หญิงเท่านั้นที่ให้เหตุผลทางด้านอารมณ์ในการเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์โดยเลือกรับประทานที่มีขนาดเล็กเนื่องจากรู้สึกว่ามันน่ารัก

- ขนาดของบรรจุภัณฑ์ กับ สถานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

พบว่ามีความแตกต่างในการให้ความสำคัญของขนาดบรรจุภัณฑ์กับปริมาณที่ทาน โดยเด็กจากโรงเรียนเอกชนคำนึงถึงปริมาณในการทำงานมากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล โดยเด็กโรงเรียนเอกชน 75% เลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กเพื่อให้ทานได้หมดในครั้งเดียว นอกจากนี้ยังพบว่าเด็กโรงเรียนเอกชน 80 % ยังให้ความสำคัญกับขนาดโดยเชื่อมโยงกับปริมาณเพื่อแบ่งปันผู้อื่น และมีเพียงเด็กโรงเรียนรัฐบาลเท่านั้นที่ให้เหตุผลทางด้านอารมณ์ในการเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์โดยเลือกรับประทานที่มีขนาดเล็กเนื่องจากรู้สึกว่ามันน่ารัก

- ขนาดของบรรจุภัณฑ์กับ อายุ
เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้นั้น ไม่พบความแตกต่างในการ
เลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ ของเด็กในแต่ละช่วงอายุ

2. เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่น

2.1 เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นโดยเชื่อมโยงกับปริมาณ
จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น โดยเลือกจาก
ขนาดบรรจุภัณฑ์กับปริมาณ โดยเลือกขนาดใหญ่ได้ปริมาณมาก เป็น เพศชาย 5 คน และเพศหญิง 3
คน รวมทั้งสิ้น 8 คน คิดเป็น 67%ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้

“..เลือกห่อใหญ่ให้พ่อครับ เพราะจะได้หลายๆอัน...”(เด็กชาย อายุ 7 ปี)

“..เลือกห่อใหญ่ให้คุณพ่อค่ะ เพราะมันใหญ่พอจะได้กินเยอะๆ...”(เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

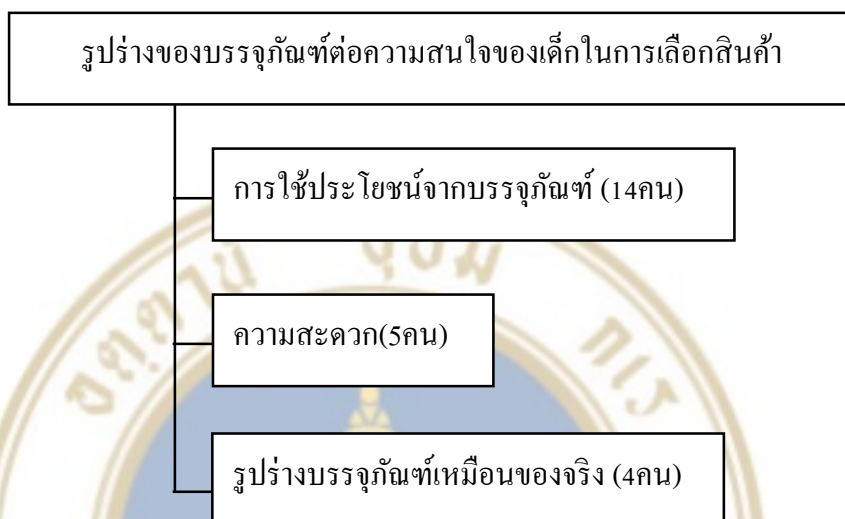
2.2 เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นจากการแบ่งปันให้ผู้อื่น
จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นจากขนาดของ
บรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบว่า เด็กจะเลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้ได้ปริมาณมาก
โดยให้เหตุผลในการเลือกเพื่อนำไปแบ่งปันให้ผู้อื่น เช่น คนในครอบครัว เพื่อน พบว่ามีเพียง
เด็กหญิงทั้งหมด 4 คน คิดเป็น 33% ของเด็กทั้งหมดที่เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้ได้
ปริมาณมากโดยให้เหตุผลในการเลือกเพื่อนำไปแบ่งปันให้ผู้อื่น

“..เลือกห่อใหญ่ให้พ่อค่ะ เพราะพอจะได้เอาไปแบ่งให้น้องด้วย...”(เด็กหญิง อายุ 8 ปี)

“..เลือกห่อใหญ่ให้เพื่อนค่ะ เพราะมันมีหลายชิ้นจะได้แบ่งได้หลายๆคนดี...”(เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

4.1.4 รูปร่างของบรรจุกัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เด็กโดยการให้เด็กเลือกบรรจุกัณฑ์ที่มีรูปร่างต่างกัน ผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น คือ การใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์หลังจากรับประทานหมดแล้วความสะดวก และความเสมือนจริง



ภาพที่ 4.4 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุกัณฑ์

1. เด็กเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เพื่อใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุกัณฑ์ตามการใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์ทั้งหมด 14 คน เพศชาย 3 คน และเพศหญิง 11 คน คิดเป็น 47% โดยให้เหตุผลในการเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์จากประโยชน์ในการใช้บรรจุกัณฑ์หลังจากรับประทานจนหมด เป็นเพศชาย 3 คน และเพศหญิง 9 คน ทั้งหมด 12 คน คิดเป็น 86 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด และมีเพียงเด็กผู้หญิงที่เลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เนื่องจากใช้งานง่าย จำนวน 2 คนคิดเป็น 14 %ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้

“..หนูชอบแบบกระปุก เพราะเอาไปทำงานประดิษฐ์ต่อได้...” (เด็กหญิง อายุ 10 ปี)

“..หนูชอบแบบกล่องต้นคริสต์มาส เพราะเอาไปใส่ของได้...” (เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

2. เด็กเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เพื่อความสะดวก ในการพกพา

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุกัณฑ์จากความสะดวกในการพกพาทั้งหมด 5 คน เพศชาย 3 คน และ เพศหญิง 2 คน คิดเป็น 17 % ของเด็กทั้งหมด

“..หนูเลือกของทรงลูกบาศก์ เพราะถือง่ายจะเอาไปกินกับพี่...”(เด็กหญิง อายุ 7 ปี)

“..ผมชอบแบบกระปุกครับ เพราะมันพกพาง่ายดี...” (เด็กชาย อายุ 10 ปี)

3. เด็กเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์จากความเสมือนจริง

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยให้เลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุกัณฑ์จากความเสมือนจริงของบรรจุกัณฑ์ ทั้งหมด 4 คน เพศชาย 2 คน และเพศหญิง 2 คน คิดเป็น 13% ของเด็กทั้งหมด

“..เลือกแบบกล่องรูปต้นคริสต์มาส เพราะเหมือนต้นคริสต์มาส...”(เด็กหญิง อายุ 9 ปี)

“..เลือกกล่องรูปต้นคริสต์มาส เพราะมันเป็นรูปต้นคริสต์มาส...”(เด็กชาย อายุ 8 ปี)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องการเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ของเด็กมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้(Crosstab)มีรายละเอียดดังนี้

- การเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์กับเพศ

จากงานวิจัยพบว่าเด็กผู้หญิง 80% ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์ หลังจากทานหมดมากที่สุดบ่งบอกถึงความรู้จักประหยัด และไม่ฟุ่มเฟือยแต่เด็กผู้ชาย 60% จะเลือกเหตุผลในการเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เพื่อความสะดวกในการพกพา และมีเพียงเด็กผู้หญิงเท่านั้นที่เลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เนื่องจากใช้งานง่าย

- การเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์กับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

จากงานวิจัยพบว่าเด็กโรงเรียนเอกชน 58% ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์หลังจากทานหมดมากที่สุดบ่งบอกถึงความรู้จักประหยัด และไม่ฟุ่มเฟือยแต่เด็กโรงเรียนรัฐบาล 60 % เลือกเหตุผลในการเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการพกพา และมีเพียงเด็กโรงเรียนรัฐบาลที่เลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์เนื่องจากใช้งานง่าย

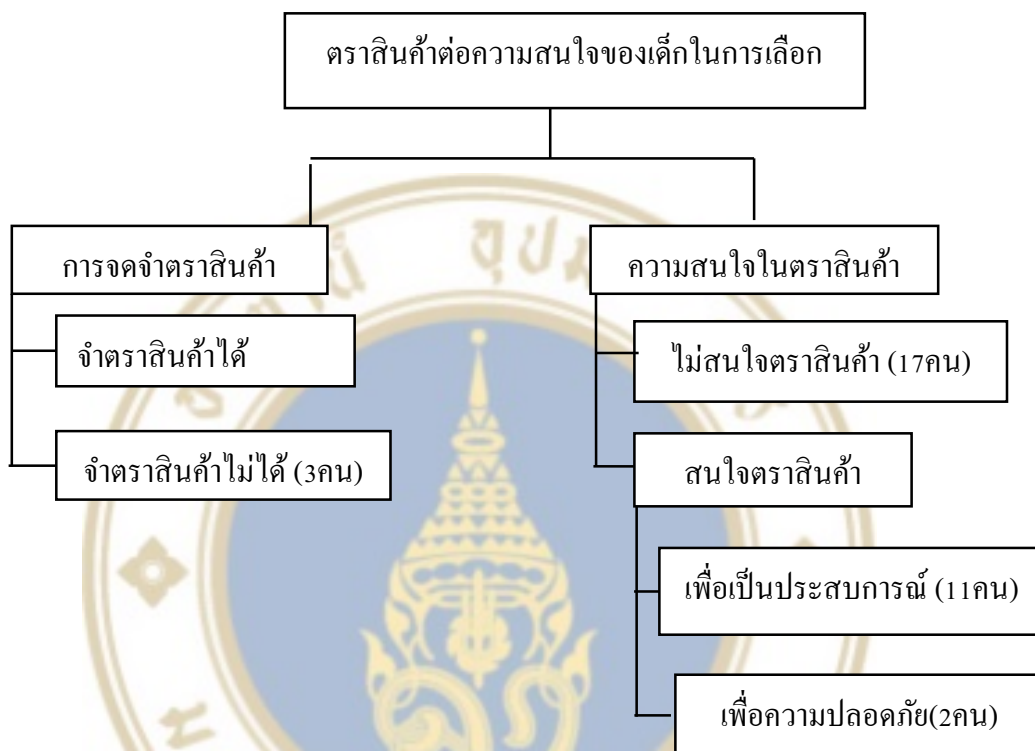
- การเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์กับอายุ

จากข้อมูลผู้วิจัยพบว่าเด็กอายุระหว่าง 9-11ปี ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์หลังจากทานหมดมากกว่าเด็กอายุระหว่าง 7-8ปี โดยเด็กอายุระหว่าง 9-11ปี คิดเป็น 92% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมดและเด็กอายุ 7 ปี เท่านั้นเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์เนื่องจากใช้งานง่าย



4.1.5 ตราสินค้าต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เด็กโดยการให้เด็กตอบคำถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยพบ 2ประเด็น คือ การจดจำตราสินค้า และความสนใจในตราสินค้า



ภาพที่ 4.5 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์

1. การจดจำตราสินค้าของเด็ก

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยการถามเกี่ยวกับการจดจำตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าเด็กสามารถจดจำตราสินค้าได้ ทั้งหมด 27 คน เพศชาย 12 คน และเพศหญิง 15 คน คิดเป็น 90% ของเด็กทั้งหมด

“..จำได้ค่ะ มียูบี เจลลี่แบร์ อันนี้หือเฮเว่น มีขายในเซเว่นอย่างเดียว...”(เด็กหญิง อายุ 10 ปี)

“..จำได้คับ มียูบี เจลลี่โคล่า เจลลี่แบร์ ฮาลิโบริ ส่วนใหญ่หือหือยูบี แต่มันมีหลายแบบมากๆ
 เลยกับ...”(เด็กชาย อายุ 10 ปี)

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการจดจำตราสินค้าของเด็กกับเรื่องเพศพบว่า เด็กผู้หญิงตอบว่าจดจำตราสินค้าได้มากกว่าเด็กผู้ชาย คิดเป็นเด็กผู้หญิง 56% และ เด็กผู้ชาย 44% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่าง การจดจำตราสินค้าของเด็กกับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน พบว่า เด็กโรงเรียนเอกชนตอบว่าจดจำตราสินค้าได้มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล คิดเป็นเด็กโรงเรียนเอกชน 56% และเด็กโรงเรียนรัฐบาล 44% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้(Crosstab) นั้น ไม่พบความแตกต่างในการจดจำตราสินค้าของเด็กในแต่ละช่วงอายุ

2. ความสนใจในตราสินค้า

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปีโดยการถามเกี่ยวกับความสนใจในตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าเด็กไม่สนใจในตราสินค้า ทั้งหมด 17 คน เพศชาย 6 คน และ เพศหญิง 11 คน คิดเป็น 57 % ของเด็กทั้งหมด และพบว่ามีเด็กสนใจตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 13 คน คิดเป็น 43% ของเด็กทั้งหมด โดยเด็กให้เหตุผลในการสนใจตราสินค้าเพื่อเป็นประสบการณ์ (เพื่อจดจำว่าตราสินค้านี้ อร่อย หรือดี ไหม เพื่อจะได้จดจำไว้ซื้อครั้งต่อไป , เพื่อไม่ให้ซื้อผิด) ทั้งหมด 11คน คิดเป็น 85 % ของเด็กที่ให้ความสนใจทั้งหมด และให้เหตุผลในการสนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัยทั้งหมด 2 คน คิดเป็น 15% ของของเด็กที่ให้ความสนใจทั้งหมด

“..สนใจตราสินค้าคับ เพราะจะได้รู้ว่านี่เป็นยังไง อร่อยมั๊ย จะได้จำไว้ซื้ออีก...”

(เด็กชาย อายุ 8 ปี)

“..ต้องสนใจคับ เพราะบางทีก็อาจจะเป็นของปลอม อันตราย ...”

(เด็กชายอายุ 11 ปี)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องความสนใจในตราสินค้าของเด็กมาวิเคราะห์การแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) มีรายละเอียดดังนี้

- ความสนใจในตราสินค้าของเด็กกับเพศ

พบความแตกต่างในเรื่องของความสนใจในตราสินค้า โดยเด็กผู้หญิงจะเลือกตอบว่าไม่สนใจในตราสินค้ามากกว่าเด็กผู้ชาย คิดเป็นเด็กผู้หญิง 65 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด และพบว่าเด็กสนใจตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ โดยเด็กให้เหตุผลในการสนใจตราสินค้าเพื่อเป็นประสบการณ์ (เพื่อจดจำว่าตราสินค้านี้ อร่อย หรือดี ใหม่ เพื่อจะได้จดจำไว้ซื้อครั้งต่อไป , เพื่อไม่ให้ซื้อผิด) โดยเด็กผู้หญิงจะเลือกตอบมากกว่าเด็กผู้ชาย คิดเป็นเด็กผู้หญิง 64 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด และมีเพียงเด็กผู้ชายเท่านั้นให้เหตุผลในการสนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัย

- ความสนใจในตราสินค้าของเด็กกับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

พบความแตกต่างในเรื่องของความสนใจในตราสินค้า โดยเด็กโรงเรียนรัฐบาลจะเลือกตอบว่าไม่สนใจในตราสินค้ามากกว่าเด็กโรงเรียนเอกชน คิดเป็นเด็กโรงเรียนรัฐบาล 65 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด และพบว่าเด็กสนใจตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ โดยเด็กให้เหตุผลในการสนใจตราสินค้าเพื่อเป็นประสบการณ์ (เพื่อจดจำว่าตราสินค้านี้ อร่อย หรือดี ใหม่ เพื่อจะได้จดจำไว้ซื้อครั้งต่อไป เพื่อไม่ให้ซื้อผิด) โดยเด็กโรงเรียนเอกชนจะเลือกตอบมากกว่าเด็กโรงเรียนเอกชน คิดเป็นเด็กโรงเรียนเอกชน 64 % ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด และมีเพียงเด็กโรงเรียนเอกชนเท่านั้นให้เหตุผลในการสนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัย

- ความสนใจในตราสินค้าของเด็กกับ อายุ

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้นั้น ไม่พบความแตกต่างของความสนใจในตราสินค้าของเด็กในแต่ละช่วงอายุ

4.1.6 ตัวอักษรต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เด็กโดยการให้เด็กตอบคำถามเกี่ยวกับตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น คือ การสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ ความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์และการอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.6 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์

1. การสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็ก

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยการถามเกี่ยวกับการการสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าเด็กสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งหมด 17 คน เพศชาย 9 คน และเพศหญิง 8 คน คิดเป็น 57 % ของเด็กทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับเรื่องเพศพบว่า เด็กผู้หญิงตอบว่าไม่สังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กผู้ชาย เป็นเด็กผู้หญิง 77% และ เด็กผู้ชาย 23% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็กกับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน พบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนตอบว่าสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล เป็นเด็กโรงเรียนเอกชน 76% และเด็กโรงเรียนรัฐบาล 24% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการสังเกตตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็กกับอายุนั้น ไม่พบความแตกต่างในแต่ละช่วงอายุ

2. ความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็ก

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยการถามเกี่ยวกับความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าเด็กไม่สนใจอักษรบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งหมด 17 คน เพศชาย 4 คน และเพศหญิง 13คน คิดเป็น 57 % ของเด็กทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับเรื่องเพศพบว่า เด็กผู้หญิงตอบว่าไม่สนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กผู้ชาย เป็นเด็กผู้หญิง 76% และ เด็กผู้ชาย 24% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็กกับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน พบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนตอบว่าสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล เป็นเด็กโรงเรียนเอกชน 77% และเด็กโรงเรียนรัฐบาล 23% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับอายุนั้น ไม่พบความแตกต่างในแต่ละช่วงอายุ

3. การอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็ก

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยการถามเกี่ยวกับการอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าเด็กไม่อ่านอักษรบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งหมด 17 คน เพศชาย 4 คน และเพศหญิง 13คน คิดเป็น 57 % ของเด็กทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์กับเรื่องเพศพบว่า เด็กผู้หญิงตอบว่าไม่อ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กผู้ชาย เป็นเด็กผู้หญิง 76% และ เด็กผู้ชาย 24% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็กกับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน พบว่าเด็กโรงเรียนเอกชนตอบว่าอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์มากกว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล เป็นเด็กโรงเรียนเอกชน 77% และเด็กโรงเรียนรัฐบาล 23% ของเด็กที่ตอบในประเด็นนี้ทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) ระหว่างการอ่านตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ของเด็กกับอายุนั้น ไม่พบความแตกต่างในแต่ละช่วงอายุ

4.2 ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

จากการสัมภาษณ์เด็กในเรื่องสิ่งที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าทางด้านบรรจุภัณฑ์ คือ สี ภาพประกอบ ขนาดตราสินค้า ตัวอักษร และรูปร่าง ทางผู้วิจัยยังพบสิ่งที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้าในด้านอื่น คือ ของแถม

4.2.1 ของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ ผู้วิจัยได้ให้เด็กเลือกสินค้านี้ระหว่างสินค้าที่มีของแถม และสินค้าที่ไม่มีของแถม ผู้วิจัยพบ 2 ประเด็น คือของแถมมีผลต่อความสนใจ โดยเลือกสินค้าที่มีของแถมเพื่อตนเอง นำของแถมไปให้ผู้อื่น คุ่มค่า และไม่เลือกของแถมเพราะเหมาะกับเพศตรงข้าม



ภาพที่ 4.7 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับของแถม

1. เด็กเลือกสินค้าที่มีของแถมเพื่อให้ตนเอง

จากการวิจัยโดยให้เด็กเลือกสินค้าขนมเยลลี่ระหว่าง ขนมเยลลี่ที่มีของแถมกับขนมเยลลี่ที่ไม่มีของแถม พบว่าเด็กส่วนใหญ่จะเลือกสินค้าที่มีของแถม มากกว่าสินค้าที่ไม่มี การเลือกสินค้าที่มีของแถมผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น ประเด็นแรก คือ เด็กจำนวน 10คน คิดเป็น 33 % ของเด็กทั้งหมด เลือกสินค้าที่มีของแถมเพราะรู้สึกคุ้มค่าเพราะ ได้ทั้งขนมและของเล่น ประเด็นที่สอง เด็ก

จำนวน 7 คน คิดเป็น 23 % ของเด็กทั้งหมด เลือกสินค้าที่มีของแถมให้ตนเองเพื่อนำของแถมไปเล่น และประเด็นสุดท้าย คือ เด็กจำนวน 6 คน คิดเป็น 20% ของเด็กทั้งหมด เลือกสินค้าที่มีของแถมเพื่อนำของแถมไปให้ผู้อื่น

“..ชอบของแถมจะได้เอาไว้เล่น..” (เด็กหญิง อายุ 7 ปี)

“..ชอบอันที่มีของแถม เพราะชอบต่อเลโก้ และก็ชอบรถแข่งด้วยคับ..” (เด็กชาย อายุ 8 ปี)

“..เลือกอันที่มีของแถมค่ะ แต่เอาของแถมไปให้เพื่อนเล่น เพื่อนน่าจะชอบ...” (เด็กหญิง อายุ 9ปี)

2. ของแถมไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกสินค้าเพราะของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า ของแถมไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกสินค้าในเด็กเพราะของแถมเหมาะกับเพศตรงข้ามที่ โดยมีเพียงเด็กผู้หญิงทั้งหมด 5 คน คิดเป็น 17 % ของเด็กทั้งหมด

“...เลือกอันนี้(ไม่มีของแถม) เพราะว่าของแถมมันเป็นรถแข่ง มันเป็นผู้ชาย หนูไม่ชอบ...” (เด็กผู้หญิงอายุ 7 ขวบ)

“...เลือกอันนี้(ไม่มีของแถม) เพราะว่าหนูเล่นรถแข่งไม่เป็น .. เด็กผู้ชายเค้าเล่นกัน...” (เด็กผู้หญิงอายุ 7 ขวบ)

“...เลือกอันนี้(ไม่มีของแถม) เพราะว่ารถแข่งเป็นผู้ชาย หนูไม่ชอบ...” (เด็กผู้หญิงอายุ 8 ขวบ)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องของเกมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ามาวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) มีรายละเอียดดังนี้

- ของเกมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ากับเพศ

พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องความคุ้มค่า โดยเด็กผู้ชาย 67 % จะเลือกสินค้าที่มีของเกมเพราะรู้สึกคุ้มค่าเพราะได้ทั้งขนมและของเล่น และเด็กผู้ชาย 57 % จะเลือกสินค้าที่มีของเกมให้ตนเองเพื่อนำของเกมไปเล่น และมีเพียงเด็กผู้หญิงเท่านั้นที่เลือกสินค้าที่มีของเกมเพื่อนำของเกมไปให้ผู้อื่นและไม่เลือกสินค้าที่มีของเกมเพราะของเกมเหมาะกับเพศตรงข้าม

- ของเกมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ากับฐานะทางครอบครัว โรงเรียน รัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องความคุ้มค่าโดยเด็กโรงเรียนเอกชน 60 % จะเลือกสินค้าที่มีของเกมเพราะรู้สึกคุ้มค่าเพราะได้ทั้งขนม และของเล่นและเด็กโรงเรียนรัฐบาล 57 % จะเลือกสินค้าที่มีของเกมให้ตนเองเพื่อนำของเกมไปเล่น และเด็กโรงเรียนเอกชน 60 % ไม่เลือกสินค้าที่มีของเกมเพราะของเกมเหมาะกับเพศตรงข้าม

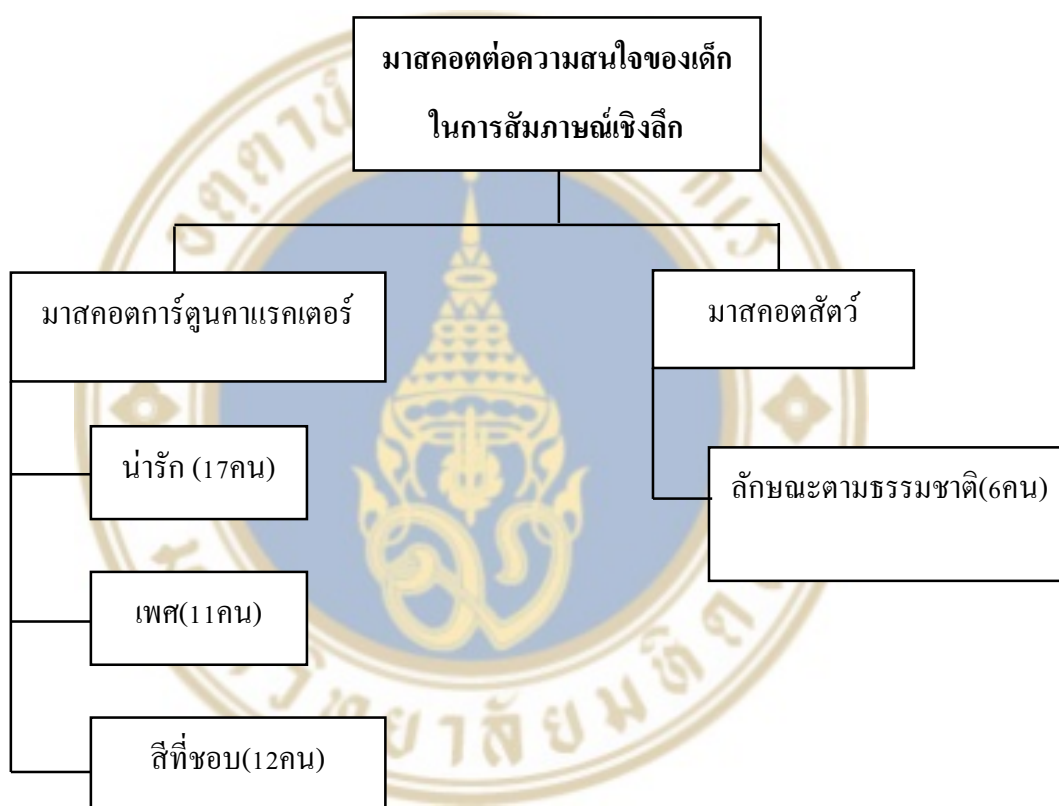
- ของเกมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้ากับอายุ

จากข้อมูลผู้วิจัยพบว่าเด็กอายุระหว่าง 7-9 ปี เท่านั้นจะเลือกสินค้าที่มีของเกมให้ตนเองเพื่อนำของเกมไปเล่น และเด็กอายุระหว่าง 7-9 ปี 80 % จะไม่เลือกสินค้าที่มีของเกมเพราะของเกมเหมาะกับเพศตรงข้าม และเด็กอายุระหว่าง 7-9 ปี 67 % จะเลือกสินค้าที่มีของเกมเพื่อนำของเกมไปให้ผู้อื่น แต่เด็กอายุระหว่าง 10-11 ปี 90% จะเลือกสินค้าที่มีของเกมเพราะรู้สึกคุ้มค่าเพราะได้ทั้งขนม และของเล่น

4.2.2 มาตรฐานต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในส่วนการสัมภาษณ์เด็กผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยมาตรฐานต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยที่ผู้วิจัยสวมชุดมาตรฐานแล้วทำการสัมภาษณ์เด็ก ซึ่งมาตรฐานมีความแตกต่างกันทั้งหมด 6 ชนิดคือ สติชสีชมพู(ผู้หญิง) สติชสีฟ้า(ผู้ชาย) เพนกวิน ม้าลาย ยีราฟ และก๊อตซีล่า(จระเข้)

โดยผู้วิจัย พบ 2 ประเด็นหลักคือ มาตรฐานการ์ตูนตามความน่ารัก เพศ สีที่ชอบ และมาตรฐานสัตว์ตามลักษณะตามธรรมชาติ



ภาพที่ 4.8 แสดงประเด็นสิ่งที่พบในการสัมภาษณ์เด็กเกี่ยวกับมาตรฐานต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. มาตรการคุ้มครองคาแรคเตอร์

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยการถามเกี่ยวกับมาตรการที่ผู้วิจัยสวมใส่ พบว่าเด็กส่วนใหญ่จะเลือกพูดคุยกับผู้วิจัยที่สวมใส่มาตรการคุ้มครองคาแรคเตอร์ จากการเลือกมาตรการคุ้มครองคาแรคเตอร์ผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น ประเด็นแรก คือ เด็กจำนวน 17คน คิดเป็น 57 % ของเด็กทั้งหมด เลือกมาตรการคุ้มครองคาแรคเตอร์เพราะน่ารัก ประเด็นที่สอง เด็กจำนวน 12 คน คิดเป็น 40 % ของเด็กทั้งหมด เลือกมาตรการคุ้มครองคาแรคเตอร์ตามสีที่ชอบ เช่นเด็กผู้หญิงชอบสีชมพู เด็กผู้ชายชอบสีฟ้าและประเด็นสุดท้าย คือ เด็กจำนวน 11 คน คิดเป็น 37% ของเด็กทั้งหมด เลือกมาตรการคุ้มครองคาแรคเตอร์ตามเพศ โดยเด็กผู้หญิงเลือกคุยกับมาตรการที่เป็นเพศหญิง และเด็กผู้ชายเลือกคุยกับมาตรการที่เป็นเพศชาย

“...เลือกที่สีชมพูค่ะเพราะว่าหนูชอบสีชมพู และที่สีชมพูเป็นผู้หญิงค่ะ...” (เด็กผู้หญิงอายุ 7 ปี)

“...เลือกที่สีฟ้าเพราะเป็นผู้ชาย...” (เด็กผู้ชายอายุ 8 ปี)

“...เลือกที่สีชมพู เพราะน่ารัก แล้วก็เป็นผู้หญิง...” (เด็กผู้หญิงอายุ 10ปี)

2. มาตรการสัตว์

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่าเด็กเลือกพูดคุยกับมาตรการรูปสัตว์เพราะเลือกตามลักษณะตามธรรมชาติของสัตว์นั้นๆ เช่น เลือกยีราฟ เพราะคอยาว เป็นต้น ทั้งหมด 6 คน คิดเป็น 20% ของเด็กทั้งหมด

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

“...เลือกที่เพนกวินค่ะเพราะชอบหัวเพนกวิน มันน่ารักดี..” (เด็กผู้หญิงอายุ 8 ปี)

“...เลือกที่ฆ่าตายค่ะเพราะตัวมันสวยค่ะ...” (เด็กผู้หญิงอายุ 10 ปี)

เมื่อนำข้อมูลเรื่องมาสอดคล้องต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstab) มีรายละเอียดดังนี้

- มาสอดคล้องต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเพศ

จากงานวิจัยพบว่าเด็กผู้หญิง 71 % เลือกมาสอดคล้องการดูนกแรคเตอร์เพราะน่ารัก และเด็กผู้หญิง 75% จะเลือกมาสอดคล้องการดูนกแรคเตอร์ตามสีที่ชอบ และเด็กผู้หญิง 67% จะเลือกมาสอดคล้องรูปสัตว์เพราะเลือกตามลักษณะตามธรรมชาติของสัตว์นั้นๆ แต่เด็กผู้ชาย 64% จะเลือกมาสอดคล้องการดูนกแรคเตอร์ตามเพศ

- มาสอดคล้องต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับฐานะทางครอบครัว โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน

จากงานวิจัยพบว่าเด็กโรงเรียนรัฐบาล 59% เลือกมาสอดคล้องการดูนกแรคเตอร์เพราะน่ารัก โดย เด็กโรงเรียนเอกชน 58% จะเลือกมาสอดคล้องการดูนกแรคเตอร์ตามสีที่ชอบ และเด็กโรงเรียนเอกชน 83% จะเลือกมาสอดคล้องรูปสัตว์เพราะเลือกตามลักษณะตามธรรมชาติของสัตว์นั้นๆ และเด็กโรงเรียนเอกชน 64% จะเลือกมาสอดคล้องการดูนกแรคเตอร์ตามเพศ

- มาสอดคล้องต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ อายุ

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงแบบตารางไขว้นั้น ไม่พบความแตกต่างในความสนใจของเด็กต่อมาสอดคล้องในการสัมภาษณ์เชิงลึกในแต่ละช่วงอายุ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาถึงสิ่งที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้าขนมเยลลี่” มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ สี (Color) ภาพประกอบ (Illustration) รูปร่าง (Shape) ขนาด (Size) ตัวอักษร (Letter) และตราสินค้า (Brand) ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า เพื่อศึกษาถึงความสนใจในการเลือกสินค้านี้ระหว่างเด็กที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาลและ โรงเรียนเอกชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกันและเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้สัมภาษณ์โดยตรงกับสัมภาษณ์โดยใส่ชุดมาสคอตโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้เข้าร่วมวิจัย คือเด็กที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่อายุ 7-11 ปี จำนวน 30 คน จากโรงเรียน 2 แห่ง คือโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 15 คน และโรงเรียนเอกชน จำนวน 15 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสวมชุดมาสคอต (Mascot) จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สามารถสรุปผล และข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลของการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจเลือกสินค้า ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้านี้ มาสคอตต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสรุปประเด็นหลักได้ 4 หัวข้อดังนี้ 1. อิทธิพลขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า 2. ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า 3. ความสนใจในการเลือกสินค้านี้ระหว่างเด็กที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาลและ โรงเรียนเอกชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน 4. มาสคอตต่อความสนใจของเด็กในการสัมภาษณ์เชิงลึก

5.2 อิทธิพลขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

5.2.1 สีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

-เด็กเลือกสีของบรรจุภัณฑ์สินค้าจากสีที่ชอบ

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยให้เด็กสีของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กชอบพบว่าเด็กเลือกบรรจุภัณฑ์สินค้าตามสีที่เด็กชอบ เด็กทั้ง 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี ให้เหตุผลในการเลือกสีที่ชอบเพราะเป็นสีที่สวยงาม เหตุผลรองลงมาคือสีที่ชอบเป็นสีที่ดูน่ารัก และเหตุผลอื่น ๆ ที่เด็กเลือกเช่น สีที่ชอบ เป็นสีที่สดใส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ว่าเด็กจะเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่ตัวเองชอบ ให้กับตนเองเมื่อเลือกสินค้าให้กับตัวเอง (Marshall et al, 2006)

- เด็กเลือกบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีสีตรงความเป็นจริงและสีตามความหมาย, สัญลักษณ์

จากการสัมภาษณ์เด็กทั้ง 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี ทั้งหญิงและชายพบว่าเด็กเลือกสินค้าที่มีสีของบรรจุภัณฑ์เนื่องจากเป็นสีที่ตรงตามความเป็นจริง เช่น ชอบสีแดงเพราะเหมือนดอกกุหลาบ ชอบสีเหลืองเพราะเป็นสีของในหลวง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่าเด็กช่วงอายุ 7-11 ปี ซึ่งอยู่ในวัยคิดวิเคราะห์ มีความสามารถในการตีความข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นระบบมากขึ้น มีความสามารถในการวิเคราะห์สินค้าหรือสิ่งเร้าได้ในหลายมิติ ซึ่งนำไปสู่รูปแบบในการเลือกสินค้าที่พิจารณาคุณลักษณะหลายด้าน การที่เด็กเลือกสีบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่คิดว่าตรงกับความจริง แสดงให้เห็นว่าเด็กมีการคิดเชื่อมโยงระหว่างสีกับชีวิตจริง (John, 1999) ซึ่งการให้เหตุผลในการเลือกสีของบรรจุภัณฑ์เนื่องจากเป็นสีที่ตรงกับความจริงหรือเป็นสีตามความหมาย, สัญลักษณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่าเด็กวัยนี้สามารถที่จะเข้าใจเหตุผลรู้จักการแก้ปัญหาสิ่งต่างๆที่เป็นรูปธรรมได้ดี (Lall and Lall, 1983)

- เด็กเลือกโทนสีที่ชอบตามเพศของตัวเอง

จากการสัมภาษณ์เด็กทั้ง 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี ทั้งหญิงและชาย พบว่า เด็กสามารถแยกแยะความแตกต่างของเพศจากสีของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของแต่ละเพศของสินค้าที่เด็กเลือก โดยสีที่ทำให้เด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงเกิดความรู้สึกแบ่งเพศคือ สีชมพูและสีฟ้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า เด็กจะมีการเรียนรู้เกี่ยวกับภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ (Gender stereotype) (Martin et al., 1990) โดยเด็กมีการแสดงออกความเป็นผู้หญิง ความเป็นผู้ชายที่เหมาะสมกับเพศของตน (Bem, 1993)

- การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นตามภาพเหมารวมทางเพศภาวะ (Gender stereotype)

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น สามารถแบ่งแยกสีตามเพศของผู้รับได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า เด็กจะมีการเรียนรู้เกี่ยวกับภาพเหมารวมด้านเพศภาวะ (Gender stereotype) (Martin et al., 1990) โดยเด็กมีการแสดงออกความเป็นผู้หญิง ความเป็นผู้ชายที่เหมาะสมกับเพศของตน (Bem, 1993)

- การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่นตามสีที่ผู้อื่นชอบ

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น เด็กจะคำนึงถึงบุคคลที่ต้องการจะเลือกสินค้าให้ก่อนว่า บุคคลนั้นชอบสีอะไร แล้วจึงเลือกสีที่คนๆ นั้นชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า เด็กอายุ 7-12 ปี จะเริ่มมีความสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเรา (คุลยา จิตตะยโสธร, 2553) และการคำนึงถึงสีที่ชอบของบุคคลที่ต้องการเลือกสินค้าให้โดยเลือกสีที่คนๆ นั้นชอบหรือสีใกล้เคียง (มณีรัตน์ บุญมรรษะและวรัญญูภรณ์ ทวีรุจนะ, 2556)

5.2.2 ภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

สิ่งที่ผู้วิจัยพบในประเด็นของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ พบว่าภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็ก โดยผู้วิจัยแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลักคือ

- เด็กเลือกภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ให้ตนเอง

จากการสัมภาษณ์เด็ก โดยการให้เลือกรับประทานที่ชอบจากภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าเด็กเลือกภาพประกอบชอบ โดยให้เหตุผลคือ เลือกภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีการ์ตูนที่ตนเอง ชอบ เหตุผลรองลงมาคือเลือกภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์จากประสบการณ์ เช่นเลือกจากการ์ตูนที่เคย ดู หรือพบเห็นในชีวิตประจำวัน และเลือกภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีการ์ตูนเหมือนสัตว์ที่ชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่า ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจให้เด็กอยากได้ สินค้า (Merzerski, 1995; Ogba and Johnson, 2010; Osborne, 2012) โดยเฉพาะภาพการ์ตูนจะทำให้เด็ก ชอบสินค้า (มณีรัตน์ บุญมรรษะและวรัญญูภรณ์ ทวีรุจนะ, 2556)

- เด็กเลือกภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่น

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น เด็กจะคำนึงถึงบุคคลที่ต้องการจะเลือกสินค้าให้ก่อนว่า บุคคลนั้นชอบการ์ตูนอะไร แล้วจึงเลือกการ์ตูนที่คนๆ นั้นชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า เด็กอายุ 7-12 ปีจะเริ่มมีความสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเรา (คุณยา จิตตะยโสธร, 2553)

5.2.3 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

สิ่งที่ผู้วิจัยพบในประเด็นของขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ พบว่าขนาดของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของเด็ก โดยผู้วิจัยแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลักคือ

- เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ตัวเอง

จากการสัมภาษณ์เด็กโดยการให้เลือกรับประทานที่ชอบจากขนาดของบรรจุภัณฑ์พบว่าเด็กสามารถเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์โดยเชื่อมโยงขนาดกับปริมาณโดยเลือกขนาดใหญ่ได้ ปริมาณมารองลงมาคือเลือกขนาดเล็กเพื่อจะได้ทานหมดและเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการพกพา และเหตุผลอื่นๆคือเลือกรับประทานที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้ได้ปริมาณมากโดยให้เหตุผลในการเลือกเพื่อนำไปแบ่งปันให้ผู้อื่นเลือกขนาดเล็กเพราะคุณน่ารักและเลือกรับประทานที่มีขนาดใหญ่เพราะได้หลายชิ้น ประหยัดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่า เด็กเลือกสินค้าที่มีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการบริโภค และเลือกสินค้าที่มีขนาดบรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภคโดยเลือกขนาดเล็กเพื่อความสะดวก (มณีรัตน์ บุญมีธยะและวรัญญกรณ์ ทวีรุจนะ, 2556)

- เด็กเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ผู้อื่น

จากการสัมภาษณ์เด็กพบว่าเมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่น เด็กจะคำนึงถึงบุคคลที่ต้องการจะเลือกสินค้าให้ก่อนว่า เมื่อต้องเลือกสินค้าให้ผู้อื่นจะเลือกจากขนาดบรรจุภัณฑ์กับปริมาณ โดยเลือกขนาดใหญ่ได้ปริมาณมากเพื่อเลือกปริมาณให้เหมาะสมกับบุคคลนั้นๆซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า เด็กอายุ 7-12 ปี จะเริ่มมีความสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเรา (คุณยา จิตตะยโสธร, 2553)

5.2.3 รูปร่างของบรรจุกัณฑ์ต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น คือ การใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์หลังจากรับประทานหมดแล้วความสะดวก และความเสมือนจริงพบว่า เหตุผลในการเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์ของเด็กผู้ชายและผู้หญิง มีความแตกต่างกัน โดยเด็กผู้หญิงให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์หลังจากทานหมดมากที่สุดบ่งบอกถึงความรู้จักประหยัด และไม่ฟุ่มเฟือย ส่วนเด็กผู้ชายจะให้ความสำคัญในเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เพื่อความสะดวกในการพกพา และพบว่าเด็กอายุระหว่าง 9-11 ปี ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุกัณฑ์หลังจากทานหมด และเด็กอายุ 7 ปี เท่านั้นเลือกรูปร่างของบรรจุกัณฑ์เนื่องจากใช้งานง่าย

5.2.4 ตราสินค้าต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของตราสินค้าของบรรจุกัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้น ผู้วิจัยพบ 2 ประเด็น คือ การจดจำตราสินค้า และความสนใจในตราสินค้าพบว่าเด็กส่วนใหญ่สามารถจดจำตราสินค้าได้ โดยที่เป็นเด็กผู้หญิงมากกว่าเด็กผู้ชาย แต่เมื่อถามเกี่ยวกับความสนใจในตราสินค้าบนบรรจุกัณฑ์ พบว่าเด็กส่วนใหญ่ไม่สนใจตราสินค้า ส่วนเด็กที่สนใจนั้น ได้ให้เหตุผลแตกต่างกันคือ สนใจตราสินค้าเพื่อเป็นประสบการณ์ และสนใจตราสินค้าเพื่อความปลอดภัย

5.2.5 ตัวอักษรต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์ที่เด็กเลือกนั้นผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น คือ การสังเกตตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์ ความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์และการอ่านตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์ โดยเด็กส่วนใหญ่สังเกตตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์ซึ่งเป็นเด็กผู้ชายมากกว่าเด็กผู้หญิง ในส่วนของความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์นั้น พบว่าเด็กส่วนใหญ่ไม่สนใจอักษรบนบรรจุกัณฑ์ และในส่วนของ การอ่านตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์นั้น พบว่าเด็กส่วนใหญ่ไม่อ่านตัวอักษรบนบรรจุกัณฑ์ ซึ่งเด็กที่อ่านนั้นจะอ่านในส่วนของวันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ ส่วนประกอบ โดยที่มีการเรียนรู้มาจากผู้ปกครอง

5.3 ปัจจัยอื่นๆที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า

5.3.1 ของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่

ในด้านของแถมต่อความสนใจของเด็กในการเลือกสินค้าขนมเยลลี่ ผู้วิจัยพบ 2 ประเด็น คือของแถมมีผลต่อความสนใจโดยเลือกสินค้าที่มีของแถมเพื่อตนเอง นำของแถมไปให้ผู้อื่น คุ่มค่า และไม่เลือกของแถมเพราะเหมาะกับเพศตรงข้ามพบว่าเด็กส่วนใหญ่จะเลือกสินค้าที่มีของแถมมากกว่าสินค้าที่ไม่มีโดยให้เหตุผลแตกต่างกัน 3 ประเด็น คือเลือกสินค้าที่มีของแถมเพราะรู้สึกคุ้มค่าเพราะได้ทั้งขนมและของเล่น ประเด็นที่สอง เลือกสินค้าที่มีของแถมให้ตนเองเพื่อนำของแถมไปเล่น และประเด็นสุดท้าย คือ เลือกสินค้าที่มีของแถมเพื่อนำของแถมไปให้ผู้อื่น และอีกเหตุผลคือ ของแถมไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกสินค้าในเด็กเพราะของแถมเหมาะกับเพศตรงข้าม ในส่วนนี้เด็กที่ให้เหตุผลนี้เป็นเด็กผู้หญิงทั้งหมด

5.4 ความสนใจในการเลือกสินค้านระหว่างเด็กที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน

จากการวิจัยโดยสัมภาษณ์เด็ก โรงเรียนรัฐบาลและเอกชนที่มีความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมผู้วิจัยพบว่าความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความสนใจในการเลือกสินค้าของเด็ก ทางด้านสินค้านั้นพบว่าเด็ก โรงเรียนเอกชนจะเลือกสินที่ตรงความเป็นจริงต่างจากเด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกสินที่ตรงกับเกิด ทางด้านภาพประกอบเด็กโรงเรียนเอกชนเลือกภาพประกอบจากการ์ตูนที่ชอบ ต่างจากเด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกภาพประกอบจากการ์ตูนที่ชอบโดยการให้เหตุผลจากความรู้สึกและอารมณ์ ทางด้านขนาดโรงเรียนเอกชนคำนึงถึงปริมาณในการทานที่เหมาะสม ต่างจากเด็กโรงเรียนรัฐบาลที่ให้เหตุผลทางด้านอารมณ์ในการเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ โดยเลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กเนื่องจากรู้สึกว่าน่ารัก ทางด้านรูปร่างเด็กโรงเรียนเอกชนให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์หลังจากทานหมดมากที่สุดบ่งบอกถึงความรู้จักประหยัดและไม่ฟุ่มเฟือย ต่างจากเด็กโรงเรียนรัฐบาลเลือกเหตุผลในการเลือกรูปร่างของบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการพกพา ทางด้านตราสินค้า เด็กโรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่จดจำตราสินค้าได้

5.5 ความแตกต่างระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้สัมภาษณ์โดยตรงกับการสัมภาษณ์โดยใช้ชุดมาสคอตในการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เด็ก 2 โรงเรียน ช่วงอายุ 7-11 ปี โดยการถามเกี่ยวกับมาสคอตที่ผู้วิจัยสวมใส่ พบว่าเด็กส่วนใหญ่จะเลือกพูดคุยกับผู้วิจัยที่สวมใส่มาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์ (สติช) จากการเลือกมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์ผู้วิจัยพบ 3 ประเด็น ประเด็นแรก คือ เลือกมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์เพราะน่ารัก ประเด็นที่สองคือ เลือกมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์ตามสีที่ชอบ เช่น เด็กผู้หญิงชอบสีชมพู เด็กผู้ชายชอบสีฟ้าและประเด็นสุดท้าย เลือกมาสคอตการ์ตูนคาแรคเตอร์ตามเพศ โดยเด็กผู้หญิงเลือกคุยกับมาสคอตการ์ตูนที่เป็นเพศหญิงและเด็กผู้ชายเลือกคุยกับมาสคอตที่เป็นเพศชายและมีเด็กอีกส่วนหนึ่งเลือกพูดคุยกับมาสคอตรูปสัตว์โดยให้เหตุผลคือเลือกตามลักษณะตามธรรมชาติของสัตว์นั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่ามาสคอต (Mascot) มีอิทธิพลต่อความชอบและการตัดสินใจของเด็กสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับเด็กสร้างความซื่อสัตย์กับตราสินค้า (Brand Loyalty) และยังคงมีอยู่มาจนถึงตอนเป็นผู้ใหญ่ (Connell , Brucks and Nielsen, 2014), (Garretso and Burton, 2005) มาสคอตจึงเป็นเครื่องมือในงานวิจัยที่ทำการสัมภาษณ์ในเด็กเนื่องจากสามารถดึงดูดความสนใจของเด็ก และสามารถทำให้เด็กอยากเข้ามามีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูลได้ง่ายขึ้น ทำให้เด็กรู้สึกเป็นมิตร สนุก และอยากพูดคุยด้วยง่ายขึ้น

5.6 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นต่างๆเกี่ยวกับสิ่งที่เด็กให้ความสนใจในการเลือกสินค้า ทั้งทางด้านองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยอื่นๆที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้า และความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจและเชิงวิชาการต่อไป ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.6.1 ข้อเสนอแนะในเชิงธุรกิจ

- ในด้านองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ทางด้านสีนั้น ผู้วิจัยพบว่าเด็กสามารถแบ่งแยกสีตามเพศได้ โดยสีโดยทั่วไปที่เด็กรับรู้ถึงการแบ่งเพศคือสี ฟ้า และชมพู ดังนั้นผู้ประกอบการควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่แบ่งแยกทั้งสองสีจนชัดเจนเกินไป หรือทำทั้งสองสี วางจำหน่ายด้วยกัน เป็นต้น

- ด้านภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กเลือก สิ่งที่ดึงดูดเด็กมากที่สุดคือ การ์ตูนคาแรคเตอร์ ซึ่งเด็กจะเลือกจากการ์ตูนที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่ ซึ่งบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ดังนั้นผู้ประกอบการควรอัปเดตการ์ตูนที่ได้รับความนิยมนั้นขณะนั้น รวมทั้งไม่ควรออกแบบภาพประกอบที่แบ่งแยกเพศใดเพศหนึ่งจนเกินไป ควรมีทั้งสองอย่างหรือไม่เจาะจงเพศ

- ด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์ จากงานวิจัยพบว่าเด็กมีการคิดวิเคราะห์ที่แตกต่างกันไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาให้มีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กเพื่อตอบสนองให้ตรงความต้องการของเด็กโดยรวม ทั้งนี้เรื่องของขนาดขึ้นอยู่กับวัสดุและรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ด้วย ความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกัน เช่น ขนาดใหญ่ควรใช้วัสดุที่สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้นานสามารถเก็บไว้รับประทานได้ เป็นต้น

- ด้านรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยพบว่า เด็กมีการคำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์หลังจากรับประทานหมด ซึ่งผู้ประกอบการอาจนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ และรูปร่างที่แปลกจากผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกันจะได้รับความสนใจจากเด็กมากกว่าปกติอีกด้วย

- ด้านปัจจัยอื่นนอกเหนือจากองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ เช่น ของแถม จากงานวิจัยพบว่าเด็กจะเลือกสินค้าที่มีของแถม ดังนั้นผู้ประกอบการอาจต้องพิจารณาถึงของแถมนั้นควรใช้ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิงเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกแบ่งแยกจนเกินไป เนื่องจากบางครั้งของแถมอาจส่งผลในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ซื้อในเด็กได้

5.6.2 ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

- งานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อื่นๆของเด็กที่น่าสนใจอื่นๆ อาจมีการปรับทั้งสินค้า หรือช่วงอายุของเด็ก ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยครั้งนี้

- งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ชุดมาสคอตเป็นเครื่องมือในการวิจัยด้วย โดยการสวมชุดมาสคอตแล้วทำการสัมภาษณ์เด็ก ซึ่งงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการทำวิจัยในเด็กโดยเน้นมาสคอตเป็นหลัก โดยทำให้มาสคอตมีความหลากหลาย เพื่อเป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูลวิจัยเด็กในอนาคต และเพื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยครั้งนี้

- ทำการวิจัยในผู้เข้าร่วมวิจัยที่เป็นเด็กต่างจังหวัดหรือโรงเรียนนานาชาติ หรือโรงเรียนที่มีโปรแกรมการสอนแบบผสมผสาน เพื่อศึกษาความแตกต่างทางสังคม และวัฒนธรรม โดยเลือกสินค้าให้ตรงกับความต้องการของเด็ก

บรรณานุกรม

- คุลยา จิตตะยโสธร. (2553). ความสามารถในการเข้าใจทัศนะผู้อื่น: พัฒนาการทางสังคมที่นำไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์ (*Perspective Taking: Social Development Leading to Conventional Behavior*). วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 30(4)
- นภวรรณ คณานุกฤษ. (2555). วารสาร *Marketing and Branding*, 18, 71-73.
- เบญจมาภรณ์ เมฆรา. 2543. กระบวนการสังคมกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ออนไลน์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- มานิต มานิตเจริญ. (2520). *พจนานุกรมไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- มณีรัตน์ บุญมีชยะ, วรัญญภรณ์ ทวีรุจนะ. 2556. การศึกษาถึงสิ่งที่เด็กปฐมวัยให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- สันติ คุณประเสริฐ. (2542). การออกแบบตัวอักษร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปศึกษา ครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตน์ เหมือนศรีชัย, สุทธิลักษณ์ หวังสินดิธรรม. (2556). การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าประเภทนมของผู้บริโภคเด็กปฐมวัยและเด็กก่อนวัยรุ่น. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 6(1), 129.
- Allison, Y. (1999). Product Evaluation: Do the Values Young Children Attach to Packaging Affect their Sensory Evaluation of a Food Product and Impair their Objectivity, *Journal of Design and Technology Education*, 4(1), 28-31.
- Armstrong, G. and Kotler, P. (2007). *Marketing: An Introduction (8th)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Bhattacharyya, R. and Kohli, S. (2007). Target marketing to children: the ethical aspect, *Proceedings of the International Marketing Conference on Marketing and Society in Kozhikode, India, Indian Institute of Management, Kozhikode, India*.
- Cavassilas, M. (2007), Cle's et codes du packaging, sémiotique appliquée, Lavoisier, Hermès. cited in Gollety, M. and Guichard, N. (2010). The dilemma of flavor and color in the choice of packaging by children. *Young Consumers*, 12(1), 82-90.

บรรณานุกรม (ต่อ)

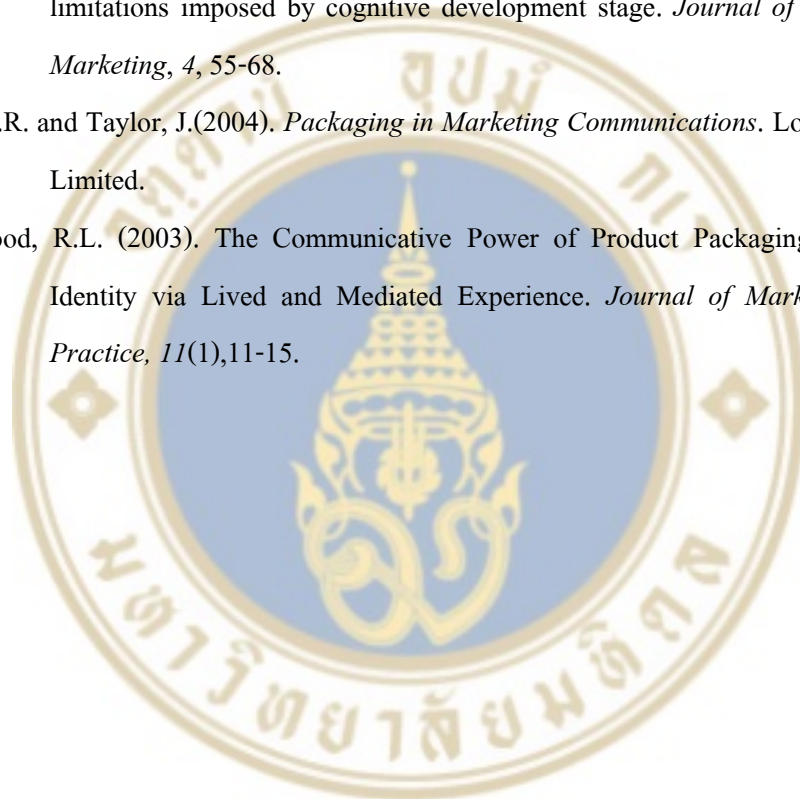
- Connell ,PM., Brucks, M. and Nielsen, JH. (2014) .How childhood advertising exposure can create biased product evaluation that persist into adulthood. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 119–134.
- Devismes, P. (2000), *Packaging, mode d'emploi*, Dunod: Paris.
- Duncan, T. (2002). *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands* (1 ed.). Boston: McGraw-Hill.
- French, S. A., and Stables, G. (2003) .Environmental interventions to promote vegetable and fruit consumption among youth in school settings.*Preventive Medicine*, 37(6), 593–610.
- Garretson, JA. and Burton, S. (2015). The role of spokescharacters as advertisement and package cues in integrated marketing communications. *Journal of Marketing*, 69, 118–132.
- Hawkes, C. (2010). Food packaging: the medium is the message. *Public Health Nutrition*, 13(2), 297-299.
- Hill, H. and Tilley, J. (2002). Packaging of children’s breakfast cereal : manufacturers versus children, *British Food Journal*, 104(9), 766-777.
- Hutchings, J. (2003). *Expectations and the Food Industry: the Impact of Color and Appearance*. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. New Jercey: Pearson Education.
- Lindstrom, M. (2005). Broad sensory branding. *Journal of Product & Brand Management*, 14(2), 84 – 87.
- Lofgren, M. (2005).Winning at the first and second moments of truth: an exploratory study. *Managing Service Quality*, 15 (1), 102-115.
- Luca, P. and Penco, P. (2006). The Role of Packaging in Marketing Communication: An Explorative Study of the Italian Wine Business.*3rd International Wine Business Research Conference, Montpellier*, 6-7-8 July, 2006 Montpellier. Trieste: University of Trieste.
- Martin, C. L., Wood, C. H., & Little, J. K. (1990). The development of gender stereotype components. *Child Delvelopment*, 61(6), 1891-1904.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- McNeal, J.U. (1964). *Children as Consumers*, Bureau of Business Research, The University of Texas, Austin.
- McNeal, J.U. (1992). *Kids as customers: a handbook of marketing to children*. New York: Lexington Books.
- Deliyaand, M. M. and Parmar, B. J. (2012). *Role of Packaging on Consumer Buying Behavior– Patan District*. North Gujarat: S.P. University.
- Nicholls, A.J. and Cullen, B. (2004). The child-parent purchase relationship: pester power, human rights and retail ethics. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11 (2), 75-86.
- Ogba, I. E. and Johnson, R. (2010). How packaging affects the product preferences of children and the buyer behavior of their parents in the food industry, *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 11(1), 77-89.
- Pantin-Sohier, G. (2009). L'influence du packaging sur les associations fonctionnelles et symboliques de l'image de marque. *Recherche et Applications en Marketing*, 24(2), 53-72.
- Robinson, T. N., Borzekowski, D. L. G., Matheson, D. M. and Kraemer, H. C. (2007). Effects of fast food branding on young children's taste preferences. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 161, 792-797.
- Roedder-John, D. and Sujan, M. (1990). Age differences in product categorization. *Journal of Consumer Research*, 16(4), 452-60.
- Sara, R. (1990). Packaging as a Retail Marketing Tool. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. 20(8), 29-30.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (7 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Silayoi, P. and Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11), 1495-1517.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Simone, M., Droog, D., Valkenburg, P. M. and Buijzen, M.(2011). *Using Brand Characters to Promote Young Children's Liking of and Purchase Requests for Fruit*.Amsterdam: The Amsterdam School of Communications Research, University of Amsterdam.
- Soldow, G. F. (1985). The ability of children to understand the product package: a study of limitations imposed by cognitive development stage. *Journal of Public Policy and Marketing*, 4, 55-68.
- Smith, P.R. and Taylor, J.(2004). *Packaging in Marketing Communications*. London: Kogan Page Limited.
- Underwood, R.L. (2003). The Communicative Power of Product Packaging: Creating Brand Identity via Lived and Mediated Experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 11(1),11-15.



ภาคผนวก ก

แสดงภาพตัวอย่างสินค้าขนมบิสกิตสอดไส้

				
1 โคะลามารัช	2 โคะลามารัช	3 โคะลามารัช	4 เฮลโหลแพนด้า	5 เฮลโหลแพนด้า
				
6 เฮลโหลแพนด้า	7 ช็อกโกลิท	8 โคลลอน	9 โคลลอน	10 โคลลอน
				
11 โคลลอน	12 ฮาจูกุ ริลัคคุมะ	13 ฮาจูกุ ริลัคคุมะ	14 ฮาจูกุ ริลัคคุมะ	15 เฮลโหลคิตตี้
				
16 ซินจัง	17 โคะลามารัชใหญ่	18 โคะลามารัชใหญ่	19 ฮาจูกุใหญ่	20 ใจโกะจัง
				
21 โคะลามารัช	22 ทีนี่	23 ทีนี่	24 โคะลามารัช	25 แมควิทตี้