

การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมว
ให้ความสนใจในการเลือกซื้อ



ฉัตรชัย หอณรงศ์ศิริ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมว
ให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2562

.....
นายฉัตรชัย หอนรงค์ศิริ

ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,

Ed.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
รองศาสตราจารย์อติสรุา ชรินทร์สาร,

D.B.A

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์หัวข้อ “การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ” นี้จะสำเร็จลุล่วงมิได้ หากผู้วิจัยได้รับความเมตตา กรุณา และความอนุเคราะห์ จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอใช้พื้นที่กิตติกรรมประกาศนี้ในการกล่าวขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.พัลลภา ปิติสันต์ ซึ่งเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ทั้งยังให้ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษา ตลอดจนช่วยเหลือแนะแนวทางในการแก้ไขและตรวจทานให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วง ขอขอบพระคุณประธานกรรมการและคณะกรรมการสอบ ซึ่งให้คำแนะนำแนวทางในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ให้ความรู้ ซึ่งได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการศึกษาวิจัยนี้ และขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานสาขาการจัดการธุรกิจ คณะเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งคอยอำนวยความสะดวกให้การศึกษาวิจัยสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เลี้ยงแมวที่ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้เสียสละเวลาอันมีค่าซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการวิเคราะห์ผล และการทำวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษาและเป็นกำลังใจในการทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน ซึ่งคอยเป็นกำลังใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยตลอดตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะสามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและนักการตลาด ตลอดจนนักวิจัยท่านอื่น ๆ ซึ่งสนใจนำการศึกษาวิจัยนี้ไปต่อยอด หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นัตชัย หอนรงค์ศิริ

การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

A STUDY OF PACKAGING ELEMENTS THAT AFFECT FEMALE CAT OWNER PURCHASING DECISION OF PREPARED CAT FOOD

นัตชัย หอนรงค์ศิริ 5950220

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตมระ, Ed.D., รองศาสตราจารย์อติสร ชรินทร์สาร, D.B.A.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันจำนวนแมวในไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ผู้คนเลี้ยงแมวมากขึ้น อาหารที่ให้แมวบริโภคผู้คนหันมาซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปมากกว่าปรุงอาหารเองจากความสะดวกที่มากกว่า ตลาดอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกมีอัตราการเติบโตสูงกว่าอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดแห้ง ในการเลือกผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์จะมีบทบาทในการช่วยตัดสินใจเพราะ เป็นสิ่งแรกที่ผู้ซื้อมองเห็น งานวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ ได้แก่ ขนาด รูปภาพ ตัวอักษร สี รูปร่าง วัสดุ สัญลักษณ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลโภชนาการ งานวิจัยเป็นแบบเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์ผู้หญิงเลี้ยงแมวที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 30 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 – 12 เดือน) 15 คน และกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต (อายุ 1 ปีขึ้นไป) 15 คน

ผลการวิจัยพบว่า 3 ลำดับแรกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้ความสำคัญ คือ สัญลักษณ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และตัวอักษร โดยในอันดับแรก สัญลักษณ์ ผู้เลี้ยงลูกแมวจะสนใจสัญลักษณ์บอกอายุแมว เพราะลูกแมวควรที่จะได้รับอาหารที่เหมาะสมกับวัย ขณะที่ผู้เลี้ยงแมวโตจะสนใจสัญลักษณ์ยี่ห้อ เพราะแมวโตกินอาหารได้หลากหลายกว่า จึงสนใจที่ยี่ห้อที่รู้จักคุ้นเคยน่าเชื่อถือ ลำดับสอง ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้เลี้ยงแมวทั้ง 2 กลุ่ม สนใจชื่อรสชาติ เพราะผู้หญิงให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำให้แมวกิน ลำดับสาม ตัวอักษร ผู้เลี้ยงแมวทั้ง 2 กลุ่ม สนใจภาษาและตัวอักษรที่สามารถอ่านได้ง่าย อ่านเข้าใจ เพราะถ้าอ่านไม่ออกจะไม่ทราบถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้หญิงใส่ใจในสิ่งที่ทำให้แมวกินก็จะไม่เลือกซื้อ

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์ / อาหารแมวสำเร็จรูป / ความสนใจของผู้เลี้ยงแมว/ องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 คำนิยามศัพท์	6
1.6 โครงสร้างของงานวิจัย	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 นิยามและบทบาทของบรรจุกัณฑ์	8
2.1.1 นิยามของบรรจุกัณฑ์	8
2.1.2 บทบาทของบรรจุกัณฑ์	8
2.2 องค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์	9
2.2.1 Visual Elements	9
2.2.1.1 รูปภาพ	9
2.2.1.2 ตัวอักษร	10
2.2.1.3 สี	10
2.2.1.4 รูปร่าง	11
2.2.1.5 ขนาด	11
2.2.1.6 วัสดุ	12
2.2.1.7 สัญลักษณ์	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.2 Verbal Elements	13
2.2.2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์	13
2.2.2.2 ข้อมูลโภชนาการ	13
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	18
3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	19
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
3.5 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล	37
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	37
3.7 การได้รับเอกสารอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม (IRB)	38
บทที่ 4 ผลการวิจัย	39
4.1 การจัดหมวดหมู่ ความชอบ และการเลือกซื้อพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์อาหารแมว สำเร็จรูป ชนิดเปียก	41
4.1.1 เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้	41
4.1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวชอบกับเลือกซื้อ	43
4.2 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ ในการเลือกซื้อ	55
4.2.1 สัญลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	59
4.2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจใน การเลือกซื้อ	64
4.2.3 ตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	68
4.2.4 รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	71
4.2.5 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	74

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.6 รูปภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	77
4.2.7 ข้อมูลโภชนาการของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	87
4.2.8 สีของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	90
4.2.9 วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	94
4.3 ความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก	96
4.3.1 ปลาหู และ ปลาหูน้ำ คิดว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร และถ้าเลือกจะเลือกอันไหน	96
4.3.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีเขียนคำว่า รส กับที่ไม่มีเขียนคำว่ารส คิดว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร	98
4.3.3 บรรจุภัณฑ์ที่มีเขียนคำว่า “เฮลตี้” “แอสปิค” และ “แอสปิคเฮลตี้” คิดว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร	101
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	105
5.1 สรุปผลการวิจัย	105
5.1.1 การจัดหมวดหมู่ ความชอบ และการเลือกซื้อพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก	105
5.1.2 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ	108
5.1.3 ความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก	115
5.2 ข้อเสนอแนะ	116
5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก	116
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป	118
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย	118
บรรณานุกรม	119

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	123
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์	124
ภาคผนวก ข. เอกสารอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย	
สถาบันวิจัยประชากร และสังคม (IRB)	130
ประวัติผู้วิจัย	132



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 มูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี 2556 - 2561	3
2.1 ความหมายแฝงของสีในชีวิตประจำวันและการตลาด	10
2.2 ตารางแสดงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์จากการทบทวนวรรณกรรม	15
3.1 การแบ่งประเภทกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมวิจัย	18
3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์	19
4.1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 - 12 เดือน) จำนวน 15 คน	39
4.2 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้เลี้ยงแมวโต (อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) จำนวน 15 คน	40
4.3 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงลูกแมว)	44
4.4 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวโต)	49
4.5 แสดงลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว)	55
4.6 แสดงลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต)	56

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 แสดงประชากรแมวในประเทศไทย (Cat Population) ตั้งแต่ปี 2556 - 2561	1
1.2 แสดงร้อยละแมวมีเจ้าของในประเทศไทย (Cat owning households) ปี 2556 - 2561	2
1.3 แสดงร้อยละการบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูป กับ ปรงอาหารเอง ตั้งแต่ปี 2556 - 2561	4
1.4 แสดงมูลค่าตลาดอาหารแมวในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2556 - 2561	4
4.1 เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุกัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก	41
4.2 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก (กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว)	47
4.3 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก (กลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต)	52
4.4 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก	53
4.5 แสดงองค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงลูกแมวให้ความสนใจ	57
4.6 แสดงองค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวโตให้ความสนใจ	57
4.7 แสดงองค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ	58
4.8 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงลูกแมวเกี่ยวกับสัญลักษณ์ของบรรจุกัณฑ์	59
4.9 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวโตเกี่ยวกับสัญลักษณ์ของบรรจุกัณฑ์	59
4.10 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบรรจุกัณฑ์	64
4.11 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับตัวอักษรของบรรจุกัณฑ์	68
4.12 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุกัณฑ์	71
4.13 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับขนาดของบรรจุกัณฑ์	74
4.14 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปภาพของบรรจุกัณฑ์	77
4.15 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปภาพอาหารของบรรจุกัณฑ์	79
4.16 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปภาพแมวของบรรจุกัณฑ์	83
4.17 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับข้อมูลโภชนาการของบรรจุกัณฑ์	87

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า
4.18 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์	90
4.19 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับวัสดุของบรรจุภัณฑ์	94
4.20 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับชื้อรสปลาและปลาทูน่า	97
4.21 รสชาติที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ ระหว่างปลาและปลาทูน่า	97
4.22 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับชื้อรสชาติที่มีคำว่ารสกับไม่มีคำว่ารส	98
4.23 ชื้อรสชาติที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ ระหว่างมีคำว่ารส กับ ไม่มีคำว่ารส	99
4.24 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับชื้อรสชาติที่มีคำว่าเซลลี่ แอสปิค และ แอสปิคเซลลี่	101
4.25 ชื้อรสชาติที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ ระหว่างมีคำว่า เซลลี่ แอสปิค และ แอสปิคเซลลี่	102
5.1 เหน้ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก	106
5.2 ลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปจากผู้เลี้ยงแมว 30 คน	108

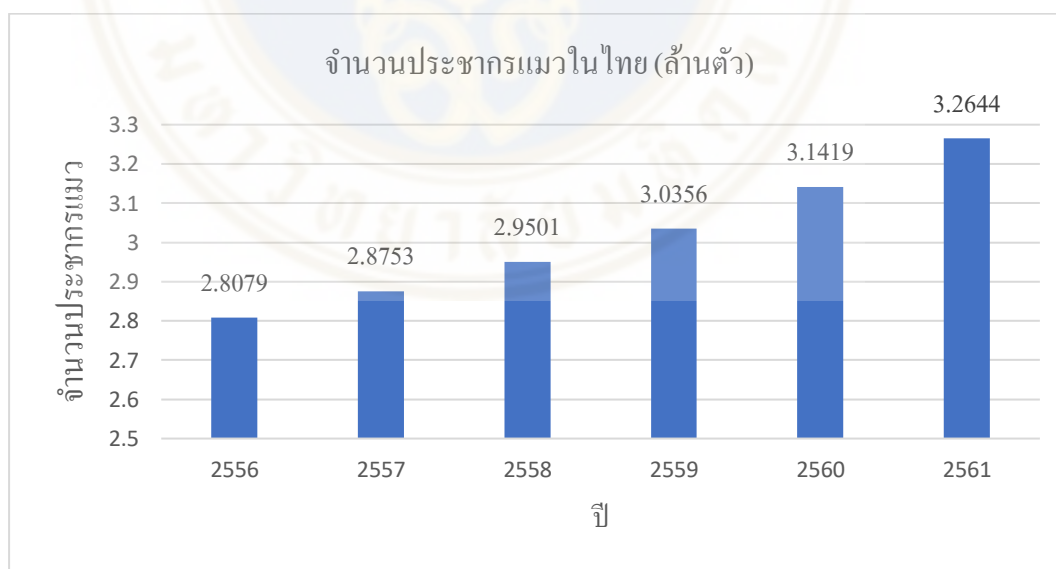
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสัตว์เลี้ยงนับเป็นส่วนหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของมนุษย์จากการที่สังคมได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คนมีอายุยืนยาวมากขึ้น มีลูกน้อยลง ทำให้สัตว์เลี้ยงเสมือนเป็นเพื่อนหรือเป็นเสมือนลูกทดแทน ทำให้จำนวนสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยขยายตัวมากขึ้น เป็นผลดีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง (ภูวดล โกมลรัตนเสถียร, 2561)

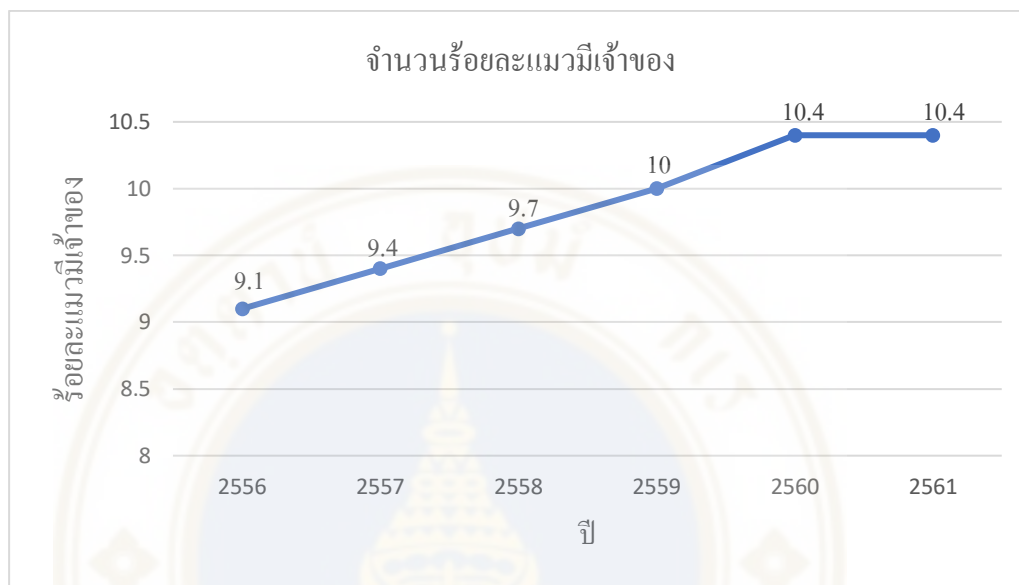
โดยพบว่า ตลาดหลักของสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย คือ ตลาดสุนัข แต่ในปัจจุบันการเลี้ยงแมวก็ถือว่าได้รับความนิยมไม่แพ้กัน โดยจากสถิติด้านต่าง ๆ ระบุว่า ประเทศไทย จัดอยู่ในลำดับที่ 8 ของโลก จาก 10 ประเทศที่มีผู้เลี้ยงแมวมากที่สุด เปรียบเทียบจากสัดส่วนผู้เลี้ยงแมวกับจำนวนประชากรของแต่ละประเทศ พบว่า ประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 33 ของจำนวนประชากร (กองบรรณาธิการวอยซ์ออนไลน์, 2561)



รูปภาพ 1.1 แสดงประชากรแมวในประเทศไทย (Cat Population) ตั้งแต่ปี 2556 – 2561

ที่มา: Euromonitor International (2018)

จากภาพ 1.1 และ 1.2 จะเห็นว่าจำนวนประชากรแมวในไทยเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง 16.25% ภายใน 5 ปี โดยในปี 2561 มีประชากรแมว 3.26 ล้านตัว เป็นแมวที่มีเจ้าของราว 10.4% ของประชากรแมวทั้งหมดเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ที่มีประชากรแมว 2.8 ล้านตัว เป็นแมวมีเจ้าของ 9.1% ของประชากรแมว



รูปภาพ 1.2 แสดงร้อยละแมวมีเจ้าของในประเทศไทย (Cat owning households) ปี 2556 – 2561

ที่มา: Euromonitor International (2561)

ซึ่งเกิดจากแนวโน้มของครอบครัวที่มีขนาดเล็กลง วิถีชีวิตที่เป็นสังคมเมืองมากขึ้น คนเมืองส่วนมากอาศัยอยู่คอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่จำกัด ด้วยแมวมีขนาดเล็กกว่าเมื่อเทียบกับสุนัข ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงดูน้อยกว่า จึงทำให้แมวเป็นสัตว์เลี้ยงที่คนส่วนใหญ่เลือกเลี้ยง รวมทั้งอันิสต์สำคัญจากสื่อโซเชียล และกลุ่มของคนรักสัตว์ที่มีการแชร์ภาพพฤติกรรมของสุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ บนโลกออนไลน์มากขึ้น มีส่วนทำให้กระแสความสนใจในการเลี้ยงแมวของไทยเพิ่มมากขึ้น (Euromonitor International, 2018)

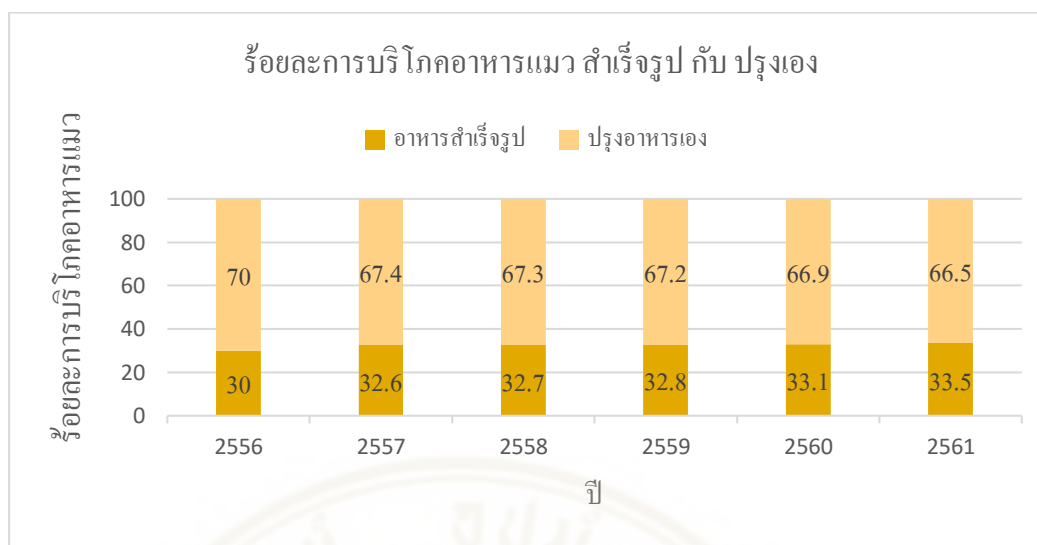
ตาราง 1.1 มูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี 2556 – 2561

Category	2556	2557	2558	2559	2560	2561
Dog and Cat Food	17,346.7	19,560.69	21,832.5	24,345.1	27,348.8	30,505.5
Other Pet Food	1,305.8	1,411.2	1,493.4	1,574.2	1,647.0	1,719.2
Pet Food	18,652.5	20,972.1	23,325.9	25,919.2	28,995.8	32,224.7
Cat Litter	213.7	239.4	268.8	299.7	336.6	373.0
Pet Healthcare	114.1	132.4	154.4	179.1	201.0	230.3
Pet Dietary Supplements	23.4	25.0	27.0	28.9	30.6	32.6
Other Pet Products	1,148.2	1,320.4	1,527.7	1,759.9	2,018.1	2,246.6
Pet Products	1,499.4	1,717.2	1,977.9	2,267.7	2,586.3	2,882.4
Pet Care	20,152.0	22,689.3	25,303.8	28,186.9	31,582.2	35,107.2

ที่มา: Euromonitor International (2018)

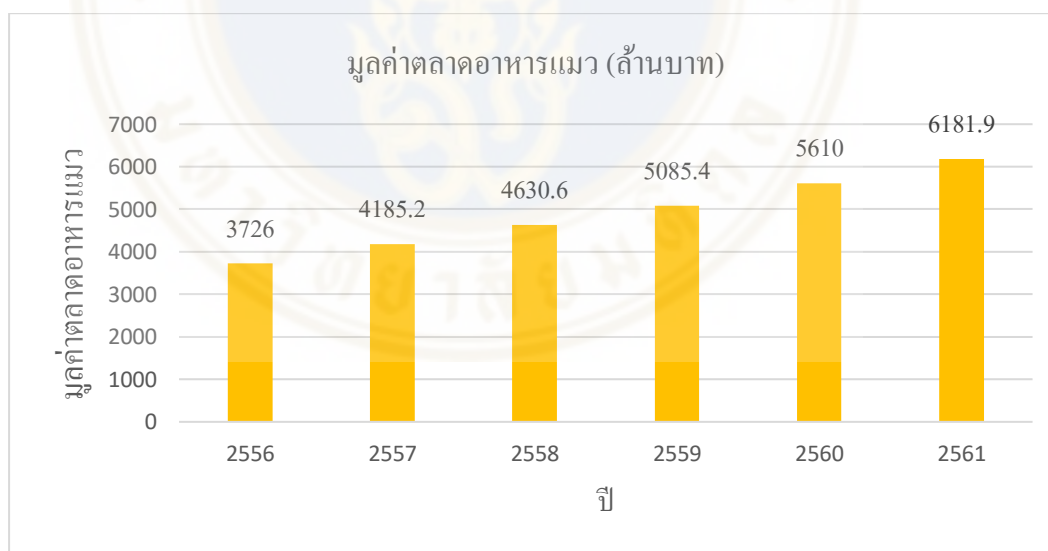
ภาพรวมของธุรกิจสัตว์เลี้ยงในไทย จากตาราง 1.1 จะเห็นการแบ่งส่วนตลาดตามประเภทสินค้า ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ อาหารสัตว์ และ ผลิตภัณฑ์ของสัตว์เลี้ยง เช่นทรายแมว, อาหารเสริม โดยอาหารสัตว์มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 91.79 ขณะที่ผลิตภัณฑ์ของสัตว์เลี้ยงมีสัดส่วนร้อยละ 8.21 และมูลค่าตลาดสัตว์เลี้ยงรวมจากข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2556 – 2561 มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2561 ล่าสุด มีมูลค่าตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยสูงถึง 35,107.2 ล้านบาท ซึ่งถือว่าธุรกิจสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มเติบโตที่ดี เป็นที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก (Euromonitor International, 2018)

เมื่อมาดูเฉพาะในตลาดอาหารแมว จากภาพ 1.3 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี 2556 – 2561 สัดส่วนของการบริโภคอาหารแมวแบบสำเร็จรูปเพิ่มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าผู้คนหันมานิยมซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปมากกว่าจะปรุงอาหารด้วยตัวเอง



รูปภาพ 1.3 แสดงร้อยละการบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูป กับ ปรงอาหารเอง ตั้งแต่ปี 2556-2561
ที่มา: Euromonitor International (2018)

เพราะความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจึงทำให้มูลค่าตลาดอาหารแมวสูงขึ้นเช่นกัน ดังแสดง
ในภาพ 1.4



รูปภาพ 1.4 แสดงมูลค่าตลาดอาหารแมวในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2556-2561
ที่มา: Euromonitor International (2018)

อาหารแมวมีหลายชนิดถ้าแบ่งตามลักษณะทางกายภาพจะแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ อาหารแมวแบบเปียก (Wet cat foods) เป็นอาหารแมวที่มีความชื้นสูง ผ่านการปรุงสุกด้วยอุณหภูมิสูง พร้อมฆ่าเชื้อก่อนที่จะปิดผนึกใส่บรรจุภัณฑ์มักจะอยู่ในรูปแบบกระป๋องและแบบถุง อาหารแมวแบบแห้ง (Dry cat foods) เป็นอาหารแมวที่มีความชื้นต่ำ มักอยู่ในรูปอาหารเม็ด ประกอบด้วยเนื้อสัตว์ ธาตุอาหาร และวิตามิน ที่เหมาะสำหรับแมว เช่น โปรตีน ไขมัน ไฟเบอร์ สามารถเก็บไว้ได้นาน อาหารแมวแบบสด (Raw cat foods) มักจะอยู่ในลักษณะอาหารสดแช่แข็งสำเร็จรูป เวลาให้อาหารต้องเอามาปรุงให้สุกก่อน จึงต้องใช้เวลาเตรียม ไม่เหมือนอาหารแมวสำเร็จรูปแบบเปียกและแบบแห้ง แต่ข้อดีคือมีราคาถูกกว่าและข้อจำกัดอาหารแมวแบบสดคือ ต้องเก็บไว้ในตู้เย็นตลอดเวลา และมีสารอาหารไม่ครบถ้วน (Yuukiji, 2562)

จากการเติบโตของธุรกิจอาหารแมวนี้นรวมทั้งการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเห็นได้จากอาหารแมวสำเร็จรูปมากมายหลายยี่ห้อ ทอยกันเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เมื่อในท้องตลาดมีอาหารแมวสำเร็จรูปวางขายอยู่มากมาย บางครั้งการเข้าไปเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปก็ทำให้เจ้าของแมวบางท่านรู้สึกสับสนได้ว่าจะเลือกซื้อยี่ห้อไหนดี ถึงจะให้ประโยชน์แก่แมวที่เลี้ยงไว้สูงสุด (อัมพิกา จงเจริญสุข และคณะ, 2560) โดยเฉพาะเมื่อลูกค้าอยู่ ณ จุดซื้อ (point of purchase) บรรจุภัณฑ์จะมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริโภคจะพบแต่ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายกัน และบรรจุภัณฑ์ก็เป็นสิ่งแรกที่ผู้ซื้อมองเห็นได้อย่างชัดเจน จึงทำให้บรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ การสื่อสารทางการตลาดและดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Agariya et al., 2012) ประกอบกับผลการวิจัยบอกว่าส่วนมากการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ณ จุดซื้อ และตัดสินใจโดยอ้างอิงจากความสวยงามขององค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ (Keizer, 2016)

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่าธุรกิจอาหารแมวมีความน่าสนใจและมีแนวโน้มจะเติบโตสูงขึ้นอีกเรื่อย ๆ ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ และศึกษาความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่ซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปว่ามีความเข้าใจและความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เลี้ยงแมว ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจ ผู้ผลิตสินค้า ผู้จัดการจำหน่ายและนักออกแบบ สินค้าอาหารแมว รวมถึงนักการตลาดในประเทศไทย ที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ออกแบบพัฒนาสินค้า และวางแผนการตลาด รายการส่งเสริมการขายเพื่อให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ
2. เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้จะศึกษาผู้เลี้ยงแมว และให้แมวบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย โดยศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ และความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ทำการศึกษา ได้แก่ อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมว ให้ความสนใจในการเลือกซื้อ
2. ทราบถึงความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป

1.5 คำนิยามศัพท์

1. บรรจุภัณฑ์ ถูกนิยามว่าเป็น “ภาชนะสำหรับผลิตภัณฑ์ – ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ลักษณะทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ สี รูปร่าง การติดฉลาก และ วัสดุที่ใช้” (Agariya, Johari, Sharma, Chandraul & Singh, 2012)
2. แมวโต (Adult Cat) แมวที่มีอายุตั้งแต่ 1 ปี ขึ้นไป ซึ่งเทียบเท่ากับคนช่วงวัยรุ่นอายุ 15 ปี ขนาดตัวโตเต็มที่ พฤติกรรมจะเริ่มนิ่งเฉยอยู่กับที่ การใช้พลังงานจะลดลง สัดส่วนสารอาหารที่ต้องการเปลี่ยนไป เช่น ต้องการโปรตีนน้อยลง, พลังงานแคลอรีน้อยลง (Paretts, 2012)
3. ลูกแมว หมายถึง แมวแรกเกิดจนมีขนาดตัวเต็มวัยที่อายุ 12 เดือน แต่พฤติกรรมยังไม่โตเต็มที่ (Libal, 2012)

4. อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก คือ เป็นอาหารแมวที่มีความชื้นสูง มีความชื้นเฉลี่ย 78% มีวัตถุดิบหลักเป็นเนื้อสัตว์ (Catster, 2019) ผ่านการปรุงสุกด้วยอุณหภูมิสูง พร้อมฆ่าเชื้อก่อนที่จะปิดผนึกใส่บรรจุภัณฑ์มักจะอยู่ในรูปแบบกระป๋องและแบบซอง (Yuukiji, 2562)

1.6 โครงสร้างของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ประกอบไปด้วย 5 บท ในบทที่ 1 บทนำ ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภค และความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้ และกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ขอบเขตการวิจัยและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ส่วนถัดไปที่จะกล่าวถึง ได้แก่ บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะกล่าวถึงงานวิจัยในอดีตและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการวิจัย และ บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของงานวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ นิยามและบทบาทของบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์

2.1 นิยามและบทบาทของบรรจุภัณฑ์

2.1.1 นิยามของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ถูกนิยามว่าเป็น “ภาชนะสำหรับผลิตภัณฑ์ – ที่ครอบคลุมตั้งแต่ลักษณะทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ สี รูปร่าง การติดฉลาก และ วัสดุที่ใช้” (Agariya, Johari, Sharma, Chandraul, & Singh, 2012)

2.1.2 บทบาทของบรรจุภัณฑ์

ในบริบทด้านการตลาด บรรจุภัณฑ์ก็นับว่ามีบทบาทที่สำคัญ โดยบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถทำให้เกิดผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้บริโภคได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ (Malkewitz, 2006; Santos, 2018) บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วย สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ (Kvjunion, 2013) สร้างความประทับใจ (Truong, 2019) และช่วยให้แบรนด์มีตำแหน่งที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งในตลาดและในใจผู้บริโภค (Agariya et al., 2012) ช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน (Santos, 2018) ช่วยในการตัดสินใจซื้อให้กับผู้บริโภค (Keizer, 2016) โดยให้ผู้บริโภคได้สัมผัสประสบการณ์ก่อนซื้อ (Truong, 2019) เพื่อสร้างความพึงพอใจ (Kvjunion, 2013) และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อแบบไม่มีการวางแผนล่วงหน้า (Deliya & Parmar, 2012) ซึ่งการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อไม่ได้เกิดเฉพาะเมื่อลูกค้าอยู่ ณ จุดซื้อ แต่เป็นทุกครั้งที่ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคมองเห็นได้อย่างชัดเจน (Agariya et al., 2012)

นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ยังช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เช่น ความชื้น ความร้อน ฝุ่น การกระแทก (Kvjunion, 2013; Vieira, Alcantara, Prado, Pinto, & Rezende, 2015; Lindh,

Olsson, & Williams, 2016; Truong, 2019) ให้ความสะดวกสบายในการใช้งาน (Kvjunion, 2013) และช่วยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงทนและไม่เสื่อมสภาพได้ง่าย ประกันการจัดส่งผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทานไปยังผู้บริโภคปลายทางในสภาพที่ดี (Kvjunion, 2013; Hong Thai, 2018; Truong, 2019)

ในด้านสื่อสารการตลาด บรรลุภัณฑ์สามารถช่วยสื่อสารถึงผู้บริโภค (Agariya, Johari, Sharma, Chandraul, & Singh, 2012; Kvjunion, 2013; Khan, Rehman, Sultan, & Rashid, 2016; Sultan, 2016) เช่น สื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (Vieira, Alcantara, Prado, Pinto, & Rezende, 2015) ดึงดูดความสนใจ (Agariya, Johari, Sharma, Chandraul, & Singh, 2012) และเป็นหน้าตาของผลิตภัณฑ์ (Truong, 2019) ช่วยในการส่งเสริมการขาย (Deliya & Parmar, 2012; Kvjunion, 2013; Imiru, 2017; Hong Thai, 2018) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นักการตลาดใช้ในการกำหนดโปรโมชัน (Santos, 2018) และช่วยลดต้นทุนส่งเสริมการขาย เพราะบรรลุภัณฑ์จะเป็นตัวช่วยโฆษณาผลิตภัณฑ์เอง (Deliya & Parmar, 2012)

2.2 องค์ประกอบของบรรลุภัณฑ์

ถ้าจะกล่าวถึงองค์ประกอบของบรรลุภัณฑ์ส่วนใดที่สำคัญที่สุด คำตอบหรือความคิดเห็นที่ได้ก็จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าเรากำลังพิจารณาถึงบรรลุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทใด และใครคือกลุ่มผู้บริโภคที่เราต้องการ เพราะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทและผู้ใช้แต่ละกลุ่มก็ให้ความสนใจในองค์ประกอบของบรรลุภัณฑ์แตกต่างกันไปเช่นกัน

เมื่ออ้างอิงจากงานวิจัยของ Sultan (2016) ได้ระบุว่าองค์ประกอบของบรรลุภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่ Visual Elements และ Verbal Elements

2.2.1 Visual Elements

องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์อย่างมากเพราะมีอิทธิพลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภค นักการตลาดมักจะใช้องค์ประกอบเหล่านี้กับผลิตภัณฑ์ประเภทที่ผู้บริโภคใช้ความพยายามในการซื้อน้อย (Low involvement product) เพราะผู้บริโภคไม่อยากจะเสียเวลากับการหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ (Adam & Ali, 2014)

2.2.1.1 รูปภาพ

รูปภาพในบรรลุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้และยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับแบรนด์อื่นๆ (Underwood, Klein, & Burke, 2001)

บรรจุกณฑ์ที่ดี ควรใช้รูปภาพให้มากกว่าใช้ข้อความ (Malkewitz, 2006) รูปภาพต้องสื่อความหมาย โดยไม่ต้องอ่านข้อความคำอธิบายบนแพ็คเกจ (Imiru, 2017) มีรูปภาพที่สื่อถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น สื่อถึงรสชาติ กลิ่น หรือองค์ประกอบวัตถุดิบ รูปที่ใช้ควรตรงกับวัตถุดิบจริง (Vieira et al., 2015; Santos, 2018) โดยวิธีสื่อสารสำหรับการใช้รูปภาพให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผ่านบรรจุกณฑ์นั้น มีทั้งแบบทางตรง คือ ทำให้บรรจุกณฑ์โปร่งใส (Malkewitz, 2006) และทางอ้อมคือ พิมพ์รูปผลิตภัณฑ์ลงไปในบรรจุกณฑ์ (Malkewitz, 2006; Vieira et al., 2015)

2.2.1.2 ตัวอักษร

ตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุกณฑ์เปรียบเสมือนข้อความที่ใช้สื่อสารกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ลักษณะของการใส่ตัวอักษรลงในบรรจุกณฑ์ที่ดีคือต้องเห็นได้ชัดเจน ข้อมูลจะต้องเน้นให้เห็นถึงจุดเด่นผลิตภัณฑ์ (Imiru, 2017) ข้อความต้องน่าสนใจ ไม่เยิ่นเย้อเกินไป ไม่อยู่ติดกันเป็นกลุ่มก้อน การเขียนข้อความที่เล็กมองเห็นได้ยากและเขียนแน่นเกินไปจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและใช้เวลาอ่านนานหรือทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ผู้บริโภคไม่อยากจะซื้อผลิตภัณฑ์ (Khuong & Tran, 2018)

2.2.1.3 สี

สีบนบรรจุกณฑ์นั้นช่วยเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างระหว่างแบรนด์อื่น ๆ ให้เห็นชัดมากยิ่งขึ้น (Underwood et al., 2001) Imiru (2017) กล่าวว่าสีที่ตรงกับความเป็นจริงและสื่อถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จะช่วยเพิ่มความสนใจได้ เช่น ขนมรสชีสถ้ามีสีส้มจะช่วยสื่อให้ผู้บริโภครับรู้รสชาติของชีสที่เป็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน นอกจากนี้ Mohebbi (2014) กล่าวว่าเพศกับอายุมีผลต่อสีที่ใช้ในบรรจุกณฑ์ เช่น สีชมพูเหมาะสำหรับผู้หญิง สีสดใสเหมาะสำหรับเด็กและวัยรุ่น สียังมีความหมายแฝงที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค ดังแสดงในตาราง 2.1 ควรใช้สีที่เราต้องการให้ผลิตภัณฑ์สื่อความหมายของสีให้กับผู้บริโภค เช่น แอร์คอนดิชันใช้สีขาว เพื่อจะสื่อถึงอากาศ ความสะอาด ความเย็น

ตาราง 2.1 ความหมายแฝงของสีในชีวิตประจำวันและการตลาด

สี	ความหมายแฝง
แดง	งานเฉลิมฉลอง, ความบริสุทธิ์, ความหลงใหล, ความรัก, ไฟ, พลังงาน, ความร้อน, อันตราย, ความเป็นผู้นำ, ความตื่นตัว
น้ำเงิน	ความหล่อ, ความเยือกสงบ, วางใจ, ความมั่นใจ, ความฉลาด, ความมั่งคั่ง, ความคิดสร้างสรรค์

ตาราง 2.1 ความหมายแฝงของสีในชีวิตประจำวันและการตลาด (ต่อ)

สี	ความหมายแฝง
เหลือง	ความหวัง, มิตรภาพ, ความยินดี, สติปัญญา, แสงแดด, พื้นดิน
ขาว	หิมะ, อากาศ, ความสะอาด, ความเย็น, ความนอบน้อม, เขียววัย
ดำ	ความทันสมัย, พลัง, ทหาร, ลึกลับ, ซ้ำร้าย, จริงจัง, เป็นมืออาชีพ
เทา	เคารพ, สูงวัย, ทрудโทรม, สมดุล, อารมณ์รุนแรง, เป็นกลาง
ส้ม	สนุกสนาน, หรรษา, เดือนระวีง, ศาสนา, พิธีกรรม, หยิ่ง, ความร้อน
น้ำตาล	สงบ, ลึกซึ้ง, ร่ำรวย, เป็นมิตร, เรียบง่าย, กล้าหาญ, มั่นคง, น่าเชื่อถือ
ชมพู	กตัญญู, ชื่นชม, เห็นอกเห็นใจ, แต่งงาน, ไร่เคียงสา, รสหวาน
ม่วง	นอบน้อม, จิตวิญญาณ, ภาควิไมใจ, โอ้อวด, พิธีกรรม, ความลึกลับ

ที่มา: Mohebbi (2014)

2.2.1.4 รูปร่าง

รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปที่ต่างๆ ได้ในสภาพที่สมบูรณ์ (Khuong & Tran, 2018) สะดวกในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ (Sultan, 2016) พกพาง่าย และสะดวกในการหยิบจับใช้งาน (Sultan, 2016; Khuong & Tran, 2018) ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ง่ายแบบที่ผู้บริโภคไม่ต้องอ่านคู่มือหรือหาข้อมูลวิธีการใช้เพิ่มเติม (Khuong & Tran, 2018) และถ้ารูปร่างของผลิตภัณฑ์เหมือนกับผลิตภัณฑ์ของจริง จะสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น เช่น เจลวุ้นหางจระเข้ที่เป็นรูปทรงวุ้นหางจระเข้ (Khuong & Tran, 2018)

2.2.1.5 ขนาด

ผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่จะถูกซื้อบ่อยกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก เพราะ ใหญ่กว่านั้นสังเกตได้ง่าย สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าที่มากกว่า (Imiru, 2017) ผู้บริโภคเชื่อ

ว่ายิ่งซื้อเยอะต้นทุนต่อหน่วยบริโภคจะต่ำลงกว่าซื้อทีละน้อยๆ และซื้อเยอะไม่ต้องกังวลเรื่องใช้ผลิตภัณฑ์หมดเร็ว (Khuong & Tran, 2018) การที่ผลิตภัณฑ์มีขนาดให้เลือกหลายขนาดจะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกแค่ขนาดเดียว (Ford, Moodie, & Hastings, 2012)

2.2.1.6 วัสดุ

วัสดุของบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เช่น ความชื้น ความร้อน ฝุ่น การกระแทก (Khan et al., 2016) ผู้บริโภคจะพิจารณาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้จากวัสดุของบรรจุภัณฑ์ (Khan et al., 2016) การใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง วัสดุที่มีราคาแพง หรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุที่ทำจากแก้วจะดูเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีราคาแพง (Sultan, 2016; Santos, 2018) เมื่อเทียบกับวัสดุที่ทำจากโฟมหรือกระดาษคาร์บอนที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีราคาถูก และถ้าเป็นวัสดุที่โปร่งใสมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ก็จะยิ่งช่วยดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Santos, 2018)

2.2.1.7 สัญลักษณ์

สัญลักษณ์เป็นสื่อสากลอย่างหนึ่งเช่นเดียวกับรูปภาพสามารถใช้สื่อสารให้ผู้คนเข้าใจโดยไม่ต้องใช้ภาษา โดยสัญลักษณ์ที่ดีต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย กระชับ ตัดทอนส่วนที่ไม่จำเป็น (จันทราวรรณ บำเรอรักษ์ และ สุธิ พลพงษ์, 2558; Behaeghel, 1991) การใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต้องให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น วิธีการใช้งาน การเตือนระวังป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้น (Meggs, 1994) จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้า สร้างความมั่นใจ ป้องกันการปลอมแปลงและลอกเลียนแบบ (ศักดิ์ บุญยัค และ เจนจิรา เหล่าสุนทร, 2543; จันทราวรรณ บำเรอรักษ์ และ สุธิ พลพงษ์, 2558)

ศักดิ์ บุญยัค และ เจนจิรา เหล่าสุนทร (2543) ประเภทของสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ มีทั้งหมด 4 แบบ ดังนี้

1. ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ (Brand name) เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเพราะมีขนาดใหญ่ เป็นจุดดึงดูดความสนใจผู้บริโภค เกิดจากการนำรูปภาพออกแบบคู่กับตัวอักษร
2. เครื่องหมายเตือน เป็นสัญลักษณ์ที่มีอยู่ข้างบรรจุภัณฑ์ ออกแบบเป็นเครื่องหมายภาพ (Pictographs)
3. เครื่องหมายรับรอง (Certification marks) เป็นเครื่องหมายที่ได้รับรองจากรัฐบาล
4. เครื่องหมายอื่นๆ ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายการใช้ซ้ำ (Reuse) หรือ เครื่องหมายหมุนเวียน (Recycle)

2.2.2 Verbal Elements

ข้อความที่สื่อสารผ่านองค์ประกอบด้านข้อมูลจะเป็นประโยชน์ที่ช่วยสนับสนุนกระบวนการคิดของผู้บริโภคไว้สำหรับให้ผู้บริโภคใช้พิจารณาและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบด้านข้อมูลมีหลายส่วนด้วยกันและแต่ละส่วนก็มีบทบาทที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Adam & Ali, 2014)

2.2.2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ปริมาณ วิธีการใช้งาน ผู้ผลิต วัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ วันผลิต และ วันหมดอายุ เป็นต้น โดยข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่คิ่้นนั้นต้องให้รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคครบถ้วน ต้องมีความถูกต้อง (Khan et al., 2016) เพราะผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มาช่วยสำหรับเปรียบเทียบคุณภาพผลิตภัณฑ์กับแบรนด์อื่น (Deliya & Parmar, 2012) ถ้ามีหน่วยงานที่น่าเชื่อถือมารับรองจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของตัวผลิตภัณฑ์และแบรนด์ให้มากขึ้น (Ranjbarian, Mahmoodi, & Shahin, 2010) อย่างไรก็ตามไม่ควรเขียนข้อมูลผลิตภัณฑ์มากเกินไปเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน (Ranjbarian et al., 2010; Sultan, 2016)

2.2.2.2 ข้อมูลโภชนาการ

ข้อมูลโภชนาการต้องมีการระบุอย่างถูกต้องบนบรรจุภัณฑ์ (Wills, 2009; Sultan, 2016) แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการให้ครบถ้วน จะช่วยลดความไม่แน่นอนและสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ (Imiru, 2017) จากการศึกษาของ Wills (2009) ชี้ให้เห็นว่าข้อมูลโภชนาการสมควรจะต้องถูกระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และผู้บริโภคชอบข้อมูลโภชนาการเกี่ยวกับการทำงานของระบบในร่างกาย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กึ่งกาญจน์ ย่าหลี่ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาพบว่าเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป และในเรื่ององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ พบว่าความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการที่ยืดหยุ่นของผู้บริโภคได้ รวมทั้งเป็นการกระจายความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดิมแต่ต่างขนาดบรรจุ ซึ่งนับว่าเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ประเภท Visual Elements ในส่วนของ “ขนาด”

ตรีรัตน์ อรอมรัตน์ (2559) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูประดับพรีเมียมในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ มีฉลากแสดงข้อมูลสรรพคุณเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ละเอียดชัดเจน ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ขนาดบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม

สุขุมล กาบแก้ว, ศิริสุข รักถิ่น, และ ศยามล ลำลองรัตน์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารออร์แกนิกสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ประเภท Visual Elements ในส่วนของ “รูปร่าง” จากผลการวิจัยพบว่า บรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อการซื้อซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องใช้งานได้ง่าย สะดวกในการใช้งานและเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นาน

Lemke, Burkholder, Conway, Lando, & Valcin (2015) ศึกษาเกี่ยวกับฉลากสินค้าของอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ประเภท Verbal Elements ในส่วนของ “ข้อมูลโภชนาการ” จากการศึกษาพบว่า ผู้หญิงจะอ่านฉลากมากกว่าผู้ชาย และถ้าเจ้าของสัตว์เลี้ยงมีพฤติกรรมชอบอ่านฉลากอาหารของตัวเอง ก็จะมีแนวโน้มที่จะอ่านฉลากอาหารสัตว์เลี้ยงด้วย โดยข้อมูลบนฉลากที่ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงต้องการคือ ข้อมูลโภชนาการของอาหารสัตว์เลี้ยง และฉลากต้องอ่านได้ง่าย

ตาราง 2.2 ตารางแสดงองค์ประกอบของบรรจุกิจน์จากการทบทวนวรรณกรรม

	ผู้วิจัย (ปี)	องค์ประกอบที่มองเห็นได้							องค์ประกอบที่เป็นข้อมูล	
		ชื่อ	วัตถุประสงค์	ขนาด	รูปภาพ	รูปร่าง	สัญลักษณ์	ตัวอักษร	ข้อมูลผลิตภัณฑ์	ข้อมูลโภชนาการ
1	Sultan (2016)		✓			✓			✓	
2	Imiru (2017)	✓		✓				✓		✓
3	Pham (2018)				✓					
4	Meggs (1994)						✓			
5	Santos (2018)		✓		✓					
6	Deliya & Parmar (2012)								✓	
7	Wills (2009)									✓
8	Mohebbi (2014)	✓								
9	Khuong & Tran (2018)			✓			✓	✓		
10	Ranjbarian, Mahmoodi, & Shahin (2010)								✓	
11	Khan, Rehman, Sultan, & Rashid (2016)		✓						✓	
12	Wells, Farley, & Armstrong (2007)				✓					

ตาราง 2.2 ตารางแสดงองค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์จากการทบทวนวรรณกรรม (ต่อ)

	ผู้วิจัย (ปี)	องค์ประกอบที่มองเห็นได้							องค์ประกอบที่เป็นข้อมูล	
		ได้	วัสดุ	ขนาด	รูปภาพ	รูปร่าง	สัญลักษณ์	ตัวอักษร	ข้อมูลผลิตภัณฑ์	ข้อมูลโภชนาการ
13	Ford, Moodie, & Hastings (2012)			✓						
14	Underwood, Klein, & Burke (2001)	✓			✓					
15	Malkewitz (2006)				✓					
16	Vieira, Alcantara, Prado, Pinto, & Rezende (2015)				✓					

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ และศึกษาความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปว่ามีความเข้าใจและความคิดเห็นอย่างไร วิจัยโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ตัวอย่างอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก กับแบบสัมภาษณ์ โดยจะมีแนวคำถามกำหนดเอาไว้ล่วงหน้า โดยให้ความสนใจในเรื่ององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ขนาด รูปภาพ ตัวอักษร สี รูปร่าง วัสดุ สัญลักษณ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลโภชนาการ รวมไปถึงสนใจในความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ซึ่งจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ต่อไป ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย จะแบ่งเป็น 5 ข้อ โดยมีขอบเขต ขั้นตอน และรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. ผู้เข้าร่วมวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การได้รับเอกสารอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม (IRB)

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้หญิงที่เลี้ยงแมว และให้แมวบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ประเทศไทย โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 – 12 เดือน) และกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต (อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) ต่อสิ่งที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นรูปถ่ายของอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เข้าร่วมวิจัยได้ให้แมวบริโภคอยู่ ณ วันที่ให้สัมภาษณ์ ซึ่งรูปถ่ายได้จากผู้เข้าร่วมวิจัย ผู้วิจัยสามารถนำมาเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการทำ Data Triangulation

3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย

จากงานวิจัยของ Chen, Hung, & Peng (2012) พบว่าเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเพศหญิงจะมีความใกล้ชิดกับสัตว์เลี้ยงมากกว่าเพศชาย และจะให้ความสำคัญกับคุณภาพ ข้อมูล และ แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือของอาหารสัตว์

ดังนั้นผู้เข้าร่วมวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้หญิงที่เลี้ยงแมว และให้แมวบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก ไม่จำกัดอายุ ไม่จำกัดอาชีพ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล จำนวน 30 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 - 12 เดือน) (Libal, 2012) จำนวน 15 คน และ ผู้เลี้ยงแมวโต (อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) (Paretts, 2012) จำนวน 15 คน ถ้าในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์กำลังเลี้ยงลูกแมวและแมวโตพร้อมกันอยู่ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างได้ทั้ง 2 กลุ่ม โดยเลขช่วงอายุของแมวที่นำมาใช้ เลือกกลุ่มตัวอย่างได้จากการอ้างอิงค่าช่วงอายุของแมวบนผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปในตลาดที่มีการแบ่งประเภทเป็นอาหารแมวสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว (อายุ 0 – 12 เดือน) และอาหารแมวสำเร็จรูปสำหรับแมวโต (อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป)

ตาราง 3.1 การแบ่งประเภทกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมวิจัย

ประเภทอาหาร	หญิง	
	อายุสัตว์เลี้ยงน้อยกว่า 1 ปี	อายุสัตว์เลี้ยง 1 ปีขึ้นไป
เปียก	15 คน	15 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีการวางเค้าโครงคำถามในการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมว เป็นคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป และความสนใจในองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลกับการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก โดยให้ระบุจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ขนาด รูปภาพ ตัวอักษร สี รูปร่าง วัสดุ สัญลักษณ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลโภชนาการ รวมถึงข้อมูลส่วนตัวที่ผู้เลี้ยงแมวพอจะให้ได้ ทั้งนี้ได้แนบแบบสัมภาษณ์ไว้ในภาคผนวก ก

2. ตัวอย่างอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก ได้จากการสำรวจตามสถานที่ ที่ขายอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก เพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์จำนวน 102 ชิ้น

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Bellotta	ปลาทูน่าในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Bellotta	ปลาทูน่าและไก่รวม 3 ชิ้น	1+	กระป๋อง	85
	Bellotta	ชีฟู้ดในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Big C	ปลาทูน่าผสมปลาชิราสุในเยลลี่	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	85

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Big C	ปลาทูน่าผสมไก่ในเจลลี่	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	85
	Big C	ปลาทูน่าในเจลลี่	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	85
	Big C	ปลาทูน่าผสมกุ้งในเจลลี่	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	85
	Big C	ปลาทะเลผสมกุ้งในแอสปิคเจลลี่	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	185
	Big C	ปลาซาร์ดีนผสมไก่ในแอสปิคเจลลี่	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	185
	Ciao	ปลาทูน่า(มากุโระ)และเนื้อสันในไก่รสหอยเชลล์	1+	ซอง	40
	Ciao	ปลาทูน่า(มากุโระ)และเนื้อสันในไก่หน้าปลาข้าวสาร	1+	ซอง	40

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Ciao	ปลาทูน่า(คัทสึโอะ)และเนื้อสันในไก่หน้าปลาโอแห้ง	1+	ซอง	40
	Ciao	ปลาทูน่า(คัทสึโอะ)และหอยเชลล์หน้าเนื้อสันในไก่	1+	ซอง	40
	Felix	ปลาทูน่าในเชลล์	1+	ซอง	70
	Felix	ปลาแซลมอนในเชลล์	1+	ซอง	70
	Felix	ไก่ในเชลล์	1+	ซอง	70
	Felix	ปลาซาร์ดีนในเชลล์	1+	ซอง	70

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Felix	ปลาทูในเซลล์	1+	ซอง	70
	Felix	ปลาทูน่าในเซลล์	1 เดือน +	ซอง	70
	Friskies	ปลาทู	1+	ซอง	80
	Friskies	ปลาทูน่า	1 เดือน +	ซอง	80
	Happy Price	อาหารแมว ปลาซาร์ดีนและปลาทะเลในเซลล์	8 สัปดาห์+	กระป๋อง	400
	Inaba	ทูน่าในน้ำเกรวี่หน้าปลาข้าวสาลีและปลาโอสไลซ์	1+	ถ้วย	80

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Inaba	เนื้อสัตว์ในไก่และปูอัดใน เซลลี่แบบนุ่ม	1+	ถ้วย	65
	Inaba	ปลาทูน่าชิ้นย่อยในเซลลี่ แบบนุ่ม	1+	ถ้วย	65
	Inaba	ปลาทูน่าชิ้นย่อยและเนื้อสัตว์ ในไก่ในเซลลี่แบบนุ่ม	1+	ถ้วย	65
	Inaba	เนื้อสัตว์ในไก่และปลา โอสโธในเซลลี่แบบนุ่ม	1+	ถ้วย	65
	Inaba	ปลาทูน่าชิ้นย่อยและปลา โอสโธในเซลลี่แบบนุ่ม	1+	ถ้วย	65
	Maria	ไก่และปลาแซลมอนในน้ำ เกรวี่	3 เดือน +	ซอง	70
	Maria	ปลาทูน่าและปลาแซลมอน ในน้ำเกรวี่	3 เดือน +	ซอง	70

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Maria	ไก่และปลาคัตสึโอะบุชิในน้ำเกรวี่	3 เดือน +	ซอง	70
	Maria	ปลาทูน่าและปลาข้าวสารในน้ำเกรวี่	3 เดือน +	ซอง	70
	Me-O	ปลาทู	1+	กระป๋อง	400
	Me-O	ปลาซาร์ดีน	1+	กระป๋อง	400
	Me-O	ปลาทูน่า	แมวหนัก 2.1 กก+	กระป๋อง	400
	Me-O	ปลาทูในเจลลี่	1+	ซอง	80

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Me-O	ปลาทูน่า	1+	ซอง	80
	Me-O	ปลาทูน่าและไก่ในเซลล์	1+	ซอง	80
	Monchou	ปลาทูน่าหน้าปลากระพงในเจลลี่	1+	กระป๋อง	70
	Monchou	ไก่หน้าปลาคัตตัสโอะบุชิในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	70
	Monchou	ปลาทูน่าหมูหน้าไก่	1+	กระป๋อง	70
	Monchou	ปลาทูน่าหน้าปลาแอนโชวีในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	70
	Monchou	ปลาทูน่าหน้าปลาข้าวสารในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	70

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Monchou	ปลาทูน่าหน้าหอยแมลงภู่ ในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	70
	Nekko	เนื้อไก่ผสมผักในเยลลี่	6 เดือน +	กระป๋อง	85
	Nekko	ปลาทูน่าหน้าคัตตลีโอะบุชิ ในเยลลี่	6 เดือน +	กระป๋อง	85
	Nekko	ปลาทูน่าและเนื้อไก่หน้ากุ้ง และหอยเชลล์ในเยลลี่	6 เดือน +	กระป๋อง	85
	Nekko	ปลาทูน่าหน้าปลาแซลมอน ในน้ำเกรวี่	6 เดือน +	กระป๋อง	85
	Nekko	ปลาทูน่าและเนื้อไก่ในน้ำ เกรวี่	6 เดือน +	กระป๋อง	85
	Nekko	เนื้อไก่หน้าชีสในน้ำเกรวี่	6 เดือน +	กระป๋อง	85

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Nekko	ทูน่ามูส	1 เดือน +	ซอง	70
	Nekko	ปลาทูน่า หน้าปลาโอ อบแห้ง	6 เดือน +	ซอง	70
	Nekko	ปลาทูน่าหน้ากุ้งและหอย เชลล์	6 เดือน +	ซอง	70
	Nekko	ปลาทูน่า หน้าปูอัด	6 เดือน +	ซอง	70
	Nekko	ปลาทูน่า	6 เดือน +	ซอง	70

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Nekko	ปลาทูน่าหน้าปลาข้าวสาร	6 เดือน +	ซอง	70
	Nekko	ปลาทูน่า หน้าเนื้อไก่	6 เดือน +	ซอง	70
	Ostech	ทูน่าและไก่ในเซลล์	3 เดือน +	ซอง	80
	Ostech	ทูน่าและแซลมอนในเซลล์	3 เดือน +	ซอง	80
	Ostech	ทูน่าในเซลล์	3 เดือน +	ซอง	80

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Sheba	ทูน่าชิ้นและปลาเนื้อขาวใน น้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	อกไก่ในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าฟิเลตและปลาชิราสึใน น้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าและปลาเนื้อขาวในน้ำ เกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าฟิเลตในเจลลี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าและปลากระพงในน้ำ เกรวี่	1+	กระป๋อง	85

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Sheba	อกไก่นุ่มและกุ้งในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	อกไก่นุ่มและแซลมอนในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าและกุ้งในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าชิ้นและแซลมอนในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าชิ้นและปลาชิราสึในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85
	Sheba	ทูน่าชิ้นและปูในน้ำเกรวี่	1+	กระป๋อง	85

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Sheba	รสปลาทูน่าและปลาทรายแดง	1+	ซอง	70
	Sheba	รสปลาทูน่า, ไก่และโนบิโตะเฟลค	12 เดือน+	ซอง	70
	Sheba	รสปลาทูน่า	12 เดือน +	ซอง	70
	Sheba	รสปลาทูน่าและแชลมอน	12 เดือน +	ซอง	70
	Sheba	รสปลาทูน่าและแมคคาเรล	12 เดือน +	ซอง	70
	Tesco	รสปลาทูน่าในแอสปิคเจลลี่	สำหรับแมวทุกขนาด	กระป๋อง	185

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Tesco	รสปลาซาร์ดีนผสมไก่ในแอสปิกเจลลี่	สำหรับแมวทุกขนาด	กระป๋อง	185
	Tesco	รสปลาทะเลผสมกุ้งในแอสปิกเจลลี่	สำหรับแมวทุกขนาด	กระป๋อง	185
	Tesco	รสปลาทูน่าในแอสปิกเจลลี่	สำหรับแมวทุกขนาด	กระป๋อง	400
	Tesco	รสปลาทะเลผสมกุ้งในแอสปิกเจลลี่	สำหรับแมวทุกขนาด	กระป๋อง	400
	Tesco	รสปลาซาร์ดีนผสมไก่ในแอสปิกเจลลี่	สำหรับแมวทุกขนาด	กระป๋อง	400
	Tops	ปลาทูน่าในแอสปิก	10 เดือน +	กระป๋อง	185

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Tops	ปลาทูน่าในแอสปิก	10 เดือน +	กระป๋อง	400
	Whiskas	ปลาทูน่าและปลาชาร์คีน	1+	กระป๋อง	400
	Whiskas	ปลาทูน่า	1+	กระป๋อง	400
	Whiskas	ปลาทูน่าและปลาแซลมอน	1+	กระป๋อง	400

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Whiskas	ปลาซาร์ดีน ปลาหมึกและ กุ้ง	1+	กระป๋อง	400
	Whiskas	ทะเลรวมมิตร	1+	กระป๋อง	400
	Whiskas	ปลาทูน่าและปลาเนื้อขาว	1+	ซอง	85
	Whiskas	ปลาทู	1+	ซอง	85
	Whiskas	ปลาทูและปลาแซลมอน	1+	ซอง	85

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Whiskas	ปลาทะเล	1+	ซอง	85
	Whiskas	ปลาทูน่าและเนื้อไก่	1+	ซอง	85
	Whiskas	รสปลาซาบะย่าง	1+	ซอง	85
	Whiskas	ทะเลรวมมิตรในน้ำเกรวี่	1+	ซอง	85
	Whiskas	ปลาทูน่า	2-12 เดือน	ซอง	85

ตาราง 3.2 ข้อมูลอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ (ต่อ)

รูปบรรจุภัณฑ์	ยี่ห้อ	รส	อายุแมว (ปี)	รูปแบบ	น้ำหนัก (กรัม)
	Whiskas	ปลาทู	2-12 เดือน	ซอง	85
	Whiskas	ปลาทูน่า	7+	ซอง	85
	Whiskas	ปลาทู	7+	ซอง	85

3. เครื่องบันทึกเสียง สมุดสำหรับจดบันทึกกับชุดเครื่องเขียน เพื่อไว้ใช้สำหรับบันทึกเสียงกับจดข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมว เพื่อนำมาใช้ตรวจสอบความถูกต้องและใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้อย่างครบถ้วนในรายละเอียดของการสัมภาษณ์ ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เตรียมแบบสัมภาษณ์ ให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จัดเตรียมตัวอย่างอาหารแมวสำเร็จรูป และเตรียมความพร้อมก่อนการสัมภาษณ์
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเริ่มจากการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไป จากนั้นสอบถามเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่การหาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้

ความสนใจในการเลือกซื้อ และความเข้าใจของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์

3. ระหว่างการสัมภาษณ์จะให้ผู้ให้สัมภาษณ์จัดกลุ่มอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้วิจัยเตรียมมาเพื่อดูถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในการแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์

4. กระบวนการใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง และมีการบันทึกเสียง โดยขออนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทำการบันทึกเสียงหากได้รับอนุญาต เพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในภายหลัง

3.5 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1. ผู้วิจัยรายงานการศึกษานบนพื้นฐานจากผลที่ได้อย่างแท้จริง ไม่ได้มีการบิดเบือนผล
2. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามวัตถุประสงค์การวิจัย
3. ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ซื้อ และหลังจากการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น ให้กลุ่มตัวอย่างถ่ายรูปบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ให้แมวบริโภคจริง ณ ช่วงเวลาที่ให้สัมภาษณ์ เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ลักษณะปลายเปิดภายใต้กรอบแนวคิดที่มีการกำหนดคำถามไว้แล้ว ผู้วิจัยจะทำการถอดข้อความจากไฟล์เสียง และจับประเด็นคำพูดที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยจะนำมาจัดเป็นกลุ่ม และจะตีความหมายของกลุ่มคำนั้นเพื่อสรุปสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือให้ความสนใจต่อบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกและความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์

3.7 การได้รับเอกสารอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม (IRB)

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม (IRB) หมายเลขโครงการ COA. NO. 2019/08-339 ทั้งนี้ได้แนบเอกสารไว้ในภาคผนวก ข



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการวิจัยหัวข้อเรื่อง “การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยง โดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 – 12 เดือน) จำนวน 15 คน และกลุ่มที่ 2 ผู้เลี้ยงแมวโต (อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) จำนวน 15 คน ซึ่งทั้ง 2 กลุ่ม จะต้องเลี้ยงแมว และให้แมวบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก ไม่จำกัดอายุ ไม่จำกัดอาชีพ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล รวมจำนวนทั้งหมดทั้งสิ้น 30 คน ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์โดยสมัครใจ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4.1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 – 12 เดือน) จำนวน 15 คน

ลำดับ ที่	อายุ	อาชีพ	จำนวน แมว	ประสบการณ์ เลี้ยงแมว	รายได้ (บาท)
1	23	ว่างงาน	3	10 ปี	15,000 - 20,000
2	24	ผู้ช่วยวิจัย (การรักษาโรค ระดับโมเลกุล)	2	16 ปี	15,000 – 20,000
3	22	Developer	1	2 เดือน	28,000
4	27	พนักงานบริษัทเอกชน	1	11 เดือน	40,000
5	24	พนักงานบริษัทเอกชน (Digital Commu)	1	11 เดือน	39,000 - 40,000
6	30	Online Content Creator	1	8 เดือน	28,000
7	23	Programmer	1	10 ปี	30,000
8	24	Programmer	1	8 เดือน	28,000
9	27	System Engineer	1	8 เดือน	30,000
10	33	Project Manager (IT)	1	6 ปี	38,000
11	23	Online Marketer (บริษัทผลิต เสื้อผ้า)	1	14 ปี	20,000

ตาราง 4.1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้เลี้ยงลูกแมว (อายุ 0 – 12 เดือน) จำนวน 15 คน (ต่อ)

ลำดับ ที่	อายุ	อาชีพ	จำนวน แมว	ประสบการณ์ เลี้ยงแมว	รายได้ (บาท)
12	29	เลขานุการ (IT Director)	1	6 เดือน	30,000
13	24	Project Manager (IT)	1	4 ปี	37,000
14	43	รับจ้าง (แม่บ้าน)	1	12 ปี	15,000
15	49	แม่ค้า (ขายกับข้าว)	1	13 ปี	20,000

ตาราง 4.2 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้เลี้ยงแมวโต (อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) จำนวน 15 คน

ลำดับ ที่	อายุ	อาชีพ	จำนวน แมว	ประสบการณ์ เลี้ยงแมว	รายได้ (บาท)
16	49	รับจ้าง (แม่บ้าน)	1	10 ปี	15,000
17	27	Compliant	1	5 ปี	20,000 - 25,000
18	23	ว่างงาน	3	10 ปี	15,000 - 20,000
19	23	Freelance (IT)	2	2 ปี	9,000
20	24	ผู้ช่วยวิจัย (การรักษาโรค ระดับ โมเลกุล)	2	16 ปี	15,000 – 20,000
21	22	Developer (IT Out Source)	2	10 ปี	25,000 – 30,000
22	26	บริการ (บาร์ISTA)	1	3 ปี	15,000
23	26	Software Tester (Out Source)	4	4 ปี	40,000
24	25	Web Blogger (IT Technology)	1	2 ปี	23,000
25	51	ธุรกิจส่วนตัว (รับทำบัญชี)	2	5 ปี	15,000
26	51	รับจ้างทั่วไป	1	6 ปี	10,000 – 12,000
27	20	นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์)	2	3 ปี	25,000
28	33	Back Officer (บริการผู้ถือกรรมธรรม์)	1	10 ปี	18,000
29	23	ธุรกิจส่วนตัว (ร้านอาหาร ร้านทำเล็บ)	5	10 ปี	21,000 - 25,000
30	28	แม่บ้าน	2	5 ปี	12,000

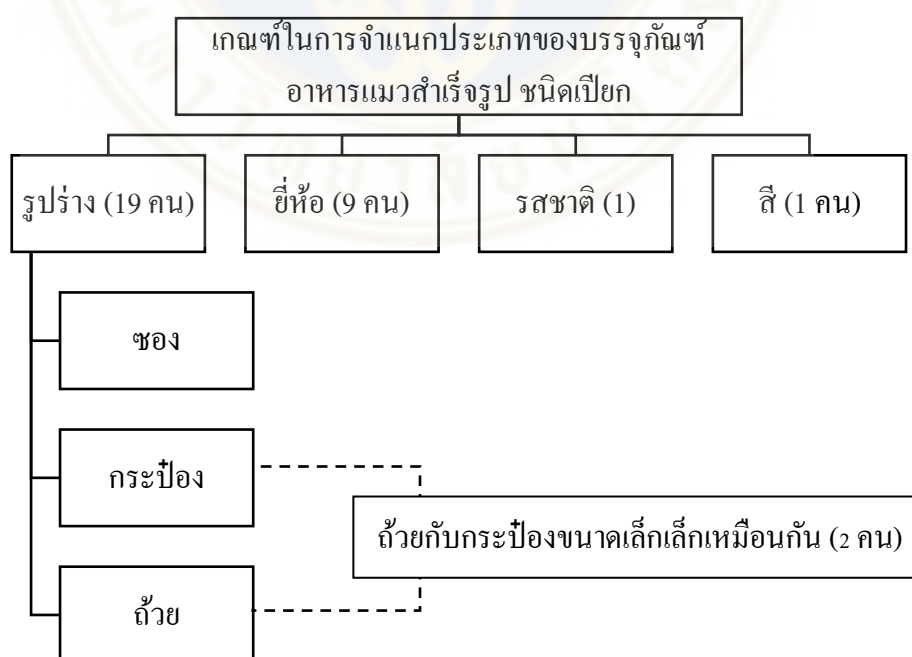
โดยงานวิจัยเพื่อศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ ในส่วนผลการวิจัยจะแบ่งเป็นการศึกษา 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. การจัดหมวดหมู่ ความชอบ และการเลือกซื้อพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก
2. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการซื้อ
3. ความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

4.1 การจัดหมวดหมู่ ความชอบ และการเลือกซื้อพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

4.1.1 เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน ก่อนที่กลุ่มตัวอย่างจะเริ่มจัดหมวดหมู่ ผู้วิจัยได้นำอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก ทั้งรูปแบบซอง แบบกระป๋อง และแบบถ้วย รวมจำนวนทั้งหมด 102 ชิ้น มากองคละกันเป็น 1 กอง จากนั้นจึงให้กลุ่มตัวอย่างเริ่มทำการจัดหมวดหมู่



รูปภาพ 4.1 เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม ได้ผลว่า เกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก ไม่แตกต่างกัน โดยองค์ประกอบที่ใช้ในการจำแนกประเภทมากที่สุดคือ รูปร่าง โดยให้เหตุผลว่า เป็นองค์ประกอบที่สังเกตเห็นความแตกต่างได้ชัดเจนที่สุด และมีบางส่วนที่มองว่าเกี่ยวข้องกับกระป๋องขนาดเล็กเหมือนกัน

“...ให้เรียงจะเรียงแยกของกับกระป๋องก่อนมันเห็นอยู่ว่าต่างกันชัดเจน แล้วก็มาดูยี่ห้อ ส่วนของจะมาแบ่งตามอายุแมว เพราะเรามีลูกแมวอยู่ ส่วนกระป๋องเท่าที่เห็นไม่มีของลูกแมวก็น่าจะไปเรียงขนาดต่อ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 10 Project Manager (IT) อายุ 33 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...แบ่งจากลักษณะของสินค้าก่อนแบ่งเป็นของกับกระป๋อง ในกระป๋องก็มาเรียงขนาด เล็กกลางใหญ่ ถ้ามองเป็นกระป๋องเล็กแล้วก็เรียงยี่ห้อดูจากสีใกล้เคียง ขนาดกลางกับใหญ่ไม่แบ่งยี่ห้อ สักล้ายกันอยู่ด้วยกัน ส่วนของเรียงยี่ห้อ แล้วแบ่งอายุแมว เด็ก โต แก่...”



ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

รองมาจากรูปร่าง กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับสัญลักษณ์ยี่ห้อ มาใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกประเภทอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก โดยให้เหตุผลว่า เมื่อแยกยี่ห้อแล้วสามารถนำมาแยกคุณภาพของอาหารแมวต่อได้ ในยี่ห้อเดียวกันก็จะมีคุณภาพอาหารเหมือนกัน

“...แยกยี่ห้อก่อน และแยกต่อเป็น 4 กลุ่มตามคุณภาพอาหารกับความอยากซื้อ กลุ่มไม่ซื้อ เพราะ *product low quality* ส่วนกลุ่มซื้อแบ่งย่อยเป็น 2 กลุ่มเล็กเป็น ซื้อแน่นอน คือที่ซื้อประจำ อยู่ตอนนี้ กับ ตัวสำรอง คือมีแนวโน้มจะซื้อถ้าเกิดสินค้ากลุ่มซื้อแน่นอนไม่มี ส่วนกลุ่มสุดท้ายกลุ่มถ้ามีเงินจะซื้อ คือ *high quality product* ราคาแพง ถ้ามีเงินจะซื้อ แต่กระป๋องกับซองไม่ได้มองแยกกันนะ...”



ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เรียงยี่ห้อก่อน แล้วมาดูว่า Premium หรือเปล่าถ้า Premium ก็แยกไว้เลือกซื้อ ถ้า Low Cost ก็แยกเป็นกองที่ตัดทิ้งในบางยี่ห้อที่รู้จักมาก่อน ยี่ห้อที่ไม่รู้ว่าเกรดไหน จะไว้กองกลางๆ ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

4.1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวชอบกับเลือกซื้อ

เมื่อกลุ่มตัวอย่างทำการจัดเรื่องบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกแล้ว ผู้วิจัยจึงให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เลือกผลิตภัณฑ์ที่ชอบ และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ จากตัวอย่างอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกจำนวน 102 ชิ้นพร้อมบอกถึงเหตุผลในการเลือกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อตรวจสอบองค์ประกอบใดของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความชอบ และมีผลต่อการเลือกซื้อ

โดยผู้วิจัยสรุปผลจากการสัมภาษณ์ถึงองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความชอบผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง 30 คน ไว้เป็นตาราง 4.3 และ ตาราง 4.4 โดยเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวและกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต ตามลำดับ ดังนี้

ตาราง 4.3 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงลูกแมว)

คนที่	ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ	องค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์ที่มีผล ต่อความชอบ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	องค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์ที่มีผล ต่อการซื้อ
1		รูปภาพ (แมว)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
2		ดี (premium)		ดี (premium)
3		รูปภาพ (แมว)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
4		สัญลักษณ์ (premium)		สัญลักษณ์ (premium)
5		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (รสชาติผสมนม แพะ)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (รสชาติผสมนม แพะ)
6		รูปภาพ (อาหาร)		รูปภาพ (อาหาร)

ตาราง 4.3 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงลูกแมว) (ต่อ)

คนที่	ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ	องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความชอบ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อ
7		สี (สดใ)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (grade อาหารคุณภาพ)
8		สี (สบายตา)		สัญลักษณ์ (อายุแมว)
9		รูปภาพ (อาหาร)		รูปภาพ (แมว)
10		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ส่วนผสม)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ส่วนผสม)
11		รูปภาพ (แมว)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
12		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ไม่มีสารกันเสีย รู้จักแหล่งผลิต)		สัญลักษณ์ (อายุแมว)

ตาราง 4.3 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงลูกแมว) (ต่อ)

คนที่	ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ	องค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์ที่มีผล ต่อความชอบ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	องค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์ที่มีผล ต่อการซื้อ
13		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ส่วนผสม ไม่มี สารกันเสีย)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (สารอาหาร คุณภาพอาหาร)
14		ตัวอักษร (อ่านง่าย)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
15		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)

จากตาราง 4.3 สามารถสรุปเป็นแผนภาพขององค์ประกอบที่มีผลต่อความชอบและการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกของผู้เลี้ยงลูกแมว ได้ดังนี้



รูปภาพ 4.2 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก (กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงลูกแมวส่วนใหญ่ใช้รูปภาพแมวเป็นเกณฑ์ความชอบในผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุผลหลักคือตนเลี้ยงลูกแมวจึงชอบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลูกแมวน่ารักหรือกำลังเล่นของเล่นจะดึงดูดความสนใจได้ดี แต่เมื่อต้องซื้อกลุ่มตัวอย่างจะใช้สัญลักษณ์ยี่ห้อเป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อ ด้วยเหตุผลหลักคือผลิตภัณฑ์เป็นอาหาร จึงมองหาห้อยี่ห้อที่ซื้อประจำหรือยี่ห้อที่รู้จักและน่าเชื่อถือ

“...ชอบ Friskies ปลาหนูน่ารัก เพราะรูปแมวกำลังเล่นของเล่นดูน่ารักดี แมวดูร่าเริงและมีแมวหลายตัวด้วยสนุกสนาน ชอบตรงที่มีของเล่นเหมือนของเล่นเด็กด้วย...”



รูปภาพแมว

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 11 Online Marketer อายุ 23 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...เห็นยี่ห้อ Whiskas เห็นจากโฆษณา คูน่าเชื่อถือ และหาซื้อง่ายตามห้างสรรพสินค้า
ทั่วไปก็มี และที่ซื้อประจำเพราะว่าแมวก็กินตัวนี้ด้วยเลยซื้อต่อ...”



สัญลักษณ์ยี่ห้อ

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 11 Online Marketer อายุ 23 ปี เลี้ยงลูกแมว

ตารางสรุปผลการสัมภาษณ์ถึงองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความชอบผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตทั้ง 15 คน

ตาราง 4.4 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวโต)

คนที่	ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ	องค์ประกอบที่มีผลต่อความชอบ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	องค์ประกอบที่มีผลต่อการซื้อ
16		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (รสชาติ)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (รสชาติ)
17		รูปร่าง (สะดวก แกะกินได้เลย)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
18		รูปภาพ (แมว)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
19		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)
20		ดี (premium)		ดี (premium)

ตาราง 4.4 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวโต) (ต่อ)

คนที่	ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ	องค์ประกอบที่มีผลต่อความชอบ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	องค์ประกอบที่มีผลต่อการซื้อ
21		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ design)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ส่วนผสม)
22		สี (สดใส)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ รู้จักจากขนมแมวเลีย)
23		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (รายละเอียดครบถ้วน)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ส่วนผสม)
24		รูปภาพ (แมวตัวใหญ่)		รูปภาพ (อาหารแมว)
25		รูปร่าง (ดูปกปิดเรียบร้อย)		รูปร่าง (ดูปกปิดเรียบร้อย)
26		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)

ตาราง 4.4 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ชอบ และผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่เลือกซื้อ พร้อมเหตุผลทางด้านองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวโต) (ต่อ)

คนที่	ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ	องค์ประกอบที่มีผลต่อความชอบ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	องค์ประกอบที่มีผลต่อการซื้อ
27		ดี (premium)		ดี (premium)
28		ตัวอักษร (อ่านง่าย)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (รสชาติ)
29		ดี (สดใส)		ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ข้อมูลครบถ้วน ส่วนประกอบ ความชื้น ส่วนผสม)
30		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)		สัญลักษณ์ (ยี่ห้อ)

จากตาราง 4.4 สามารถสรุปเป็นแผนภาพขององค์ประกอบที่มีผลต่อความชอบและการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกของผู้เลี้ยงแมวโต ได้ดังนี้



รูปภาพ 4.3 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก (กลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวโตส่วนใหญ่ จะใช้สี่และสัญลักษณ์เป็นเกณฑ์ความชอบ โดยสี่จะเป็นสี่ที่คุ้นเคย และสี่ที่ดู premium อย่างสีดำหรือสีทอง แต่เมื่อซื้อกลุ่มตัวอย่างจะใช้สัญลักษณ์ยี่ห้อเป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อ ด้วยเหตุผลหลักคือตนมักจะมองหาซื้อที่ซื้อเป็นประจำ หรือเป็นที่รู้จักเห็นจากโฆษณาและห้วงเรื่องแมวจะกินได้หรือเปล่านั้นมากกว่าความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ และเมื่อดูที่องค์ประกอบด้านรูปภาพพบว่ากลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตให้ความสนใจน้อยกว่ากลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว โดยให้เหตุผลว่ารูปแมวแค่ให้ทราบว่า เป็นอาหารแมวสำเร็จรูปเท่านั้น ซึ่งต่างกับกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวที่จะใช้รูปภาพแมวเป็นเกณฑ์ความชอบและดึงดูดความสนใจ

“...ชอบ Maria ไก่และปลาคัตสึโอะบุชิในน้ำเกรวี่ เลือกตอนแรกดูจากสีของ รูลี้ก Maria ดูเรียบหรู เป็นคำทอง ดู High ...”



สีคำ/ทอง ดู Premium

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี

“...ซื้อ Whiskas ปลาเนื้อขาวเหมือนเดิม เพราะว่าเราให้เขาอยู่ตลอด เราหวังเรื่องว่าเค้าจะต้องกินได้มากกว่าความสวยงามบรรจุภัณฑ์...”



สัญลักษณ์ยี่ห้อ

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

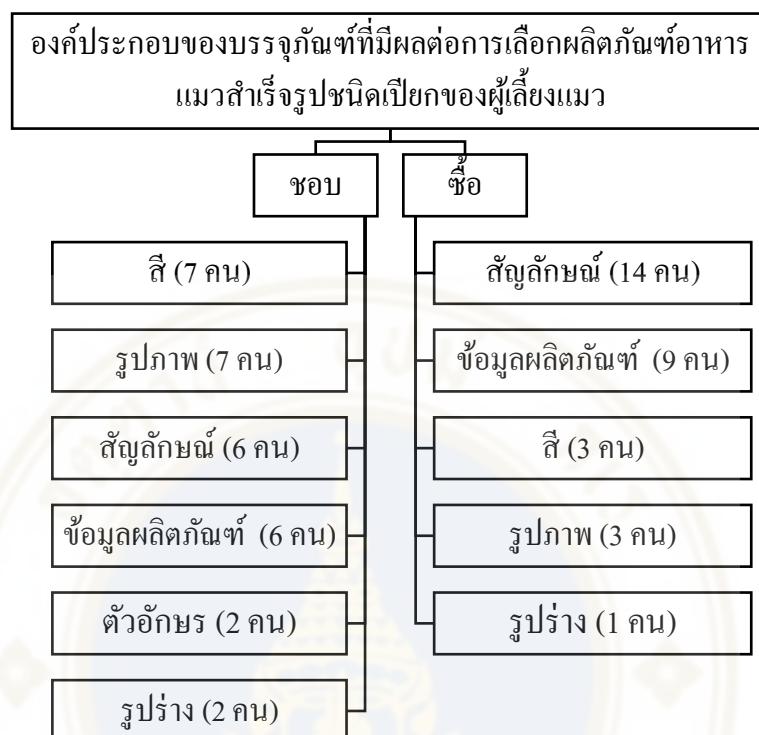
“...รูปภาพไม่ค่อยสนใจ ดูแค่ว่ามีรูปตัวแมว เป็นอาหารแมว ส่วนอายุแมวที่กินได้เราไม่ได้ดู จะเลือกเฉพาะรสชาติของยี่ห้อนี้ที่เราให้แมวกินประจำแค่นั้น แต่ต้องมีรูปแมวเอาออกไม่ได้...”



รูปภาพแมว

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

เพื่อให้เห็นภาพรวมขององค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงแมวมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลที่ได้จากตาราง 4.3 และ ตาราง 4.4 ได้เป็นแผนภาพดังนี้



รูปภาพ 4.4 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก

เมื่อคุณเกนซ์ความชอบและเกณฑ์การเลือกซื้อของกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวและกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตรวมกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะชอบผลิตภัณฑ์จากสีและรูปภาพ โดยสีที่ชอบจะเป็นสีที่สดใส หรือสีที่ดู Premium อย่างสีดำและสีทอง และรูปภาพจะสนใจที่รูปแมว แต่เมื่อซื้อกลุ่มตัวอย่างจะเลือกจากสัญลักษณ์ โดยสัญลักษณ์ที่สนใจคือสัญลักษณ์ยี่ห้อ และจะมองหาห้อยที่ซื้อประจำยี่ห้อที่รู้จักมีความน่าเชื่อถือก่อน หลังจากนั้นถึงมองหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ ส่วนผสม อื่น ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

4.2 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก ผู้วิจัยจะทำการศึกษาทั้งหมด 9 องค์ประกอบ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ Visual Elements ประกอบด้วย รูปภาพ ตัวอักษร สี รูปร่าง ขนาด วัสดุ สัญลักษณ์ และ Verbal Elements ประกอบด้วย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลโภชนาการ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก จำนวน 30 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ผู้เลี้ยงลูกแมว และ ผู้เลี้ยงแมวโต กลุ่มละ 15 คน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 30 คน ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก โดยลำดับที่ 1 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด และลำดับที่ 9 หมายถึงมีความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งสรุปผลเป็นตารางได้ดังนี้

ตาราง 4.5 แสดงลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว)

คนที่	อายุ	ลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์								
		สี	ตัวอักษร	ขนาด	รูปภาพ	รูปร่าง	สัญลักษณ์	วัสดุ	ข้อมูลโภชนาการ	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
1	23	9	7	5	8	6	2	3	4	1
2	24	2	6	4	5	3	1	9	8	7
3	22	8	9	4	7	5	1	6	3	2
4	27	9	4	5	2	7	1	6	8	3
5	24	9	1	8	3	6	2	4	7	5
6	30	3	4	2	5	1	8	9	6	7
7	23	5	4	7	6	3	2	8	9	1
8	24	8	2	7	4	5	1	6	9	3
9	27	2	8	5	1	7	9	6	4	3
10	33	5	8	3	9	6	7	4	1	2
11	23	9	2	5	3	4	1	7	8	6
12	29	8	3	5	6	4	1	7	9	2
13	24	7	3	4	6	8	1	9	5	2

ตาราง 4.5 แสดงลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัญท์ (กลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว) (ต่อ)

คนที่	อายุ	ลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัญท์								
		สี	ตัวอักษร	ขนาด	รูป ภาพ	รูป ร่าง	สัญลักษณ์	วัสดุ	ข้อมูล โภชนาการ	ข้อมูล ผลิตภัณฑ์
14	43	4	5	6	3	7	1	8	9	2
15	49	5	3	6	4	7	1	8	9	2

ตาราง 4.6 แสดงลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัญท์ (กลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต)

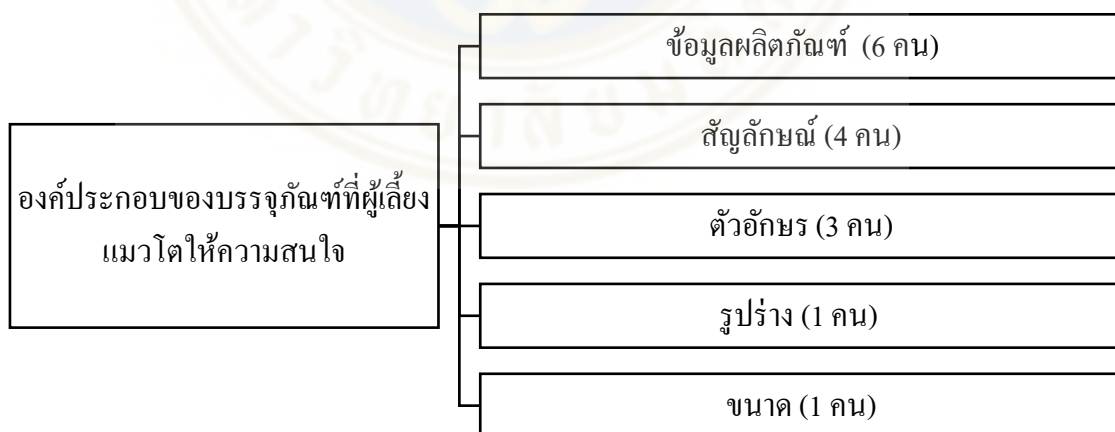
คนที่	อายุ	ลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัญท์								
		สี	ตัวอักษร	ขนาด	รูป ภาพ	รูป ร่าง	สัญลักษณ์	วัสดุ	ข้อมูล โภชนาการ	ข้อมูล ผลิตภัณฑ์
16	49	9	2	3	5	6	4	8	7	1
17	27	9	8	3	6	5	7	4	2	1
18	23	9	7	5	8	6	2	3	4	1
19	23	9	8	2	5	3	6	4	7	1
20	24	2	6	4	5	3	1	9	8	7
21	22	8	1	2	6	7	9	3	5	4
22	26	7	6	5	4	8	2	9	3	1
23	26	9	2	4	8	5	1	6	7	3
24	25	7	9	2	5	6	1	8	4	3
25	51	5	8	4	2	7	3	6	9	1
26	51	9	3	2	5	4	1	8	7	6
27	20	3	7	1	4	9	5	8	2	6
28	33	9	1	2	7	8	5	4	6	3
29	23	7	1	4	6	8	5	9	3	2
30	28	4	5	3	6	1	2	8	7	9

จากตาราง 4.5 และ ตาราง 4.6 การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้ผลว่ากลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว และกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตให้ความสนใจในองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวให้ความสนใจในเรื่องสัญลักษณ์(อายุแมว) มากที่สุด



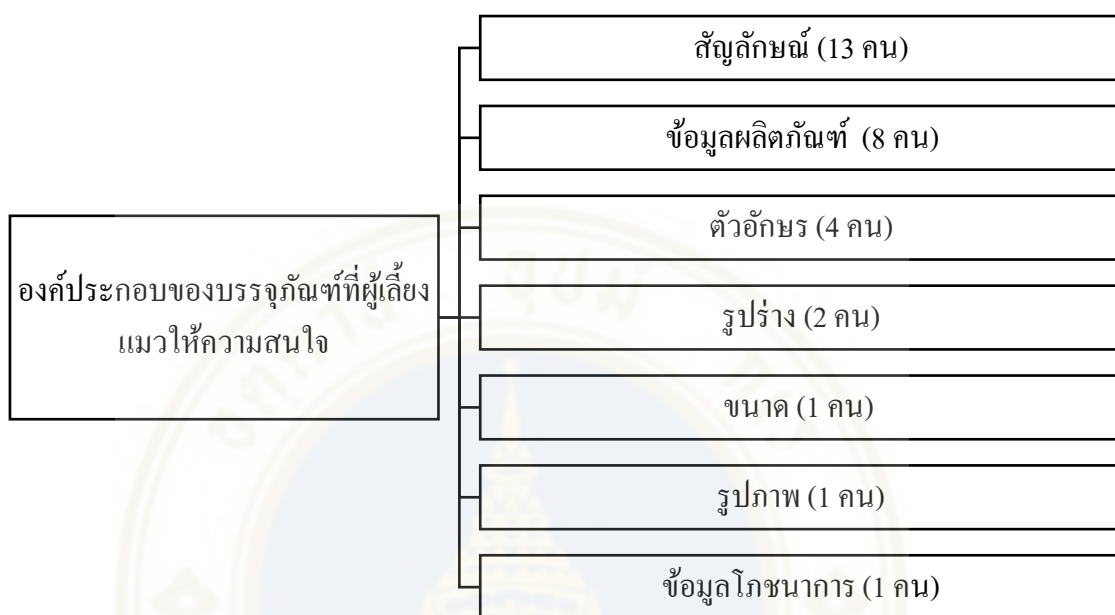
รูปภาพ 4.5 แสดงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงลูกแมวให้ความสนใจ

และในกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต จะให้ความสนใจในข้อมูลผลิตภัณฑ์มากที่สุด เช่น ชื่อ รสชาติ วันหมดอายุ วัตถุประสงค์ที่ใช้เป็นส่วนผสมอาหารสัตว์



รูปภาพ 4.6 แสดงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวโตให้ความสนใจ

เพื่อให้เห็นภาพรวมขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลที่ได้จากตาราง 4.5 และ ตาราง 4.6 ได้เป็นแผนภาพดังนี้



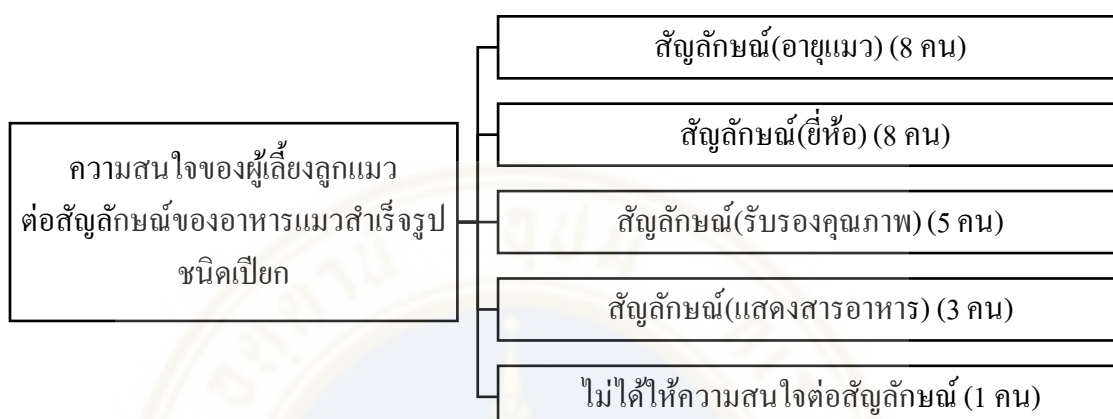
รูปภาพ 4.7 แสดงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ

เมื่อดูในภาพรวมพบว่า องค์ประกอบที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจมากที่สุดคือ สัญลักษณ์ รองลงมาคือข้อมูลผลิตภัณฑ์

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมเพื่อลงรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 9 อย่าง โดยได้ผลการสัมภาษณ์ออกมาดังนี้

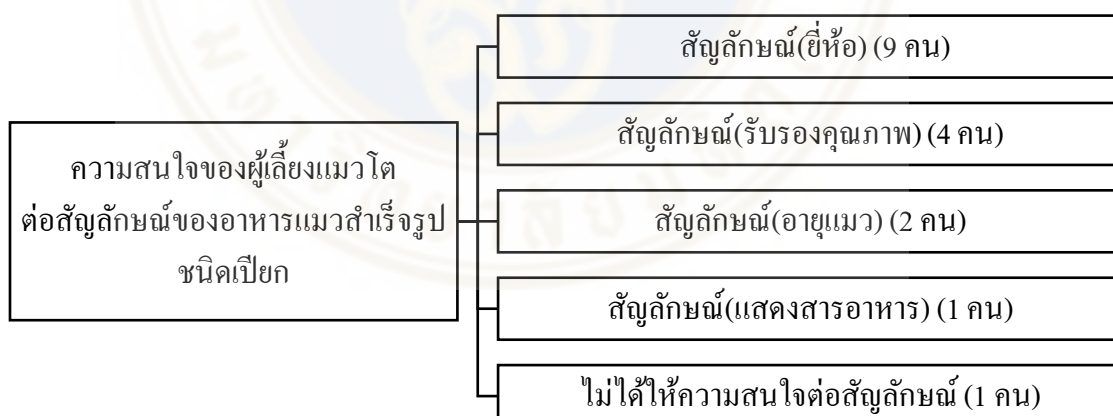
4.2.1 สัญลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงลูกแมวจะให้ความสนใจกับสัญลักษณ์(อายุแมว) และสัญลักษณ์(ยี่ห้อ) มากที่สุด ส่วนกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต จะให้ความสนใจในสัญลักษณ์(ยี่ห้อ) มากที่สุด



รูปภาพ 4.8 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงลูกแมวเกี่ยวกับสัญลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต จะให้ความสนใจในสัญลักษณ์(ยี่ห้อ) มากที่สุด



รูปภาพ 4.9 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวโตเกี่ยวกับสัญลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจสัญลักษณ์(อายุแมว) ให้เหตุผลว่าอยากให้แมวได้กินอาหารที่เหมาะสมกับวัย โดยในกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวจะให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์(อายุแมว) มากกว่ากลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต เพราะว่าอาหารแมวสำเร็จรูปส่วนใหญ่ทำมาสำหรับแมวโต

“...สัญลักษณ์พวกวิตามินไม่ค่อยดู คิดว่า ส่วนใหญ่คุณภาพของอาหารแต่ละยี่ห้อออกมาเหมือนกัน เราจะดูรสชาติ และช่วงอายุแมวที่ควรให้กินมากกว่า เว้นแต่ถ้ารสชาติกับอายุแมวตรงกับความต้องการแล้ว ถ้ามีพวกสัญลักษณ์วิตามินเพิ่มมา ก็อาจจะซื้อ...”



ยี่ห้อ Whiskas



ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรมธรรม์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

“...อาหารแมวเปียกอันไหนที่ไม่มีอายุแมวบอกจะไม่ให้ลูกแมวกินเด็ดขาด เพราะอาหารแมวส่วนใหญ่ในตลาดเป็นสำหรับแมวโต...”



ยี่ห้อ Felix

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

นอกจากสัญลักษณ์(อายุแมว) แล้ว ในสัญลักษณ์อื่นๆ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มให้เหตุผลไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่สนใจสัญลักษณ์(ยี่ห้อ) ให้เหตุผลว่า ยี่ห้อที่รู้จักจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า จึงนิยมซื้อยี่ห้อที่มีความคุ้นเคย รวมไปถึงความสวยงามของสัญลักษณ์(ยี่ห้อ) ก็เป็นสิ่งที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ

“...คุณสัญลักษณ์ Whiskas จะนำตาแบบไหนก็ได้ จะไม่มีรูปหน้าแมวด้านหลังโลโก้ก็ได้ แค่ให้รู้ว่าเป็นยี่ห้อ Whiskas ก็พอ... ไม่อยากเปลี่ยนยี่ห้อ กลัวไม่กิน เสียขายเงิน...”



ยี่ห้อ Whiskas

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

“...คุณยี่ห้อเป็นหลัก ถ้าไม่รู้จักยี่ห้อไหนเลยจะมาดูฟอนต์ของโลโก้แบรนด์ ชอบที่มันเหมือน แมว ไม่ก็ minimal ไปเลยชื่อยี่ห้อก็มีผล อย่าง Nekko เรารู้ว่าแปลว่าแมว อย่าง Sheba คิดว่าเป็นสุนัขมากกว่า...”



ยี่ห้อ Nekko



ยี่ห้อ Sheba

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

ถัดมาจายี่ห้อ กลุ่มตัวอย่างสนใจสัญลักษณ์(รับรองคุณภาพ) โดยให้เหตุผลว่า สัญลักษณ์(รับรองคุณภาพ) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพดีกว่า คัดเกรดอาหารได้และสัญลักษณ์(รับรองคุณภาพ) เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ เป็นทางลัด เหมือนกับมีคนที่มีความรู้มาตรวจสอบให้ก่อนแล้ว ผู้ซื้อมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนมากกลุ่มลูกค้าที่เลือกคุณสัญลักษณ์(รับรองคุณภาพ) เป็นคนที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารมากที่สุด

“...เวลาเราซื้อเราจะดูยี่ห้อที่มัน Premium อย่างกรณีที่ 2 ยี่ห้อที่ลักษณะคล้ายกัน...ถ้าอันไหนมีแปะ Premium เราก็จะอ่านอันนั้นก่อนเลย ไม่ต้องเสียเวลาดูรายละเอียดเยอะ เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ เป็นทางลัด...”



ยี่ห้อ Monchou

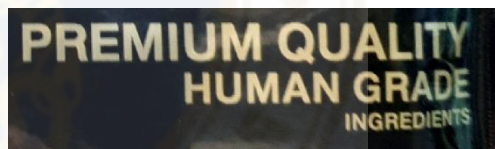


ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...จะดูเครื่องหมายคุณภาพหรือสารอาหารสรรพคุณ เพราะจะช่วยคัดเกรดอาหารได้ เวลาที่เราไม่รู้จกยี่ห้ออื่นๆ ชอบสัญลักษณ์ Premium และ Human Grade ของ Maria...”



ยี่ห้อ Maria



ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 Programmer อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...ดู Certificate มากที่สุดเพราะรู้สึกว่ามันก็มีความรู้มาดูแลเราก่อนหน้าแล้ว ถ้าไม่มีคนดูก็รู้สึกว่ามันมีคนมารับรองอะไรให้เราก่อนเลย ไม่มั่นใจที่จะซื้อ...”



ยี่ห้อ Maria



ผู้สัมภาษณ์คนที่ 18 ว่างาน อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจสัญลักษณ์(แสดงสารอาหาร) ให้เหตุผลว่า อยากให้แมวได้กินวิตามินหรือสารอาหารที่ครบถ้วน และสร้างความแตกต่างกับอาหารแมวเกรดทั่วไปได้

“...ถ้าวิตามินกับ Certificate จะมองวิตามินก่อนเพราะ อาหารแมวต้องผ่าน ทดสอบอะไรมาก่อนอยู่แล้ว เลยสนใจวิตามินที่ครบถ้วนมากกว่า ที่ใส่มาให้แมวไม่ยากให้แมวกินพวกกระดุกซากสัตว์ราคาถูก...”



ยี่ห้อ Nekko

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สัญลักษณ์ที่ดี ควรเอาจุดเด่นด้าน สรรพคุณของอาหารแมวมาใส่ พวกวิตามินพวก Premium Grade จะสร้างความแตกต่างกับอาหารแมว Mass ทั่วไปได้...”

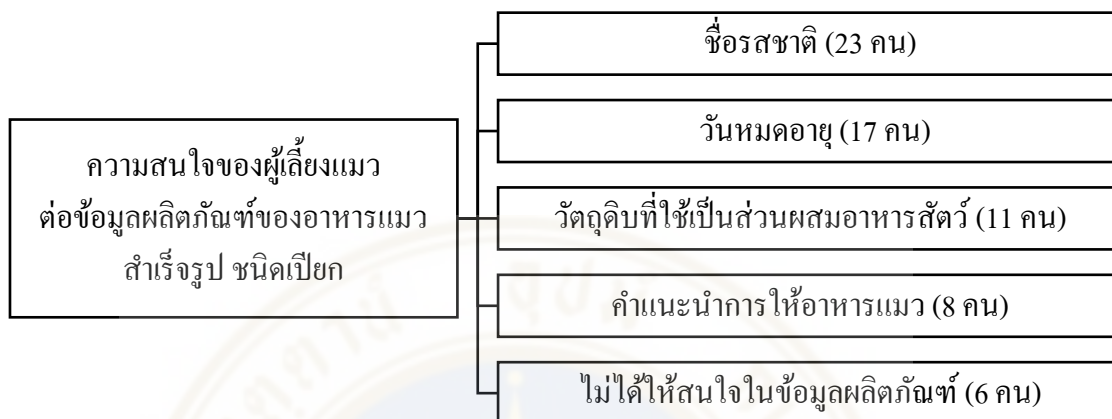


ยี่ห้อ Bellotta

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7 Programmer อายุ 23 ปี เลี้ยงลูกแมว

4.2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบรรจภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบรรจภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่สนใจรสชาติมากที่สุด อันดับต่อไปคือวันหมดอายุ



รูปภาพ 4.10 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบรรจภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจรสชาติมากที่สุด โดยมีจะเลือกรสชาติที่ให้แมวกินประจำ เพราะคิดว่าทำมาจากวัตถุดิบที่ดีต่อแมว และมีบางส่วนที่ดูรสชาติโดยหลีกเลี่ยงวัตถุดิบที่คิดว่ามีผลเสียต่อแมว

“...ซื้อ ได้ทุกรสชาติ ยกเว้นซีฟู้ด...เพราะคิดว่ามันไม่ค่อยโอเค แบบอาหารทะเล คนกินมักจะแพ้ เลยคิดว่าแมวกินก็น่าจะแพ้ได้เหมือนกัน...และน่าจะมีแต่พวกเปลือกกุ้ง เนื้อคงให้น้อย...”



ยี่ห้อ Bellotta

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เลือก Nekko เพราะอยากให้แมวกินนม ตัว Nekko kitten จะมีรสผสมนมแพะ ไม่ว่าอายุเท่าไรถ้าจะให้กินก็อยากให้ตัวที่มีนมผสมเพราะคิดว่ามีประโยชน์ต่อร่างกาย...”



ยี่ห้อ Nekko

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...ตอนแรกลอง Whiskas แมวเราชอบกินปลาเลยซื้อปลา เวลาจะซื้อตัวอื่นมาคละ ก็จะทำแบบเดียวกันคือ ดูที่รสปลาแต่ยี่ห้ออันไหนก็ได้...”

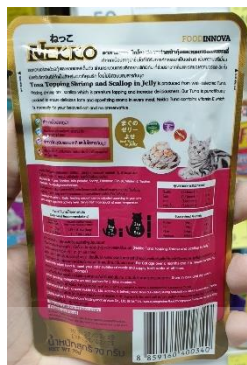


ยี่ห้อ Whiskas

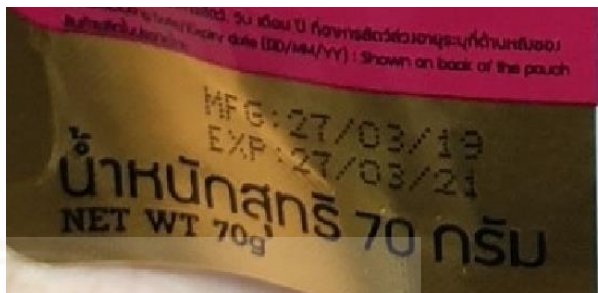
ผู้สัมภาษณ์คนที่ 30 แม่บ้าน อายุ 28 ปี เลี้ยงแมวโต

รองลงมาจากชื่อรสชาติ คือวันหมดอายุ โดยให้เหตุผลว่า การซื้ออาหารสำเร็จรูปต้องรู้วันหมดอายุ ซึ่งต้องไม่หมด ถ้าเกิดหมดอายุแล้วแมวกินอาจจะท้องเสียได้

“...ดูพวกส่วนประกอบ หรือพวกวันปีผลิต วันหมดอายุ เดี่ยวแมวกินแล้วจะท้องเสีย เพราะแมวมันฉลาดกว่าคน เวลาเจอของท้องเสียจะมีอาการหนักกว่าคน...”



ยี่ห้อ Nekko



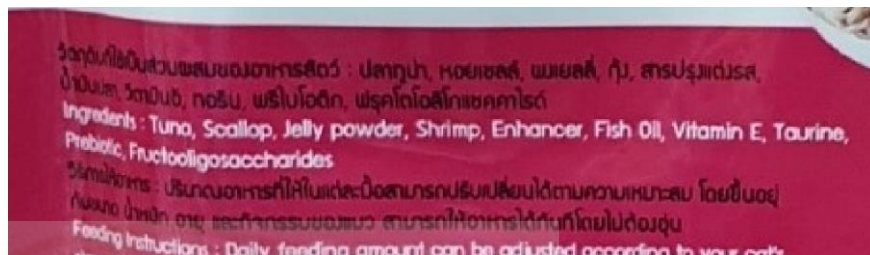
ผู้สัมภาษณ์คนที่ 30 แม่บ้าน อายุ 28 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เวลาจะซื้อจะดูวัตถุดิบต้อง ไม่ผสมพวกพืช และไม่มีพวกซากสัตว์ และวันหมดอายุ ต้องไม่หมด...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

ส่วนในกลุ่มตัวอย่างที่สนใจวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมอาหารสัตว์ ให้เหตุผลว่า รายละเอียดจะมีมากกว่าอ่านแค่ชื่อรสชาติ ซึ่งถ้ามีส่วนผสมของข้าวโพด หรือกลูเตน ก็จะหลีกเลี่ยง ไม่ซื้อ เพราะมีผลเสียต่อแมวเมื่อได้รับปริมาณมาก แต่ถ้ามีอาหารแมวที่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ หลากหลาย จะสนใจเป็นพิเศษ

“...ส่วนผสมก็จะดูว่ามีอะไรบ้าง มีไก่ มีปลา กินได้ เพราะรายละเอียดจะมากกว่าชื่อ
รสชาติด้านหน้าของ เห็นว่ามีส่วนผสมอะไรบ้าง...”



ยี่ห้อ Nekko

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ISTA) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สนใจส่วนผสมมากที่สุด จะดูว่าได้เนื้อเยอะหรือเปล่า ถ้าเยลลี่เยอะก็จะไม่ค่อย
อยากซื้อ...ควรให้ข้อมูลชัดเจน แบ่งเป็นสัดส่วน เนื้อสัตว์ต้องเยอะ...”



ยี่ห้อ Meo

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สนใจวัตถุดิบ เช่นต้องเป็นปลาทุลัน ไม่มีแปงอย่างอื่นผสม ถ้ามีพวกกลูเตน หรือ เครื่องในสัตว์ ไคร่งไก่ก็จะไม่เอา ต้องเอาสารอาหารที่จริงจัง...”

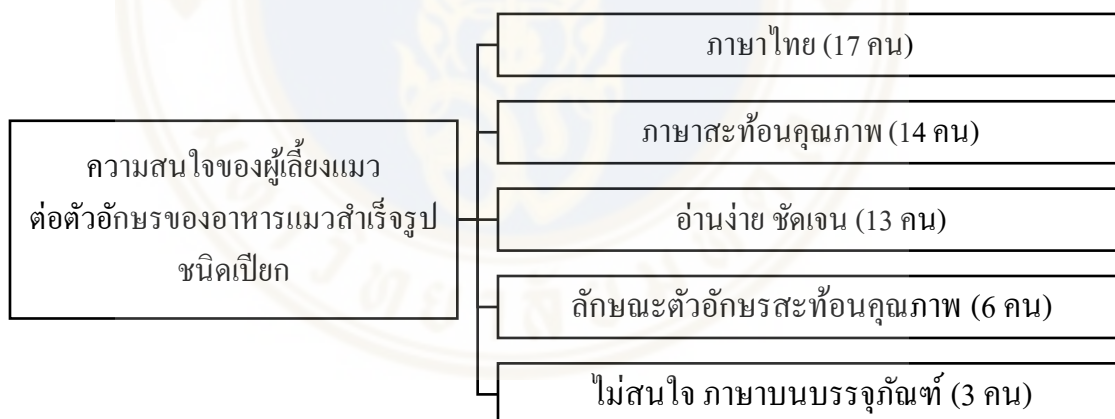


ยี่ห้อ Felix

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

4.2.3 ตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน โดยชอบตัวอักษรที่ใช้ภาษาไทยมากที่สุด อันดับที่ 2 คือภาษาที่ใช้สะท้อนคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ อันดับที่ 3 ชอบตัวอักษรที่อ่านได้ง่าย ชัดเจน



รูปภาพ 4.11 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบภาษาไทยบนบรรจุภัณฑ์ ให้เหตุผลว่าภาษามีผลโดยตรง กับข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้รับ ถ้าไม่สามารถอ่านออกหรือเข้าใจได้ ผู้ซื้อก็จะรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้น้อย ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ และไม่อยากซื้อ

“...ภาษามีผล อย่างภาษาจีน ที่ไม่มีไทยเลย จะไม่ซื้อเพราะไม่รู้ว่าคืออะไร และรู้สึกว่าจะถ้ามีภาษาไทย ถ้าเกิดปัญหา น่าจะ Feedback กับไปได้ ถ้าเป็นจีนล้วนไม่รู้จะติดต่อยังไง...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เวลาไม่เห็นภาษาไทยหรือภาษาที่เราอ่านออก จะรู้สึกว่ามีแมวเรากินจะท้องเสีย ไม่รู้เอาอะไรให้แมวกิน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ถ้าเป็นภาษาญี่ปุ่น ล้วนอย่าง ciao ถ้าไม่มีพนักงานคอยอธิบายด้วยก็จะไม่เอา เพราะข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้น้อย...”



ยี่ห้อ Ciao

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ภาษามีผลนะ ควรมีภาษาไทยอยู่บ้าง เพราะหน้าซองเป็นส่วนสำคัญที่เราจะโฟกัสถ้าอ่านไม่ออกเลยก็จะไม่ค่อยสนใจ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 13 Project Manager (IT) อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเกี่ยวกับภาษาสะท้อนคุณภาพ ให้เหตุผลว่า แหล่งที่มาของภาษาสามารถสะท้อนคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งมีผลต่อความสนใจในการเลือกซื้อ

“...ถ้าไม่ใช่ภาษาไทย จะดูใบรับรองก่อนเลย เพราะได้ยินข่าว เมลานิน ไข่มุกปลอม คนจีน เลยระวังตัวกลัวแมวจะกินอาหารไม่ดี หรือญี่ปุ่นถ้าไม่มีใบรับรองก็กลัวกินแล้วขนร่วงเพราะเคมี...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 ว่างาน อายุ 23 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...ถ้าเป็นภาษาต่างประเทศล้วนเราจะไม่เอา กลัวแมวไม่กิน คิดว่าของต่างประเทศถึงจะเป็นรสปลาเหมือนกัน ก็จะมีรสชาติที่เพี้ยนไป เคยซื้ออาหารแมวมาจากตลาดกิมหยง รสเดียวกันจริงแต่สีซองไม่เหมือนกัน แล้วแมวไม่กิน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 25 รับทำบัญชี อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ภาษาถ้าเป็นประเทศที่น่าเชื่อถือก็อยากจะซื้อเช่น ญี่ปุ่น ถ้าเทียบระหว่าง ญี่ปุ่นล้วน กับมีภาษาอื่นปน จะเลือกญี่ปุ่นล้วน แต่ต้องมีไทยให้อ่าน...ถ้าไม่มีเลยคงไม่เอาเพราะไม่รู้ว่าเป็นอะไร...”



ยี่ห้อ Nekko

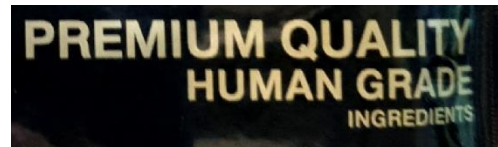
ผู้สัมภาษณ์คนที่ 19 Freelance (IT) อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

นอกจากเรื่องภาษาที่ใช้แล้ว กลุ่มตัวอย่างก็สนใจตัวอักษรที่อ่านได้ง่าย ชัดเจน ซึ่งให้เหตุผลว่า ข้อความที่มีขนาดใหญ่ กระชับ อ่านได้ง่ายชัดเจน ทำให้จับใจความสำคัญและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย

“...ตัวอักษรขนาดต้องใหญ่พอจะเห็นได้ชัด ไม่ต้องเพ่ง สีเด่นมาจากพื้นหลังสะดุดตา มี Keyword สำคัญ เขียนกระชับไม่รกเกินไป ถ้าตัวเล็กๆ จะไม่ค่อยสนใจ เพราะอ่านไม่ออก...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เรื่องตัวอักษรก็สำคัญคือ ต้องสีไม่กลืนกับสีหลังซอง และคำเคลมถึงคุณภาพต้องมีขนาดใหญ่ อย่าง Maria ตรงคุณภาพข้อความใหญ่ชัดเจน...”

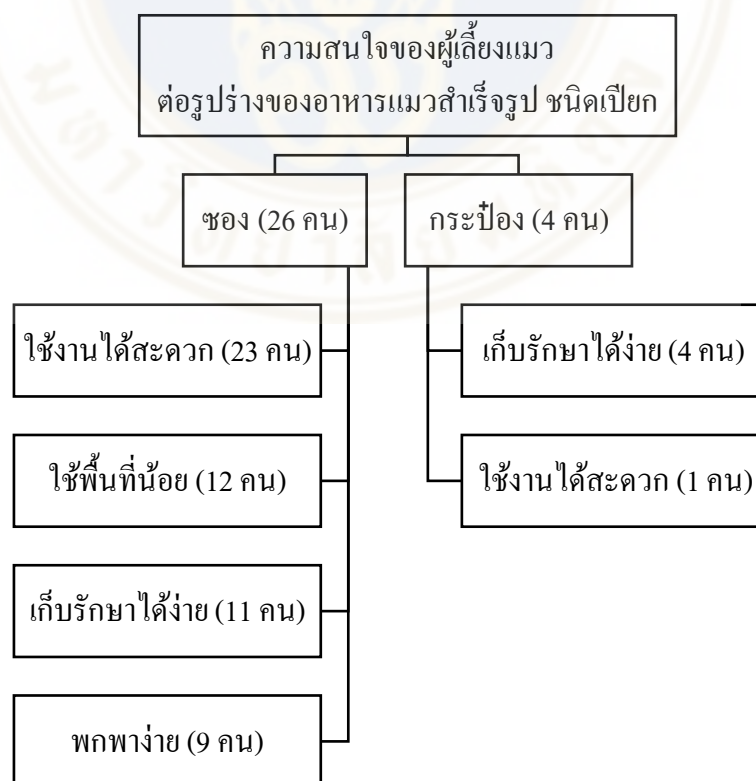


ยี่ห้อ Maria

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 13 Project Manager (IT) อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

4.2.4 รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจรูปร่างแบบซอง เพราะว่า ใช้งานได้สะดวก ใช้พื้นที่น้อย และเก็บรักษาได้ง่าย



รูปภาพ 4.12 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกของ เพราะว่าของใช้งานได้สะดวก จิกง่าย บีบได้ ไม่ต้องใช้ช้อน

“...ของ สะดวกกว่าจิกง่าย บีบได้ไม่ต้องหาช้อนมาตักออกเหมือนกระป๋อง เพราะเวลาให้อาหารแมวข้างเราไม่ได้เอาช้อนไปด้วย...”



ยี่ห้อ Nekko ของ



ยี่ห้อ Sheba กระป๋อง

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เลือกของ เพราะว่าแกะสะดวก น้ำหนักเบา ใช้เสร็จแล้วทิ้งได้เลย...ใช้ได้หลายโอกาส เช่นเมื่อเราไปข้างนอก เป็นชงก็พกง่ายกว่า ถ้าพกกระป๋องก็ต้องพกช้อนไปด้วยไม่สะดวกมาก...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7 Programmer อายุ 23 ปี เลี้ยงลูกแมว

อีกเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างสนใจรูปแบบของมากกว่ากระป๋อง คือของใช้พื้นที่น้อย ทำให้สะดวกทั้งการเก็บ และการพกพา

“...ซื้อของเพราะ แกะง่าย ใช้ง่าย...เรื่องเก็บรักษา ถ้าซื้อแบบเยอะๆ ก็จะไม่เลือกของ เพราะมันเป็นแพคที่เก็บง่าย ใช้พื้นที่น้อย ความสะอาดก็น่าเชื่อถือกว่ากระป๋อง...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 19 Freelance (IT) อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...รูปร่างจะเอาของ...ของบอกว่า พกจากร้านมาบ้านง่ายกว่าใช้พื้นที่เก็บน้อย เวลาทิ้งก็มันง่าย ใส่ถุงทิ้งได้เลย...ไม่ชอบกระป๋องเพราะต้องเอาอะไรมาตักบิบไม่ได้ แล้วก็กินพื้นที่ น้ำหนักมากกว่าของ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 Programmer อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

นอกจากเรื่องใช้พื้นที่น้อยแล้วผู้เลี้ยงแมวยังชอบของ เนื่องจากของเก็บรักษาได้ง่าย ซึ่งขั้นตอนในการเก็บเพื่อรักษาคุณภาพอาหาร ทำได้ง่ายสะดวกกว่ากระป๋อง

“...ถ้ารูปร่าง กระป๋องไม่เหมาะกับการแบ่งใช้ ถ้าของไม่หมดก็พับเก็บได้ กระป๋องเปิดแล้วเปิดเลยต้องห่ออะไรมาคลุม ไม่เหมาะกับการเก็บรักษา...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เลือกของ เพราะ มันเก็บในตู้ได้ง่าย และขนาดพอดีที่จะให้ใน 1 วัน ของอยากให้มีฐานกว้างที่หุบได้เวลาตั้งก็ตั้งได้หรือจะเอามาซ้อนกันก็ให้หุบได้ไม่กินที่...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

แต่กลุ่มตัวอย่างที่สนใจกระป๋อง ส่วนใหญ่มองว่ากระป๋องเก็บรักษาได้ง่ายกว่าซอง โดยให้เหตุผลว่า ซองจะต้องมาพับก่อนเก็บ แต่กระป๋องสามารถนำไปใส่ตู้เย็นได้โดยไม่ต้องห่วงเรื่องหก

“...ถ้าตัดเรื่องขนาดออกไป เราจะเลือกกระป๋อง เพราะของเวลาเก็บต้องพับแล้วห่ออะไรมาห็นับแล้วแช่ตู้เย็น ถ้าเป็นกระป๋อง...ความเสี่ยงที่จะหกน้อยกว่า ยัดตู้เย็นได้เลยไม่ต้องกลัวหกไม่ต้องม้วนเก็บ...”

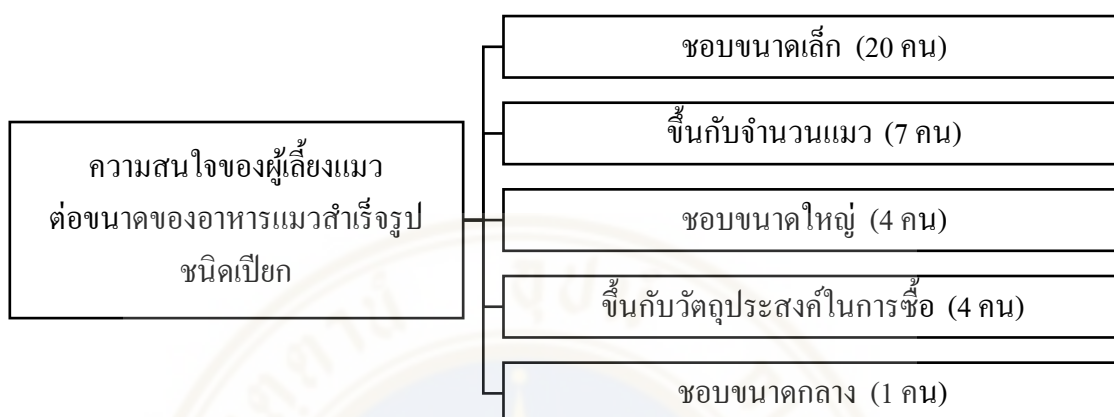
ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

“...เลือกกระป๋องเล็ก ของถ้าแกะต้องหมดเลย ถ้าเก็บเหมือนกับไม่น่ากินแล้ว แต่กระป๋องยังเก็บได้ถ้าเหลือ เก็บไว้ใส่ตู้เย็น ทั่วๆ เปิดฝาดเลย...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 25 รับทำบัญชี อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

4.2.5 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า ความชอบในขนาดบรรจุภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยชอบขนาดเล็กมากที่สุด รองลงมาคือขนาดจะขึ้นอยู่กับจำนวนแมวที่เลี้ยงอยู่



รูปภาพ 4.13 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับขนาดของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบขนาดเล็ก ให้เหตุผลว่าเป็นขนาดที่พอดีต่อการให้ 1 มื้อ สามารถให้หมดได้ในครั้งเดียว ไม่ชอบขนาดใหญ่ เพราะให้ไม่หมดในครั้งเดียว ต้องเททิ้ง เนื่องจากไม่อยากเก็บอาหารแมวที่ถูกเปิดใช้งานแล้ว เก็บไว้นานอาหารจะแห้ง อาจมีสารปนเปื้อน หรือคุณค่าสารอาหารลดลง อีกเหตุผลคือขนาดเล็กสามารถซื้อให้แมวกินได้ทีละหลายๆ รสชาติ ไม่ให้แมวรู้สึกเบื่ออาหาร

“...เลือกขนาดเล็กเพราะแมวเรากินเท่านั้น ถ้าเลือกขนาดใหญ่เราก็ให้ไม่หมดในครั้งเดียว ต้องมีการเก็บรักษาในลักษณะที่ซองถูกเปิดออกแล้ว ซึ่งคุณภาพมันจะลดลงเรื่อยๆ ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ชอบขนาดเล็ก ให้พอดีทีเดียวหมดถ้าไม่พอก็ไปแกะอันใหม่มาเพิ่ม ไม่ต้องมีของค้าง ถ้าใหญ่มันจะเหลือ แล้วดูไม่น่ากิน บางทีก็มดขึ้น เวลาเราตั้งทิ้งไว้...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 25 รับทำบัญชี อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ซื้อซองเล็ก เพราะกลัวแมวเบื่อถ้าซื้อรสเดียวมาขนาดใหญ่มาก็คจะซื้อรสประจำ และมีรสอื่นๆ มาเพิ่ม 1-2 ซอง มาสลับกันกิน. ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

รองลงมาขนาดที่เลือกจะขึ้นอยู่กับจำนวนแมวที่เลี้ยง โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกขนาด ที่พอดีกับจำนวนแมวที่จะสามารถกินหมดได้ จากผลสัมภาษณ์จะเลือกขนาดเล็กเมื่อเลี้ยงแมวตัวเดียว และจะเลือกขนาดใหญ่เมื่อเลี้ยงแมวหลายตัว

“...ตอนนี้เลี้ยงแมวตัวเดียวก็จะเลือกขนาดเล็ก เพราะมันให้ครั้งเดียวได้หมด ถ้าเลี้ยงแมวหลายตัวอาจจะให้ใหญ่เพราะคิดว่าคุ้มกว่า เมื่อเทียบต้นทุนต่อปริมาณ ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ถ้ามีแมวเยอะ จะซื้อกระป๋องใหญ่คุ้มกว่า แต่แมวป้ามัดตัวเดียว จะซื้อเป็นซองเล็ก เพราะเทให้แมวกินทีเดียวยบ ป้าจะไม่ให้แมวเหลือค้าง อยากเปิดใหม่ๆ ให้เขากิน ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ขนาดขอเป็นขนาดเล็กประมาณ 85 กรัม ขนาด 400 กรัม ไม่เอา เยอะเกินไปต้องเลี้ยงแมวหลายตัวถึงจะเอา ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 Developer อายุ 22 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...เอาขนาดเล็กเพราะแมวเรากินเท่านี้ ถ้าเลือกขนาดใหญ่เราให้ไม่หมดในครั้งเดียว ยกเว้นแต่จะเลี้ยงแมวเยอะๆ จะซื้อกระป๋องใหญ่ คุ้มกว่า และก็ขนาดต้องพอเหมาะกับการให้หมดในทีเดียว เพื่อรักษาคุณภาพสูงสุดของอาหาร ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

แต่มี 4 คนจาก 30 โดยเป็นผู้เลี้ยงแมวโตและลูกแมว อย่างละ 2 คน เลือกที่จะซื้อขนาดใหญ่โดยไม่ขึ้นกับจำนวนแมว โดยให้เหตุผลว่า ไม่ต้องมาซื้อหลายรอบ และราคาต่อปริมาณคุ้มกว่าขนาดเล็ก และมองว่าต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ถูกกว่าบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กที่ต้องซื้อหลายๆ ชิ้น

“...เอาขนาดใหญ่ ไม่ต้องซื้อบ่อย คุ้มกับปริมาณ ขนาดประมาณ 85 กรัมจะไม่ซื้อ เพราะถ้าซื้อต้องซื้อเยอะ มันเล็กไป...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 24 Web Blogger อายุ 25 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ซื้อใหญ่สุด เพราะไม่อยากมาซื้อหลายรอบ แค่นี้เลย ที่ไม่เลือกขนาดเล็กเพราะต้องมาซื้อหลายรอบเพื่อวันไหนเราไม่อยู่จะฝากคนอื่นซื้อให้ ถ้าเกิดของหมดก็จะมีปัญหาได้เราจึงเตรียมของไว้ก่อน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 23 Software Tester อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ถ้าซื้อกระป๋องจะซื้อใหญ่สุด ด้วยที่เราจะเอาใส่ Tupperware และคิดว่า cost ของวัสดุกระป๋องใหญ่มั้่นน้อยกว่าซื้อกระป๋องเล็กหลายชิ้น...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...ขนาดจะเอาเป็นขนาดใหญ่ ใช้ได้นานๆ ไม่ต้องซื้อบ่อย ถ้าซองก็จะซื้อแบบเป็นกล่องไปเลย กล่องละ 1 โหล คู้มกว่าซื้อทีละซองแยก...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9 System Engineer อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

นอกจากนี้วัตถุประสงค์ในการซื้อก็มีผลต่อความสนใจในขนาดบรรจุภัณฑ์ โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเมื่ออยากซื้อเพื่อทดลองหารสชาติหรือยี่ห้อที่แมวชอบ และจะเลือกขนาดใหญ่ในกรณีที่ซื้อประจำในยี่ห้อหรือรสชาติที่แมวกินได้

“...ถ้าเกิดมีหลายขนาดให้เลือกก็มักจะเลือก ขนาดเล็กก่อนเพราะแมวกำลังอยู่ในช่วงการลองอาหาร ถ้ามันดีแล้วค่อยซื้อ ขนาดใหญ่ไปเลย...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ISTA) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ซื้อขนาดเล็กเพราะตอนนี้ยังให้ไม่บ่อย ไม่ได้กินประจำแต่ถ้าเราให้บ่อยกว่านี้อาจจะซื้อเป็นขนาดใหญ่เพราะคู้มกว่า เมื่อเทียบราคาต่อปริมาณ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 6 Online Content Creator อายุ 30 ปี เลี้ยงลูกแมว

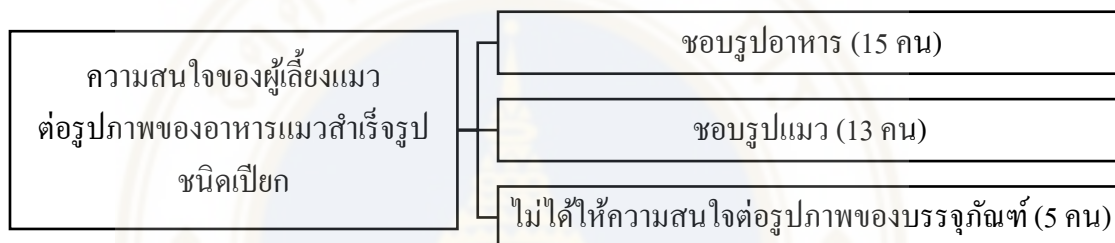
โดยขนาดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุดคือขนาดกลาง โดยเหตุผลที่เลือกขนาดกลาง ผู้เลี้ยงแมวมองว่าปริมาณต่อราคาคู้มค่ากว่าการซื้อขนาดเล็ก และปริมาณไม่มากเกินไป ไม่ต้องห่วงเรื่องการเก็บรักษาเหมือนขนาดใหญ่ที่อาหารอาจจะเสียก่อนที่จะถูกใช้หมดได้

“...ซื้อขนาดกลาง ประมาณ 185 กรัม ไม่ซื้อขนาดเล็กเพราะไม่พอต่อแมว 2 ตัว และเอาความคุ้มค่าก่อน คิดว่า ใหญ่กว่าคุ้มค่าต่อราคากว่า แต่ไม่เลือกใหญ่สุดเพราะเรื่องเก็บรักษาอาจจะเสียก่อนที่จะใช้หมดได้ แมว 2 ตัวกินไม่หมด...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

4.2.6 รูปภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในรูปภาพบนบรรจุภัณฑ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยชอบรูปอาหารบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือชอบรูปแมวบนบรรจุภัณฑ์



รูปภาพ 4.14 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปภาพของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปอาหาร ให้เหตุผลว่า รูปอาหารจะแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบ หรือหน้าตาของอาหาร ไปจนถึงรสชาติ ซึ่งมีผลต่อความชอบของแมวที่เลี้ยง และคิดว่ารูปแมวแค่ใช้แบ่งประเภทอาหารว่าเป็นอาหารสำหรับแมว หรือแค่ใช้ดึงดูดให้สนใจเท่านั้น

“...รูปอาหารมีผล ต้องเห็นได้ชัดเจนว่า มีอะไรบ้าง อย่างเราชอบกินปลาทูน่า หรือปลาแซลมอน ถ้ามีซองไหนมีรสพวกนี้อยู่ก็จะซื้อ...”



ยี่ห้อ Whiskas ปลาทูน่า



ยี่ห้อ Whiskas ปลาแซลมอน

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สนใจรูปอาหารมากกว่ารูปแมว แต่ต้องมีรูปแมวนะ จะรู้ว่าเป็นอาหารแมว ปกติจะสนใจรูปอาหารมากกว่าว่าทำจากอะไรคุณูปวัตถุบจะได้อีกถูก รูปแมวแค่ใช้แบ่งประเภทว่าเป็นอาหารแมวนะไม่ใช่อาหารสุนัข...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปแมว เพราะคิดว่าถ้ากินอาหารแมวตัวนี้แล้ว แมวที่เลี้ยงจะออกมา มีลักษณะเหมือนในรูป เช่น ขนสวย อีกเหตุผลคือรูปแมวน่ารักและช่วยดึงดูดเวลาจะเลือกหยิบอาหารแมวขึ้นมาดู และคิดว่ารูปอาหารแมวไม่มีผล เพราะอาหารแมวข้างในและๆ เหมือนกัน

“...รูปภาพสนใจรูปแมว...รูปอาหารไม่มีผลเลย เพราะข้างในก็ละๆ เหมือนกัน...รูปแมวควรจะเป็นพันธุ์ขนยาวเพราะชอบอะไรที่มันนุ่มๆ กลมๆ เวลาเห็นแล้วรู้สึก ถ้าให้แมวเรากินจะขนสวยแบบนี้เลย...”



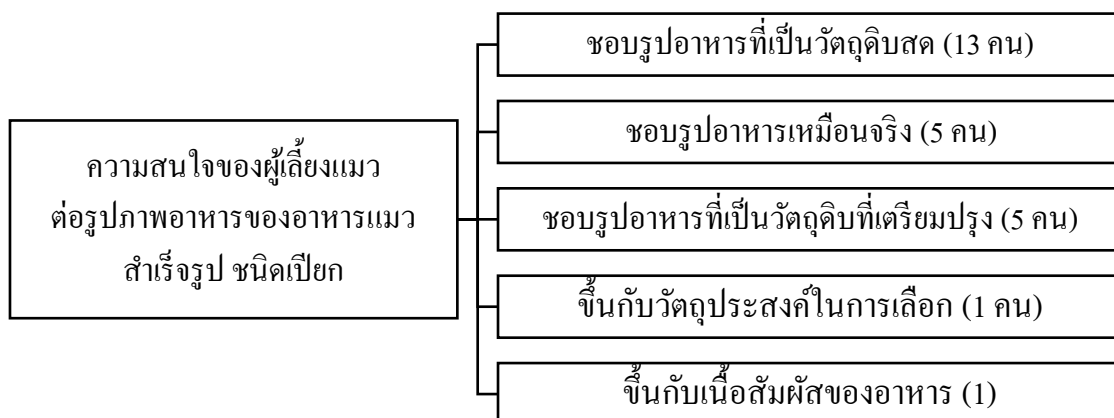
รูปภาพแมว

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 ว่างงาน อายุ 23 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...สนใจรูปแมวมากกว่ารูปอาหาร แต่รูปแมวแค่ช่วยดึงดูด เพราะน่ารัก ไม่ได้มีผลต่อการซื้อ ดูเป็นความสวยงามโดยรวม...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

เมื่อมาดูรายละเอียดของรูปอาหารแมวแล้ว กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปอาหารแมว ส่วนใหญ่จะชอบรูปอาหารที่เป็นวัตถุดิบสด รองลงมาคือรูปอาหารที่เหมือนจริง และอาหารที่เป็นวัตถุดิบเตรียมปรุงแล้ว (ไม่ดิบ)



รูปภาพ 4.15 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปภาพอาหารของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปอาหาร ส่วนใหญ่จะชอบรูปอาหารที่เป็นวัตถุดิบสด โดยให้เหตุผลว่า ดูแล้วน่ากินเหมือนอาหารที่คนกิน และอยากรู้ว่าส่วนผสมข้างในมีอะไรบ้าง เพราะคิดว่าอาหารข้างในเปิดมามีหน้าตาที่เหมือนกัน

“...ดูรูปวัตถุดิบเป็นหลัก...รูปอาหารชอบแบบก่อนทำอย่าง Whiskas เพราะเราดูแล้วมันน่ากินเหมือนอาหารคน เพราะเรารู้อยู่แล้วว่าข้างในเปิดมาก็หน้าตาเหมือนกัน...”



ยี่ห้อ Whiskas

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ISTA) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

“...รูปอาหารมีผล ต้องเห็นได้ชัดว่า มีอะไรบ้าง...ชอบรูปแบบเป็นชิ้นๆ ก่อนทำอาหาร อย่าง Whiskas เพราะเรารู้อยู่แล้วว่าแกะมันละเอียดมากกว่าในรูปอีก แต่เรารู้ส่วนผสมข้างใน มันมีอะไร และมันน่ากินกว่ารูป และ อย่าง Sheba...”



ยี่ห้อ Whiskas



ยี่ห้อ Sheba

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปอาหารเหมือนจริง ให้เหตุผลว่าอยากให้เห็นหน้าตาของอาหาร แมวของจริงที่อยู่ข้างใน มากกว่าว่าเมื่อแกะจะออกมาเป็นอย่างไร

“...ชอบรูปภาพที่สื่อถึงหน้าตาอาหารจริงๆ ข้างในมากกว่าอย่าง ยี่ห้อ Sheba ถ้าเป็น Whiskas จะมีรูปปลาขนาดใหญ่ซึ่งเป็นแค่ส่วนประกอบไม่รู้ว่าหน้าตามันจริงๆ ข้างในเป็นแบบไหน ...”



ยี่ห้อ Sheba



ยี่ห้อ Whiskas

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ชอบรูปอาหารของ Sheba ถ้าเทียบกับ Whiskas เพราะเห็นรูปของในซองมากกว่า... เห็นแค่รูปก็รู้ว่าแกะมาก็หน้าตาแบบนี้ แต่ใน Whiskas จะเห็นเป็นรูปปลาชิ้นๆ แต่แกะมากับเป็นเยลลี่แผ่นๆ แฉงๆ ซึ่งไม่ตรงกับรูปภาพ...”



ยี่ห้อ Sheba



ยี่ห้อ Whiskas

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปอาหารที่เป็นวัตถุดิบที่เตรียมปรุง ให้เหตุผลว่า ดูสมจริง รูปอาหารดูไม่เป็นชิ้น มากเกินไป และไม่ดูละจนไม่น่ากิน ยังสามารถดูออกได้ว่ามีวัตถุดิบอะไรบ้าง

“...ชอบรูปอาหารของ Nekko มากกว่า Whiskas เพราะมันดูไม่เป็นแท่งๆ ชิ้นๆ มากเกินไป อย่าง Whiskas ซึ่งรู้สึกว่าจะเอาเนื้อปลาแบบในรูปมาทำอาหารแค่บางส่วน ไม่ชอบ Sheba เพราะ เหลวๆ ดูไม่ออกว่าผสมอะไรบ้าง ดูไม่น่ากิน...”



ยี่ห้อ Nekko



ยี่ห้อ Whiskas



ยี่ห้อ Sheba

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ชอบรูปอาหารแบบ Maria เพราะดูน่ากิน คนเห็นก็อยากกินยังไม่และเป็นอาหารแมว และดูจริงกว่า Whiskas ที่ดูสวยเกินไปเหมือนหั่นมาอย่างบรรจงดู Fake...”



ยี่ห้อ Maria



ยี่ห้อ Whiskas

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 13 Project Manager (IT) อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

วัตถุประสงค์ในการเลือกก็มีผลต่อ รูปอาหารที่ผู้เลี้ยงแมวสนใจ โดยผู้สัมภาษณ์ให้เหตุผลว่าถ้าเป็นการเห็นครั้งแรกจะเลือกรูปที่เป็นวัตถุดิบเป็นชิ้นๆ เหมือน Whiskas แต่ถ้าจะลงรายละเอียดเวลาซื้อจะเลือกที่เป็นรูปเหมือนจริงอย่าง Sheba

“...ปกติดูรูปอาหารก่อนรูปแมว สำหรับ First Impression จะชอบรูปแบบเป็นชิ้นๆ อย่าง Whiskas เพราะดูสวยน่ากินดึงดูดกว่าแต่ถ้าลง Detail เวลาจะซื้อจะดูแบบ Sheba เพราะอยากเห็นรูปว่าเปิดซองมาอาหารจะหน้าตาแบบไหน...”



ยี่ห้อ Whiskas



ยี่ห้อ Sheba

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

เนื้อสัมผัสของอาหารก็มีผลต่อ รูปอาหารที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ โดยผู้สัมภาษณ์ให้เหตุผลว่าถ้าเป็นเนื้อพิเศษอย่าง มูส หรือเกรวี่ ถ้ามีรูปอาหารที่อยู่ในเนื้อสัมผัสนั้นจะมีผลดึงดูดมาก แต่ถ้าเป็นเนื้อสัมผัสปกติรูปอาหารก็จะมีผล

“...รูปอาหารจะมีผลกระทบบ้างเป็นเนื้อพิเศษอย่าง มูส หรือเกรวี่ ถ้ามีรูปอาหารที่อยู่ในเนื้อนั้นๆ ก็จะดึงดูด เพราะชอบเนื้อแปลกๆ แต่ถ้าเป็นสูตรปกติไม่ได้บอกว่าเป็นเกรวี่หรือมูสรูปอาหารก็ไม่มีผล...”



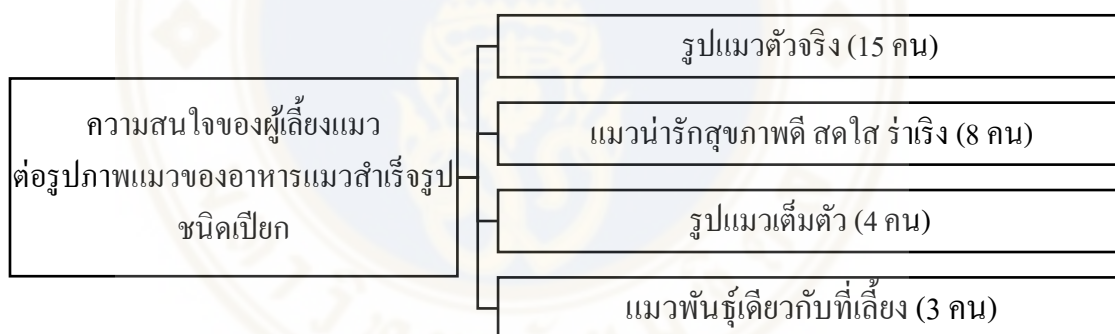
ยี่ห้อ Nekko เนื้อมูส



ยี่ห้อ Sheba น้ำเกรวี่

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 12 เลขานุการ (IT Director) อายุ 29 ปี เลี้ยงลูกแมว

เมื่อมาดูรายละเอียดในรูปแบบบนบรรจุภัณฑ์แล้ว กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปแมว ส่วนใหญ่จะชอบรูปแมวที่เป็นแมวจริง รองลงมาคือแมวที่ดูน่ารักสุขภาพดี สดใส ร่าเริง



รูปภาพ 4.16 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับรูปภาพแมวของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปแมว ส่วนใหญ่จะชอบรูปแมวจริง โดยให้เหตุผลว่ารูปแมวจริงจะช่วยอ้างอิงได้ว่ากินแล้วแมวจะออกมาเป็นยังไงและถ้าใช้รูปแมวการ์ตูนจะทำให้เกิดข้อสงสัยในเรื่องผลิตภัณฑ์ภายในว่าหน้าตาเป็นอย่างไร อีกเหตุผลคือรูปแมวการ์ตูนดูปลอม และดูคุณภาพต่ำ

“...รูปแมวมีผล อย่างสูตรบาร์งอน...มีรูปแมวช่วยอ้างอิงได้ว่ากินแล้วแมวจะออกมาเป็นยังไง...ชอบรูปแมวจริงมากกว่าการ์ตูน เวลาเห็นรูปแมวการ์ตูนเราสงสัยว่าข้างในซองจะเป็นยังไง...”



ยี่ห้อ Ostech



ยี่ห้อ Happy Price

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...รูปแมวไม่ชอบ Felix ให้ Low Quality เลยเพราะไม่ชอบรูปแมว มันดู Fake ดูเป็นการตุ๋นเอาไว้มากเป็นอาหารแมวเด็กน่าจะดีกว่า ถ้าเปลี่ยนเป็นรูปแมวจริงอาจจะเปลี่ยนเป็นกลุ่ม High Quality เลย...”



ยี่ห้อ Felix

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบรูปแมวน่ารักสุขภาพดี สดใส ร่าเริง ให้เหตุผลว่า รูปแมวน่ารัก ดูน่าดึงดูดเวลาจะเลือกหยิบผลิตภัณฑ์มาดู

“...รูปแมว ต้องน่ารัก ตาใส ตาโต มีขน นุ่ม สีขนอะไรก็ได้...อย่าง Ostech แมวน่ารัก แต่ติดที่ซองทำคุตลก ไม่ค่อยสมดุล หน้าแมวใหญ่กลมอยู่แล้ว มีวงกลมข้างล่างมาอีกดูไม่สวย...”



ยี่ห้อ Ostech

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...รูปแมวก็น่ารักๆ ตอนที่กำลังทำท่า ทะเล้นๆ แกว่งๆ แต่พันธุ์ไหนสีไหนก็ได้ ช่วยดึงดูดเพราะน่ารักดี เป็นภาพที่ช่วยสะดุดตาให้มอง...”



ยี่ห้อ Friskies

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบแมวเต็มตัว เพราะคิดว่าเหมือนแมวจริง มากกว่า และไม่ชอบรูปแมวที่มาเฉพาะบางส่วน

“...รูปแมว มีผลพอสมควรเลย แมวต้องเป็นแมวเต็มตัวจะดีกว่า และเป็นแมวจริง อย่าง ยี่ห้อ Tops มาแต่หน้าแมวไม่ชอบ หรือรูปแมวนอนอย่าง Sheba ก็ชอบน้อยลงไป...”



ยี่ห้อ Tops



ยี่ห้อ Sheba

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สนใจรูปแมว แบบตัวจริงๆ และเห็นได้ทั้งตัว มันดูน่ารักดี ดูเป็นแมวจริงมากกว่า พันธุ์แมวอะไรก็ได้ สีแมวแบบใดก็ได้ ต้องน่ารักและดูอ้วนๆ...”



ยี่ห้อ Maria

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 30 แม่บ้าน อายุ 28 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบแมวพันธุ์เดียวกับที่เลี้ยง เพราะคิดว่ารูปแมวพันธุ์เดียวกัน แมวที่เราเลี้ยงก็น่าจะกินอาหารนี้ได้เหมือนกัน ถ้าเป็นรูปแมวพันธุ์อื่นเฉพาะ จะคิดได้ว่าเป็นอาหารสำหรับแมวพันธุ์นั้นอย่างเดียว

“...พันธุ์ทั่วไปไม่มีผล แต่ถ้าเป็นรูปแมววิเชียรมาด เรา ก็จะสนใจเป็นพิเศษ เพราะเราเลี้ยงพันธุ์วิเชียรมาด มันน่าจะกินด้วยกันได้ แต่ถ้ารูปเป็นแมวสีฟิงซ์ เราอาจจะคิดว่าสำหรับพันธุ์สีฟิงซ์อย่างเดียวหรือเปล่า...”

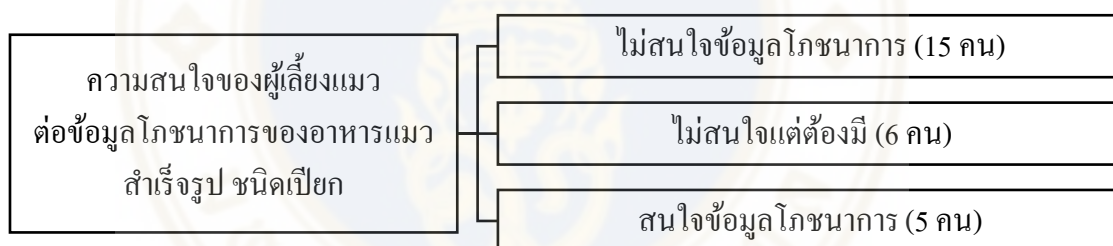
ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...รูปแมวถ้าพันธุ์ตรงกันกับของเราก็คือ จะซื้อนะ ถ้าหน้าเหมือนแมวเรา อย่างถ้าเกิดหน้าของเป็นภาษาที่อ่านไม่ออก แต่มีรูปหน้าแมวเรา เราก็นะคิดว่าแมวเราก็น่าจะกินได้นะ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

4.2.7 ข้อมูลโภชนาการของบรรจุกินที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในข้อมูลโภชนาการบนบรรจุกินไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสนใจในข้อมูลโภชนาการ รองลงมาคือ ไม่สนใจแต่ยังต้องมีข้อมูลโภชนาการอยู่ และ สนใจข้อมูลโภชนาการ ตามลำดับ



รูปภาพ 4.17 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับข้อมูลโภชนาการของบรรจุกิน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ได้สนใจข้อมูลโภชนาการ โดยให้เหตุผลว่า ขาดความรู้ความเข้าใจในการดูข้อมูลโภชนาการ ข้อมูลที่ต้องการทราบไม่มีระบุบนบรรจุกิน หรือไม่ได้สนใจเรื่องสารอาหารที่แมวจะได้รับ

“...ข้อมูลโภชนาการ ไม่ดู เพราะไม่เข้าใจ ว่าเท่าไรถึงจะดีไม่ดี เราไม่ได้มีความรู้ทางด้านนี้ ไม่ได้เรียนมา...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 13 Project Manager (IT) อายุ 24 ปี

“...ข้อมูลโภชนาการไม่ได้ดูจริงๆ สนใจโซเดียม แต่อาหารแมวไม่เคยเห็นเขียนก็เลยไม่ได้ดูเลยตอนนี้...”

คุณภาพของอาหารสัตว์ทางเคมี Guaranteed Analysis		
โปรตีน (Crude Protein)	ไม่น้อยกว่า (min)	12%
ไขมัน (Crude Fat)	ไม่น้อยกว่า (min)	2%
กาก (Crude Fiber)	ไม่มากกว่า (max)	1%
ความชื้น (Moisture)	ไม่มากกว่า (max)	85%

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 Programmer อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...Nekko จะดูสรรพคุณหลังซอง...แต่ไม่ได้ดูข้อมูลโภชนาการว่าโปรตีนเท่าไร เพราะแมวที่เลี้ยงโตแล้ว เลยไม่ Fixed เรื่องสารอาหารมากนัก...”



คุณภาพอาหารสัตว์ทางเคมี		
โปรตีน	(ไม่น้อยกว่า)	7%
ไขมัน	(ไม่น้อยกว่า)	0.5%
กาก	(ไม่มากกว่า)	1%
ความชื้น	(ไม่มากกว่า)	85%

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 23 Software Tester อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้สนใจข้อมูลโภชนาการ แต่ยังอยากให้มีข้อมูลโภชนาการอยู่ให้เหตุผลว่า ข้อมูลโภชนาการทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีความน่าเชื่อถือมากกว่า

“...ข้อมูลโภชนาการไม่ค่อยสนใจ เพราะปกติไม่รู้เรื่องอยู่แล้ว แต่ถ้าเกิดมีของที่ไม่มีข้อมูลโภชนาการเราก็จะเลือกอันที่มีข้อมูลโภชนาการอยู่ดี ถึงจะไม่รู้เรื่องเพราะมันดูน่าเชื่อถือมากกว่า ถ้าไม่มีดูแปลกๆ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 18 ว่างงาน อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ข้อมูลโภชนาการไม่ได้ดู แต่ถ้าให้เลือกก็เลือกที่มีข้อมูลโภชนาการเพราะว่ามันดูน่าเชื่อถืออย่างน้อยถ้าวันหนึ่งจะอ่านเราก็จะอ่านได้...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 19 Freelance (IT) อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

และมีกลุ่มตัวอย่างที่สนใจข้อมูลโภชนาการ หรือที่ในฉลากเขียนว่าคุณภาพอาหารสัตว์ทางเคมี โดยให้เหตุผลว่า อาหารที่มีส่วนผสมเหมือนกัน สามารถมีคุณภาพอาหารสัตว์ทางเคมีต่างกันได้ โดยส่วนใหญ่จะเปรียบเทียบกันที่ระดับโปรตีนในอาหารสัตว์

“...สนใจข้อมูลโภชนาการมากกว่าวัตถุดิบ โดยจะเลือกอันไหนมีโปรตีนมากกว่าเลือกอันนั้น...”

คุณภาพอาหารสัตว์ทางเคมี		เด้า (ไม่มากกว่า)	3%
โปรตีน (ไม่น้อยกว่า)	12%	ความชื้น (ไม่มากกว่า)	82%
ไขมัน (ไม่น้อยกว่า)	2.8%		
กาก (ไม่มากกว่า)	0.5%		
คำแนะนำการใช้ : ให้อาหาร 1-3 ชาม ต่อน้ำหนักตัวแมว			

ยี่ห้อ Felix

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ข้อมูลโภชนาการมีผลตอนซื้อ เอาพวกโปรตีนมาเปรียบเทียบ ถ้ามีอาหารแมว 2 อัน ส่วนผสมเป็นปลาตัวเดียวกัน แต่โปรตีนอาจให้ไม่เท่ากันก็จะเลือกของที่มีโปรตีนมากกว่า...”

คุณภาพของอาหารสัตว์ทางเคมี : โปรตีน ไม่น้อยกว่า 5%, ไขมัน ไม่น้อยกว่า 0.2%, กาก ไม่มากกว่า 0.6%, ความชื้น ไม่มากกว่า 92.5%	
วิธีและขนาดการใช้ : แมวโตน้ำหนัก 2 - 3 กิโลกรัม ให้กินวันละ 40 กรัม	

ยี่ห้อ Ciao

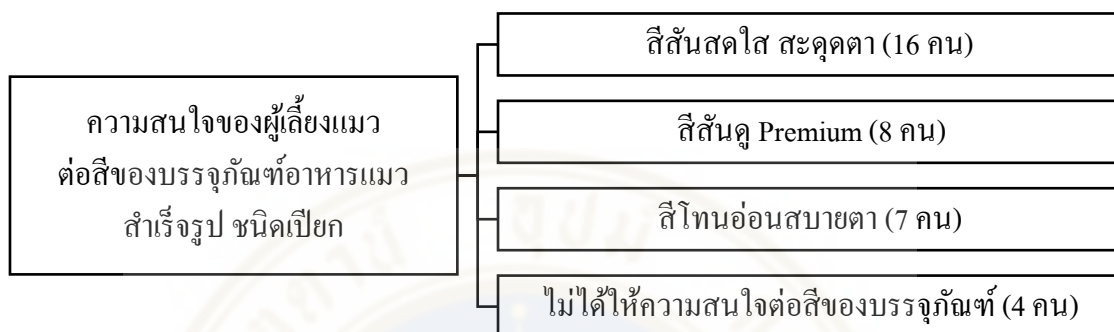
คุณภาพของอาหารสัตว์ทางเคมี Guaranteed Analysis			
โปรตีน (Crude Protein)	ไม่น้อยกว่า (min)	12%	
ไขมัน (Crude Fat)	ไม่น้อยกว่า (min)	2%	
กาก (Crude Fiber)	ไม่มากกว่า (max)	1%	
ความชื้น (Moisture)	ไม่มากกว่า (max)	85%	

ยี่ห้อ Meo

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

4.2.8 สีของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในสีของบรรจุภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับสีที่สดใส สะดุดตา รองลงมาคือ สีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดู Premium มีคุณภาพ และ สีโทนอ่อนที่ดูสบายตา ตามลำดับ



รูปภาพ 4.18 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจกับสีที่ดูสว่างสดใส สะดุดตา เช่น สีแดง สีฟ้า สีเหลือง เพราะเป็นสีที่ดึงดูดและสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย กว่าสีอื่นๆ

“...ชอบ Nekko สีแดงอยู่ เหตุผลคือ ดูเด่น สะท้อนแสง ดูน่าสนใจดีดึงดูด ภูมิความศรัทธาหยิบจับ และส่วนตัวชอบสีส้ม หรือสีโทนนี้อยู่แล้ว...”



ยี่ห้อ Nekko

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ISTA) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สีม่วงของ Whiskas ไม่ค่อยดึงดูดให้ซื้อ แต่ Meo ดึงดูดมากกว่า เพราะสีของบรรจุภัณฑ์อาหารที่ดึงดูดคือ สีเหลือง สีส้ม...”



ยี่ห้อ Whiskas



ยี่ห้อ Meo

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจสีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ Premium จะใช้สีโทน ขาว เทา ดำ ทอง โดยให้เหตุผลว่า เป็นสีที่ดูมีความเรียบง่าย แต่ดูหรู มากกว่าการใช้สีสดใส สดใส สะท้อนแสง

“...ปกติถ้า Package มีสีคำเป็นส่วนใหญ่เราจะจัดให้เป็นอาหาร High Class อย่าง Nekko ถึงจะมีสีทอง แต่ดูดีเก เพราะสีมันสะท้อนแสงออกมา ถ้าลดความวาวกับเพิ่มสี คำๆ Premium หน่อยอาจจะสนใจ...”



ยี่ห้อ Nekko

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ชอบโทนสีขาว เทา คำ...ดูเรียบง่าย ดูไม่มีอะไร แต่มีอะไร ทำให้จุดโฟกัสเรามาสัน
ที่รูป Guarantee...ถ้าเราทำเองจะใช้ Theme ทองให้เด่น ในอาหารแมวเกรด Premium เพราะสีทองดู
หรู...”



ยี่ห้อ Maria

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...ถ้าเลือกสีจะใช้ สีทอง เพราะอะไรที่ Premium จะเป็นสีทอง เป็นโลโก้สีทอง...ถ้าทำ
เองก็คงเลือกสีทอง พร้อมพิมพ์คำว่า Premium...”



ยี่ห้อ Maria

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจกับสีโทนอ่อน เช่น สีพาสเทล สีขาว สีชมพูอ่อน ให้เหตุผลว่าเป็น
สีที่ดูสบายตา น่านองมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีสีฉูดฉาด

“...ชอบสี Pastel เพราะ สบายตา แต่ต้องเป็น Pastel ที่ตัดกับสีเข้ม ไม่ใช่มีสี Pastel อย่างเดียว เช่นตัดกับสีของ Logo หรือ สีของขอบข้างที่เข้มเหมือน Nekko Kitten...”



ยี่ห้อ Nekko

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

“...สีจะชอบโทนที่มันดูสบายตา อย่าง Monchou หรือ Nekko แต่สูตรสำหรับตัวแมวโต ก็ไม่ค่อยชอบนะ แต่ตัว Kitten พอได้อยู่สีดู Soft กว่าแมวโต...”



ยี่ห้อ Monchou



ยี่ห้อ Nekko (Kitten)



ยี่ห้อ Nekko (Adult)

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 Programmer อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

4.2.9 วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ความสนใจในวัสดุของบรรจุภัณฑ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างสนใจวัสดุที่มีความแข็งแรง ตกไม่แตก ไม่บุบ ไม่ฉีกขาด รองลงมาคือ วัสดุที่ฉีกง่าย เปิดง่าย



รูปภาพ 4.19 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับวัสดุของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจวัสดุที่มีความทนทานแข็งแรง ไม่แตก ไม่บุบ ไม่ขาดร่วนง่าย โดยให้เหตุผลว่า การที่บรรจุภัณฑ์เกิดการชำรุดด้วยอาการใดๆ ก็ตามอาจส่งผลต่ออาหารที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ได้

“...ชอบวัสดุของซอง เพราะว่าเก็บง่ายตกไม่แตก...จับเนื้อสินค้าได้ ไม่ชอบเหล็กของกระป๋องเพราะตกแล้วแตกได้...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...จะสนใจวัสดุเฉพาะแค่ว่ามันบุบง่ายไหม วัสดุที่ใช้ถ้ามันบุบง่ายไม่แข็งแรงก็ไม่ซื้อ กลัวว่ามันจะส่งผลกระทบต่ออาหารข้างใน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 29 เปิดร้านอาหาร ร้านทำเล็บ อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต

“...วัสดุจะสนใจเรื่องความทนทาน ว่ามันไม่ขาดไม่ร่วนนะ เพราะมันเป็นอาหารเปียก ถ้าร่วนนิดเดียวก็สามารถทำให้อาหารภายในไหลออกมาได้...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

วัสดุที่กลุ่มตัวอย่างสนใจรองลงมาคือ วัสดุที่ฉีกง่าย เปิดใช้งานง่าย เพราะทำให้เกิดความสะดวกในการให้อาหารแมว

“...ถ้าจะทำของ อยากให้ข้างนอกเปลี่ยนเป็นการขายและมีซีลพลาสติกข้างในคุมอาหารอีกชั้น เพราะกระดายน่าจะฉีกด้วยมือได้ง่ายกว่า ปกติของจะใช้กรรไกรหรือมีดตัดไม่ได้ใช้มือฉีก...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

“...อย่างของความรู้สึกในการฉีกไม่เหมือนกัน บางของเหนียว บางของขาดง่าย ส่วนกระป๋องไม่ค่อยต่างกันต่างกันที่หุบความแข็งแรงของฝาเปิด ของวัสดุที่ชอบคือฉีกง่ายไม่ต้องใช้กรรไกร กระป๋องขอแค่เปิดง่ายหุบไม่หักง่ายพอ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 Developer อายุ 22 ปี เลี้ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจวัสดุที่ย่อยสลายง่าย ช่วยลดโลกร้อน และ Recycle ให้เหตุผลว่าอาหารแมวสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้แล้วทิ้ง ผู้ซื้อไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และต้องทิ้งเป็นขยะ

“...อยากให้ทั้งกระป๋องและซองดูรักโลกมากขึ้น ย่อยสลายได้ เพราะปกติอาหารแมวสำเร็จรูปใช้เสร็จก็ต้องทิ้ง เอาไปใช้งานต่อไม่ได้ ก็จะกลายเป็นขยะในประเทศ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ถ้าเป็นไปได้อยากให้วัสดุที่มัน Recycle ได้ คือปกติเวลาซื้ออาหารแมวมาก็จะเอาอาหารแมวใส่ Tupperware เลย ส่วนบรรจุภัณฑ์ก็ต้องทิ้งเป็นขยะไป...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจวัสดุที่ดูสะอาด ไม่มีสารปนเปื้อน มองว่าของสะอาดกว่ากระป๋อง เพราะกระป๋องอาจเป็นสนิม หรือปนเปื้อนสารตะกั่ว ในขณะที่ของทำจากวัสดุที่ไม่เป็นสนิม

“...ชอบวัสดุแบบของเพราะกระป๋องอาจเป็นสนิมได้แต่ของไม่เป็นสนิม เรื่องความสะอาด คิดว่าไม่มีแบคทีเรียปนเปื้อนเหมือนกระป๋อง...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

“...วัสดุก็ชอบวัสดุแบบของ ไม่ชอบวัสดุที่ใช้ทำกระป๋อง...เพราะกระป๋องรู้สึกว่ามันอาจจะมีสารตะกั่วได้...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 24 ปี เลี้ยงลูกแมว

4.3 ความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

โดยการสัมภาษณ์ในส่วนการศึกษาความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก ผู้วิจัยจะถามคำถามที่ต้องการความหมายหรือเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยมีคำถามดังนี้

4.3.1 ปลาทู และ ปลาทูน่า คิดว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร และถ้าเลือกจะเลือกอันไหน

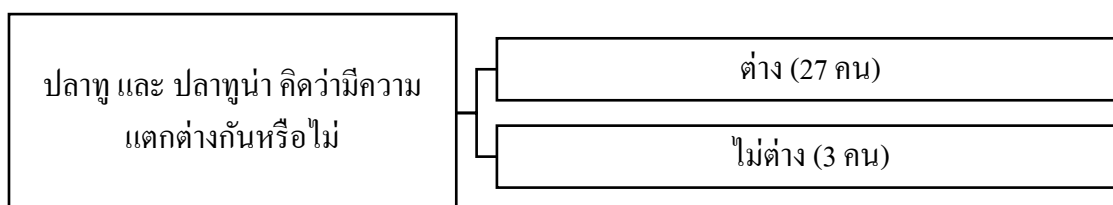


ยี่ห้อ Felix (ปลาทู)



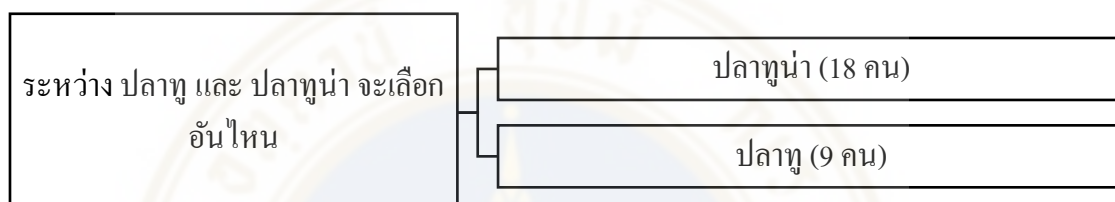
ยี่ห้อ Felix (ปลาทูน่า)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้คำตอบไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า ปลาทูและปลาทูน่า มีความแตกต่างกัน



รูปภาพ 4.20 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับชื่อรสปลาและปลาน้ำ

โดยความคิดเห็นส่วนใหญ่จะมองว่าปลาน้ำมาจากทะเล ส่วนปลาหมองเป็นปลาแข่งที่ขายในตลาด และเมื่อให้เลือกระหว่าง ปลาและปลาน้ำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปลาน้ำ



รูปภาพ 4.21 รสชาติที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ ระหว่างปลาและปลาน้ำ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปลาน้ำ ให้เหตุผลว่า ปลาน้ำเป็นปลาทะเลมีคุณภาพและสารอาหารมากกว่า ปลา และบางส่วนคิดว่าอยากให้แมวกินปลาน้ำเพราะหายากกว่า โดยปลาสามารถซื้อได้ที่ตลาด

“...ต่างกันนะ ปลาที่ปลาน้ำแข่ง ปลาน้ำมาจากทะเลน้ำลึก ให้เลือกเอาปลาน้ำ เพราะปลาเราไปซื้อตลาดมากลูกให้กินได้ ปลาน้ำหายากให้คนทำสำเร็จรูปให้กินเลยดีกว่า...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ต่างนะ ปลาที่ปลาน้ำแมกลอง ปลาน้ำก็มาจากทะเล ถ้าเลือกเอาปลาน้ำ คุณประโยชน์มากกว่า เพราะมันต้องว่ายน้ำมากกว่า ปลาน้ำจืดที่อยู่บนน้ำ อย่างปลาทะเลมี Omega3...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมสิทธิ์ อายุ 33 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกปลา ให้เหตุผลว่าเป็นปลาที่แมวกินได้ ค่อนข้างและปกติให้แมวกินปลาสดเป็นอาหาร บางส่วนคิดว่าปลาน้ำมีการปรุงแต่งรสชาติมากเกินไป แมวเลยไม่กิน

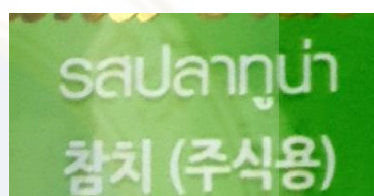
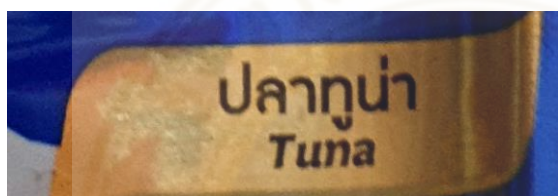
“...เห็นความแตกต่างนะ ถ้าเลือกเอาปลาทู ปลาทูน่ามันจะปรุงแต่งมากไปแมวเลยไม่กิน เหมือนใส่พริกใส่ขิง แล้วปลาทูมันดูเหมือนรสดั้งเดิม เหมือนปลาทูหนึ่งเฉยๆ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 25 รับทำบัญชี อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

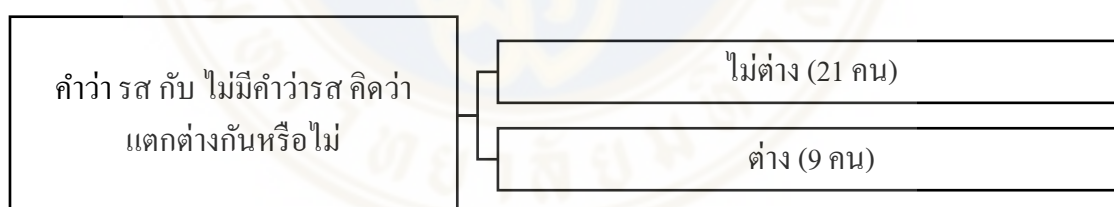
“...ถ้ามาเจาะที่ปลาทูน่า กับ ปลาทู คิดว่าต่างนะ จะเลือกปลาทู เพราะว่าแมวเราชอบกินปลาทู ถ้าจะซื้ออาหารเปียกก็ต้องเลือกปลาทู...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 30 แม่บ้าน อายุ 28 ปี เลี้ยงแมวโต

4.3.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีเขียนคำว่า รส* กับที่ไม่มีเขียนคำว่ารส** คิดว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร



จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้คำตอบไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า มีคำว่ารส กับ ไม่มีคำว่ารส ไม่มีความแตกต่างกัน



รูปภาพ 4.22 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับชื่อรสชาติที่มีคำว่ารสกับไม่มีคำว่ารส

*ใช้สารปรุงรส หรือ มีเนื้อน้อยกว่า 3%

** เมื่อคิดตามน้ำหนักแห้ง ปริมาณของเนื้อต้องไม่น้อยกว่า 25%

โดยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมองว่าคำว่ารสเป็นเพียงข้อความที่ทางผู้ผลิตเลือกที่จะใส่หรือไม่ใส่นั้น ไม่ได้เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิต

“...คิดว่าไม่ต่างกัน แค่ทำมาจากปลาทูน่า เป็นเนื้อปลาทูน่า แค่ว่าแต่ละแบรนด์ใส่ข้อความไม่ครบ บางแบรนด์ใส่ รส บางอันไม่ใส่รส...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 17 Compliant อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ปกติไม่ได้สังเกต แต่เรารู้อยู่แล้วว่ามันคือรสชาติ มันไม่ได้ต่างกัน แค่คำพูดเฉยๆ ว่าใส่รสหรือไม่ใส่รส...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ISTA) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าต่าง ให้เหตุผลว่า คำว่ารสคือการปรุงแต่งรสชาติเพิ่มเข้าไปในอาหารแมว ส่วนไม่มีคำว่ารสคือเนื้อสัตว์ปกติ ไม่ได้ผ่านการปรุงแต่งรสชาติ

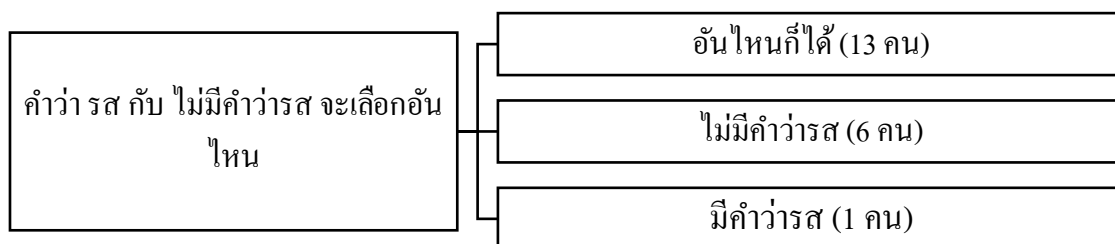
“...คิดว่าต่าง ถ้ารสมันจะปรุงแต่งได้เพิ่ม เหมือนกลิ่นชา ปรุงรส ปรุงกลิ่นมานิดนึง ถ้าไม่มีคำว่ารส คือเนื้อปลาเลยมาสดๆ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 24 Web Blogger อายุ 25 ปี เลี้ยงแมวโต

“...คิดว่าต่าง เหมือนเราปรุงอาหารถ้ามีคำว่ารสมันจะเข้มข้น ถ้าไม่มีคำว่ารสมันจะจืดจืด ไม่เข้มข้น...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต

เมื่อให้เลือกระหว่าง มีคำว่ารส กับ ไม่มีคำว่ารส ผลคือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอันไหนก็ได้



รูปภาพ 4.23 ชื่อรสชาติที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ ระหว่างมีคำว่ารส กับ ไม่มีคำว่ารส

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บอกเลือกอันไหนก็ได้ ให้เหตุผลว่า คำว่ารสเป็นเพียงข้อความที่ทางผู้ผลิตเลือกที่จะใส่หรือไม่ใสเท่านั้น ไม่ได้เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิต และคิดว่าวัตถุดิบภายในคือเนื้อปลาพูน่าเหมือนกัน และจะตัดสินใจซื้อจากองค์ประกอบอื่นมากกว่า

“...คิดว่าไม่ต่างกัน ก็พูน่าเหมือนกัน แคเขียนบนหน้าของไม่เหมือนกันแค่นั้น ไม่รู้สึกอะไรเลย ไม่มีผลต่อการซื้อ ถ้าให้เลือกจะซื้อของที่มีตัวอักษรอ่านได้ง่ายกว่า ใหญ่ ชัดเจน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมธรรม์ อายุ 33 ปี เลี่ยงแมวโต

“...ไม่สังเกต คิดว่าไม่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการซื้ออันไหนก็ได้ คิดว่าทำจากปลาพูน่าเหมือนกัน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 23 Software Tester อายุ 26 ปี เลี่ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกไม่มีคำว่ารส ให้เหตุผลว่า ไม่มีคำว่าสดน่าเชื่อถือกว่า ถ้ามีคำว่ารสเหมือนกับมีการปรุงรสไม่ได้ใช้เนื้อจริงทั้งหมด

“...จริงๆ ก็สังเกตนะ คิดว่าต่าง ปลาพูน่าทำจากเนื้อจริง แคร่สปลาพูน่าใส่รสชาติปลาพูน่าไม่ได้ใสเนื้อจริง ถ้าให้เลือกจะเอาปลาพูน่า อยากให้กินเนื้อปลาจริง...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี เลี่ยงแมวโต

“...ถ้าให้เลือกเอาที่ไม่มีคำว่าสดน่าเชื่อถือมากกว่า เพราะคำว่าปลาพูน่ามันพยายามจะสื่อว่ามันทำจากปลาพูน่านะ แต่คำว่าสมันสื่อถึงมีแคร่สปลาพูนะ คุณแล้วก็มีผลต่อการซื้อ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี่ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมีคำว่ารส ให้เหตุผลว่า มีคำว่ารสเหมือนกับการปรุงอาหาร จะมีรสชาติเข้มข้นมากกว่า และรสชาติเข้มข้นเมื่อนำจะชอบ

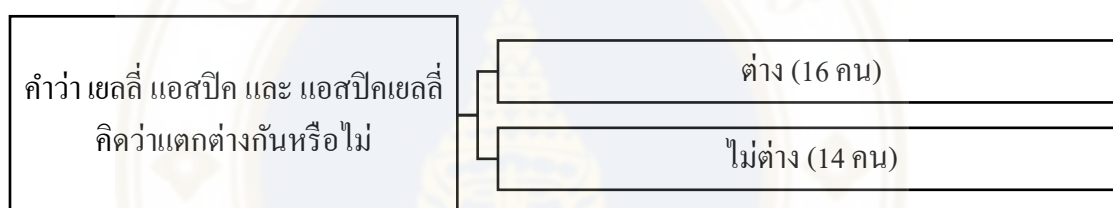
“...ปกติไม่ค่อยดู แต่คิดว่าต่าง เหมือนเราปรุงอาหารถ้ามีคำว่าสมันจะเข้มข้น ถ้าไม่มีคำว่าสมันจะจืดจืด ไม่เข้มข้น ถ้าให้เลือกจะเอาแบบมีคำว่ารส เข้มข้นเมื่อนำจะชอบมากกว่า...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี่ยงแมวโต

4.3.3 บรรจุภัณฑ์ที่มีเขียนคำว่า “เยลลี่” “แอสปิก” และ “แอสปิกเยลลี่” คิดว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร



จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้คำตอบไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่ มีความแตกต่างกัน



รูปภาพ 4.24 แสดงประเด็นสิ่งที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเกี่ยวกับชื่อรสชาติที่มีคำว่า เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่

โดยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมองว่า เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่ เป็นเยลลี่ต่างชนิดกัน และคุณภาพต่างกัน

“...แอสปิกกับ แอสปิกเยลลี่ คิดว่าไม่ต่างกัน แต่ถ้า เยลลี่เฉยๆ กับ แอสปิก จะเริ่มคิดว่ามันน่าจะต่างกัน แบบแอสปิกอาจจะดีกว่าเยลลี่เฉยๆ หรือเยลลี่เฉยๆ อาจจะดีกว่า ก็จะมาตัดสินใจและ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ISTA) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

“...คิดว่าต่าง คิดว่าแอสปิกเป็นชนิดของเยลลี่ แยกเป็นกลุ่มที่มีคำว่าแอสปิกกับไม่มี คิดว่าเยลลี่เฉยๆ อาจจะเป็นชนิดอื่นที่ไม่ใช่ แอสปิกก็ได้ ส่วนแอสปิก กับแอสปิกเยลลี่ คิดว่าเหมือนกัน ในแต่ละยี่ห้ออาจจะเรียกไม่เหมือนกันเฉยๆ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 24 Web Blogger อายุ 25 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ปกติไม่ได้สังเกตเลย แต่คิดว่าต่าง ต่างกันที่ เยลลี่เฉยๆ เป็นขั้นแรก ถัดมา แอสปิก และคุณภาพสูงสุดเป็นแอสปิกเยลลี่...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี่ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่ต่าง ให้เหตุผลว่า ทั้ง เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่ เป็นเพียง สารหล่อลื่น ให้แมวกินได้ง่ายขึ้น และคำว่าแอสปิกเป็นแค่คำที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเท่ ดูหรูหราขึ้น เท่านั้น

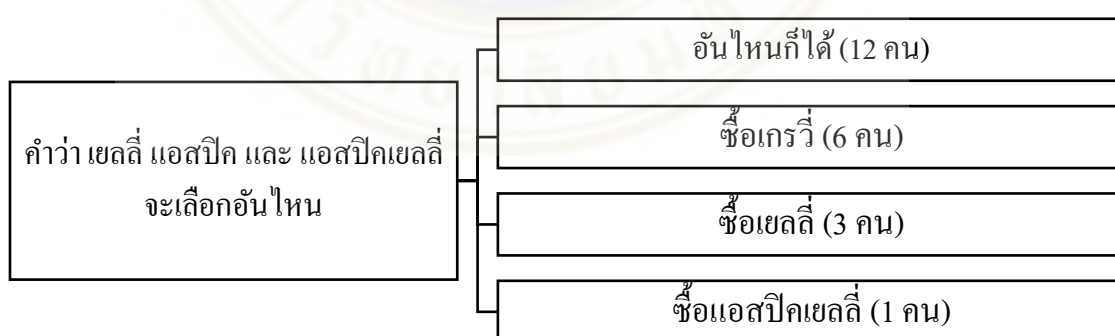
“...เยลลี่ แค่อัดลิ้นๆ ให้แมวกินง่าย ปกติไม่ได้สนใจหรือสังเกตความแตกต่างอยู่แล้ว คิดว่าไม่น่าจะต่างนะ คิดว่าเป็นสารลื่นๆ เหมือนกัน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 25 รับทำบัญชี อายุ 51 ปี เลี่ยงแมวโต

“...ไม่รู้ว่แอสปิกคืออะไร คิดว่าไม่น่าต่างกัน ก็มีเยลลี่เหมือนกัน แค่ใช้คำว่าแอสปิก ให้ดูหรูหราขึ้น คิดว่าแอสปิกก็คือเยลลี่ ปกติไม่ได้สนใจ ข้ามไปเลย และไม่มีผลต่อการซื้อ...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 28 บริการผู้ถือกรรมธรรม์ อายุ 33 ปี เลี่ยงแมวโต

เมื่อให้เลือกระหว่าง เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่ ผลคือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกอันไหนก็ได้ รองลงมาคือ เอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในน้ำเกรวี่



รูปภาพ 4.25 ชื่อรสชาติที่ผู้เลี่ยงแมวให้ความสนใจ ระหว่างมีคำว่า เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เลือกอันไหนก็ได้ ให้เหตุผลว่า ปกติไม่ได้สังเกตคำว่า เยลลี่ แอสปิก และ แอสปิกเยลลี่ แต่จะสนใจชื่อรสชาติ หรือองค์ประกอบอื่นๆ ของบรรจุภัณฑ์มากกว่า

“...คิดว่ามันไม่ต่างมันก็เป็นเจลลี่เป็นทูน่าและก็มีวุ้นๆ หน้อยเหมือนกัน ปกติไม่สังเกต สังเกตแล้วว่าทำจากปลาอะไรอะไร...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 18 ว่างาน อายุ 23 ปี เลี้ยงแมวโต กันต์

“...ไม่ได้สังเกตเลย คิดว่าต่าง...ส่วนการซื้อไม่มีผลเลย จะดูความสวยงามของ Packaging มากกว่า...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 21 Developer (IT Out Source) อายุ 22 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อเกรวี ให้เหตุผลว่า อาหารแมวในน้ำเกรวีดูน่ากินกว่าอาหารแมวที่ผสมเยลลี่

“...ถ้ามีเยลลี่กับเกรวีจะซื้อ เกรวี เพราะดูน่ากินกว่า จาก Humanity เลย คิดว่าเกรวีคือน้ำราดสติก คนอยากกินอะไรที่ดูเป็นอาหารคนมากกว่าเอาไปใส่ในเยลลี่...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 20 ผู้ช่วยวิจัย อายุ 24 ปี เลี้ยงแมวโต

“...สนใจตรงที่ว่าอยู่ใน ซุป ในซอส หรือในเยลลี่ อันนี้จะมีผลต่อการซื้อ ส่วนตัวให้เกรวีน่ากินกว่า เยลลี่...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 27 ปี เลี้ยงลูกแมว

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อเยลลี่ ให้เหตุผลว่า ไม่รู้ว่าแอสปิกคืออะไร ไม่กล้าให้กิน แต่รู้จักเยลลี่เลยเลือก

“...ต่างนะ ถ้าเราเจอ เยลลี่กับเยลลี่แอสปิก จะต้อง Search หาคำว่าแอสปิกก่อนว่าต่างหรือดียังไงก่อนเลือกซื้อ ถ้าให้เลือกแบบไม่รู้เลย จะเลือก เยลลี่ เพราะแอสปิกไม่รู้ว่าจะไร ไม่กล้าให้กิน...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 27 นักศึกษา (เทคนิคการแพทย์) อายุ 27 ปี เลี้ยงแมวโต

“...ถ้าให้เลือก 1 ใน 3 จะเลือก เยลลี่เฉยๆ เพราะด้วยที่เราไม่รู้จักแอสปิกเลยไม่กล้าให้เอาเยลลี่ที่เราพอรู้จักเฉยๆ ให้ดีกว่า...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 22 บริการ (บาร์ิสต้า) อายุ 26 ปี เลี้ยงแมวโต

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อแอสปิกเซลล์ ให้เหตุผลว่า คำว่าแอสปิก ทำให้คิดว่ามีคุณภาพดีกว่าเซลล์ธรรมดา

“...ปกติไม่ค่อยสนใจ คิดว่ามันต่างกัน ถ้าให้เลือกจะเอา แอสปิกเซลล์ ความรู้สึกคิดว่ามันน่าจะดีกว่าตัวอื่น...”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 26 รับจ้างทั่วไป อายุ 51 ปี เลี้ยงแมวโต



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลงานวิจัย ข้อเสนอแนะในเชิงธุรกิจ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ จากกลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยง จำนวน 30 คน แบ่งเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว และกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต กลุ่มละ 15 คน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ประเด็นหลักได้แก่

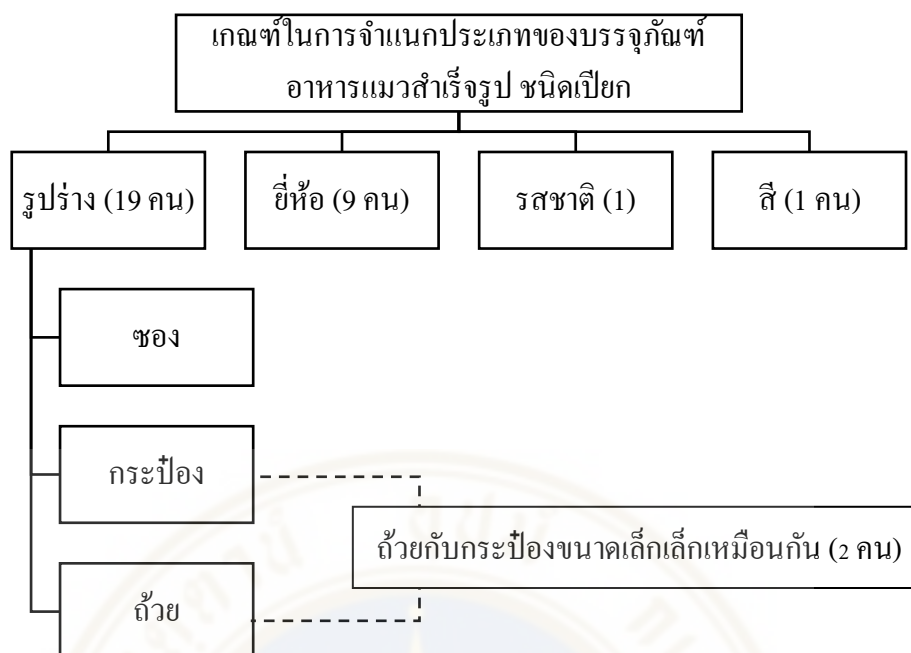
1. การจัดหมวดหมู่ ความชอบ และการเลือกซื้อพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก
2. องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการซื้อ
3. ความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 การจัดหมวดหมู่ ความชอบ และการเลือกซื้อพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

5.1.1.1 เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวทั้ง 30 คน ผู้วิจัยได้นำอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก ที่ซื้อมาจากห้างสรรพสินค้าชั้นนำ จำนวน 102 ชิ้น นำมากรองรวมกันเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างทำการแบ่งจัดหมวดหมู่บรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีเกณฑ์ในการจำแนกประเภทบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกัน ส่วนมากจะชอบจัดกลุ่มตามรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ซอง กระป๋อง และถ้วย รองลงมาจะชอบจัดกลุ่มตามสัญลักษณ์ยี่ห้อ ผู้วิจัยทำการสรุปผลเป็นแผนภาพ ดังนี้



รูปภาพ 5.1 เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากรูปร่างเป็นองค์ประกอบที่เปรียบเทียบได้ง่ายและสามารถสังเกตเห็นความแตกต่างได้ชัดเจนที่สุด และมีบางส่วนที่มองว่าถ้วยกับกระป๋องขนาดเล็กเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

รองลงมาจากรูปร่าง คือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สัญลักษณ์ยี่ห้อในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากสัญลักษณ์ยี่ห้อจะมีลักษณะที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน และผู้เลี้ยงแมวเมื่อแยกยี่ห้อแล้วสามารถนำมาแยกเกรดหรือคุณภาพของอาหารแมวต่อได้ ซึ่งในยี่ห้อเดียวกันมักจะมีคุณภาพที่อาหารเหมือนกัน เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่า มีเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกัน คือส่วนใหญ่จะใช้รูปร่างในการจำแนก และรองลงมาจะใช้สัญลักษณ์ยี่ห้อ

5.1.1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวชอบกับเลือกซื้อ

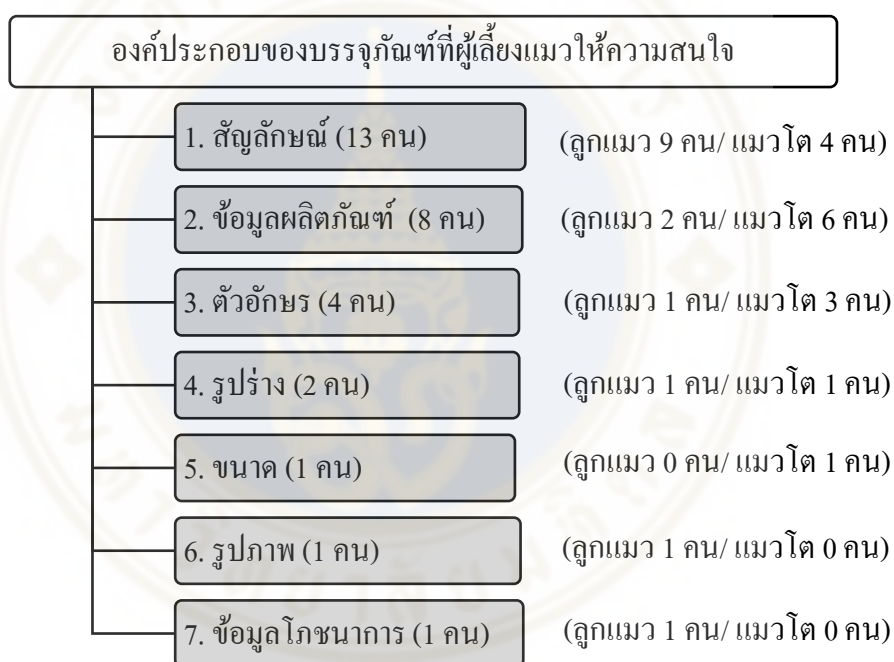
จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงแมวทั้ง 30 คน เมื่อคุณลักษณะความชอบและการเลือกซื้อ ในภาพรวมผู้เลี้ยงแมวจะชอบผลิตภัณฑ์จากสีและรูปภาพ สีที่ชอบจะเป็นสีสดใส หรือสีที่ดู Premium อย่างสีดำและสีทอง ส่วนรูปภาพจะสนใจที่รูปแมว แต่เมื่อซื้อจะเลือกจากสัญลักษณ์ โดยสนใจสัญลักษณ์ยี่ห้อมากที่สุด และจะมองหาซื้อที่ซื้อประจำ ยี่ห้อที่รู้จัก

มีความน่าเชื่อถือก่อน หลังจากนั้นถึงมองหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ ส่วนผสม อื่น ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ถ้าพิจารณาไปในกลุ่มตัวอย่างย่อยทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า เกณฑ์ความชอบจะแตกต่างกัน ผู้เลี้ยงลูกแมวจะชอบจากรูปภาพแมวบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งรูปลูกแมวน่ารักหรือกำลังเล่นของเล่นจะดึงดูดความสนใจได้ดี ส่วนผู้เลี้ยงแมวโตจะชอบจากสีบนบรรจุภัณฑ์ และสีที่ชอบคือสีโทนสว่างสดใส และสีที่ดู Premium อย่างสีดำหรือสีทอง แต่เวลาซื้อผู้เลี้ยงแมวจะซื้อจากสัญลักษณ์ยี่ห้อ โดยดูยี่ห้อที่ซื้อประจำหรือยี่ห้อที่รู้จักและน่าเชื่อถือ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นอาหารสำหรับแมว มีผลต่อสุขภาพและสิ่งที่แมวจะได้รับ คุณภาพอาหารและความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

เมื่อนำผลสรุปมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ชายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่า ในภาพรวมผู้หญิงและผู้ชาย มีเกณฑ์ความชอบและซื้อที่เหมือนกัน คือ ชอบจากสีสดใสและรูปภาพแมวที่ดูน่ารัก และซื้อจากสัญลักษณ์ยี่ห้อที่รู้จักคุ้นเคย แต่เมื่อพิจารณาไปที่กลุ่มตัวอย่างย่อยทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกัน ในผู้เลี้ยงลูกแมว ผู้ชายจะชอบจาก สัญลักษณ์อายุแมว และซื้อจากสัญลักษณ์อายุแมว กับ สัญลักษณ์ยี่ห้อ แต่ผู้หญิงจะชอบจาก รูปลูกแมวน่ารัก และซื้อจากสัญลักษณ์ยี่ห้อ ส่วนในกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต ผู้ชายจะชอบจาก สีสดใส และรูปแมวน่ารัก และซื้อจากรูปแมวน่ารัก กับ สัญลักษณ์ยี่ห้อ ที่รู้จักคุ้นเคยน่าเชื่อถือ แต่ผู้หญิงจะชอบจาก สีสดใส สะอาดตา และซื้อจาก สัญลักษณ์ยี่ห้อ กับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งภาพรวมจะเห็นได้ว่า ผู้ชายมักจะใช้เกณฑ์ความชอบ มาเป็นเกณฑ์การซื้อ ร่วมกับสัญลักษณ์ยี่ห้อ เนื่องจากผู้ชายนอกจากผลิตภัณฑ์จะเป็นยี่ห้อที่รู้จักคุ้นเคยน่าเชื่อถือแล้ว ก็ยังให้ความสำคัญกับความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ แต่จะไม่ได้ลงรายละเอียดถึงสิ่งที่แมวจะได้กิน แตกต่างจากผู้หญิงที่ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์เป็นแค่สิ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจไม่ได้มีผลต่อการซื้อ แต่จะให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ คุณภาพอาหาร สารอาหาร เพราะเป็นสิ่งที่จะทำให้แมวกิน จึงใส่ใจเป็นพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen, Hung, & Peng (2012) ที่กล่าวว่าเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเพศหญิงจะมีความใกล้ชิดกับสัตว์เลี้ยงมากกว่าเพศชาย และจะให้ความสำคัญกับคุณภาพ ข้อมูล และแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือของอาหารสัตว์

5.1.2 องค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวทั้ง 30 คน ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม คือ ผู้เลี้ยงลูกแมว และผู้เลี้ยงแมวโต ทำการเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก ในภาพรวมคือ ผู้เลี้ยงแมวจะให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตัวอักษร รูปร่าง ขนาด รูปภาพ และข้อมูลโภชนาการ โดยในกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวจะให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์มากที่สุด เช่น สัญลักษณ์บอกอายุแมว สัญลักษณ์หยีห่อ ส่วนกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตจะให้ความสำคัญกับข้อมูลผลิตภัณฑ์มากที่สุด เช่น ชื่อรสชาติ โดยผู้วิจัยทำการสรุปแต่ละองค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์ไว้ดังนี้



รูปภาพ 5.2 ลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปจากผู้เลี้ยงแมว 30 คน

5.1.2.1 สัญลักษณ์ของบรรจุกัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม สนใจสัญลักษณ์บนบรรจุกัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวจะสนใจสัญลักษณ์ที่บอกว่าอาหารชนิดนี้เหมาะกับอายุแมวเท่าใด เนื่องจากผู้เลี้ยงลูกแมวอยากให้แมวได้กินอาหารที่เหมาะสมกับวัย ต่างกับกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตที่ส่วนใหญ่ไม่สนใจสัญลักษณ์อายุแมวเนื่องจากอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกส่วนใหญ่ทำมาสำหรับแมวโต แต่จะ

สนใจสัญลักษณ์ยี่ห้อมากกว่า ซึ่งก็จะเลือกซื้อยี่ห้อที่รู้จัก ยี่ห้อที่มีความคุ้นเคย ส่วนหนึ่งก็เป็นเพราะมั่นใจในยี่ห้อที่รู้จักว่ามีความน่าเชื่อถือมากกว่า และถ้าบนบรรจุภัณฑ์มีสัญลักษณ์รับรองคุณภาพ เช่น สัญลักษณ์ Premium จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์และทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพดีกว่าอาหารแมวสำเร็จรูปทั่วไป เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของผู้เลี้ยงแมว เป็นทางเลือกเหมือนกับมีคนที่มีความรู้มาตรวจสอบให้ก่อนแล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Meggs (1994) ที่กล่าวว่า การใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต้องให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น วิธีการใช้งาน การเตือนระวัง และงานวิจัยของ จันทรวรรณ บำเรอรักษ์ และ สุธี พลพงษ์ (2558) ที่กล่าวว่า สัญลักษณ์จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์และตราสินค้า สร้างความมั่นใจ ป้องกันการปลอมแปลงและลอกเลียนแบบ

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์เหมือนกันกับผู้หญิง ในผู้เลี้ยงลูกแมวจะสนใจสัญลักษณ์อายุแมว เนื่องจากอยากได้อาหารแมวที่เหมาะสมกับแมวในแต่ละวัย และในกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโตจะสนใจสัญลักษณ์ยี่ห้อ

5.1.2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสนใจกับชื่อรสชาติมากที่สุด เนื่องจากผู้เลี้ยงแมวส่วนใหญ่อ่านข้อมูลส่วนประกอบหรือข้อมูลโภชนาการไม่ค่อยเข้าใจ จึงเน้นไปที่การอ่านชื่อรสชาติมากกว่า โดยมักจะเลือกรสชาติที่ให้แมวกินประจำ เพราะคิดว่าทำมาจากวัตถุดิบที่ดีต่อแมว เช่น รสทูน่าสุกที่ผสมนมแพะ หรือปลาทู ที่ถูกมองว่าเป็นอาหารพื้นฐานที่แมวทุกตัวชอบกิน และมีบางส่วนที่ดูรสชาติโดยหลีกเลี่ยงวัตถุดิบที่คิดว่ามีผลเสียต่อแมว เช่น รสซีฟู้ด เพราะคิดว่าอาจก่อให้เกิดอาการแพ้ในแมวได้ รองลงมาจากชื่อรสชาติ คือวันหมดอายุ และ ข้อมูลวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมอาหารสัตว์ โดยผู้เลี้ยงแมวบางส่วนชอบที่จะอ่านข้อมูลวัตถุดิบ เนื่องจากให้รายละเอียดที่มากกว่าอ่านแค่ชื่อรสชาติ ซึ่งผู้เลี้ยงแมวจะหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของข้าวโพด หรือกลูเตนที่มีผลเสียต่อแมว หรือถ้ามีผลิตภัณฑ์ไหนที่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ที่หลากหลาย ก็จะสนใจเป็นพิเศษ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan, Rehman, Sultan, & Rashid (2016) ที่กล่าวว่า ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องให้รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคครบถ้วน ต้องมีความถูกต้อง และงานวิจัยของ Deliya & Parmar (2012) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มาช่วยสำหรับเปรียบเทียบคุณภาพผลิตภัณฑ์กับแบรนด์อื่น

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยผู้ขายจะไม่สนใจข้อมูลผลิตภัณฑ์ แต่ในผู้เลี้ยงจะสนใจข้อมูลผลิตภัณฑ์ โดยสนใจชื่อรสชาติมากที่สุด เพราะคำนึงสิ่งที่แมวจะได้รับจากการกินอาหาร

5.1.2.3 ตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสนใจในตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะสนใจตัวอักษรที่ใช้ภาษาที่ตนสามารถอ่านออกได้ เนื่องจากมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ถ้าได้รับน้อยจะทำให้ไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ และไม่ยอมซื้อ ซึ่งนอกจากภาษาที่ผู้ซื้ออ่านออกได้แล้ว ถ้ามีภาษาอื่นอยู่บนบรรจุภัณฑ์ด้วยโดยเลือกใช้ภาษาของประเทศที่น่าเชื่อถือ อย่างเช่น ภาษาญี่ปุ่น หรือ อังกฤษ จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ น่าสนใจมากขึ้น แต่ควรหลีกเลี่ยงภาษาจีน เนื่องจาก มีชื่อเสียงไม่ดีเกี่ยวกับความปลอดภัยทางอาหาร นอกจากเรื่องภาษาที่ใช้แล้วตัวอักษรที่ใช้สามารถอ่านได้ง่าย ตัวใหญ่ชัดเจน เขียนกระชับ จะทำให้ผลิตภัณฑ์น่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากทำให้จับใจความสำคัญและเห็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Imiru (2017) ที่กล่าวว่า ตัวอักษรที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนข้อความที่ใช้สื่อสารกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ลักษณะของการใส่ตัวอักษรลงในบรรจุภัณฑ์ที่ดีก็ต้องเห็นได้ชัดเจนข้อมูลจะต้องเน้นให้เห็นถึงจุดเด่นผลิตภัณฑ์

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าไม่แตกต่างกัน โดยสนใจเรื่องตัวอักษรที่สามารถอ่านออกได้ และอ่านได้ง่ายมากที่สุด รองลงมาคือบรรจุภัณฑ์ที่มีภาษาต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เพราะมีความเชื่อว่าของจากประเทศญี่ปุ่น เป็นของมีคุณภาพสูง

5.1.2.4 รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสนใจกับรูปร่างแบบซองมากที่สุด โดยเหตุผลหลักคือ ใช้งานได้ง่ายสะดวกกว่ารูปร่างแบบอื่น ฉีกง่าย บีบซองได้ ไม่ต้องใช้ช้อนตักอาหาร เหตุผลรองลงมาคือ ใช้พื้นที่น้อย เก็บรักษาและพกพาได้ง่าย และมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ชอบรูปร่างแบบกระป๋อง เหตุผลหลักคือ ผู้เลี้ยงแมวมองว่ากระป๋องเก็บรักษาได้ง่ายกว่าซอง สามารถใส่เข้าตู้เย็นได้โดยไม่ต้องม้วนพับก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khuong & Tran (2018) ที่กล่าวว่า รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ดี ผู้บริโภคต้องสามารถใช้งานได้ง่ายแบบที่ผู้บริโภคไม่ต้องอ่านคู่มือหรือหา

ข้อมูลวิธีการใช้งานเพิ่มเติม และงานวิจัยของ Sultan (2016) ที่กล่าวว่า รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสะดวกในการจัดเก็บ พกพาง่าย และสะดวกในการหยิบจับใช้งาน

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าไม่แตกต่างกัน โดยสนใจรูปร่างแบบซองมากที่สุด เพราะใช้งานได้สะดวก ฉีกง่าย เก็บง่าย หรือเมื่อแกะซองแล้วใช้ไม่หมดสามารถเก็บรักษาได้ง่าย

5.1.2.5 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม สนใจบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กมากที่สุด เนื่องจากเป็นขนาดที่พอดีต่อการให้แมวกินใน 1 มื้อ แมวสามารถกินหมดได้ในครั้งเดียว และไม่ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจาก แมวอาจจะกินไม่หมด และต้องเททิ้ง เพราะไม่อยากเก็บอาหารแมวที่ถูกเปิดใช้งานแล้ว เก็บไว้นานอาหารจะแห้ง ซึ่งอาจมีสารปนเปื้อนหรือคุณค่าทางสารอาหารลดลง อีกเหตุผลที่สนใจบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ก็ถ้าซื้อขนาดเล็ก ผู้เลี้ยงแมวสามารถซื้อให้แมวกินได้ที่ละหลายๆ รสชาติ ไม่ให้แมวรู้สึกเบื่ออาหาร รองลงมาจากขนาดเล็ก ผู้เลี้ยงแมวจะสนใจขนาดตามจำนวนแมวที่เลี้ยง ส่วนใหญ่ถ้าเลี้ยงแมวตัวเดียวจะซื้อขนาดเล็ก และถ้าเลี้ยงแมวหลายตัวจะซื้อขนาดใหญ่ แต่มีบางส่วนเลือกที่จะซื้อขนาดใหญ่โดยไม่ขึ้นกับจำนวนแมว เนื่องจากมองว่า ราคาต่อปริมาณคุ้มค่ากว่า ไม่ต้องซื้อหลายรอบ และมองว่าต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ถูกกว่าต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กที่ต้องซื้อหลายๆ ชิ้น นอกจากนี้เรื่องจำนวนแมวแล้ว วัตถุประสงค์ในการซื้อ ก็มีผลต่อการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ โดยผู้เลี้ยงแมวบางส่วนจะเลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเมื่อต้องการซื้อเพื่อทดลองหารสชาติหรือยี่ห้อที่แมวชอบ และจะเลือกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ในกรณีที่ซื้อประจำในยี่ห้อหรือรสชาติที่แมวกินได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ford, Moodie, & Hastings (2012) ที่กล่าวว่า การที่ผลิตภัณฑ์มีขนาดให้เลือกหลายขนาดจะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกแค่ขนาดเดียว และงานวิจัยของ Khuong & Tran (2018) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคเชื่อว่ายิ่งซื้อปริมาณมากต้นทุนต่อหน่วยจะต่ำกว่าซื้อทีละน้อย และซื้อปริมาณมากไม่ต้องกังวลเรื่องผลิตภัณฑ์จะถูกใช้หมดเร็ว

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าแตกต่างกัน โดยผู้ขายจะเลือกขนาดที่พอดีกับการให้ 1 มื้อ เนื่องจากผู้ขายคำนึงในเรื่องปริมาณและความคุ้มค่า แต่ผู้เลี้ยงแมวจะเลือกขนาดเล็กมากที่สุด ถึงแม้จะเลี้ยงแมวอยู่มากกว่า 1 ตัว เนื่องจากผู้เลี้ยงจะคำนึงในเรื่องของคุณภาพอาหาร สารอาหาร และสิ่งที่แมวจะได้รับมากกว่าความคุ้มค่า

5.1.2.6 รูปภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม สนใจรูปอาหารและรูปแมวบนบรรจุภัณฑ์

ใกล้เคียงกัน แต่จะชอบรูปอาหารมากกว่า ซึ่งให้เหตุผลว่ารูปอาหารจะแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบ หรือหน้าตาของอาหารไปจนถึงรสชาติ ซึ่งมีผลต่อความชอบของแมวที่เลี้ยง และคิดว่ารูปแมวแค่ใช้แบ่งประเภทอาหารว่าเป็นของสำหรับแมว โดยรูปอาหารที่ชอบส่วนใหญ่จะชอบรูปอาหารของจริงที่เป็นวัตถุดิบสด เช่นเนื้อปลาสด เนื่องจากดูเหมือนอาหารที่กินกันได้ และดูน่ากินกว่ารูปอาหารแมวที่เป็นรูปปั้นแล้ว ส่วนในรูปแมวนบนบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวชอบ ส่วนใหญ่ชอบรูปแมวจริงเนื่องจากผู้เลี้ยงแมวกคิดว่าถ้าแมวตนได้กินอาหารแมวตัวนี้แล้ว แมวที่เลี้ยงจะออกมามีลักษณะเหมือนในรูป เช่น ขนสวย อีกเหตุผลคือ รูปแมวจริงดูน่ารักและช่วยดึงดูดให้สนใจที่จะหยิบผลิตภัณฑ์ขึ้นมาดู และไม่ชอบรูปแมวกัดรูป เนื่องจากผู้เลี้ยงแมวมองว่ารูปแมวกัดรูปดูปลอม และทำให้ผลิตภัณฑ์ดูคุณภาพต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Santos (2018) ที่กล่าวว่า รูปภาพบนบรรจุภัณฑ์ สื่อถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น สื่อถึงรสชาติ กลิ่น หรือองค์ประกอบวัตถุดิบ รูปที่ใช้ควรตรงกับวัตถุดิบจริง และงานวิจัยของ Underwood, Klein, & Burke (2001) ที่กล่าวว่า รูปภาพในบรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้และยังเป็นที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับแบรนด์อื่น

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าแตกต่างกัน โดยผู้ขายจะสนใจรูปแมวมากกว่า จะชอบรูปแมวที่น่ารัก สุขภาพดี อยากให้แมวออกมาเหมือนในรูป แต่ผู้หญิงจะสนใจรูปอาหารมากกว่าเนื่องจากผู้หญิงให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งที่แมวจะได้รับจากการกินอาหาร

5.1.2.7 ข้อมูลโภชนาการของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่สนใจข้อมูลโภชนาการ เนื่องจากผู้เลี้ยงแมวโดยมากขาดความรู้ความเข้าใจในการดูข้อมูลโภชนาการ หรือข้อมูลที่ผู้เลี้ยงแมวต้องการทราบ บนบรรจุภัณฑ์ก็ไม่มีระบุไว้ เช่น ปริมาณโซเดียม จึงไม่ได้สนใจเรื่องโภชนาการที่แมวจะได้รับ ถึงส่วนใหญ่ผู้เลี้ยงแมวจะไม่สนใจข้อมูลโภชนาการ แต่รองลงมาผู้เลี้ยงแมวยังอยากให้มีการระบุข้อมูลโภชนาการอยู่ ถึงแม้จะขาดความรู้ในการดูข้อมูลโภชนาการ เพราะข้อมูลโภชนาการทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีความน่าเชื่อถือมากกว่า ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มผู้เลี้ยงแมวที่สนใจข้อมูลโภชนาการ เนื่องจากคิดว่า อาหารที่มีส่วนผสมเหมือนกัน สามารถมีคุณภาพอาหารสัตว์ทางเคมีต่างกันได้ ส่วนใหญ่จะเปรียบเทียบกันที่ระดับโปรตีนในอาหารสัตว์ จะเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีโปรตีน

สูงกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Imiru (2017) ที่กล่าวว่า การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการให้ครบถ้วน จะช่วยลดความไม่แน่นอนและสร้างความน่าเชื่อถือให้ผลิตภัณฑ์ และงานวิจัยของ Wills (2009) ที่กล่าวว่า ข้อมูลโภชนาการสมควรจะต้องถูกระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทั้งหมด โดยผู้บริโภคชอบข้อมูลโภชนาการที่เกี่ยวกับการทำงานของระบบร่างกาย

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าไม่แตกต่างกัน โดยทั้งผู้ขายและผู้หญิงไม่ได้สนใจเรื่องข้อมูลโภชนาการ เนื่องจากเหตุผลเดียวกันคือขาดความรู้ ความเข้าใจในการดูข้อมูลโภชนาการ

5.1.2.8 สีของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม สนใจสีบนบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้โทนสว่างสดใส สะดุดตามากที่สุด เช่น สีแดง สีฟ้า สีเหลือง เพราะสีโทนสว่างสดใสเป็นสีที่ดึงดูดความสนใจและสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย กว่าสีอื่น รองลงมาจากสีโทนสว่างสดใส คือสีโทนเรียบหรู เช่น สีขาว สีเทา สีดำ สีทอง เพราะเป็นสีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดู Premium ดูมีความเรียบง่าย แต่ดูหรูหรา มากกว่าการใช้สีโทนสว่างสดใส สะท้อนแสง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Underwood, Klein, & Burke (2001) ที่กล่าวว่า สีบนบรรจุภัณฑ์นั้นช่วยเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างระหว่างแบรนด์อื่น ให้เห็นชัดมากยิ่งขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าไม่แตกต่างกัน โดยทั้งผู้ขายและผู้หญิงชอบสีที่ดูสว่างสดใส เนื่องจากสังเกตเห็นได้ง่ายกว่าสีอื่น ดูสะอาดตา รองลงมาคือชอบสีโทนเรียบ หรือสีโทนขาว-ดำ เพราะมองว่าเป็นสีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดู Premium

5.1.2.9 วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม สนใจวัสดุที่มีความแข็งแรงทนทาน ตกไม่แตก ไม่บุบ ไม่ขาด ไม่ร่วงง่ายมากที่สุด เนื่องจากการที่บรรจุภัณฑ์เกิดการชำรุดด้วยสาเหตุใดก็ตาม อาจส่งผลเสียต่ออาหารที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้ รองลงมาจากความแข็งแรงทนทานของบรรจุภัณฑ์คือวัสดุที่เปิดใช้งานง่าย เพราะทำให้เกิดความสะดวกในการให้อาหารแมว และวัสดุที่ย่อยสลายง่าย Recycle ได้ เนื่องจากอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มักถูกใช้แล้วทิ้ง ผู้ซื้อไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และต้องทิ้งเป็นขยะ จึงมีความต้องการจะลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan et al. (2016) ที่กล่าวว่า วัสดุของบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้อง

ผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เช่น ความชื้น ความร้อน ฝุ่น การกระแทก และผู้บริโภคจะพิจารณาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้จากวัสดุของบรรจุภัณฑ์

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าแตกต่างกัน โดยผู้ขายจะไม่สนใจวัสดุของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมองว่าวัสดุที่ใช้ในแต่ละยี่ห้อเหมือนกัน วัสดุแค่เอาไว้ห่อปกป้องสินค้าใช้เสร็จก็ทิ้ง แต่ผู้หญิงจะสนใจวัสดุที่มีความแข็งแรง ไม่แตก ไม่ร่วนง่าย เนื่องจากผู้หญิงให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารภายใน สารอาหาร และสิ่งที่แมวจะได้กิน

โดยสรุปแล้ว ในภาพรวมของผู้หญิงเลี้ยงแมวทั้ง 30 คน จะให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์มากที่สุด แต่ถ้าพิจารณาลงไปในกลุ่มตัวอย่างย่อยทั้ง 2 กลุ่ม จะพบว่ามียุติปัจจัยประกอบที่ให้ความสำคัญแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวจะให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์มากที่สุด รองลงมาคือข้อมูลผลิตภัณฑ์ และตัวอักษร เนื่องจากกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมว ต้องการจะให้แมวตัวเองได้รับสารอาหารที่เหมาะสมกับวัย จึงต้องพิจารณาจากสัญลักษณ์บอกอายุแมวที่เหมาะสมในการให้อาหาร และสัญลักษณ์ยี่ห้อที่รู้จักและคุ้นเคยก่อน เมื่อได้ยี่ห้อที่ต้องการแล้วต่อมาถึงจะอ่านข้อมูลผลิตภัณฑ์ส่วนอื่น เช่น รสชาติ ส่วนผสม และสุดท้ายก็จะพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ที่ตนสามารถอ่านออกได้ง่าย มีภาษาที่อ่านได้เข้าใจ ถ้าผลิตภัณฑ์ใดมีตัวอักษรที่อ่านไม่ออก ผู้เลี้ยงแมวก็จะไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ ส่วนกลุ่มผู้เลี้ยงแมวโต จะให้ความสำคัญกับข้อมูลผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือสัญลักษณ์และตัวอักษร เนื่องจากแมวโตมีความแข็งแรงมากกว่าลูกแมว เวลาเลือกซื้ออาหารจึงไม่สนใจสัญลักษณ์บอกอายุแมวที่เหมาะสมในการให้อาหาร แต่จะสนใจในชื่อรสชาติมากกว่า เพราะผู้หญิงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพอาหารและสิ่งที่แมวจะได้รับจากการกินอาหาร เมื่อได้รสชาติที่จะให้แมวกินก็จะมาพิจารณาสัญลักษณ์ยี่ห้อต่อ โดยเลือกจากยี่ห้อที่รู้จักและคุ้นเคย และสุดท้ายจะพิจารณาจากตัวอักษรที่อ่านได้ง่ายมีภาษาที่อ่านได้เข้าใจ

เมื่อนำผลสรุปมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริษาดี (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้ขายเลี้ยงแมวให้ความสนใจ พบว่าเพศมีผลต่อการซื้อ โดยผู้ขายกับผู้หญิงจะให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์เป็นอันดับแรก แต่รองลงมา ผู้ขายจะให้ความสำคัญกับ สี และรูปภาพ ในขณะที่ผู้หญิงจะให้ความสำคัญกับ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และตัวอักษร โดยเฉพาะใน 4 องค์ประกอบนี้ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ประกอบด้วย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ขนาด วัสดุ และรูปภาพ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ผู้หญิงและผู้ขายมีความสนใจแตกต่างกัน แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าผู้ขายเวลาเลือกซื้อจะสนใจไปที่ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ราคาถูก ปริมาณต่อราคาคู่มือ ในขณะที่ยุหญิงจะสนใจไปที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์

คุณภาพอาหาร สารอาหาร และสิ่งที่แมวจะได้รับจากการกิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen, Hung, & Peng (2012) ที่กล่าวว่าเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเพศหญิงจะมีความใกล้ชิดกับสัตว์เลี้ยงมากกว่าเพศชาย และจะให้ความสำคัญกับคุณภาพ ข้อมูล และแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือของอาหารสัตว์ ส่วนเพศชายจะให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของตัวผลิตภัณฑ์ ราคาต้องถูก

5.1.3 ความเข้าใจของผู้เลี้ยงแมวที่มีต่อองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

5.1.3.1 ความแตกต่างระหว่าง ปลาทู และ ปลาทูน่า

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า ปลาทูและปลาทูน่า แตกต่างกัน โดยมองว่าปลาทูน่ามาจากทะเล ส่วนปลาทูมองเป็นปลาทูแช่ที่ขายในตลาด เมื่อให้เลือกระหว่าง ปลาทูและปลาทูน่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปลาทูน่า โดยให้เหตุผลว่า ปลาทูเป็นปลาทะเลมีคุณภาพและสารอาหารมากกว่า ปลาทู และบางส่วนคิดว่าอยากให้แมวกินปลาทูน่าเพราะหายากกว่า เพราะปลาทูสามารถซื้อได้ที่ตลาด แต่ในกลุ่มที่เลือกปลาทู ให้เหตุผลว่า ปลาทูเป็นปลาที่แมวกินได้ ค่อนข้าง และปกติให้แมวกินปลาทูสดเป็นอาหาร บางส่วนคิดว่าปลาทูน่ามีการปรุงแต่งรสชาติมากเกินไป แมวเลยไม่กิน

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาในหัวข้อเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างผู้ชายที่เลี้ยงแมว พบว่า ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย เข้าใจว่าปลาทูและปลาทูน่าต่างกัน และมีมุมมองที่มีต่อปลาทูและปลาทูน่าเหมือนกันคือ ปลาทูน่าดูมีคุณภาพกว่าปลาทู

5.1.3.2 ความแตกต่างระหว่างบรรจุภัณฑ์ที่มีเขียนคำว่ารส กับที่ไม่มีเขียนคำว่า รส

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า มีคำว่ารส กับ ไม่มีคำว่ารส ไม่แตกต่างกัน โดยมองคำว่ารสเป็นเพียงข้อความที่ทางผู้ผลิตเลือกที่จะใส่หรือไม่ใส่นั้น ไม่ได้เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิต แต่ในกลุ่มที่คิดว่าต่างกัน ให้เหตุผลว่า คำว่ารสคือการปรุงแต่งรสชาติเพิ่มเข้าไปในอาหารแมว ส่วนไม่มีคำว่ารสคือเนื้อสัตว์ปกติ ไม่ได้ผ่านการปรุงแต่งรสชาติ ซึ่งเมื่อให้เลือกระหว่าง มีคำว่ารส กับ ไม่มีคำว่ารส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเลือกอันไหนก็ได้ เพราะคิดว่าคำว่ารส ไม่ได้เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิต และคิดว่าวัตถุดิบภายในคือเนื้อสัตว์เหมือนกัน จะตัดสินใจซื้อจากองค์ประกอบอื่นมากกว่า แต่มีบางส่วนที่เลือกไม่มีคำว่ารส เพราะคุณ่าเชื่อถือกว่า ถ้ามีคำว่ารสเหมือนกับการปรุงรสไม่ได้ใช้เนื้อจริงๆ ทั้งหมด

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาในหัวข้อเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างผู้ชายที่เลี้ยงแมว พบว่า ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย เข้าใจว่า มีคำว่ารสกับไม่มี

มีคำว่ารส ไม่แตกต่างกัน และมีมุมมองความเข้าใจที่เหมือนกัน คือ ในกลุ่มที่คิดว่าไม่แตกต่าง เพราะคิดว่า อย่างไรก็ต้องมีเนื้อสัตว์จริงเป็นส่วนผสมอยู่ข้างในบรรจุภัณฑ์ ส่วนกลุ่มที่คิดว่าต่าง เพราะคิดว่า ถ้ามีคำว่ารสคือผ่านการปรุงแต่งรสชาติ ปรุงกลิ่น หรือมีเนื้อสัตว์อย่างอื่นผสมและปรุงกลิ่นอื่นเพิ่มเติม

5.1.3.3 ความแตกต่างระหว่างบรรจุภัณฑ์ที่มีเขียนคำ “เฮลตี้” “แอสปิค” และ “แอสปิคเฮลตี้”

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า เฮลตี้ แอสปิค และ แอสปิคเฮลตี้ มีความแตกต่างกัน โดยมองว่า ทั้ง 3 อย่าง เป็นเฮลตี้ต่างชนิดกัน และคุณภาพต่างกัน ส่วนในกลุ่มที่คิดว่าไม่ต่างให้เหตุผลว่า ทั้ง 3 เป็นเพียงสารหล่อลื่น ให้แมวกินได้ง่ายขึ้น และคำว่าแอสปิคเป็นแค่คำที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเท่ ดูหรูหราขึ้นเท่านั้น เมื่อให้เลือกระหว่าง เฮลตี้ แอสปิค และ แอสปิคเฮลตี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเลือกอันไหนก็ได้ รองลงมาคือ เอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในน้ำเกรวี่ กลุ่มที่เลือกอันไหนก็ได้ให้เหตุผลว่า ปกติไม่ได้สังเกตคำว่า เฮลตี้ แอสปิค และ แอสปิคเฮลตี้ แต่จะสนใจชื่อรสชาติ หรือองค์ประกอบอื่นๆ ของบรรจุภัณฑ์มากกว่า

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ วิจักขณ์ พิริยชาติ (2562) ที่ศึกษาในหัวข้อเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างผู้ชายที่เลี้ยงแมว พบว่า ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย เข้าใจว่า เฮลตี้ และแอสปิค แตกต่างกัน และมีมุมมองความเข้าใจที่เหมือนกัน คือ ในกลุ่มที่คิดว่าต่าง เพราะคิดว่ามีผลิตภัณฑ์ที่เขียนไม่เหมือนกันแต่มาจากยี่ห้อเดียวกัน ซึ่งถ้าเฮลตี้ และแอสปิคเหมือนกัน บนบรรจุภัณฑ์ก็ควรจะเขียนด้วยข้อความที่เหมือนกัน ส่วนในกลุ่มที่คิดว่าไม่ต่าง เพราะคิดว่า ลักษณะเป็นเฮลตี้เหมือนกัน และ แอสปิค เป็นแค่ชื่อที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเท่เท่านั้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป ชนิดเปียก

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดความสนใจผู้หญิงเลี้ยงแมว ทั้งผู้เลี้ยงลูกแมว และผู้เลี้ยงแมวโต ผู้วิจัยได้ทำการสรุปสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ ดังนี้

ผู้เลี้ยงลูกแมวให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์มากที่สุด ดังนั้นในกลุ่มเป้าหมายตลาดอาหารเปียกสำหรับลูกแมว ผู้ประกอบการควรต้องมี สัญลักษณ์บอกอายุแมวที่เหมาะสมสำหรับการให้อาหาร รวมไปถึงสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่า เป็นอาหารสำหรับลูกแมว ส่วนสำหรับตลาดอาหารเปียกสำหรับแมวโต ให้นั้นไปที่สัญลักษณ์ยี่ห้อ โดยเน้นการสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้ผู้คนรู้จักและ

คุ้นเคย เพราะผู้เลี้ยงแมวส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากยี่ห้อที่คุ้นเคยหรือรู้จักก่อน และถ้ามีสัญลักษณ์ที่รับรองคุณภาพก็ควรระบุเอาไว้บนหน้าซอง เพราะจะเป็นตัวช่วยตัดสินใจซื้อที่ดีของผู้เลี้ยงแมวเพิ่มเติมในส่วน of สัญลักษณ์บอกอายุแมว ทั้งในกลุ่มผู้เลี้ยงลูกแมวและแมวโต ผู้ประกอบการควรมีระบุไว้อยู่ด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ให้มองเห็นได้ชัดเจน เพราะผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในสัญลักษณ์บอกอายุแมว แต่ไม่ค่อยอ่านด้านหลังบรรจุภัณฑ์

บนบรรจุภัณฑ์ควรมีข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน และถูกต้อง ต้องมีชื่อรสชาติ วันหมดอายุ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมอาหารสัตว์ คำแนะนำการให้อาหารแมว สรรพคุณและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือชื่อรสชาติ ควรใช้ข้อความสื่อสารที่เข้าใจง่าย วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมควรมีระบุว่ามีส่วนผสมต่างๆ สัดส่วนอย่างละเท่าไร สรรพคุณและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ควรมีระบุให้ชัดเจน เช่น ปลอดภัย 100% มีลูทีน มีน้ำมันดอกทานตะวัน เพราะผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในการตัดสินใจและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับแบรนด์อื่น

ตัวอักษรและข้อความควรใช้ภาษาหลักที่กลุ่มเป้าหมายใช้สื่อสารกัน และมีภาษาจากประเทศที่น่าเชื่อถืออยู่บนบรรจุภัณฑ์ด้วย เช่น ภาษาอังกฤษ หรือภาษาญี่ปุ่น ที่สำคัญตัวอักษรที่ใช้ต้องอ่านออกได้ง่าย มองเห็นได้ชัดเจน เขียนกระชับ และเน้นที่จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ควรเน้นการทำให้รูปร่างของ โดยซองควรออกแบบให้ ง่าย ป้อนให้แมวง่าย และควรมีรูปร่างที่พกพาได้ง่าย บริเวณก้นซองควรทำเพิ่มแบบที่ไม่มีก้นซอง สำหรับตั้ง เนื่องจากผู้เลี้ยงแมวมองว่าก้นซองสำหรับตั้งไม่มีประโยชน์และทำให้มีเศษอาหารไปติดตามมุมเข้าถึงได้ยาก ส่วนกระป๋องบริเวณฝาควรออกแบบให้เปิดออกง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ช่วยเปิด

ขนาดของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกผู้เลี้ยงแมวนิยมขนาดเล็กมากที่สุด แต่ผู้ประกอบการก็ควรทำมาหลายขนาด เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ซื้อและเพิ่มโอกาสที่คนจะซื้อผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น และไปเน้นการทำรสชาติใหม่ๆ ในบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก เพราะผู้เลี้ยงแมวปัจจุบันชอบให้แมวตนได้กินหลากหลายรสชาติ เพื่อให้ได้รับสารอาหารที่หลากหลาย รวมไปถึงผู้เลี้ยงแมวที่ยังอยู่ระหว่างการทดลองหารสชาติที่แมวชอบ ก็จะนิยมซื้อขนาดเล็กเป็นหลัก

รูปภาพ ผู้ประกอบการเน้นไปที่รูปอาหารมากกว่ารูปของแมว ให้รูปอาหารมีขนาดใหญ่กว่าและใช้รูปวัตถุดิบสดในการสื่อสาร ส่วนรูปแมวควรเป็นรูปแมวจริงที่เห็นเต็มตัว ไม่ถูกตัดเหลือครึ่งตัวหรือเฉพาะแก่หัว และใช้แมวพันธุ์ที่มีขนยาว ขนสวย ดูนุ่มนวล จะดึงดูดความสนใจได้มากกว่า และไม่ควรรูปแมวการ์ตูน หรือภาพวาดรูปแมว

ข้อมูลโภชนาการ ผู้ประกอบการควรมีข้อมูลโภชนาการระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ และใช้คำเรียกที่เข้าใจง่าย เพราะผู้เลี้ยงแมวส่วนใหญ่อ่านข้อมูลโภชนาการไม่เข้าใจ

สี ผู้ประกอบการควรใช้สีโทนสว่างสดใส ดูสะอาดตา เช่น สีแดง สีฟ้า สีเหลือง เพราะจะทำให้ผู้เลี้ยงแมวสามารถสังเกตเห็นผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และดึงดูดความสนใจ และไม่ควรรใช้สีหลักของแบรนด์ตัวเองให้ใกล้เคียงกับแบรนด์อื่น ควรใช้สีที่แตกต่างเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์

วัสดุที่ใช้ควรต้องมีความแข็งแรงทนทาน เช่น ซองต้องไม่ฉีกขาดหรือร่วนง่าย ส่วนกระป๋องเวลาดก ต้องไม่บุบ หรือแตกง่าย เพื่อช่วยในการเก็บรักษาตัวผลิตภัณฑ์ภายในให้มีอายุยาวนาน ทั้งซองและกระป๋องบริเวณจุดที่เปิดบรรจุภัณฑ์ควรใช้วัสดุที่ผู้ซื้อสามารถเปิดใช้งานได้ง่าย ส่วนของอาหารสำหรับลูกแมวควรมีขลิบล็อคเพื่อให้เก็บได้ง่ายสามารถแบ่งให้แมวกินทีละน้อยไม่ต้องบีบจนหมดซอง

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่ามีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ คือตำแหน่งการจัดวางองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ อาทิเช่น ตำแหน่งการจัดวางรูปแมว รูปอาหาร ตำแหน่งการจัดวางชื่อรสชาติ สัญลักษณ์ยี่ห้อ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องตำแหน่งในการจัดวางองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติม

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

เนื่องจากอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จำกัดเฉพาะในห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่เป็น Modern Trade ในประเทศไทย แต่ปัจจุบันผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น ต่างประเทศ ร้านค้าออนไลน์ ร้านขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ดังนั้นตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้ไม่ได้ครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายผ่านช่องทางอื่น ที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้า ในประเทศไทย

ในงานวิจัยนี้ผู้เลี้ยงแมวที่ให้แมวบริโภคอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกส่วนใหญ่เมื่อให้อาหารแมวเสร็จแล้วจะทิ้งบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นในขั้นตอนการทำ Data Triangulation ที่ให้ผู้เลี้ยงแมวส่งรูปอาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ให้แมวบริโภคกับผู้วิจัย จึงไม่สามารถรวบรวมรูปภาพจากผู้เลี้ยงแมวได้ทั้งหมด

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการวอยซ์ออนไลน์. (2561). ไทยติดอันดับ 8 ประเทศที่มีผู้เลี้ยงแมวมากสุดในโลก. ค้นจาก <https://voicetv.co.th/read/rkiWMzdHX>
- กึ่งกาญจน์ ย่าหลิ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จันทร์วารรณ บำเรอรัญ และสุธี พลพงษ์. (2559). การวิเคราะห์การออกแบบและสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ ของขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 15(18), 158-167.
- ศิริรัตน์ อรอมรัตน์. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูประดับพรีเมียม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูวดล โกมลรัตนเสถียร. (2561). ธุรกิจสัตว์เลี้ยงบูม ตามเทรนด์สูงอายุ. ค้นจาก <https://www.posttoday.com/market/news/540479>
- อัมพิกา จงเจริญสุข, & ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป. วารสารบัณฑิตศึกษา, 14(65), 163-172.
- HONG THAI. (2561). บทบาทของบรรจุภัณฑ์ กับการทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย. ค้นจาก <https://www.hongthai.co.th/th/บทบาทของบรรจุภัณฑ์-กับ/>
- KVJ. (2556). Checklist ของบรรจุภัณฑ์ที่ดี. ค้นจาก <http://www.thaibottle.com/checklist-ของบรรจุภัณฑ์ที่ดี/>
- Yuukiji. (2019, January 7). 10 ยี่ห้ออาหารแมวที่ดีที่สุดในปี 2019. ค้นจาก <https://topbestbrand.com/อาหารแมว/>
- Adam, M. A., & Ali, K. (2014a). Impact of Verbal Elements of Packaging of Packaged Milk on Consumer Buying Behaviour. *International Journal of Business and Social Science*, 5(5).
- Adam, M. A., & Ali, K. (2014b). Impact of Visual Elements of Packaging of Packaged Milk on Consumer Buying Behavior. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(11).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Agariya, A. K., Johari, A., Sharma, H. K., Chandraul, U. N. S., & Singh, D. (2012). The Role of Packaging in Brand Communication. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 3(2).
- Catster HQ. (2019). *The Wet Cat Food Vs. Dry Cat Food Debate*. Retrieved from <https://www.catster.com/cat-food/wet-cat-food-vs-dry-cat-food>
- Chen, A., Hung, K., & Peng, N. (2012). A cluster analysis examination of pet owner's consumption values and behavior-Segmenting owners strategically. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 20(2), 117-132.
- Deliya, M. M., & Parmar, B. (2012). Role of Packaging on Consumer Buying Behavior-Patan District. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(10).
- Euromonitor International. (2018a). *Cat Food in Thailand*.
- Euromonitor International. (2018b). *Pet Care in Thailand*.
- Ford, A., Moodie, C., & Hastings, G. (2012). The role of packaging for consumer products: Understanding the move towards 'plain' tobacco packaging. *Addiction Research and Theory*, 20(4), 339-347. <https://doi.org/10.3109/16066359.2011.632700>
- Imiru, G. A. (2017). The Effect of Packaging Attributes on Consumer Buying Decision Behavior in Major Commercial Cities in Ethiopia. *Canadian Center of Science and Education*, 9(6), 12.
- Keizer, J. (2016). The visual influence of transparent product packages. *Faculty of Behavioral Management and Social Sciences*.
- Khan, S. K., Rehman, F., Sultan, F., & Rashid, K. (2016). Impact of Labeling and Packaging on Consumer Buying Behavior. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 19.
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. H. (2018). The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention-An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Libal, A. (2012). *Age, Maturity & Growth in Cats*. Retrieved from <https://pets.thenest.com/age-maturity-growth-cats-7699.html>
- Lindh, H., Williams, H., Olsson, A., & Wikström, F. (2016). Elucidating the Indirect Contributions of Packaging to Sustainable Development: A Terminology of Packaging Functions and Features. *Packaging Technology and Science*, 225-246.
- Malkewitz, K. (2006). Packaging Design as Resource for the Construction of Brand Identity. *3rd International Wine Business Research Conference*, 6-7.
- Mohebbi, B. (2014). The art of packaging: An investigation into the role of color in packaging, marketing, and branding. *International Journal of Organizational Leadership*, 3(2), 92-102. <https://doi.org/10.33844/ijol.2014.60248>
- Paretts, S. (2012). *When Are Cats Not Considered Kittens Anymore?* Retrieved from <https://pets.thenest.com/cats-not-considered-kittens-anymore-7668.html>
- Ranjbarian, B., Mahmoodi, S., & Shahin, A. (2010). Packaging elements and consumer buying decisions. *International Journal of Business Innovation and Research*, 4(4), 376-390. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2010.033353>
- Santos, M. I. F. P. A. dos. (2018). *The impact of visual elements of package on consumers purchase intent and the mediating role of perceived risk an analysis on food packaged products*. CATÓLICA-LISBON School of Business & Economics.
- Singh, S. (2006). Current research development: Impact of color on marketing. *Management Decision*, 44(6), 783-789. <https://doi.org/10.1108/00251740610673332>
- Sultan, M. F. (2016). Effect of Packaging Elements on Consumer Buying Behavior: Comparative Study of Cadbury Dairy Milk and Cadbury Perk. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(4), 243-250.
- Truong, Q. (2019). Food packaging process material's effect on environment and their control measures. *Metropolia University of Applied Sciences*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- 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), 62-76.
- Vieira, K. C., Alcantara, V. íde C., Prado, J. W. do, Pinto, C. L., & Rezende, D. C. de. (2015). How Does Packaging Influence Consumer Behavior? A Multidisciplinary Bibliometric Study. *International Business Research*, 8(5). <https://doi.org/10.5539/ibr.v8n5p66>
- Wells, L. E., Farley, H., & Armstrong, G. A. (2007). The importance of packaging design for own-label food brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 677-690. <https://doi.org/10.1108/09590550710773237>
- Wills, J. M., & Schmidt, D. B. (2009). Exploring global consumer attitudes toward nutrition information on food labels. *Nutrition Reviews*, 67(1), S102-S106.







แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้
ความสนใจในการเลือกซื้อ

คำชี้แจงในการตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์นี้ใช้ประกอบการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขา
การจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของ
บรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ ในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จะรักษาไว้เป็นความลับและไม่
มีการเผยแพร่จะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้
ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลี้ยงแมว

ส่วนที่ 3 การจัดกลุ่มและทัศนคติที่มีต่ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก

ส่วนที่ 4 ศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้หญิงเลี้ยงแมวให้
ความสนใจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ปี
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ แต่งงานแล้ว ☐ อื่น ๆ
4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่า ม.ปลาย	☐ ม.ปลาย/ปวช./ปวส.	☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท	☐ ปริญญาเอก	
5. อาชีพ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน	☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	☐ ข้าราชการ
☐ อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)	
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 15,000 บาท	☐ 15,001-20,000 บาท
☐ 20,001-25,000 บาท	☐ 25,001-30,000 บาท
☐ 30,001-35,000 บาท	☐ 35,001-40,000 บาท
☐ 40,001-45,000 บาท	☐ มากกว่า 45,000 บาท
7. ที่อยู่ปัจจุบัน

☐ กรุงเทพฯ	☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
-----------------------------------	--
8. ปัจจุบันท่านเลี้ยงแมวอยู่ที่ตัว
9. แมวที่ท่านเลี้ยงอายุกี่ปี
10. แมวที่ท่านเลี้ยงมีสายพันธุ์อะไรบ้าง
11. ท่านเลี้ยงแมวมาแล้วกี่ปี
12. เพศของแมวที่เลี้ยง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลี้ยงแมว

1. ท่านเลี้ยงแมวเพราะเหตุใด
2. แมวที่เลี้ยงมีความหมายอย่างไรต่อท่าน โปรดเลือกข้อที่สอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว
☐ เป็นสัตว์เลี้ยงใช้งาน เช่น ฝ้าบ้าน จับหนู ☐ เป็นเพื่อน ☐ เป็นสมาชิกของครอบครัว
☐ เป็นเหมือนลูก ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. แมวของท่านทำหมันหรือเปล่า
4. โปรดให้คะแนน (1 - 10) เพื่อแสดงระดับความผูกพันของท่านที่มีต่อสัตว์เลี้ยง
5. ท่านให้แมวรับวัคซีนที่จำเป็นสำหรับแมวครบหรือเปล่า
6. ท่านให้แมวถ่ายพยาธิบ้างหรือไม่ บ่อยแค่ไหน และถ้าไม่เพราะเหตุใด
7. นอกจากอาหารแล้ว ท่านยังให้ขนมชนิดอื่นอีกหรือเปล่า
8. ลักษณะการเลี้ยงแมวของท่านเป็นแบบใด ระบบเปิดหรือระบบปิด เพราะเหตุใด
9. วิธีการให้อาหารแมวที่ท่านให้ในแต่ละวัน ท่านกำหนดอย่างไร เพราะอะไร

ส่วนที่ 3 การจัดกลุ่มและทัศนคติที่มีต่ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก

1. ปกติท่านเป็นคนซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปแบบเปียกเองหรือไม่ แล้วท่านเลือกผลิตภัณฑ์ขึ้นไหน เพราะเหตุใด
2. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ขึ้นเดิมเป็นประจำหรือไม่ ซื้อมานานแค่ไหน เพราะเหตุใด
3. ท่านเคยซื้อเปลี่ยนไปซื้อผลิตภัณฑ์ขึ้นอื่นหรือไม่ เพราะเหตุใดถึงเปลี่ยน

จะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทำการเลือกจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเป็นหมวดหมู่

4. ท่านจัดกลุ่มอย่างไร เพราะเหตุใดถึงจัดแบบนี้
5. ท่านชอบผลิตภัณฑ์ขึ้นไหนมากที่สุด เพราะเหตุใด
6. ท่านอยากซื้อผลิตภัณฑ์ขึ้นไหนมากที่สุด เพราะเหตุใด
7. การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก สำหรับท่านคำนึงเรื่องใดมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียกที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจ

1. ท่านสังเกตหรือให้ความสนใจอะไรบนบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเปียก
2. ท่านสนใจอ่านข้อความส่วนใดบ้างบนบรรจุภัณฑ์

3. ภาษาที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระหว่าง ปลาทูน่า (Tuna) และ ปลาทูน่า (Mackerel) ท่านคิดว่าแตกต่างกันหรือไม่ เพราะเหตุใด และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านหรือไม่
5. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระหว่าง รสปลาทู กับ ปลาทู ท่านคิดว่าการมีคำว่า รส กับ ไม่มีแตกต่างกันหรือไม่ เพราะเหตุใด และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านหรือไม่
6. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ (เฮลตี้, แอสปิค, แอสปิคเฮลตี้) ท่านคิดว่าแตกต่างกันหรือไม่ เพราะเหตุใด และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านหรือไม่
7. ระหว่างซอง กระป๋อง และ ถ้วย ท่านเลือกซื้อแบบไหน เพราะเหตุใด
8. สีบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านสนใจสีอะไรบนบรรจุภัณฑ์บ้าง เพราะเหตุใด
9. ท่านคิดว่าสีบนบรรจุภัณฑ์มีความหมายที่ต้องการจะสื่อหรือไม่ อย่างไร
10. รูปภาพบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านสนใจรูปอะไรบนบรรจุภัณฑ์ เพราะเหตุใด
11. ท่านคิดว่ารูปอาหารบนบรรจุภัณฑ์มีความหมายที่ต้องการจะสื่อหรือไม่ อย่างไร
12. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านจะซื้อบรรจุภัณฑ์ขนาดเท่าไร เพราะเหตุใด
13. วัสดุของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านจะซื้อวัสดุแบบใด เพราะเหตุใด
14. สัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านสนใจสัญลักษณ์ใดบ้าง เพราะเหตุใด
15. สัญลักษณ์ไหนที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด เพราะเหตุใด
16. ข้อมูลผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านสนใจข้อมูลผลิตภัณฑ์ส่วนไหนบ้าง เพราะเหตุใด
17. ข้อมูลโภชนาการมีผลต่อการซื้อของท่านหรือไม่ ท่านดูข้อมูลโภชนาการส่วนไหน เพราะเหตุใด
18. ท่านให้ความสนใจกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ส่วนใดมากที่สุด เพราะเหตุใด
19. ให้นิยามเรียงลำดับความสนใจในองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 9 อย่าง ดังต่อไปนี้ (ตัวอักษร, สี, รูปร่าง, รูปภาพ, ขนาด, วัสดุ, สัญลักษณ์, ข้อมูลผลิตภัณฑ์, ข้อมูลโภชนาการ)

***** ขอขอบคุณที่สละเวลาในการทำแบบสัมภาษณ์ *****

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นิตชัย หอนรงค์ศิริ



ภาคผนวก ข.

เอกสารอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
(IRB)



IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB)

Established 1985

COA. No. 2019/08-339

Certificate of Ethical Approval

Title of Project: *A Study of Packaging Elements that Affect Pet Owners Purchasing Decision of Prepared Pet Food*

Duration of Project: *5 months (September 2019 - January 2020)*

Principal Investigator (PI): *Assistant Professor Dr. Phallapa Petison*

PI's Institutional Affiliation: *College of Management, Mahidol University*

Approval includes:

- 1) *Submission form*
- 2) *Research proposal*
- 3) *Interview guideline*
- 4) *Participant information sheet*
- 5) *Informed consent document*

IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB) met on 29th August 2019 and decided to issue the COA to the above project.



Signature

(Professor Emeritus Pramote Prasartikul)
Chairman, IPSR-IRB

Valid from August 29, 2019 to August 28, 2020

Remarks

- 1) Upon the completion of this project, the PI should inform the IPSR-IRB of such progress.
- 2) The PI is obliged to notify any modification of the research project to the IPSR-IRB.
- 3) For verifying this document, please use QR code above.

IORG Number: IORG0002101; FWA Number: FWA00002882; IRB Number: IRB0001007

Office of the IPSR-IRB, Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Phuttamonthon 4 Rd., Salaya,
Phuttamonthon district, Nakhon Pathom 73170. Tel (662) 441-0201-4 ext 223