

การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวพึง
ให้ความสนใจในการเลือกซื้อ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวเพศหญิงให้
ความสนใจในการเลือกซื้อ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

5 พฤศจิกายน 2562



นายคณพล ตุงค์ธนากุล
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.อติสรာ ชรินทร์สาร,

D.B.A.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อากาศศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญารักษ์ ปันจัยสิทธิ์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์หัวข้อ "การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวเพศหญิง ให้ความสนใจในการเลือกซื้อ" จะสำเร็จลุล่วงมิได้ หากผู้วิจัยได้รับความเมตตา กรุณา และอนุเคราะห์ จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ผู้วิจัยจึงขอใช้พื้นที่กิตติกรรมประกาศนี้ในการกล่าวขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธา ปิติสันต์ ซึ่งสละเวลาอันมีค่า เพื่อเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ให้ความรู้ คำแนะนำ และให้คำปรึกษา ตลอดจนช่วยชี้แนะแนวทางการแก้ไขให้การศึกษาวิจัยอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วง ขอขอบพระคุณประธานกรรมการและคณะกรรมการสอบ ซึ่งให้คำแนะนำแนวทางในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยัลยการจััดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ให้ความรู้ ซึ่งได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ และขอบพระคุณคณะเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานสาขาการตลาด ประจำวิทยัลยการจััดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งคอยอำนวยความสะดวกให้การศึกษาวิจัยสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้เสียสละเวลาให้ข้อมูลซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวิเคราะห์ผลการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา และสมาชิกในครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุน และให้กำลังใจการศึกษาวิจัยอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนขอบคุณเพื่อนๆทุกคน ซึ่งคอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยตลอดตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยอิสระในครั้งนี้จะสามารถเป็นแหล่งอ้างอิงที่มีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและนักการตลาด ตลอดจนนักวิจัยท่านอื่นๆ สนใจนำการศึกษาวิจัยอิสระนี้ไปต่อยอดได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

กณพล ตูรงค์ธนากุล

การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวเพศหญิงให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

PACKAGING ELEMENTS THAT EFFECT FEMALE PURCHASING DECISION OF CAT FOOD

คณพล ตุงศ์ธนากุล 6150039

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., รองศาสตราจารย์ ดร.อดิสรา ชรินทร์สาร, D.B.A., รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาภัคส์ ปันจยีสี่, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจสัตว์เลี้ยงที่มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจอาหารสัตว์ ซึ่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น บรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ช่วยในการสื่อสารข้อมูลจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคได้ อีกทั้งตลาดบรรจุภัณฑ์เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มเติบโต

การวิจัยนี้จึงได้ศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสนใจในการเลือกซื้อ และศึกษาความเข้าใจของผู้เลี้ยงสัตว์ที่ซื้ออาหารสัตว์ว่ามีความเข้าใจและความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคได้

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์/ อาหารแมว/ เพศหญิง

69 หน้า

สารบัญ

| | หน้า |
|--|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทคัดย่อ | ค |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญรูปภาพ | ณ |
| บทที่ 1 | 1 |
| บทนำ | |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญ | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 2 |
| 1.3 คำถามวิจัย | 2 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 2 |
| 1.5 ขอบเขตการวิจัย | 2 |
| 1.6 นิยามศัพท์ | 3 |
| บทที่ 2 | 4 |
| ทบทวนวรรณกรรม | |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ | 4 |
| 2.1.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ | 4 |
| 2.1.2 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ | 5 |
| 2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาชนะบรรจุและฉลากอาหารสัตว์ | 9 |
| 2.2.1 การกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุ | 9 |
| 2.2.2 ภาชนะบรรจุอาหารสัตว์ ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังนี้ | 10 |
| 2.2.3 หลักเกณฑ์การแสดงฉลากและข้อความในฉลาก | 10 |
| 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| บทที่ 3 | 12 |
| ระเบียบวิธีวิจัย | |
| 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย | 12 |
| 3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย | 12 |
| 3.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย | 13 |
| 3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ | 19 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|----------------|---|
| | 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล |
| | 19 |
| | 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล |
| | 20 |
| บทที่ 4 | ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล |
| | 21 |
| | 4.1 ข้อมูลความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลของแมว |
| | 22 |
| | 4.2 สิ่งที่กำลังถึงในการเลือกซื้ออาหารสัตว์ของกลุ่มตัวอย่าง |
| | 25 |
| | 4.2.1 สิ่งที่กำลังถึงในการเลือกซื้ออาหารสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป |
| | 25 |
| | 4.2.2 สิ่งที่กำลังถึงในการเลือกซื้ออาหารสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี |
| | 28 |
| | 4.3 มุมมองในการแบ่งประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยง |
| | 31 |
| | 4.3.1 มุมมองในการแบ่งประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป |
| | 31 |
| | 4.3.2 มุมมองในการแบ่งประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี |
| | 35 |
| | 4.4 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 39 |
| | 4.5 การให้ความสำคัญกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ |
| | 50 |
| บทที่ 5 | สรุปผลการศึกษา |
| | 53 |
| | 5.1 สรุปผลวิจัย |
| | 53 |
| | 5.1.1 องค์ประกอบด้านตัวอักษรที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 53 |
| | 5.1.2 องค์ประกอบด้านรูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 54 |
| | 5.1.3 องค์ประกอบด้านขนาดที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 54 |
| | 5.1.4 องค์ประกอบด้านสัญลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 54 |
| | 5.1.5 องค์ประกอบด้านสีที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 55 |
| | 5.1.6 องค์ประกอบด้านรูปร่างที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 55 |
| | 5.1.7 องค์ประกอบด้านอื่นๆที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ |
| | 55 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|-----------|
| 5.2 ข้อเสนอแนะ | 57 |
| 5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง | 57 |
| 5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป | 57 |
| 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย | 59 |
| บรรณานุกรม | 60 |
| ภาคผนวก | 62 |
| ภาคผนวก ก | 63 |
| ภาคผนวก ข | 66 |
| ประวัติผู้วิจัย | 69 |



สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 4.1.1 ข้อมูลความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลของแมว | 21 |
| 4.2.1 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ | 24 |
| 4.2.2 สิ่งที่น่าสนใจในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป | 25 |
| 4.2.3 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ | 27 |
| 4.2.4 สิ่งที่น่าสนใจในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี | 28 |
| 4.3.1 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับการแบ่งกลุ่มของสินค้า | 30 |
| 4.3.2 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีเกี่ยวกับการแบ่งกลุ่มของสินค้า | 34 |
| 4.4.1 ข้อมูลการลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 38 |
| 4.5.1 การให้ความสำคัญกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป | 49 |
| 4.5.2 ความเข้าใจในฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี | 50 |
| 4.5.3 เปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อข้อมูลโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม | 51 |
| 5.1.1 สรุปข้อมูลเปรียบเทียบการให้ลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์ | 52 |
| 5.1.2 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกับระดับความผูกพัน | 53 |

สารบัญรูปลภาพ

| รูปภาพ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 การเคลื่อนไหวของสายตาในการอ่านบรรจุกัณฑ์และตำแหน่งที่เหมาะสมในการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ | 8 |
| 3.1 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี | 13 |
| 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี | 14 |
| 4.3.1 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้า ตามแบรนด์ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5,6,9 | 31 |
| 4.3.2 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้า ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 1 | 32 |
| 4.3.3 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้า ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5 | 33 |
| 4.3.4 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้าตามแบรนด์ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18 และ 21 | 35 |
| 4.3.5 แสดงรูปแบบการแสดงผลองค์ประกอบด้านตัวอักษรที่บอกข้อมูลคุณค่าทางอาหาร | 35 |
| 4.3.6 แสดงรูปแบบการแสดงผลองค์ประกอบด้านตัวอักษรที่เป็นตัวอักษรรูปนูน | 36 |
| 4.3.7 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้าตามรูปร่างของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 28 | 37 |
| 4.3.8 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้าของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 29 | 37 |
| 4.4.1 สรุปจำนวนคนของการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 40 |
| 4.4.2 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ด้านตัวอักษรที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 41 |
| 4.4.3 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ด้านตัวอักษรที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 41 |
| 4.4.4 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ด้านรูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 42 |
| 4.4.5 แสดงองค์ประกอบด้านรูปภาพบนตัวอักษรที่มีความคล้ายกับแมวของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18 | 43 |
| 4.4.6 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ด้านขนาดที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 43 |
| 4.4.7 แสดงองค์ประกอบด้านสัญลักษณ์บนบรรจุกัณฑ์ | 45 |

สารบัญรูปรภาพ (ต่อ)

| รูปรภาพ | หน้า |
|--|------|
| 4.4.8 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสัญลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 45 |
| 4.4.9 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสัญลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ | 46 |
| 4.4.10 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสีที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 | 46 |
| 4.4.11 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสีที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 | 47 |
| 4.4.12 แสดงองค์ประกอบด้านวัสดุบนบรรจุภัณฑ์ที่มีชิปล็อค | 48 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

จากบทวิเคราะห์ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีการระบุว่า การขยายตัวของกลุ่มผู้สูงอายุ ลักษณะครอบครัวเดี่ยวและผู้อาศัยคนเดียวที่เพิ่มขึ้น ทำให้การเลี้ยงสัตว์เป็นที่นิยมมากขึ้น และสัตว์เลี้ยงจะถูกให้ความสำคัญมากขึ้นเปรียบเสมือนหนึ่งในสมาชิกครอบครัว ประกอบกับธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า รายได้ของธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2560 มีรายได้รวม 40.14 ล้านบาท เติบโตคิดเป็น 35.37% ซึ่งเติบโตทั้งจำนวนผู้ประกอบการที่เข้ามาจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และเติบโตจากรายได้ของผู้ประกอบการรายใหญ่ จากการเติบโตดังกล่าวสะท้อนถึงการขยายตัวของธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวโน้มในการเลี้ยงสัตว์และดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้รายได้ของธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงขึ้นตลอดช่วงปี 2558-2560 โดยเพิ่มขึ้น 8.12% ในปี 2558 เพิ่มขึ้น 19.01% ในปี 2559 และเพิ่มขึ้น 35.35% ในปี 2560 ซึ่งเมื่อมาดูในกลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์ รายได้และกำไรของธุรกิจกลุ่มนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตถึง 51% เมื่อเทียบกับปี 2556 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) และจากฐานข้อมูลเพื่อการขึ้นทะเบียนสุนัข-แมว ซึ่งสำรวจโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพบว่า จำนวนแมวที่มีเจ้าของในประเทศไทยมีจำนวนมากถึง 691,640 ตัว (กรมปศุสัตว์, 2562)

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจอาหารแมวในประเทศไทยนับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจเนื่องจากแมวเป็นสัตว์เลี้ยงที่มีผู้เลี้ยงเป็นจำนวนมาก ประกอบกับกลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงตลอดช่วงปี 2558-2560 ซึ่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น บรรรจภัณฑ์มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบรรรจภัณฑ์ช่วยในการสื่อสารข้อมูลและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้อได้ (Butkeviciene, Stravinskiene & Rutelione, 2008) และจากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2561) แสดงข้อมูลว่า ประเทศไทยมีความต้องการบรรรจภัณฑ์ในปี 2561 อยู่ที่ประมาณ 4.63 ล้านตัน เติบโตประมาณร้อยละ 2.9 ในปี 2560 ที่ผ่านมา ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ว่าตลาดบรรรจภัณฑ์เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มเติบโต ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาองค์ประกอบของบรรรจภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแมว ซึ่ง

ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตอาหารแมว ซึ่งจะทำให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบ
โจทย์และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแมวได้

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ผู้เลี้ยงแมวให้มีความสำคัญในการเลือกซื้อ
ผลิตภัณฑ์อาหารแมว

1.3 คำถามวิจัย

ผู้เลี้ยงแมวให้มีความสำคัญกับองค์ประกอบใดของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารแมว
และให้มีความสำคัญอย่างไร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้มีความสำคัญในการเลือกซื้อ
ผลิตภัณฑ์อาหารแมว
2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกลยุทธ์
ด้านบรรจุภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้ซื้อและสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้

1.5 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาผู้เลี้ยงแมวซึ่งมีถิ่นอาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
โดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงแมวให้มีความสำคัญในการเลือกซื้อ
ผลิตภัณฑ์อาหารแมว โดยศึกษาเฉพาะบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (Primary Packaging) และบรรจุภัณฑ์
ทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เท่านั้น เนื่องจากเป็นส่วนที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ
สินค้า ณ จุดขาย

1.6 นิยามศัพท์

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือการนำเอาวัสดุเช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ มาประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยให้มีความแข็งแรง สวยงามได้ สดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า (ประชิด ทิณบุตร, 2531) ในที่นี้จะทำการศึกษาบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องสัมผัสโดยตรงเมื่อบริโภค เป็นชั้นที่สัมผัสผลิตภัณฑ์สินค้าและหมดประโยชน์เมื่อสินค้าถูกบริโภคจนหมด และศึกษาบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวมบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเข้าด้วยกัน เพื่อทำให้ป้องกันสินค้าได้ หรือช่วยให้สามารถจำหน่ายตัวสินค้าได้มากขึ้น (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2548)

ผลิตภัณฑ์อาหารแมว ในงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเฉพาะบรรจุภัณฑ์ของอาหารแมวสำเร็จรูปที่เป็นอาหารรูปแบบเม็ด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแมวในรูปแบบสำเร็จรูปที่มีความชื้นประมาณ 6-10% โดยวัตถุดิบหลักจะประกอบไปด้วย ธัญพืช เนื้อสัตว์ต่างๆ และวิตามินเสริม ที่นำมาบดละเอียดแล้วผสมกัน จากนั้นทำให้สุกและเข้ากระบวนการอบแห้งเพื่อลดความชื้น แล้วนำมาเติมสารปรุงแต่งเพิ่มเติมเพื่อให้ได้คุณค่าทางอาหารตามต้องการ (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย ,2541)

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ในส่วนนี้จะว่าด้วยเรื่องของบรรจุภัณฑ์ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ โดยที่จะเริ่มจากความหมายของบรรจุภัณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้หลายแนวทาง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำหน้าที่ห่อหุ้ม รักษา และปกป้องผลิตภัณฑ์ เพื่อคงสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ได้มากที่สุด (ประชิด ทิณบุตร, 2531; คารณี พานทอง, 2524) อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังเป็นช่องทางการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ การสื่อสารจุดเด่นของสินค้า คุณค่าของตราสินค้า และบุคลิกภาพของตราสินค้าไปยังผู้บริโภคได้อีกด้วย (Keller,1998;Danton,1990)

2.1.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ก. บรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งประเภทได้ตามการออกแบบได้ดังนี้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541; Kotler,2003)

1) บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Individual package หรือ Primary package) เป็นส่วนที่ผู้บริโภคสัมผัสโดยตรงเมื่อบริโภค ซึ่งเป็นชั้นที่สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ จะหมดประโยชน์ก็ต่อเมื่อสินค้าถูกบริโภคจนหมดแล้ว ทำหน้าที่ปกป้องสินค้าโดยตรง จะบรรจุผลิตภัณฑ์ไว้หน่วยเดียวเท่านั้น การออกแบบจะเน้นไปที่ความสะดวกในการใช้งาน ตัวอย่างเช่น ซองบรรจุขนม กระจ่างน้ำอัดลม เป็นต้น

2) บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Inner package หรือ Secondary package) เป็นส่วนที่รวมบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเข้าด้วยกัน เพื่อป้องกันตัวสินค้าจากความชื้น แสง หรือแรงกระทบกระเทือน ทั้งยังช่วยให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น เช่นการรวมเป็นแพ็ค หรืออาจจะช่วยในด้านการขนส่ง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มักจะถูกแสดง ณ จุดขายสินค้า ดังนั้น จะมีการเน้นการออกแบบให้สวยงามเพื่อภาพลักษณ์ของสินค้า ตัวอย่างเช่น แผ่นฟิล์มรัดกระป๋องแพ็ค 6 กระป๋อง เป็นต้น

3) บรรจุภัณฑ์ตติยภูมิ หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สาม (Outer Package หรือ Shipping package) เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกที่ป้องกัน ดูแลผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง ตัวอย่างเช่น ลังไม้ หีบ กล่องกระดาษลัง เป็นต้น

ข. บรรจุกัณฑ์สามารถแบ่งประเภทได้ตามวัสดุที่ใช้ในการผลิตได้ดังนี้ (ประชิด ทิณบุตร, 2532)

- 1) บรรจุกัณฑ์ทำจากเยื่อไม้และไม้
- 2) บรรจุกัณฑ์ทำจากโลหะ
- 3) บรรจุกัณฑ์ทำจากแก้ว
- 4) บรรจุกัณฑ์ทำจากพลาสติก
 - 4.1) พลาสติกทรงรูป
 - 4.2) พลาสติกอ่อนนุ่ม

2.1.2 องค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์

Kuvykaite, Dovaliene & Navickiene (2009) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของบรรจุกัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเมือง Kedainiai โดยใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนมและผงซักฟอกในการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า บรรจุกัณฑ์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ สี กราฟิก ขนาด และรูปร่าง ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคถึงข้อมูลของสินค้า ผู้ผลิตสินค้า ประเทศแหล่งกำเนิดของสินค้าและตราสินค้า ซึ่งองค์ประกอบต่างๆนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในแง่ของระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ระยะเวลาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และบุคลิกส่วนตัวของผู้บริโภค

บรรจุกัณฑ์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆที่มีความสอดคล้องกัน บรรจุกัณฑ์จะสามารถช่วยสื่อสารการตลาด ดึงดูดสายตา และเป็นสิ่งที่บ่งบอกบุคลิกภาพของตราสินค้าได้ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ประกอบไปด้วย สี รูปทรง และการออกแบบกราฟิก (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2539)

1) รูปภาพ

คือองค์ประกอบด้านกายภาพของการออกแบบกราฟิกประกอบด้วยภาพถ่าย (Photographs) และภาพประกอบ (Illustration) ซึ่งภาพถ่ายจะสามารถสื่อความหมายได้จากภาพ กล่าวคือ ความคมชัดหรือแสงของแต่ละภาพที่แตกต่างกันก็จะให้ความหมายของภาพที่แตกต่างกันไป ในการใช้ภาพถ่ายสำหรับบรรจุกัณฑ์มักใช้กับสินค้าประเภทอาหารและแฟชั่น เนื่องจากการสื่อความหมายที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายขึ้นและเห็นภาพได้อย่างชัดเจน ส่วนภาพประกอบ คือภาพที่ปรากฏบนบรรจุกัณฑ์ที่ไม่ใช่ภาพถ่าย อาจเป็นภาพวาดเสมือนจริง หรือภาพกราฟิก (Meyers & Lubliner, 1998) ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดบนบรรจุกัณฑ์ เนื่องจากภาพสามารถสื่อความหมายต่างๆ ให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถสร้างมโนภาพให้กับผู้บริโภคได้รู้สึกได้อีกด้วย (Behaeghel, 1991)

2) สิ

คือปรากฏการณ์ตามธรรมชาติที่สามารถสร้างความสนใจให้กับมนุษย์ได้ ซึ่งสิทธิมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความรู้ ความพอใจ อารมณ์ ประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยบทบาทของสินค้านั้นมีประโยชน์ต่อการขายสินค้า คือ ช่วยดึงดูดความสนใจ ช่วยในเรื่องการจดจำสินค้า ช่วยให้อ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอ่านง่ายขึ้น ช่วยสื่อถึงสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ ช่วยกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก ช่วยสื่อถึงประโยชน์ของสินค้าหรือเอกลักษณ์ของสินค้า ช่วยให้อ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน หรือช่วยทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ เป็นต้น (Favre,1969)

สิทธิเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญสำหรับการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ จึงมักมีการนำเอาสิทธิบัตรที่ทดแทนตราสินค้า หรือผู้ผลิต เพื่อช่วยในแง่ของการจดจำได้ดีขึ้น โดยตัวอย่างของการใช้สิทธิ เช่น การใช้สิทธิแบ่งแยกประเภทสินค้า การใช้สิทธิเกี่ยวข้องกับอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ,สิทธิชาวหรือสื่ออื่นใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารที่มีแคลอรีต่ำหรือมีปริมาณน้ำตาลต่ำ เป็นต้น (ปุ่น คงเจริญเกียรติ,2547) สิทธิยังสามารถสื่อถึงความหมายของสินค้าได้ กล่าวคือ สิทธิแดงจะสื่อถึงความหวาน ,สิทธิเขียวสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ, สิทธิทองสื่อถึงความแพงสำหรับสินค้าคุณภาพสูง และสิทธีส้มหมายถึงความทันสมัย ซึ่งในการออกแบบสิทธิบนบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัย ดังนี้(Favre,1969)

- สิทธิเป็นที่ยอมรับหรือเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่
- สิทธิที่ใช้มีความแตกต่างหรือดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆในตลาดหรือไม่
- สิทธิที่ใช้สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์และจุดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์หรือไม่
- สิทธิที่ใช้มีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์หรือไม่
- สิทธิที่ใช้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของผู้บริโภคหรือไม่ เช่น

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร หากใช้สิทธิที่สดเกิน ไปทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจในตัวสินค้า เนื่องจากคิดว่ามีการใส่สารลงไปผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

- การใช้สิทธิจะต้องมีขอบเขตที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัท ซึ่งอยู่ภายใต้สิ่งที่ผู้บริโภคยอมรับได้

- สิทธิที่ใช้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการหีบห่อหรือไม่
- บรรจุภัณฑ์ที่มีสิทธิโทนสว่างและ โทนมืดตัดกันทำให้ยากต่อการจดจำ
- สิทธิใช้บนบรรจุภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
- ปัจจัยอื่นๆที่ต้องคำนึงถึง เช่น การใช้สิทธิตรงข้าม การใช้สิทธิและรูปทรงที่

แปลกใหม่ การใช้สิทธิที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และการใช้สิทธิสะท้อนแสง

3) ตัวอักษร

เป็นการสื่อความหมายในรูปแบบของข้อความ โดยมักจะใช้ตัวอักษรแสดงข้อความสั้นๆ บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจในระยะเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งจะแสดงชื่อสินค้า ตราสินค้า และข้อมูลต่างๆ ของสินค้าที่ไม่สามารถสื่อได้ในรูปแบบของคั้ประกอบศิลป์อื่นๆ อาจมีการประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นมาใหม่ เพื่อแสดงเอกลักษณ์และบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ได้ (ชัยรัตน์ อัสวาทูร, 2548) โดยคำบรรยายต่างๆ ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความกะทัดรัด ตรงเป้าหมาย และสามารถอ่านแล้วเข้าใจง่าย ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการใส่คำบรรยายบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2547)

- อ่านง่าย กล่าวคือ มีการเรียงลำดับความสำคัญของรายละเอียดที่ต้องการจะสื่อสารให้สะดุดตามากที่สุดในระยะเวลาสั้นๆ
- ความสำคัญ จะต้องคำนึงถึงอรรถประโยชน์ที่แท้จริงที่ผู้บริโภคได้รับ และจะต้องสื่อสารให้ทราบอย่างชัดเจน และรวดเร็ว
- เรียงลำดับ จะต้องเรียงลำดับจากสิ่งที่ต้องการจะสื่อตามความสำคัญจากมากที่สุด ไปจนถึงน้อยที่สุด
- กระชับ คือต้องใช้จำนวนของคำที่น้อยและมีประโยชน์ แต่จะต้องสามารถจับประเด็นของสิ่งที่ต้องการจะสื่อได้

4) สัญลักษณ์

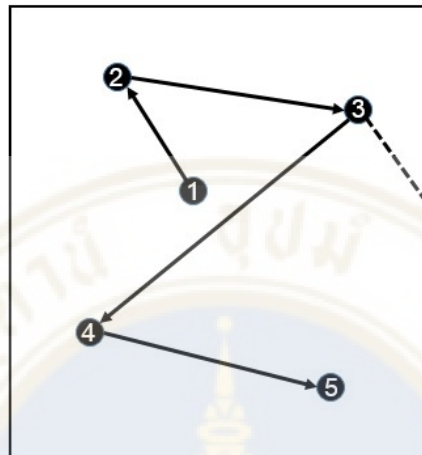
เป็นสื่อสากลที่สามารถสื่อสารให้ทุกคนเข้าใจได้โดยไม่ต้องอาศัยภาษา แต่สัญลักษณ์นั้นจะต้องมีรูปแบบการสื่อสารที่กระชับ ซึ่งจะสามารถแบ่งประเภทของสัญลักษณ์ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้ (มนฤดี มิตรเจริญถาวร, 2548)

- เครื่องหมาย คือ สัญลักษณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวบ่งบอกถึงความเป็นองค์กร ได้แก่ ตราสินค้า เครื่องหมายการค้า และตรารับรองต่างๆ
- สัญลักษณ์ภาพ มักเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายเกี่ยวกับตัวสินค้าโดยตรงเพื่อสื่อถึงข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้บริโภค เช่น วิธีการใช้งาน คำเตือน หรืออื่นๆ

5) การจัดวางองค์ประกอบ

เป็นการนำเอาองค์ประกอบของ ภาพ สี ตัวอักษร สัญลักษณ์ มาประกอบกัน และจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดองค์รวมที่สอดคล้องกัน ส่งผลให้เกิดการสื่อสารที่ถูกต้อง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยหลักทฤษฎีการจัดองค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลจำนวนมากภายใต้บรรจุภัณฑ์ชิ้นเดียว โดยจากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปได้ว่า สายตาจะเริ่มอ่านจากซ้ายมือขึ้นสู่ข้างบน และจะกวาดสายตาจากซ้ายไปขวา เพื่อหาจุดสิ้นสุด

ในการอ่าน ตำแหน่งของบรรทัดที่ด้านซ้ายมือจะได้รับการอ่านก่อนด้านขวา และตำแหน่งส่วนบนจะได้เปรียบมากกว่าส่วนล่าง ดังนั้นการออกแบบกราฟิกบนบรรทัดจะต้องจัดเรียงให้สอดคล้องกับการอ่าน จึงต้องคำนึงถึง สรีระการอ่านบรรทัด เป็นสำคัญ กล่าวคือ การเคลื่อนไหวของสายตาจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 จุด



ภาพที่ 2.1 การเคลื่อนไหวของสายตาในการอ่านบรรทัดและตำแหน่งที่เหมาะสมในการจัดวางองค์ประกอบศิลป์

ที่มา: ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541)

ตำแหน่งดีที่สุดในสายตาผู้ซื้อคือ ซ้ายมือบน (จุดที่ 1) และจะค่อยๆ เคลื่อนมาจุดที่เหนือกว่า (จุดที่ 2) และเคลื่อนไปทางขวา (จุดที่ 3) หลังจากนั้น หากผู้ซื้อสนใจอ่านต่อสายตาจะเบนไปสู่ส่วนซ้ายล่าง (จุดที่ 4) เพื่อหาสิ่งที่ต้องการ และจะจบลงด้วยจุดที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือด้านขวาล่าง (จุดที่ 5) ซึ่งหากมาถึงจุดที่ 3 แล้ว ผู้ซื้อพบว่าไม่มีอะไรน่าสนใจ ก็จะกวาดสายตาออกนอกบรรทัด ด้วยเหตุนี้จุดที่ 4 จึงเป็นจุดสำคัญที่จะดึงความสนใจของผู้อ่านให้อ่านข้อมูลจนครบไปถึงจุดที่ 5 ทำให้มีข้อมูลมากพอที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการออกแบบกราฟิกบรรทัดจะต้องสอดคล้องกับทฤษฎีสรีระดังกล่าว (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ ,2541)

6) รูปร่าง

รูปร่างหรือรูปทรงเกิดจากการแสดงทิศทางต่อเนื่องของเส้น น้ำหนัก พื้นผิว และความตื้นลึก โดยรูปทรงมีลักษณะที่เป็นสามมิติ กล่าวคือมีความกว้าง ความยาว ความสูง

ความลึก รวมถึงความหนา ซึ่งรูปทรงนั้นเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สามารถสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งจะแบ่งรูปทรงได้ 4 ประเภท (ประเสริฐ พิษยะสุนทร, 2555)

- รูปทรงเลขาคณิต คือรูปทรงพื้นฐานของรูปทรงอื่นๆ เช่น ทรงกลมและทรงลูกบาศก์ ซึ่งจะสื่อถึงความเป็นศูนย์กลาง การปกป้องคุ้มครอง ทรงกรวยและทรงกระบอก สื่อถึงความเป็นการและการมีความคิด เป็นต้น

- รูปทรงธรรมชาติ เป็นรูปทรงต่างๆของสิ่งมีชีวิต ซึ่งการนำรูปทรงประเภทนี้มาใช้ อาจจะทำมาทั้งหมด หรือนำมาใช้เพียงบางส่วนก็ได้ สำหรับรูปทรงนี้จะสื่อถึงชีวิตและการเจริญเติบโต

- รูปทรงอิสระ เป็นรูปทรงที่ผิดจากปกติ สื่อถึงการเคลื่อนไหวที่ไม่หยุดนิ่ง

- รูปทรงบริสุทธิ์ เป็นรูปทรงที่ดัดแปลงมาจากรูปทรงธรรมชาติ จนไม่เหลือความเป็นรูปทรงเดิม สื่อในแง่ของความคิดมากกว่าอารมณ์

7) ขนาด

เป็นองค์ประกอบที่ช่วยในแง่ของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการซื้อในปริมาณน้อยเพื่อความสะดวกสบาย หรือการซื้อเป็นปริมาณมากเพื่อความประหยัด นอกจากนี้ขนาดยังมีผลต่อการกระจายสินค้าอีกด้วย ตัวอย่างเช่นบรรจุภัณฑ์ปริมาณมากควรกระจายสินค้าไปยังกลุ่มต่างจังหวัด ส่วนกลุ่มในเมืองจะเน้นการกระจายสินค้าปริมาณน้อย ซึ่งการกระจายนี้จะเป็นไปตามลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ (Danton,1990) และความหลากหลายของขนาดนี้ ยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในแง่ของความหลากหลายในการใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงเพื่อให้สามารถวางได้หลายตำแหน่ง ณ จุดขายได้อีกด้วย (Shimp,2007)

2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาชนะบรรจุและฉลากอาหารสัตว์ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์,2558)

2.2.1 การกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุ

คุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุอาหารสัตว์ต้องมีลักษณะดังนี้

- 1) ใหม่ แข็ง สะอาดและกันความชื้นได้
- 2) ไม่มีสารที่ปนเปื้อนกับอาหารสัตว์ในปริมาณที่อาจจะเป็นอันตรายต่อ

สัตว์

- 3) ไม่มีเชื้อจุลินทรีย์ที่อาจทำให้เกิดอันตรายต่อสัตว์
- 4) ผิวภายในภาชนะบรรจุที่ทำด้วยโลหะ ต้องไม่มีสนิม ถ้าถูกเคลือบด้วยสารอื่น สารดังกล่าวต้องไม่เป็นอันตรายต่อสัตว์
- 5) รถบรรทุกที่ใช้ในการขนส่งอาหารสัตว์ ต้องทำให้ส่วนที่บรรจุอาหารสัตว์แห้ง สะอาดและไม่มีการตกค้างของสิ่งหนึ่งสิ่งใดภายในส่วนที่บรรจุ

2.2.2 ภาชนะบรรจุอาหารสัตว์ ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังนี้

- 1) เป็นภาชนะบรรจุที่เคยใช้บรรจุวัตถุมีพิษ ปุ๋ย หรือวัตถุอื่นใดที่อาจเป็นอันตรายต่อสัตว์
- 2) เป็นภาชนะที่ทำให้เกิดความชื้นในอาหารสัตว์มากกว่าปริมาณความชื้นที่ได้จดทะเบียนไว้ก่อนวัน เดือน ปี ที่อาหารสัตว์ล่วงอายุ ตามที่ระบุไว้ในฉลาก

2.2.3 หลักเกณฑ์การแสดงฉลากและข้อความในฉลาก

ฉลากที่ใช้ต้องจัดให้มีฉลากขนาดพอสมควร โดยปิดหรือติดไว้ที่ภาชนะบรรจุอาหารสัตว์ให้เห็นข้อความครบถ้วนและชัดเจน ข้อความในฉลากต้องเป็นภาษาไทย หรือมีทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศที่มีข้อความอย่างเดียวกันกำกับไว้ด้วยก็ได้ และอย่างน้อยต้องมีข้อความต่อไปนี้

- 1) ชื่ออาหารสัตว์เฉพาะทางการค้า ยกเว้นอาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะประเภทวัตถุดิบ
- 2) เลขทะเบียนอาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะตามที่ปรากฏในใบสำคัญการขึ้นทะเบียนอาหารสัตว์
- 3) ชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต ชื่อผู้นำเข้าและสถานที่นำเข้า
- 4) น้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิตามระบบเมตริกของอาหารสัตว์ ควบคุมเฉพาะที่บรรจุในภาชนะบรรจุนั้น
- 5) ชื่อของวัตถุดิบที่สำคัญซึ่งใช้เป็นส่วนผสม
- 6) คุณภาพทางเคมีของอาหารสัตว์ที่ปรากฏในใบสำคัญการขึ้นทะเบียนอาหารสัตว์
- 7) วันที่ เดือน ปี ที่ผลิตอาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะ และวันที่ เดือน ปี ที่อาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะล่วงอายุ

8) วิธีใช้ ขนาดการใช้ และอัตราการใช้ ยกเว้นอาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะ ประเภทวัตถุดิบและประเภทที่วัตถุดิบผสมแล้ว ชนิดอาหารสัตว์ผสมสำเร็จรูป

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรพรรณ ฉิมจโรจน์(2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแมวได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด กล่าวคือ ผู้เลี้ยงแมวเพศหญิงจะเป็นผู้ที่ดูแลแมวด้วยตนเอง และตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแมวด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้เลี้ยงแมวเพศชายจะให้สมาชิกในครอบครัวดูแลแมว และสมาชิกในครอบครัวจะเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมว ส่วนในด้านระดับการศึกษาพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะเลือกซื้อจากรสชาติที่แมวชื่นชอบ ส่วนระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าจะเลือกซื้อด้วยเหตุผลที่ไม่ยุ่งยากในการให้อาหาร ในแง่ของตัวผลิตภัณฑ์จะเลือกซื้อจากรสชาติที่แมวชื่นชอบและคุณภาพของอาหารเป็นหลัก ในด้านราคาจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ส่วนด้านของสถานที่จัดจำหน่ายจะเลือกซื้อสถานที่จากความสะดวกในการเดินทางรวมถึงความหลากหลายของสินค้า และด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นการแจกของแถมหรือของสมนาคุณมีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด รองลงมาคือการลดราคาสินค้าและการเพิ่มปริมาณของสินค้าในราคาเดิม

กมลนันทน์ วัฒนะเสนและนันทนา อุดมกิตต์ (2559) ได้ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างหญิงและชายที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัข พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขมากที่สุด ซึ่งบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อมากที่สุดคือ สัตวแพทย์ ส่วนปัจจัยที่รองลงมาคือปัจจัยส่วนผสมการตลาด ซึ่งในแง่ของเพศกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขนั้น เพศชายจะมีการตอบสนองต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมากกว่าเพศหญิง

Lemke, Burkholder, Conway, Lando & Valcin (2015) ได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับผลจากบทรูปร่างของสินค้าอาหารสัตว์ สรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับข้อมูลบนฉลากบทรูปร่างมากขึ้นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่บ่งบอกข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณสารอาหารซึ่งจะเกี่ยวข้องกับสุขภาพของสัตว์เลี้ยง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก ใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์ ซึ่งมีแนวคำถามกำหนดไว้ล่วงหน้า จากนั้นจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและแนวทางการวิจัยไว้ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. ผู้เข้าร่วมวิจัย
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยสัมภาษณ์ผู้หญิงที่เลี้ยงแมวที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย

ผู้ที่เข้าร่วมวิจัยจะเป็นผู้หญิงที่เลี้ยงแมว อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด จำนวน 30 คน แบ่งเป็นผู้เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี จำนวน 15 คน และ ผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปจำนวน 15 คน ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ปกติจะใช้กลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 5-30 คน ปกติ

จะใช้กลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 5-30 คน เนื่องจากจำนวนดังกล่าวรูปแบบของคำตอบจะเริ่มมีความคงที่ (Marshall,2013)

3.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 แบบสัมภาษณ์

3.3.2 บรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปแบบเม็ด

จากการสำรวจตลาดเฉพาะที่ Modern Trade ทั่วไป ได้แก่ Tesco Lotus, Tops, Big C และ Gourmet Market ในช่วงเดือน กรกฎาคม 2562 ซึ่งในท้องตลาดมีผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปแบบเม็ดทั้งหมด 66 SKUs โดยแบ่งเป็น อาหารแมวสำเร็จรูปสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 14 SKUs และอาหารแมวสำเร็จรูปสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี จำนวน 52 SKUs ดังนี้

ก. ผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี

| | | |
|--|--|--|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 1</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 2</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 3</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 4</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 5</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 6</p> |

ภาพที่ 3.1 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี

| | | |
|---|---|--|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุ น้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 7</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 8</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 9</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุ น้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 10</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 11</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 12</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุ น้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 13</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุน้อยกว่า 1 ปี ลำดับที่ 14</p> | |

ภาพที่ 3.1 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุน้อยกว่า 1 ปี (ต่อ)

ข. ผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี

| | | |
|--|--|--|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 1</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 2</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมวอายุ มากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 3</p> |
|--|--|--|

ภาพที่ 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี

| | | |
|---|---|---|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 4</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 5</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 6</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 7</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 8</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 9</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 10</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 11</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 12</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 13</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 14</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 15</p> |

ภาพที่ 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี (ต่อ)

| | | |
|---|---|---|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 16</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 17</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 18</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 19</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 20</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 21</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 22</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 23</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 24</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 25</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 26</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 27</p> |

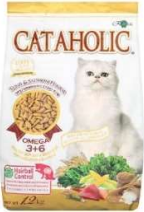
ภาพที่ 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี (ต่อ)

| | | |
|---|---|---|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 28</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 29</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 30</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 31</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 32</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 33</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 34</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 35</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 36</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 37</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 38</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 39</p> |

ภาพที่ 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี (ต่อ)

| | | |
|---|---|---|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 40</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 41</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 42</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 43</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 44</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 45</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 46</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 47</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 48</p> |
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 49</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 50</p> |  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 51</p> |

ภาพที่ 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี (ต่อ)

| | | |
|---|--|--|
|  <p>อาหารแมวเม็ดสำหรับแมว อายุมากกว่า 1 ปี ลำดับที่ 52</p> | | |
|---|--|--|

ภาพที่ 3.2 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำหรับแมวอายุมากกว่า 1 ปี (ต่อ)

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เพื่อศึกษาองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์โดยตรง ซึ่งจะมีการนำเค้าโครงคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกไปให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญพิจารณา แก้ไขและปรับปรุงตามคำแนะนำก่อนจะนำไปใช้จริง โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

- 1) อ.พบพร เอี่ยมใส ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรจุภัณฑ์
- 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัลลภา ปิติสันต์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- 3) นสพ.กฤษดากร คเชนทร์ชัย สัตวแพทย์

ซึ่งผลการประเมินค่าดัชนีความเที่ยงตรง CVI = 0.89

โดยโครงร่างการวิจัย และแบบสัมภาษณ์ผ่านการรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในคน หมายเลข COA No.2019/08-339 ดังแสดงในภาคผนวก ข

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 แนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์ของสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจและยอมรับให้สัมภาษณ์

3.5.2 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์และความสัมพันธ์กับสัตว์เลี้ยง

3.5.3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงของผู้สัมภาษณ์

3.5.4 นำอาหารสำเร็จรูปแมวทั้งหมดให้ผู้เข้าร่วมวิจัยดู และทำการสัมภาษณ์ โดยให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชอบและไม่ชอบ พร้อมทั้งถามเหตุผล จากนั้นถามเกี่ยวกับความ

คิดเห็นต่อองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์แต่ละชิ้น โดยใช้คำถามปลายเปิด ซึ่งใช้เวลาในการสัมภาษณ์ โดยเฉลี่ยประมาณ 15-30 นาทีต่อผู้สัมภาษณ์ 1 คน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.6.1 ทำการจับประเด็นและทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างละเอียด จนจับประเด็นหลักๆได้

3.6.2 ตีความและเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ผู้เลี้ยงแมวให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแมว มีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงแมวเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด จำนวน 30 คน แบ่งเป็นผู้เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี จำนวน 15 คน และ ผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปจำนวน 15 คน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก



4.1 ข้อมูลความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลของแมว

ตาราง 4.1.1 ข้อมูลความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลของแมว

| ลำดับ | อายุผู้เลี้ยง (ปี) | อายุแมว | สายพันธุ์ของแมว | จำนวนแมวที่เคยเลี้ยง | ความหมายของแมวที่เลี้ยง | ระดับความสัมพันธ์ | ระบบการเลี้ยง | การแบ่งมืออาหาร |
|-------|--------------------|---------|--------------------|----------------------|-------------------------|-------------------|---------------|-----------------|
| 1 | 26 | 4 ปี | พันธุ์สีสวาด | 10 ตัว | ใช้งาน | 2 | ระบบปิด | 2 มือ |
| 2 | 25 | 4 ปี | แมวบ้าน | ไม่มี | เพื่อน | 6 | ระบบเปิด | ไม่แบ่ง |
| 3 | 26 | 2 ปี | American shorthair | 1 ตัว | ใช้งาน | 7 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 4 | 24 | 3 ปี | แมวบ้าน | 4 ตัว | เพื่อน | 9 | ระบบเปิด | ไม่แบ่ง |
| 5 | 25 | 8 ปี | เปอร์เซีย | 1 ตัว | ครอบครัว | 7 | ระบบเปิด | 3 มือ |
| 6 | 29 | 6 ปี | เปอร์เซีย | 1 ตัว | เพื่อน | 8 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 7 | 46 | 2 ปี | American shorthair | 1 ตัว | ใช้งาน | 8 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 8 | 55 | 8 ปี | เปอร์เซีย | 1 ตัว | ครอบครัว | 8 | ระบบเปิด | 3 มือ |
| 9 | 30 | 6 ปี | เปอร์เซีย | 1 ตัว | ครอบครัว | 9 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 10 | 25 | 3 ปี | แมวบ้าน | ไม่มี | เพื่อน | 4 | ระบบเปิด | 2 มือ |
| 11 | 27 | 3 ปี | แมวบ้าน | ไม่มี | ใช้งาน | 1 | ระบบเปิด | 2 มือ |

ตาราง 4.1.1 ข้อมูลความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลของแมว (ต่อ)

| ลำดับ | อายุผู้เลี้ยง (ปี) | อายุแมว | สายพันธุ์ของแมว | จำนวนแมวที่เคยเลี้ยง | ความหมายของแมวที่เลี้ยง | ระดับความสัมพันธ์ | ระบบการเลี้ยง | การแบ่งมื้ออาหาร |
|-------|--------------------|---------|---------------------|----------------------|-------------------------|-------------------|---------------|------------------|
| 12 | 29 | 2 ปี | เปอร์เซีย | ไม่มี | เพื่อน | 9 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 13 | 31 | 7 ปี | British shorthair | ไม่มี | ครอบครัว | 10 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 14 | 36 | 1 ปี | แมวบ้าน | ไม่มี | ครอบครัว | 9 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 15 | 26 | 3 ปี | แมวบ้าน | 1 ตัว | เพื่อน | 4 | ระบบเปิด | ไม่แบ่ง |
| 16 | 25 | 2 เดือน | British shorthair | ไม่มี | เพื่อน | 8 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 17 | 27 | 8 เดือน | แมวบ้าน | ไม่มี | เพื่อน | 7 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 18 | 26 | 2 เดือน | แมวพันธุ์ทาง | ไม่มี | เพื่อน | 9 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 19 | 33 | 4 เดือน | British shorthair | ไม่มี | ครอบครัว | 6 | ระบบปิด | 4 มื้อ |
| 20 | 39 | 6 เดือน | เปอร์เซีย | 10 ตัว | ครอบครัว | 8 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 21 | 26 | 4 เดือน | แมวบ้าน | 9 ตัว | ครอบครัว | 11 | ระบบเปิด | 2 มื้อ |
| 22 | 26 | 8 เดือน | แมวพันธุ์สีวาด | ไม่มี | ครอบครัว | 8 | ระบบปิด | ไม่แบ่ง |
| 23 | 26 | 5 เดือน | แมวพันธุ์วิเชียรมาศ | ไม่มี | ลูก | 11 | ระบบปิด | 2 มื้อ |

ตาราง 4.1.1 ข้อมูลความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลของแมว (ต่อ)

| ลำดับ | อายุผู้เลี้ยง (ปี) | อายุแมว | สายพันธุ์ของแมว | จำนวนแมวที่เคยเลี้ยง | ความหมายของแมวที่เลี้ยง | ระดับความสัมพันธ์ | ระบบการเลี้ยง | การแบ่งมื้ออาหาร |
|-------|--------------------|---------|-----------------|----------------------|-------------------------|-------------------|---------------|------------------|
| 24 | 28 | 4 เดือน | เปอร์เซีย | ไม่มี | ลูก | 10 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 25 | 32 | 5 เดือน | แมวบ้าน | 2 ตัว | ครอบครัว | 7 | ระบบเปิด | 2 มื้อ |
| 26 | 26 | 4 เดือน | แมวบ้าน | 10 ตัว | เพื่อน | 10 | ระบบเปิด | ไม่แบ่ง |
| 27 | 26 | 5 เดือน | แมวพันธุ์ผสม | ไม่มี | ลูก | 10 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 28 | 36 | 3 เดือน | แมวบ้าน | ไม่มี | เพื่อน | 10 | ระบบเปิด | 2 มื้อ |
| 29 | 24 | 6 เดือน | แมวบ้าน | ไม่มี | ครอบครัว | 10 | ระบบปิด | 2 มื้อ |
| 30 | 25 | 4 เดือน | เปอร์เซีย | ไม่มี | เพื่อน | 7 | ระบบปิด | 2 มื้อ |

4.2 สิ่งที่กำลังถึงในการเลือกซื้ออาหารสัตว์ของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 สิ่งที่กำลังถึงในการเลือกซื้ออาหารสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับการให้ความสำคัญของ 3 ปัจจัย คือ เรื่องของคุณภาพ ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ และราคาและความคุ้มค่า สามารถสรุปข้อมูลได้ ดังตาราง 4.2.1 ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุดเป็น อันดับแรก คุณภาพของอาหารเป็นอันดับที่ 2 และราคาและความคุ้มค่าเป็นอันดับที่ 3 โดยสามารถ แจกแจงรายละเอียดที่เป็นข้อมูลรายบุคคลได้ตามตาราง 4.2.2

ตาราง 4.2.1 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ ปัจจัยต่างๆ

| ปัจจัย | จำนวน (คน) |
|--------------------|------------|
| ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | 6 |
| คุณภาพของอาหาร | 5 |
| ราคาและความคุ้มค่า | 4 |
| ผลรวม | 15 |

ตาราง 4.2.2 สิ่งที่สำคัญถึงในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป

| ลำดับ | ให้ความสำคัญกับ | การแบ่งกลุ่มสินค้า | องค์ประกอบต่อความชอบผลิตภัณฑ์ | องค์ประกอบต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ |
|-------|--------------------|--------------------|----------------------------------|---|
| 1 | คุณภาพของอาหาร | อายุของแมว | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้าและรสชาติ) | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) |
| 2 | ราคาและความคุ้มค่า | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 3 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | อายุของแมว | รูปภาพ (รูปแมว) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) และอื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) |
| 4 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | อื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) | อื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) |
| 5 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | สูตรของอาหาร | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 6 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 7 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | รูปภาพ (รูปแมว) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) และอื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) |
| 8 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 9 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | อื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) |
| 10 | ราคาและความคุ้มค่า | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 11 | ราคาและความคุ้มค่า | แบ่งตามแบรนด์ | สีและรูปภาพ (รูปแมว) | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) |
| 12 | คุณภาพของอาหาร | สูตรของอาหาร | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |

ตาราง 4.2.2 สิ่งที่สำคัญถึงในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป (ต่อ)

| ลำดับ | ให้ความสำคัญกับ | การแบ่งกลุ่มสินค้า | องค์ประกอบต่อความชอบผลิตภัณฑ์ | องค์ประกอบต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ |
|-------|--------------------|--------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| 13 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 14 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | ประเภทแมว | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 15 | ราคาและความคุ้มค่า | แบ่งตามแบรนด์ | รูปภาพ (รูปแมว) | อื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) |

4.2.2 สิ่งที่น่าสนใจในเลือกชื่ออาหารสัตว์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีเกี่ยวกับการให้ความสำคัญของ 3 ปัจจัย คือ เรื่องของคุณภาพ ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ และราคาและความคุ้มค่า สามารถสรุปมาได้ดัง ตาราง 4.2.3 ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์และคุณภาพของ อาหารมากที่สุดเป็นอันดับแรก และราคาและความคุ้มค่าเป็นอันดับสุดท้าย โดยสามารถแจกแจง รายละเอียดที่เป็นข้อมูลรายบุคคลได้ตามตาราง 4.2.4

ตาราง 4.2.3 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ ปัจจัยต่างๆ

| ปัจจัย | จำนวน (คน) |
|--------------------|------------|
| ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | 7 |
| คุณภาพของอาหาร | 7 |
| ราคาและความคุ้มค่า | 1 |
| ผลรวม | 15 |

ตาราง 4.2.4 สิ่งที่สำคัญถึงในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี

| ลำดับ | ให้ความสำคัญกับ | การแบ่งกลุ่มสินค้า | องค์ประกอบต่อความชอบในผลิตภัณฑ์ | องค์ประกอบต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ |
|-------|--------------------|--------------------|--|---|
| 16 | คุณภาพของอาหาร | คุณภาพของสินค้า | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) และรูปภาพ (รูปแมว) |
| 17 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | รูปภาพและสี | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 18 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) และตัวอักษร (ข้อมูลโภชนาการ) |
| 19 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | รูปภาพ (รูปแมว) |
| 20 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | ประเภทแมว | รูปภาพ (รูปแมว) | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) และอื่นๆ (แมวชอบรับประทาน) |
| 21 | คุณภาพของอาหาร | คุณภาพของสินค้า | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) และสัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 22 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 23 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | รูปภาพ (รูปแมว) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 24 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 25 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) และข้อมูลสินค้า | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 26 | ราคาและความคุ้มค่า | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |

ตาราง 4.2.4 สิ่งที่สำคัญถึงในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี (ต่อ)

| ลำดับ | ให้ความสำคัญกับ | การแบ่งกลุ่มสินค้า | องค์ประกอบต่อความชอบในผลิตภัณฑ์ | องค์ประกอบต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ |
|-------|--------------------|----------------------|---|--|
| 26 | ราคาและความคุ้มค่า | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |
| 27 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์)และข้อมูลสินค้า | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) และข้อมูลสินค้า |
| 28 | คุณภาพของอาหาร | รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) | ตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) |
| 29 | ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ | สีของบรรจุภัณฑ์ | สีและตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์)และตัวอักษร (ข้อมูลสินค้า) |
| 30 | คุณภาพของอาหาร | แบ่งตามแบรนด์ | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) |

4.3 มุมมองในการแบ่งประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยง

4.3.1 มุมมองในการแบ่งประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป

ตาราง 4.3.1 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับการแบ่งกลุ่มของสินค้า

| การแบ่งกลุ่มสินค้า | จำนวน (คน) |
|--------------------|------------|
| แบ่งตามแบรนด์ | 10 |
| สูตรของอาหาร | 2 |
| อายุของแมว | 2 |
| ประเภทแมว | 1 |
| ผลรวม | 15 |

จากตาราง 4.3.1 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แบ่งกลุ่มสินค้าตามแบรนด์ ซึ่งจัดอยู่ในองค์ประกอบที่เป็นสัญลักษณ์ ส่วนอันดับ 2 คือแบ่งจากสูตรของอาหารสัตว์และอายุของแมว ซึ่งจัดอยู่ในองค์ประกอบตัวอักษร และอันดับที่ 3 คือแบ่งตามประเภทของแมวซึ่งจะแบ่งโดยใช้รูปภาพของแมวเป็นหลัก ส่วนนี้จึงจัดอยู่ในองค์ประกอบรูปภาพ จึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างแบ่งประเภทของกลุ่มสินค้าจากองค์ประกอบของบรรทัดที่ 3 องค์ประกอบ คือ

1) สัญลักษณ์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีการแบ่งประเภทของสินค้าจากองค์ประกอบตราสัญลักษณ์นั่นก็คือ โลโก้ของแบรนด์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คนจะแบ่งสินค้าตามรูปภาพ 4.3.1 โดยการแบ่งกลุ่มสินค้าตามโลโก้ของแบรนด์ในแง่ของความพรีเมียมและคุณภาพ ตัวอย่างเช่น โลโก้ของแบรนด์ Royal Canin คือกลุ่มสินค้าที่เป็นพรีเมียม ราคาของสินค้าค่อนข้างแพง คุณภาพสินค้าดี ส่วนโลโก้ของแบรนด์ Purina คือกลุ่มสินค้าที่ราคาจับต้องได้และคุณภาพค่อนข้างดี ส่วนโลโก้แบรนด์ Meo และวิสกัส คือแบรนด์ที่ราคาไม่สูงมากนัก คุณภาพอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2 แบรนด์ที่กล่าวมา เป็นต้น โดยมีข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 4.3.1 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้า ตามแบรนด์ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5,6,9

“...การแบ่งสินค้าตามแบรนด์นั้น จะแบ่งเพื่อความสะดวกของสินค้า ตัวอย่างเช่น Royal Canin คืออาหารแมวกลุ่มที่เป็นสินค้าพรีเมียม และแบรนด์ Meo เป็นสินค้ากลุ่มที่เป็นอาหารสัตว์ปกติ เป็นต้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6

“...ในการเลือกซื้ออาหารจะแบ่งประเภทของอาหารแมวตามแบรนด์เป็นหลัก เพราะว่าแบรนด์จะเป็นสิ่งที่บอกคุณภาพของอาหารได้ เช่น แบรนด์ Royal Canin คืออาหารสัตว์ที่มีความพรีเมียม ราคาแพง สินค้าคุณภาพดี...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 9

“...เราจะแบ่งประเภทสินค้าตามแบรนด์ของอาหาร เพราะเวลาเราอ่านรีวิวกาเวปไซด์ จะได้รับข้อมูลว่าแบรนด์ Royal Canin คือคุณภาพดีแต่ว่าราคาแพง ส่วนสินค้าแบรนด์ Purina เป็นแบรนด์ที่คุณภาพของสินค้าดี แต่ไม่ดีเท่า Royal Canin และราคาจะถูกกว่าสามารถเอื้อมถึงได้มากกว่า...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

2) ตัวอักษร

ในแง่ขององค์ประกอบด้านตัวอักษรกลุ่มตัวอย่างแบ่งกลุ่มสินค้า ได้ 2 รูปแบบย่อยๆ คือ แบ่งตามอายุของแมว และ ตามสูตรของอาหาร โดยมีรายละเอียดแสดงความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

- แบ่งตามอายุของแมว ซึ่งมีข้อมูลที่สัมภาษณ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.3.2 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้า ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 1

“...วิธีการจะแบ่งกลุ่มสินค้าจากอายุแมว คือแบ่งว่าเป็นสำหรับแมวโตแล้วแมวและกำลังโต โดยอ่านจากข้อความบนฉลากที่เป็นตัวอักษรที่บ่งบอกว่าอายุแมวทำอะไรเป็นหลัก เนื่องจากเป็นข้อมูลที่บอกได้ชัดเจนที่สุด ถ้ามองภาพก็จะไม่รู้ว่าเป็นสำหรับแมวอายุเท่าไร...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 1

“...แบ่งกลุ่มสินค้าที่เป็นแมวโตแล้วออกเป็น 2 แบบ คือ อายุแมวที่มากกว่า 1 ปี และแมวแก่ ซึ่งจะเห็นได้จากข้อความที่อยู่บนฉลากว่าเป็นสำหรับแมวอายุกี่ปี ที่แบ่งแบบนี้เพราะเวลาเราดูเราจะดูว่าเหมาะกับแมวอายุเท่าไรเป็นสิ่งแรก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3

- แบ่งตามสูตรของอาหาร ซึ่งมีข้อมูลที่สัมภาษณ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.3.3 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้า ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

“...มีการแบ่งสินค้าตามสูตรอาหาร คือ เป็นแมวเลี้ยงในบ้าน และแมวเลี้ยงนอกบ้าน เพราะว่าแมวที่เลี้ยงในบ้านและนอกบ้านมีความต้องการในแต่ละเรื่องแตกต่างกัน เช่น แมวในบ้านจะต้องใช้สูตรที่เป็นจับชน เป็นต้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

“...จะแบ่งอาหารแมวว่าเป็น สูตรสำหรับแมวปกติทั่วไป และสูตรพิเศษสำหรับแมว โดยเฉพาะเช่น แมวจับชน แมวเป็นนิ่ว แมวควบคุมน้ำหนัก แมวทำหมัน เนื่องจากอาหารแมวแต่ละสูตรก็จะต้องการสารอาหารต่างกัน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12

3) รูปภาพ

องค์ประกอบด้านรูปภาพ จะเป็นองค์ประกอบที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการแบ่งประเภทของแมว โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจะใช้อ้างอิงองค์ประกอบรูปภาพที่เป็นรูปภาพของแมวในการแบ่งแยก

“...รูปภาพของแมวจะช่วยให้เรารู้ว่า อาหารนี้เป็นของแมวพันธุ์อะไร สำหรับขนสั้นหรือขนยาว ไซ้พันธุ์เดียวกับของแมวเราหรือไม่ และหากแมวหน้าเด็กก็จะรู้ว่าเป็น สำหรับแมวเด็ก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14

4.3.2 มุมมองในการแบ่งประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี

ตาราง 4.3.2 สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีเกี่ยวกับการแบ่งกลุ่มของสินค้า

| การแบ่งกลุ่มสินค้า | จำนวน (คน) |
|----------------------|------------|
| แบ่งตามแบรนด์ | 10 |
| คุณภาพของสินค้า | 2 |
| ประเภทแมว | 1 |
| รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ | 1 |
| สีของบรรจุภัณฑ์ | 1 |
| ผลรวม | 15 |

จากตาราง 4.3.2 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แบ่งกลุ่มสินค้าตามแบรนด์ซึ่งจัดอยู่ในองค์ประกอบที่เป็นสัญลักษณ์ ส่วนอันดับ 2 คือแบ่งจากคุณภาพของสินค้า โดยในแง่ของคุณภาพจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบตัวอักษรและสัญลักษณ์ และอันดับที่ 3 คือแบ่งตามประเภทของแมวซึ่งจะแบ่งโดยใช้ข้อความที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก ซึ่งจัดอยู่ในองค์ประกอบตัวอักษร ส่วนการแบ่งตามองค์ประกอบรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ และแบ่งตามองค์ประกอบสีของบรรจุภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างแบ่งประเภทของกลุ่มสินค้าจากองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ 4 องค์ประกอบคือ

1) สัญลักษณ์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีการแบ่งประเภทของสินค้าจากองค์ประกอบตราสัญลักษณ์ซึ่งก็คือ โลโก้ของแบรนด์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะแบ่งคุณภาพของสินค้า

จากโลโก้ของแบรนด์ กล่าวคือ โลโก้ของแบรนด์ Royal Canin คือกลุ่มสินค้าที่มีคุณภาพของสินค้าดีที่สุด รองลงมาคือ Purina เป็นต้น โดยมีข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 4.3.4 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้าตามแบรนด์ของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18 และ 21

“...ในการเลือกซื้อสินค้าจะมองที่แบรนด์ของสินค้าเป็นอันดับแรกๆ ซึ่งจะมองหาแบรนด์ Royal Canin เพราะแบรนด์นี้ คืออาหารแมวที่มีคุณภาพดีที่สุดในตอนนี้ จะไม่เลือกซื้อแบรนด์อื่น เพราะว่าคุณภาพของสินค้าไม่เทียบเท่า...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 21

“...มีความเชื่อว่า Royal Canin คืออาหารที่คุณภาพดี ราคาแพง ส่วนที่ซื้อจะเลือกซื้อ Purina เพราะว่าคุณภาพสินค้ารองจาก Royal Canin ราคาจับต้องได้มากกว่า...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18

2) ตัวอักษร

องค์ประกอบด้านตัวอักษรเกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มสินค้าในแง่ของคุณภาพของอาหาร และประเภทของแมว ซึ่งมีข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 4.3.5 แสดงรูปแบบการแสดงข้อมูลองค์ประกอบด้านตัวอักษรที่บอกข้อมูลคุณค่าทางอาหาร

“...ตัวหนังสือที่บอกข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าทางอาหาร จะเป็นสิ่งที่บอกว่าคุณภาพของอาหารดีหรือไม่ หากมีคุณค่าทางอาหารเยอะก็แสดงว่าอาหารมีคุณภาพดี...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 28



ภาพที่ 4.3.6 แสดงรูปแบบการแสดงผลข้อมูลองค์ประกอบด้านตัวอักษรที่เป็นตัวอักษรญี่ปุ่น

“...เวลามองที่หน้า Shelf อาหารแมวจะสะดุดตากับตัวหนังสือที่เป็นภาษาญี่ปุ่น แสดงว่าสินค้าเป็นของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะตีความเองว่าสินค้าเป็นสินค้าคุณภาพดี...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 21

“...ในการเลือกซื้อสินค้าเราจะอ่านข้อความต่างๆบนบรรจุภัณฑ์ ถ้าสินค้าไหนที่มีข้อความภาษาอังกฤษอยู่ จะทำให้รู้สึกว่าคุณภาพดี แม้ว่าอ่านไม่ออกก็ตาม...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 22

“...การที่เราเลือกซื้อสินค้าสิ่งแรกเลยจะแยกสินค้าจากข้อความที่ระบุว่าสำหรับแมวพันธุ์อะไร เป็นแมวใหญ่หรือแมวเล็ก เพื่อที่จะดูว่าอาหารนั้นๆ เหมาะกับแมวของเราที่เราเลี้ยงหรือไม่...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 20

3) รูปร่าง

องค์ประกอบด้านรูปร่างเกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มสินค้า โดยมีข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังนี้



>ทรงสูง



>ทรงอ้วน

ภาพที่ 4.3.7 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้าตามรูปร่างของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 28

“...จะแบ่งสินค้าจากรูปทรงของสินค้า โดยดูว่าทรงอ้วน หรือทรงสูง แบ่งแบบนี้ เพราะว่ารูปร่างเป็นสิ่งแรกที่เห็นเมื่อเราไปดูที่จุดขายสินค้า จึงทำการแบ่งประเภทจากการรูปร่างของบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรกเลย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 28

4) สี

องค์ประกอบด้านสีที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มสินค้า กลุ่มตัวอย่างมีการจากสีตามรูปภาพ 4.3.2 เนื่องจากสีเป็นสิ่งแรกที่มองเห็นบนหน้า Shelf ของสินค้า แต่ว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความหมายของสี เป็นการแบ่งตามที่สายตามองเห็นเท่านั้น ซึ่งมีข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 4.3.8 แสดงรูปแบบการแบ่งสินค้าของผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 29

“...เวลาแบ่งประเภทของสินค้า จะแบ่งสินค้าตามสี เช่นสีชมพู สีม่วง สีเหลืองส้ม สีเหลืองเขียว สีดำ เพราะว่าคุณสินค้าทุกตัวแล้ว สิ่งแรกที่แยกออกคือสี จึงใช้สีเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของสินค้า ตามที่ตามองเห็นเป็นสิ่งแรก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 29

4.4 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

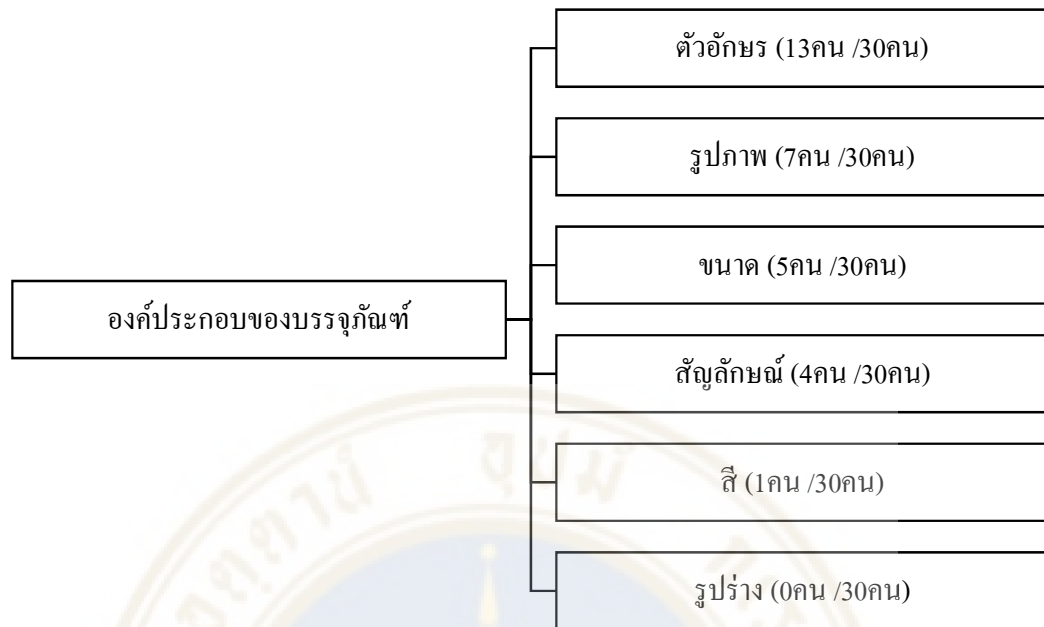
ตาราง 4.4.1 ข้อมูลการลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

| ลำดับ | ลำดับความสำคัญ | | | | | |
|-------|----------------|---------|----------|-----------|--------|------|
| | สี | รูปร่าง | ตัวอักษร | สัญลักษณ์ | รูปภาพ | ขนาด |
| 1 | 3 | 5 | 2 | 6 | 1 | 4 |
| 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 6 | 1 |
| 3 | 4 | 6 | 1 | 2 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 6 | 1 | 5 | 3 | 2 |
| 5 | 5 | 6 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| 6 | 6 | 5 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| 7 | 4 | 6 | 1 | 2 | 3 | 5 |
| 8 | 5 | 6 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| 9 | 5 | 6 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| 10 | 3 | 6 | 2 | 4 | 5 | 1 |
| 11 | 5 | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 12 | 4 | 6 | 1 | 2 | 3 | 5 |
| 13 | 5 | 6 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| 14 | 2 | 6 | 1 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | 4 | 6 | 1 | 3 | 2 | 3 |
| 16 | 6 | 5 | 3 | 1 | 2 | 4 |

ตาราง 4.4.1 ข้อมูลการลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ต่อ)

| ลำดับ | ลำดับความสำคัญ | | | | | |
|-------|----------------|---------|----------|-----------|--------|------|
| | สี | รูปร่าง | ตัวอักษร | สัญลักษณ์ | รูปภาพ | ขนาด |
| 17 | 4 | 6 | 2 | 3 | 1 | 5 |
| 18 | 3 | 4 | 5 | 2 | 6 | 1 |
| 19 | 4 | 5 | 3 | 2 | 1 | 6 |
| 20 | 1 | 3 | 4 | 5 | 2 | 6 |
| 21 | 5 | 6 | 1 | 2 | 4 | 3 |
| 22 | 5 | 6 | 1 | 3 | 2 | 4 |
| 23 | 4 | 6 | 1 | 3 | 2 | 5 |
| 24 | 2 | 6 | 3 | 4 | 1 | 5 |
| 25 | 4 | 6 | 3 | 2 | 1 | 5 |
| 26 | 4 | 6 | 2 | 3 | 1 | 5 |
| 27 | 4 | 5 | 3 | 2 | 1 | 6 |
| 28 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 6 |
| 29 | 6 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 30 | 5 | 6 | 1 | 2 | 4 | 3 |

ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ตัวอักษร(ข้อมูลของสินค้า) รูปภาพ (รูปแมวและรูปอาหาร) ขนาด สัญลักษณ์ (icon บ่งบอกคุณประโยชน์ของสินค้าและโลโก้ของแบรนด์) สี และรูปร่าง ซึ่งได้ทำการสรุปผลโดยได้ดังนี้



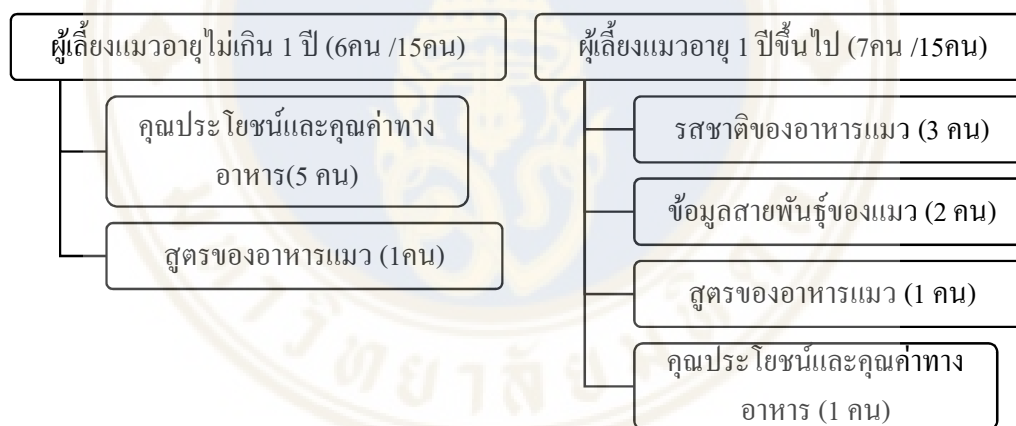
ภาพที่ 4.4.1 สรุปจำนวนคนของการให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุกัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

1) ตัวอักษร

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับตัวอักษรในแง่ของการให้ข้อมูลของสินค้าว่าเป็นสินค้าสำหรับแมวสายพันธุ์ใด เหมาะกับอายุเท่าไร สูตรของอาหารสำหรับแมวประเภทไหน รสชาติอะไร มีคุณค่าทางอาหารอะไรบ้างในอาหาร และสินค้ามีคุณสมบัติประโยชน์อะไรบ้าง โดยกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี จะให้ความสำคัญกับข้อมูลคุณสมบัติและคุณค่าทางอาหาร เป็นส่วนใหญ่เพื่อดูว่าอาหารนี้ให้สารอาหารอะไรกับแมวบ้าง ซึ่งเหตุผลหลักคืออยากให้แมวโตไปแล้วมีสุขภาพที่ดี ส่วนกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนที่เป็นรสชาติ เนื่องจากการซื้ออาหารแมวรสชาติที่แมวไม่ชอบแมวก็น่าจะไม่รับประทาน และให้ความสำคัญรองลงมาคือส่วนของข้อมูลสายพันธุ์ โดยจะดูว่าตรงกับสายพันธุ์ของแมวที่เลี้ยงหรือไม่



ภาพที่ 4.4.2 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านตัวอักษรที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ



ภาพที่ 4.4.3 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านตัวอักษรที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

“...เวลาเลือกซื้อจะมองหาข้อมูลสายพันธุ์ อายุ สูตรของอาหารและรสชาติอาหารแมว จากตัวหนังสือบนบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรก ก่อนจะมองสิ่งอื่น เพราะเป็นสิ่งที่ให้ข้อมูลได้ดีที่สุด ถ้าหากเป็นพวกสัญลักษณ์หรือรูปภาพส่วนใหญ่เราจะตีความหมายออกมาไม่เหมือนคนอื่นๆ จึงยึดถือตัวอักษร เพราะว่าตัวอักษรคือสื่อความหมายได้ชัดเจนที่สุด”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3

“...ในการเลือกซื้อสินค้า จะดูว่ารสชาติของอาหารเป็นรสชาติอะไร เพราะว่าจะเลือกซื้อสินค้าจากรสชาติที่แมวชื่นชอบ จากนั้นจึงดูคุณค่าทางอาหารเป็นส่วนถัดมา ว่าแมวของเราจะได้รับสารอาหาร คุณค่าทางโภชนาการอะไรบ้าง หากรับประทานสินค้าตัวนี้เข้าไป...”

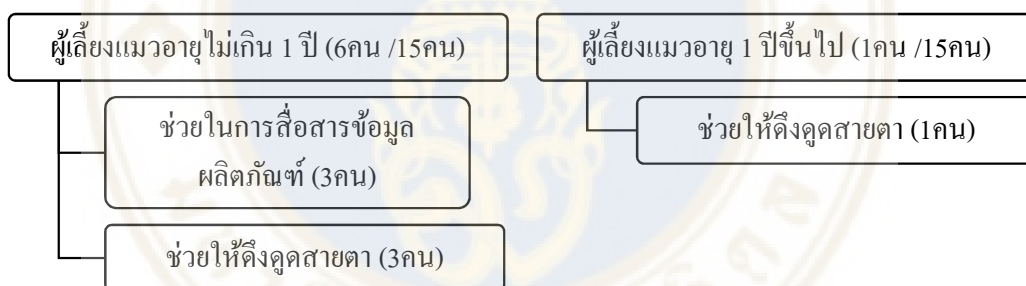
ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6

“...จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาของบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก จะดูว่าแมวของเราจะได้รับสารอาหารอะไรบ้าง โดยเนื้อหาที่เป็นข้อความนี้แหละ สามารถบอกคุณค่าทางโภชนาการได้ชัดเจนและละเอียดที่สุด”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 25

2) รูปภาพ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบรูปภาพใน 2 ด้าน คือรูปภาพของอาหารจะช่วยให้การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ช่วยบอกส่วนผสมของอาหาร และรูปภาพของแมวจะช่วยดึงดูดสายตา คือลักษณะของแมวที่คล้ายกับของผู้เลี้ยงก็จะช่วยให้ดึงดูดมากยิ่งขึ้นซึ่งจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านรูปภาพแสดงไว้ในแผนภาพที่ 4.4.3



ภาพที่ 4.4.4 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านรูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

“...ในการเลือกซื้ออาหารจะมองหาหน้าแมวที่คล้ายกับของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าอาหารนี้เหมาะกับแมวพันธุ์ที่เราเลี้ยง...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 16

“...รูปภาพของอาหารสามารถสื่อสารได้ดีกว่าข้อความว่ามีส่วนผสมอะไรบ้าง เพราะเป็นส่วนตัวเป็นคนไม่ชอบอ่านตัวหนังสือ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4



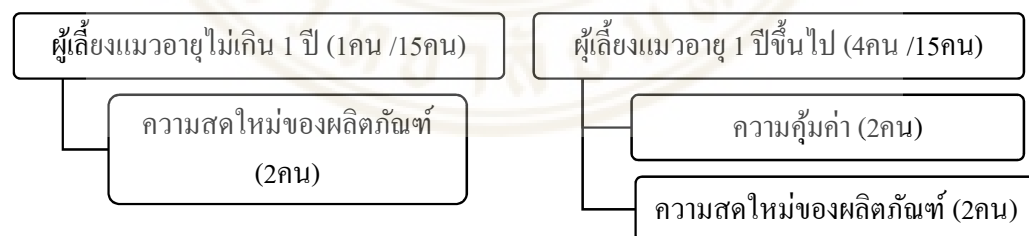
ภาพที่ 4.4.5 แสดงองค์ประกอบด้านรูปภาพบนตัวอักษรที่มีความคล้ายกับแมวของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18

“...เวลาเลือกซื้ออาหารแมวจะชอบมองสินค้าที่เมวน่ารัก ยิ่งถ้าหน้าแมวคล้ายกับของเราก็จะสนใจเป็นพิเศษ ทำให้เราหยิบสินค้าขึ้นมาดู...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18

3) ขนาด

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบขนาด โดยจะเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ซึ่งคำนึงถึงความคุ้มค่าและคำนึงถึงความสดใหม่ ซึ่งถ้าหากซื้อสินค้าที่มีขนาดใหญ่เกินไป สินค้าจะถูกรับไว้นาน คุณภาพของอาหารก็จะลดลงนั่นเอง



ภาพที่ 4.4.6 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านขนาดที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

“...จะเลือกซื้อขนาดของสินค้าที่พอดีกับความต้องการ หากซื้อขนาดใหญ่เกินไปทำให้เก็บสินค้าไว้นาน จะส่งผลกับคุณภาพของอาหาร ต้องการให้อาหารสดใหม่เสมอ แต่หากเลือกขนาดเล็กเกินไปก็ต้องซื้อบ่อยครั้ง เราไม่สะดวก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 17

“...เวลาเลือกขนาดของสินค้าจะเลือกตามโอกาสการใช้งาน หากต้องการย้ายแมวหรือพาแมวไปเที่ยวก็จะเลือกขนาดเล็กๆ เพื่อให้ง่ายต่อการพกพา”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6

“...จะซื้ออาหารแมวขนาดใหญ่ เพราะที่บ้านเลี้ยงแมวหลายตัว จะดูจากความคุ้มค่าเป็นหลัก ก็คือจะเลือกซื้อขนาดที่คุ้มค่าที่สุดนั่นเอง...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2

“...แมวยิ่งโตจะยิ่งกินอาหารเยอะขึ้น เราจึงต้องเริ่มมองขนาดอาหารที่มีความคุ้มค่าเพื่อประหยัดเงินในกระเป๋าเรา เพราะเราจ่ายค่าอาหารไม่ไหว...”

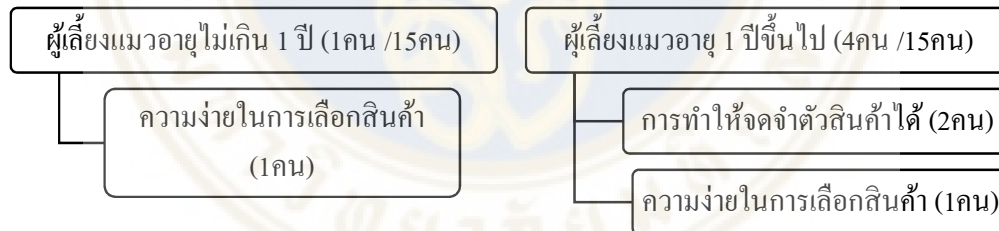
ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

4) สัญลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสัญลักษณ์ที่เป็น icon บ่งบอกคุณประโยชน์ของสินค้าที่จะช่วยในแง่ของความง่ายในการเลือกซื้อสินค้า ส่วนสัญลักษณ์ที่เป็นโลโก้ของแบรนด์การทำให้ง่ายต่อจำตัวสินค้าได้



ภาพที่ 4.4.7 แสดงองค์ประกอบด้านสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.4.8 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสัญลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

“...ตัวแบรนด์ช่วยให้เราจำสินค้าได้ง่ายขึ้น ส่วนสัญลักษณ์ต่างๆบนบรรจุภัณฑ์ทำให้เราเข้าใจในตัวสินค้าได้ง่ายขึ้น เช่น คุณสัญลักษณ์แล้วรู้เลยว่าสินค้านี้บำรุงขนโดยไม่ต้องอ่านเนื้อหาอย่างอื่นเลย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3

“...สัญลักษณ์ทำให้เราตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น เนื่องจากสัญลักษณ์เป็นสิ่งที่สวยงาม และรวดเร็ว ทำให้เราไม่ต้องไปอ่านข้อความเยอะ สัญลักษณ์แล้วก็รู้ว่าสินค้าต้องการจะสื่อ ประเด็นอะไร แล้วจึงไปอ่านที่ตัวอักษรเพื่อขยายความ...”

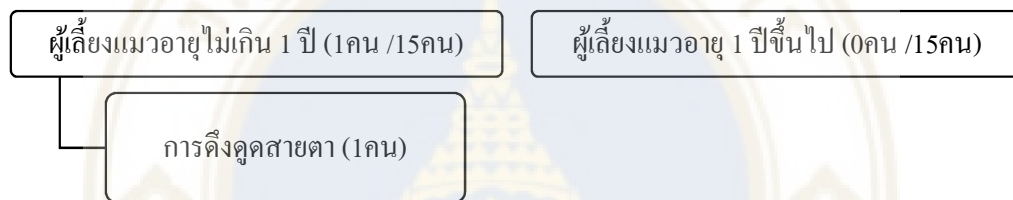
ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

“...ในการเลือกซื้อสินค้านั้นจะมองตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ เพราะว่าตราสินค้าเป็น สิ่งที่ช่วยในแง่ของการจดจำ คือปกติเราซื้อยี่ห้อ Whiskas เราก็จะจำสินค้านี้ได้จากการมองหาตรา สินค้ายี่ห้อนี้เท่านั้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 26

5) สี

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านสีในแง่ของการดึงดูดสายตา



ภาพที่ 4.4.9 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสัญลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ



ภาพที่ 4.4.10 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสีที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4

“...ไม่ชอบสีของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวที่เป็นสีดำ มันทำให้ดูไม่น่าซื้อ สินค้าที่เป็นอาหารไม่ควรใช้สีดำ จะชอบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสีสดใสมากกว่า มันเหมาะกับสินค้าที่เป็นอาหารมากกว่า...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4



ภาพที่ 4.4.11 ความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ด้านสีที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5

“...ในการเลือกซื้อสินค้าสีไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารมากนัก แต่หากว่าสีบนบรรจุภัณฑ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับอาหารแมว จะทำให้ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า ทำให้เราหาสินค้าเจอง่ายยิ่งขึ้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

6) รูปร่าง

กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบรูปร่างมากนัก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่พบเห็นในตลาดไม่มีความแตกต่างกันมาก

“...รูปร่างของสินค้าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ เพราะมองว่าลักษณะถุงของสินค้าในตลาดมีลักษณะคล้ายกัน ไม่แตกต่างกันมาก และเราซื้อกลับไปก็วางไว้ที่บ้านเฉยๆ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3

“...รูปร่างของสินค้าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อเลย เพราะว่าการลักษณะถุงของสินค้าในตลาดมีลักษณะเหมือนกัน และเราซื้อกลับบ้านไปก็แกะใส่กระปุกอยู่แล้ว...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

7) อื่นๆ

นอกจากองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ 6 องค์ประกอบ กลุ่มตัวอย่างยังมีการกล่าวถึงองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติมด้วย คือองค์ประกอบด้านวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ที่จะต้องสามารถป้องกันอาหาร ไม่ให้เกิดความเสียหาย ซึ่งวัสดุที่ดีจะต้องสามารถช่วยรักษาคุณภาพของอาหารไว้ได้ และป้องกันความชื้นได้ โดยจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ มีคนกล่าวถึงองค์ประกอบนี้ถึง 26 คน จาก 30 คน แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบนี้มากเท่าไรนัก

“...ในการเลือกซื้อสินค้าจะดูที่วัสดุของบรรจุภัณฑ์ด้วย เพราะว่าจะต้องป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย สามารถป้องกันความชื้นได้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 27



ภาพที่ 4.4.12 แสดงองค์ประกอบด้านวัสดุบนบรรจุภัณฑ์ที่มีชิปล็อก

“...เวลาเลือกซื้อสินค้าจะมองหาบรรจุภัณฑ์ที่มีชิปล็อก จะชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีชิปล็อก เพราะว่าจะช่วยในการเก็บรักษาอาหารได้นานยิ่งขึ้น จะช่วยอาหารในเรื่องของความชื้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 21

“...วัสดุของสินค้ามีผลในการเลือกซื้อเล็กน้อย เนื่องจากวัสดุจะต้องป้องกันสินค้าได้ และป้องกันความชื้นได้ หากป้องกันไม่ได้ ก็จะไม่ซื้อ แม้ว่าจะกลับบ้านไปแกะอาหารใส่กระปุกที่บ้านก็ตาม...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5

4.5 การให้ความสำคัญกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์

จากตาราง 4.5.1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับการให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และความเข้าใจในคำว่ารสชาติและกลิ่น โดยผู้วิจัยได้ถามความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปริมาณเนื้อสัตว์ที่ผสมลงในอาหารว่าคำว่า “รสชาติ” และคำว่า “กลิ่น” มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์สัดส่วนเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ ได้ผลออกมาดังนี้

ตาราง 4.5.1 การให้ความสำคัญกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป

| ลำดับ | ระดับการให้ความสำคัญในโภชนาการ | คำว่า 'รสชาติ' ต่อสัดส่วนเนื้อสัตว์ | คำว่า 'กลิ่น' ต่อสัดส่วนเนื้อสัตว์ |
|-------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1 | น้อย | 70-80% | 50% |
| 2 | ไม่คำนึงถึง | 0% | 0% |
| 3 | ไม่คำนึงถึง | 50% ขึ้นไป | 0% |
| 4 | ไม่คำนึงถึง | 30% | 0% |
| 5 | น้อย | 0% | 50% |
| 6 | น้อย | 60% | 30-40% |
| 7 | น้อย | 50% | 0% |
| 8 | ปานกลาง | 10% | 0% |
| 9 | น้อย | 70% | 30% |
| 10 | ไม่คำนึงถึง | 60% | 0% |
| 11 | ปานกลาง | 70% | 0% |
| 12 | น้อย | 50% | 0% |
| 13 | ปานกลาง | 60% | 20% |
| 14 | น้อย | 50% | 10% |
| 15 | ไม่คำนึงถึง | 70% | 20% |

ตาราง 4.5.2 ความเข้าใจในฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี

| ลำดับ | โฆษณาการ | คำว่า 'รสชาติ' ต่อสัดส่วน เนื้อสัตว์ | คำว่า 'กลิ่น' ต่อ สัดส่วนเนื้อสัตว์ |
|-------|-------------|--|--|
| 16 | มาก | 30-50% | 0% |
| 17 | น้อย | 50% | 20% |
| 18 | ปานกลาง | 60% | 0% |
| 19 | ปานกลาง | 10% | 0% |
| 20 | ปานกลาง | 2% | 2% |
| 21 | ปานกลาง | 50% | 0% |
| 22 | ไม่คำนึงถึง | 80% | 80% |
| 23 | ปานกลาง | 80% | 50% |
| 24 | ปานกลาง | 70% | 20% |
| 25 | น้อย | 60% | 0% |
| 26 | ปานกลาง | 15% | 0% |
| 27 | น้อย | 30% | 0% |
| 28 | มาก | 0% | 0% |
| 29 | มาก | 20% | 0% |
| 30 | ปานกลาง | 70% | 20% |

จากตารางที่ 4.5.1 และ 4.5.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุมากกว่า 1 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีส่วนใหญ่คิดว่า คำว่า 'รสชาติ' มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์อยู่จริง โดยจะคิดว่า คำว่า 'รสชาติ' จะมีปริมาณสัดส่วนเนื้อสัตว์มากกว่า 'กลิ่น' แต่คำว่า 'กลิ่น' กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีเนื้อสัตว์และไม่มีเนื้อสัตว์ในจำนวนคนที่ใกล้เคียงกัน

ตาราง 4.5.3 เปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อข้อมูล โภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

| การให้ความสำคัญต่อ ข้อมูลโภชนาการ | จำนวน (คน) | |
|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป | เลี้ยงแมวไม่เกิน 1 ปี |
| มาก | 0 | 3 |
| ปานกลาง | 3 | 8 |
| น้อย | 7 | 3 |
| ไม่คำนึงถึง | 5 | 1 |
| ผลรวมทั้งหมด | 15 | 15 |

จากตาราง 4.5.3 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากตาราง 4.5.1 และ 4.5.2 มาสรุปและเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อข้อมูล โภชนาการของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปและกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี จากตารางดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการที่น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวไม่เกิน 1 ปี

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

สำหรับงานวิจัยเรื่อง "การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงสัตว์พศหญิงให้ความสนใจในการเลือกซื้อ" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคให้ความสนใจในองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์บ้าง และเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูปในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เลี้ยงแมวจำนวน 30 คน โดยแบ่งเป็นผู้เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีจำนวน 15 คน และผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปจำนวน 15 คน โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของตัวอักษรรูปภาพ ขนาด สัญลักษณ์ สี และรูปร่างตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปผลงานวิจัยและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลวิจัย

5.1.1 องค์ประกอบด้านตัวอักษรที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบตัวอักษร เพราะตัวอักษรจะช่วยในการบอกคุณสมบัติและคุณค่าทางอาหาร รวมถึงสูตรของอาหารแมว ซึ่งคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณสมบัติและคุณค่าทางอาหารเป็นส่วนใหญ่เนื่องจาก ต้องการให้แมวของตนโตไปแล้วมีสุขภาพที่ดี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบตัวอักษรในด้านของการดูข้อมูลรสชาติอาหารแมว ข้อมูลของสายพันธุ์แมว สูตรของอาหารแมว และคุณสมบัติและคุณค่าทางอาหาร ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่จะเลือกดูรสชาติของอาหารแมวเนื่องจากหากซื้อสินค้ารสชาติผิด แมวจะไม่รับประทาน ซึ่งจากผลการศึกษาครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับ Lemke, Burkholder, Conway, Lando & Valcin (2015) ที่ได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอาหารสัตว์ สรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงสัตว์ให้ความสำคัญกับข้อมูลบนฉลากบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่บ่งบอกข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณสารอาหารซึ่งจะเกี่ยวข้องกับสุขภาพของสัตว์เลี้ยง

5.1.2 องค์ประกอบด้านรูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบรูปภาพ เนื่องจากรูปภาพจะช่วยในการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ รูปภาพของอาหารบนบรรจุภัณฑ์จะทำให้รู้ถึงส่วนประกอบของตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Behaeghe (1991) ที่กล่าวไว้ว่า รูปภาพสามารถสื่อความหมายต่างๆ ให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว และจากการวิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านรูปภาพยังช่วยให้ดึงดูดสายตา คือ หากรูปภาพแมวนบนบรรจุภัณฑ์ลักษณะคล้ายกับแมวของตนก็จะช่วยให้ดึงดูดสายตาได้อีกด้วย

5.1.3 องค์ประกอบด้านขนาดที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของขนาดในแง่ของการเก็บรักษาเพื่อคงความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ จะเลือกขนาดของผลิตภัณฑ์ที่พอดีพอเหมาะกับปริมาณการใช้ ไม่เลือกขนาดใหญ่เพราะจะทำให้เก็บอาหารไว้นานเกินไป ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปนั้นจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบขนาดในด้านความสดใหม่เช่นเดียวกัน แต่จะมีเพิ่มเติมคือมองด้านความคุ้มค่าเพิ่มเติมเข้ามาด้วย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มองด้านความคุ้มค่าจะเป็นกลุ่มคนที่เลี้ยงแมวเป็นจำนวนมาก ประมาณ 10 ตัว ซึ่งเรื่องของความคุ้มค่านั้นสอดคล้องกับ Danton (1990) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบขนาดช่วยในแง่ของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการซื้อในปริมาณน้อยเพื่อความสะดวกสบาย หรือการซื้อเป็นปริมาณมากเพื่อความประหยัด

5.1.4 องค์ประกอบด้านสัญลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

จากผลงานวิจัยจะพบสัญลักษณ์ใน 2 รูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึง คือสัญลักษณ์ที่เป็น โลโก้แบรนด์ และสัญลักษณ์ที่เป็น icon ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านสัญลักษณ์ที่เป็น icon ในแง่ของความง่ายในการเลือกซื้อสินค้า คือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็วยิ่งขึ้นโดยไม่ต้องอ่านตัวอักษรซึ่งสอดคล้องกับมนฤดี มิตรเจริญถาวร(2548)ที่กล่าวว่า สัญลักษณ์เป็นสื่อสากลที่สามารถสื่อสารให้ทุกคนเข้าใจได้โดยไม่ต้องอาศัยภาษา แต่กลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปนั้นจะมองสัญลักษณ์ที่เป็น โลโก้แบรนด์ในแง่ของการทำให้จดจำในตัวสินค้าเพิ่มเติมด้วย

5.1.5 องค์ประกอบด้านสีที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านสีจะมีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีเท่านั้น ซึ่งองค์ประกอบด้านสีเป็นองค์ประกอบที่ช่วยในการดึงดูดสายตาและความง่ายในการเลือกซื้อสินค้า กล่าวคือบรรจุดัชนีที่เป็นสีส้มจะดึงดูดความน่าสนใจมากกว่าสีดำ

5.1.6 องค์ประกอบด้านรูปร่างที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ไม่ได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบรูปร่างมากนัก เนื่องจากบรรจุดัชนีที่พบเห็นในตลาดไม่มีความแตกต่างกันมาก กล่าวคืออาหารแมวจะเป็นรูปทรงถุงตั้งเหมือนกันทั้งหมดนั่นเอง

5.1.7 องค์ประกอบด้านอื่นๆที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างมีการกล่าวถึงองค์ประกอบอื่นๆ กล่าวคือองค์ประกอบด้านวัสดุของบรรจุดัชนี ที่จะต้องสามารถป้องกันอาหารไม่ให้เกิดความเสียหาย และสามารถช่วยรักษาคุณภาพของอาหารไว้ได้ด้วย แต่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบนี้มากเท่าไรนัก

จากงานวิจัยจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่เลี้ยงแมวจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของบรรจุดัชนีอาหารแมวสำเร็จรูปแบบเม็ดในด้านของตัวอักษรมากที่สุด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลการศึกษาขององค์ประกอบของบรรจุดัชนีอาหารสุนัขรูปแบบเม็ดในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเหมือนกัน ของณัฐนันท์ ฉัตรเบญจรัตน์ (2562) พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่เลี้ยงสุนัขจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบบรรจุดัชนีด้านสัญลักษณ์มากที่สุด

และเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลการศึกษาขององค์ประกอบของบรรจุดัชนีอาหารแมวรูปแบบเม็ดในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ของอัจฉริ ภูณณะหิตานนท์ (2562) พบว่าเพศที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศชายที่เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปีจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านตัวอักษรมากที่สุด และเพศชายที่เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านวัสดุมากที่สุด ซึ่งมีความใกล้เคียงกันกับกมลนันทน์ วัฒนเสนาและนันทนา อุดมกิตต์ (2559) ที่มีผลการวิจัยออกมาว่าความแตกต่างระหว่างหญิงและชายที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัข และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วรพรรณ (2546) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป ผลการศึกษาสรุปได้ว่า หนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแมวคือ เพศ

และจากการเปรียบเทียบกับข้อมูลการศึกษาขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารแมวรูปแบบเปียกในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงของฉัตรชัย หอนรงค์ศิริ (2562) พบว่าเพศหญิงที่เลี้ยงแมวจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านสัญลักษณ์มากที่สุด รองลงมาคือให้ความสำคัญกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญกับตัวอักษรเป็นอันดับที่ 3 ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ว่าอาหารรูปแบบที่แตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าจะมีการให้ความสำคัญขององค์ประกอบทางบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน จากการเปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารสัตว์นั้น สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1.1

ตาราง 5.1.1 สรุปข้อมูลเปรียบเทียบการให้ลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์

| ลำดับความสำคัญ | ลำดับ | เพศหญิง (อาหารเม็ดแมว) | เพศชาย (อาหารเม็ดแมว) | เพศหญิง (อาหารแมวเปียก) | เพศหญิง (อาหารเม็ดสุนัข) | เพศหญิง (ขนมสุนัข) |
|--|-------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| ลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ | 1 | ตัวอักษร (สรรพคุณ) | ตัวอักษร (เนื้อหาด้านคุณสมบัติ) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | สัญลักษณ์ (โลโก้ของแบรนด์) | รูปภาพ (รูปสุนัข) |
| | 2 | รูปภาพ (รูปแมว) | สัญลักษณ์ รูปภาพ (รูปภาพแมว) | ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) | รูปภาพ (รูปสุนัข) | วัสดุ (ทึบ ใส ซิป ล็อค) |
| | 3 | ขนาด | สี (โทนสี) วัสดุ (แดง ส้ม เหลือง) | ตัวอักษร (สรรพคุณ) | ตัวอักษร (สรรพคุณ) | ขนาด |

และเนื่องจากระดับความผูกพันและประสบการณ์การเลี้ยงก็เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อและการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สรุปออกมาเป็นตาราง ดังนี้

ตาราง 5.1.2 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกับระดับความผูกพัน

| ระดับความผูกพัน | ผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป | | | ผู้เลี้ยงแมวอายุไม่เกิน 1 ปี | | |
|---|-----------------------------|--|--------------------------------|--|--------------------------------|--------------------------------|
| | ระดับความผูกพัน น้อย | ระดับความผูกพัน ปานกลาง | ระดับความผูกพัน มาก | ระดับความผูกพัน น้อย (ระดับ 1-4) | ระดับความผูกพัน ปานกลาง | ระดับความผูกพัน มาก |
| ความสัมพันธ์ผู้เลี้ยง กับแมว | เพื่อน, สัตว์ใช้งาน | เพื่อน, สัตว์ใช้งาน, สมาชิกใน ครอบครัว | สมาชิกใน ครอบครัว | - | เพื่อน, สมาชิกใน ครอบครัว | เพื่อน, สมาชิกใน ครอบครัว |
| สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อ | ราคาและความ คุ้มค่า | ข้อมูลบนบรรจุ ภัณฑ์ | คุณภาพ, ข้อมูลบน บรรจุภัณฑ์ | - | คุณภาพ, ข้อมูลบน บรรจุภัณฑ์ | คุณภาพ, ข้อมูลบน บรรจุภัณฑ์ |
| การให้ความสำคัญ องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ | ตัวอักษร (รสชาติอาหาร) | ขนาด | ตัวอักษร (สรรพคุณ) | - | รูปภาพ (รูปอาหาร) | ตัวอักษร (สรรพคุณ) |
| การให้ความสำคัญเรื่อง โภชนาการ | ไม่คำนึงถึง โภชนาการ | ไม่คำนึงถึง โภชนาการ | คำนึงถึง โภชนาการ | - | คำนึงถึง โภชนาการ | คำนึงถึง โภชนาการ |

จากตาราง 5.1.2 ผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปที่มีความผูกพันระดับน้อยจะคำนึงเรื่องราคาและความคุ้มค่าของสินค้าในการเลือกซื้อ เนื่องจากแมวรับประทานอาหารปริมาณมากทำให้ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านตัวอักษรซึ่งจะดูรสชาติอาหารเป็นหลัก โดยจะซื้อรสชาติที่แมวรับประทานเป็นหลัก โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการเลย ส่วนผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปที่มีความผูกพัน

ในระดับปานกลางจะคำนึงถึงเรื่องข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์เป็นหลักซึ่งจะดูว่าอาหารแมวเหมาะสมกับแมวของตนหรือไม่ การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านขนาด โดยจะเลือกจากการใช้งานเป็นหลัก กล่าวคือขนาดเล็กไว้สำหรับการพกพาไปตามสถานที่ต่างๆ และขนาดใหญ่จะมองในแง่ของความคุ้มค่า ซึ่งคนกลุ่มนี้จะไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าทางอาหาร แต่ผู้เลี้ยงแมวไม่เกิน 1 ปีที่มีความผูกพันในระดับปานกลางจะคำนึงถึงคุณภาพและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในการเลือกซื้อจะเลือกซื้ออาหารแมวจากองค์ประกอบด้านรูปภาพที่เป็นภาพของอาหารว่าเป็นอาหารรสชาติอะไร รูปร่างของเม็ดเหมาะกับแมวของตนหรือไม่ และคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารแมว สำหรับผู้เลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปและผู้เลี้ยงแมวไม่เกิน 1 ปีที่มีความผูกพันในระดับมาก จะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านตัวอักษรที่เป็นส่วนของสรรพคุณของอาหาร คนกลุ่มนี้จะคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารแมว

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่ผู้เลี้ยงแมวให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด ดังนั้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารสำเร็จรูปจะต้องให้ความสำคัญกับส่วนที่เป็นตัวอักษรมากที่สุด กล่าวคือ เพศหญิงเลี้ยงแมวอายุ 1 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับองค์ประกอบตัวอักษรในด้านของการดูข้อมูลรสชาติอาหารแมว ข้อมูลของสายพันธุ์แมว สูตรของอาหารแมว และคุณประโยชน์และคุณค่าทางอาหาร ดังนั้นแล้วผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนนี้สำหรับอาหารสำเร็จรูปของแมวอายุ 1 ปีขึ้นไป และสำหรับอาหารแมวสำเร็จรูปของแมวอายุไม่เกิน 1 ปี ควรเน้นข้อมูลคุณประโยชน์และคุณค่าทางอาหาร รวมถึงสูตรของอาหารแมว เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกมานั้นตอบโจทย์ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้พบว่าองค์ประกอบอื่นๆที่เพิ่มเติมเข้ามาคือองค์ประกอบด้านวัสดุ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปผู้ที่สนใจศึกษาควรมีการศึกษาองค์ประกอบด้านวัสดุเข้ามาด้วย เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำผลวิจัยไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาบรรจุภัณฑ์ที่กำหนดภายในภายในประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายเฉพาะที่ Modern Trade ทั่วไปเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาบรรจุภัณฑ์ที่กำหนดในต่างประเทศด้วย



บรรณานุกรม

- กมลนัทธ์ วัฒนะเสนและนันทนา อุดมกิตติ์ . (2559). การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างหญิงและชายที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัข. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กรมปศุสัตว์. (2562). ฐานข้อมูลเพื่อการขึ้นทะเบียนสุนัข-แมว. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน, 2562 จากเว็บไซต์: <http://164.115.40.46/PetRegister>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). บทวิเคราะห์ธุรกิจประจำเดือน ธันวาคม 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน, 2562 จากเว็บไซต์: https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2561/T26/T26_201812.pdf
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). รวมกฎหมาย ประกาศ ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของตามพระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์ พ.ศ. 2558. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ชัยรัตน์ อัสวาทกร. (2548). การออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรม สนับสนุน.
- ดารณี พานทอง.(2524).การหีบห่อ. กรุงเทพฯ : วารสารรามคำแหง 8 ฉบับบริหารธุรกิจ เล่ม 1.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- _____. (2532). การพัฒนาเนื้อหารายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาระดับอนุปริญญา สาขาวิชาเอกออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาศิลปศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเสริฐ พิษยะสุนทร. (2555). ศิลปะและการออกแบบเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: วี. พรินท์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ. (2547). รวมบทความบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: บริษัท แพคเมทส์ จำกัด.
- มนฤดี มิตรเจริญถาวร. (2548). การออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางค์ผู้ชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพรรณ นิมจโรจน์. (2546). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2539). การออกแบบ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2541). อาหารสัตว์เลี้ยงอุตสาหกรรมเกษตรดาวรุ่ง. ฉบับที่ 8. กรุงเทพฯ : บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด.
- _____. (2561). ส่งออก-ออนไลน์โต บรรจุกัญท์และสิ่งพิมพ์พื้น.สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน, 2562 จากเว็บไซต์:
https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Online-Export_Packaging-Print.pdf
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2548). ต้นแบบบรรจุกัญท์ผลไม้สดและดอกไม้สด. ปีที่ 8, ฉบับที่ 9, 2548, หน้า 9.
- Behaeghel, J. (1991). Brand Packaging. London: Architecture Design and Technology Press.
- Butkeviciene, Stravinskiene & Rutelione. (2008). Impact of Consumer Package Communication on Consumer Decision Making Process. kauno technologijos universitetas, Lithuania.
- Danton, P. (1990). Packaging in the marketing mix. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Favre. J.P. (1969). Colour sells your package. Zurich: ABC.
- Keller, K.L. (1998). Strategic Brand Management Building, Measuring and Meaning Brand Equity. NJ, USA: Prentice Hall International, INC.
- Kotler, P. (2003). Marketing management (11 ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kuvykaite, Dovaliene & Navickiene. (2009). Impact of package elements on consumer's purchase decision. kauno technologijos universitetas, Lithuania.
- Lemke, Burkholder, Conway, Lando & Valcin. (2015). An Analysis of Pet Food Label Usage. Lake Forest College. United States.
- Meyers, H.M. & Lubliner. M.J. (1998). The marketer's guide to successful package design. Lincolnwood, IL: NTC Business Books, p.9.
- Shimp, T.A. (2007). Integrated marketing communications in advertising and promotion (7 ed.). China: Thomson South-Western.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้เลี้ยงแมว

งานวิจัยเรื่อง

“การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

(A Study of Packaging Elements that Affect Pet Owners Purchasing Decision of Prepared Pet Food)”

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์ท่าน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงให้ความสนใจในการเลือกซื้อ (A Study of Packaging Elements that Affect Cat Owners Purchasing Decision of Prepared Pet Food)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า

- เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวที่ผู้เลี้ยงใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ
- เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่มีต่อองค์ประกอบด้านข้อมูลที่ระบุอยู่บนบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกรักษาไว้เป็นความลับ และจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมและความสัมพันธ์การเลี้ยงสัตว์เลี้ยง

1. สัตว์เลี้ยงที่ท่านเลือกให้ข้อมูลในแบบสอบถามต่อไปนี้เป็นสายพันธุ์ใด
2. ท่านเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพราะเหตุใด
3. ท่านเคยมีประสบการณ์ในการเลี้ยงสุนัขหรือแมวมาก่อนหรือไม่ หากท่านเคยมีประสบการณ์ สัตว์เลี้ยงของท่านในปัจจุบันเป็นตัวที่เท่าไร
4. สัตว์เลี้ยงมีความหมายอย่างไรต่อท่าน โปรดเลือกข้อที่สอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

| | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> เป็นสัตว์เลี้ยงใช้งาน เช่น ฝ้าบ้าน จับหนู | <input type="checkbox"/> เป็นเพื่อน | <input type="checkbox"/> เป็นสมาชิกของครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> เป็นเหมือนลูก | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
5. โปรดทำเครื่องหมาย X บนเส้น เพื่อแสดงระดับความผูกพันของท่านที่มีต่อสัตว์เลี้ยง
6. ลักษณะการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของท่านเป็นแบบใด ระบบเปิดหรือระบบปิด เพราะเหตุใด
7. ปริมาณอาหารสัตว์เลี้ยงที่ท่านให้ในแต่ละครั้ง ท่านกำหนดอย่างไรเพราะเหตุใด
8. ท่านมีการให้อาหารแบ่งเป็นมืออย่างไร และแต่ละมือท่านให้อาหารสัตว์เลี้ยงเป็นรูปแบบใด
9. นอกจากอาหารแล้ว ท่านยังให้ขนมชนิดอื่นอีกหรือไม่
10. พฤติกรรมการเลือกซื้อของท่านตรงกับข้อใดมากที่สุด

| |
|--|
| <input type="checkbox"/> ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพ |
| <input type="checkbox"/> ให้ความสำคัญเรื่องข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> ให้ความสำคัญเรื่องราคาและคุ่มค่าของสินค้า |

ส่วนที่ 2 มุมมองและความคิดเห็นในการแบ่งประเภทอาหารสัตว์เลี้ยง

1. ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์จัดกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ ทำไมท่านจึงเลือกจัดกลุ่มแบบนี้ (โดยผู้วิจัยจะมีตัวอย่างสินค้าให้ท่านเลือก)
2. ท่านชอบผลิตภัณฑ์ใดมากที่สุด เพราะเหตุใด
3. ถ้าให้ท่านเลือกซื้อ ท่านจะเลือกผลิตภัณฑ์ใด เพราะสาเหตุใด
4. การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงของท่านคำนึงถึงเรื่องใดมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงให้ความสนใจ

1. ให้ท่านเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 7 อย่าง ดังต่อไปนี้ สี รูปร่าง ตัวอักษร สัญลักษณ์ รูปภาพ และขนาด
2. ท่านคิดว่าเนื้อหาของบรรจุภัณฑ์ส่วนใดสำคัญที่สุด เพราะสาเหตุใด
3. ในการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงของท่าน คำนึงถึงสีบนบรรจุภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร
4. รูปร่างมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่านหรือไม่ อย่างไร
5. สัญลักษณ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่านหรือไม่ อย่างไร
6. รูปภาพบนบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่านหรือไม่ อย่างไร
7. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่านหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 4 ความเข้าใจในฉลากบนบรรจุภัณฑ์

1. ท่านเข้าใจเนื้อหาของบรรจุภัณฑ์ว่าอย่างไร โปรดอธิบาย
2. ท่านเข้าใจวัตถุประสงค์ของการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์หรือไม่ และเข้าใจว่าอย่างไร
3. ท่านคำนึงถึงโภชนาการบนฉลากหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านคิดว่ารสชาติที่ระบุอยู่บนฉลากของบรรจุภัณฑ์ เช่น รสน้ำเนื้อแกะ มีส่วนผสมของเนื้อแกะจริงหรือไม่ หากมี คิดว่ามีสัดส่วนมากน้อยเพียงใด
5. ท่านคิดว่ากลิ่นที่ระบุอยู่บนฉลากของบรรจุภัณฑ์ เช่น กลิ่นเนื้อแกะ มีส่วนผสมของเนื้อแกะจริงหรือไม่ หากมี คิดว่ามีสัดส่วนมากน้อยเพียงใด

ภาคผนวก ข

เอกสารรับรองการวิจัย



IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB)
Established 1983

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 Peison*

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 Prasartkul)
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

COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)
COMPLETION REPORT - PART 1 OF 2
COURSEWORK REQUIREMENTS*

* NOTE: Scores on this Requirements Report reflect quiz completions at the time all requirements for the course were met. See list below for details. See separate Transcript Report for more recent quiz scores, including those on optional (supplemental) course elements.

- **Name:** Kanapon Turongtanakul (ID: 8141708)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** kanapon.tur@student.mahidol.ac.th
- **Institution Unit:** College of Management
- **Phone:** +6622062000

- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage

- **Record ID:** 31760908
- **Completion Date:** 27-May-2019
- **Expiration Date:** 26-May-2023
- **Minimum Passing:** 80
- **Reported Score*:** 84

| REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY | DATE COMPLETED | SCORE |
|---|----------------|------------|
| History and Ethical Principles - SBE (ID: 490) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| Informed Consent - SBE (ID: 504) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| Unanticipated Problems and Reporting Requirements In Social and Behavioral Research (ID: 14928) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| Assessing Risk - SBE (ID: 503) | 27-May-2019 | 1/5 (20%) |

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: www.citiprogram.org/verify/?k211341c2-3163-4e93-895c-3d4b2b318464-31760908

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)

Email: support@citiprogram.org

Phone: 888-529-5929

Web: <https://www.citiprogram.org>

**COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)
COMPLETION REPORT - PART 2 OF 2
COURSEWORK TRANSCRIPT****

** NOTE: Scores on this Transcript Report reflect the most current quiz completions, including quizzes on optional (supplemental) elements of the course. See list below for details. See separate Requirements Report for the reported scores at the time all requirements for the course were met.

- **Name:** Kanapon Turongtanakul (ID: 8141708)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** kanapon.tur@student.mahidol.ac.th
- **Institution Unit:** College of Management
- **Phone:** +6622062000

- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage

- **Record ID:** 31760908
- **Report Date:** 27-May-2019
- **Current Score**:** 84

| REQUIRED, ELECTIVE, AND SUPPLEMENTAL MODULES | MOST RECENT | SCORE |
|---|-------------|------------|
| Assessing Risk - SBE (ID: 503) | 27-May-2019 | 1/5 (20%) |
| Informed Consent - SBE (ID: 504) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| Unanticipated Problems and Reporting Requirements in Social and Behavioral Research (ID: 14928) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |
| History and Ethical Principles - SBE (ID: 490) | 27-May-2019 | 5/5 (100%) |

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: www.citiprogram.org/verify/71211341c2-3163-4e93-895c-3d4b2b318464-31760908

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)

Email: support@citiprogram.org

Phone: 888-529-5929

Web: <https://www.citiprogram.org>