

การรับรู้การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร PERCEPTION OF USING PACKAGING FOR ENVIRONMENT OF CUSTOMER IN BANGKOK METROPOLITAN AREAS

จริยา ศรีจรูญ*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การรับรู้ และความตระหนักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และความตระหนักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ประชากรคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อ การใช้หรือเคยใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามสูตรการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่มีขนาดไม่จำกัดจำนวน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อ การใช้หรือเคยใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ มีการรับรู้ว่าการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น และรับรู้ว่าการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณขยะ แต่ไม่ทราบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการรวมห่อหลายชิ้นเป็นวิธีการหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และไม่ทราบว่าการเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต้องไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้นไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป อย่างไรก็ตามผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อ การใช้หรือเคยใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ด้านที่ตระหนักมากที่สุด คือ รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนทั้งผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น ลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วย สำหรับความสัมพันธ์ของการรับรู้และความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นการรับรู้ว่าการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำเป็นวิธีหนึ่งของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ว่าการเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต้องไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้นไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป ที่ไม่สัมพันธ์กับความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ : การรับรู้ ความตระหนัก บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

* อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : eew_67@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research were to study the perception and awareness of using packaging for environment of customer in Bangkok and study the customer relationship about the perception and awareness of using packaging for environment of customers in Bangkok. The 400 sample was selected from people in Bangkok who bought or used or used to packaging for environment by the computing formular of infinite population. Collecting data by questionnaire and analyzed descriptive statistics, frequency and percentage, mean and standard deviation and chi-square testing hypothesis.

The research found that : customer in Bangkok had the perception of using packaging for environment would get better environment and to decrease wastes. A few known that using environmental packaging design should enclose products; it's a way to develop packaging for environment and also a few known about packaging for environment; the customers must go to buy at the specialty stores. Although the customer had awareness realized using environmental packaging in high proficiency. The most important awareness is the government should permit and support each manufactures who use packaging for environment and manufactures who product environmental packaging too, for example, the government should reduce except on import for raw materials. Otherwise the mostly perception and awareness of using packaging for environment of customer in Bangkok were associated, some were not associated; such that neither using re-use environmental packaging is a strategies for green packaging, nor the customers must go to buy at the specialty stores were the perception of using packaging for environment which not associated to awareness.

Keywords : Perception, Awareness, Packaging for Environment

บทนำ

จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่น่าสนใจทั้งด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ผู้คนหลั่งไหลจากชนบทเพื่อหาแหล่งงาน แหล่งการศึกษา รวมไปถึงชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนหรือแม้แต่มาท่องเที่ยวก็ตาม ส่งผลให้จำนวนพลเมืองในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าถ้านับรวมประชากรปริมณฑลที่เดินทางมาทำงานในกรุงเทพมหานคร และชาวต่างชาติ กรุงเทพมหานครมีประชากรอยู่ราวกว่า 10 ล้านคน โดยประชากรหลัก ๆ ประกอบด้วยประชากรตามทะเบียนราษฎร 5,676,756 คน ซึ่งถ้ารวมกับประชากรแฝงจะมีจำนวน 8,839,022 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) ผลสืบเนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการมีพลเมืองจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร ทำให้ความต้องการในการบริโภคเพิ่มสูงขึ้นทั้งภาคการผลิตและภาคการบริการ รวมไปถึงความต้องการความสะดวกรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความริบเร่งของสังคมเมืองส่งผลต่อคุณภาพชีวิต สุขอนามัย ตลอดจนปัญหามลภาวะจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบที่คนกรุงเทพฯ ต้องเผชิญ การผลิตและการบริโภคสินค้าจำนวนมาก ก่อให้เกิดการแข่งขันจากผู้ผลิตเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการของตนที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างเหนือชั้นกว่า ไม่ว่าจะเป็นราคาที่จูงใจ หรือส่งเสริมเอกลักษณ์ รูปแบบและช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกและเหมาะสมกับสินค้า รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดที่โดนใจ ทันสมัย และแรงพอที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมตามที่คาดหวังได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง และลงตัวกับยุคสมัยในปัจจุบัน ทำให้บรรจภัณฑ์ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจในการนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เพราะนอกเหนือจากหน้าที่หลักคือการบรรจุห่อหุ้ม ป้องกันสินค้าและรักษาคุณภาพของสินค้าแล้ว ยังมีหน้าที่ด้านการตลาดในการสร้างความสวยงาม สะดวกในการใช้งานรวมถึงการส่งเสริมการขาย ด้วยเหตุนี้บรรจภัณฑ์จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญและขาดไม่ได้สำหรับผู้บริโภคจะเลือกใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

ทิศทางและแนวโน้มการเติบโตของบรรจภัณฑ์ในประเทศไทยมีสาเหตุหลัก ๆ มาจากการเติบโตของตลาดภายในประเทศทั้งในด้านการเติบโตของจำนวนประชากร รวมไปถึงการเติบโตของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเซเว่นอีเลฟเว่น เทสโก้โลตัส บิ๊กซี ทำให้ความต้องการใช้บรรจภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างมาก รวมไปถึงการเติบโตของตลาดสินค้าประเภทอาหารแช่แข็งและอาหารพร้อมรับประทาน ทั้งตลาดบริโภคภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยเฉพาะบรรจภัณฑ์ที่สามารถนำเข้าไปโครเวฟและประเภทพลาสติก ซึ่งมีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 55 (คงศักดิ์ ดอกบัว, 2556) นอกจากนี้การเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มก็เป็นตัวกระตุ้นให้อุตสาหกรรมบรรจภัณฑ์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับแนวโน้มการออกแบบบรรจภัณฑ์นั้น (คงศักดิ์ ดอกบัว, 2556)

จากข้อมูลของสถาบันพลาสติกที่ได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์หลัก ๆ ในลำดับต้น มาจากสาเหตุหลักด้านการใช้งาน การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ราคา น้ำหนัก ความสวยงาม และการสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งถ้าพิจารณาแล้วจะเห็นว่าแนวโน้มการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเน้นหนักไปในเรื่องของ การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นปัญหาที่ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญและพยายามรณรงค์เพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อนที่เป็นอยู่ ส่งผลให้การออกแบบ การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นไปเพื่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมไปถึงการตื่นตัวของผู้บริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทำให้การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในลักษณะต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าธุรกิจจะมีการคิดค้นพัฒนาบรรจุภัณฑ์ออกมาอย่างมากมาย หลากหลายรูปแบบ ด้วยวัสดุและรูปทรงที่เหมาะสมกับการใช้งาน หรือแม้แต่การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาหรือลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก็ตาม บรรจุภัณฑ์เหล่านั้นก็ยังคงสร้างปัญหาและส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ดี เพราะสิ่งเหล่านั้นนอกจากจะกลายเป็นขยะและส่งผลต่อการกำจัดแล้วยังเป็นแหล่งของเชื้อโรค ก่อให้เกิดความสกปรก ไม่ชวนมอง เป็นแหล่งเพาะพันธุ์และที่อยู่อาศัยของหนู แมลงสาบ เชื้อโรคต่าง ๆ ฯลฯ ทั้งยังเปลืองพื้นที่ในการจัดเก็บเพื่อรอการกำจัด เช่น การฝัง การเผา เป็นต้น

ปัญหาขยะจากบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัญหาสำคัญโดยเฉพาะในเมืองที่มีขนาดใหญ่ ยิ่งเมืองที่มีขนาดใหญ่มากมีประชากรแออัดมาก มีความเจริญมาก มีความต้องการใช้สินค้าและบริการที่มาก ผู้คนในเมืองก็จะผลิตขยะมากกว่าเมืองที่มีขนาดเล็กกว่า ดังนั้น กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงและมีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุดในประเทศไทย จึงเป็นเมืองที่มีปัญหาขยะโดยเฉพาะขยะที่มาจากบรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาสำคัญที่ควรเร่งรีบแก้ไข อย่างไรก็ตาม ปัญหาขยะและมลพิษอาจลดลงได้ถ้าคนในชุมชนนั้น ๆ มีความรู้ความเข้าใจ รับรู้และตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ และการรักษาสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

จากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้การบริโภคและการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ การรับรู้และตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้รู้ว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีการรับรู้และตระหนักอย่างไรต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและรณรงค์ในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและสร้างสภาพความเป็นอยู่ที่มีความสุขของคนกรุงเทพมหานครต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อศึกษาความตระหนักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเลือกใช้ บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และความตระหนักของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้กลุ่มประชากร คือประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อ การใช้หรือ เคยใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมซึ่งมีจำนวนไม่สามารถจำกัดได้จากประชาชนทั้งหมดของกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนประมาณ 10 ล้านคน ดังนั้นเป็นประชากรในการศึกษามีขนาดไม่จำกัดจำนวน จึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ตามวิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่มีขนาดไม่จำกัดจำนวน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญบริเวณที่เป็นแหล่งการค้า มีผู้คนจำนวนมากและบริเวณที่มีการจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล แบบสอบถามตอนนี้เป็น การตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ถามเกี่ยวกับความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นแบบตรวจสอบรายการหรือให้เลือกตอบ ถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากสื่อประเภทต่างๆ มากน้อยเพียงใด เป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และถามเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นแบบสอบถามแบบการตรวจสอบรายการ (Check list) หรือกำหนดให้เลือกตอบ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบการเลือกตอบจากคำตอบ 3 คำตอบ คือ ใช่ ไม่ใช่ และไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. วิเคราะห์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความเที่ยงของแบบสอบถาม เพื่อให้มีความเที่ยงตรง ในการวัดจากความเที่ยงตรงของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence Index) โดยดัชนีความสอดคล้องที่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.65-1.00

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทดสอบเครื่องมือ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยได้ค่า ครอนบาค = 0.75

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ทำการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 400 ชุด
2. เก็บข้อมูลโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคือประชาชนที่มีการซื้อ การใช้ หรือเคยใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและอาศัยในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage random sampling) ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างตามการแบ่งเขตของสภากรุงเทพมหานคร (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์, 2557) แบ่งเป็น 6 เขต ประกอบด้วย 1. กลุ่มกรุงเทพมหานคร 2. กลุ่มกรุงเทพใต้ 3. กลุ่มกรุงเทพเหนือ 4. กลุ่มกรุงเทพตะวันออก 5. กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ 6. กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ เก็บข้อมูลเขตละ 70 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง เลือกเฉพาะตัวอย่างที่สมบูรณ์ 400 ตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญตามบริเวณที่เป็นแหล่งการค้า มีผู้คนจำนวนมากและ/หรือบริเวณที่มีการจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ
3. เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามครบแล้ว นำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์การรับรู้ และความตระหนักต่อการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครใช้ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4. ทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และความตระหนักต่อการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Chi-Square ด้วยวิธีของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี และ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อต่าง ๆ 1-2 วัน/สัปดาห์ มีการรับรู้ข่าวสารโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ในระดับมาก รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมประชุม/สัมมนา เกี่ยวกับบริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อม และส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการรณรงค์เกี่ยวกับการใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อม

3. การวิเคราะห์การรับรู้ และความตระหนักเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน) / ร้อยละ		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ/ ไม่ทราบ
1. การเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษา สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น	338 (84.50)	50 (12.50)	12 (3.00)
2. การเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณ ขยะ	321 (80.20)	51 (12.80)	28 (7.00)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน) / ร้อยละ		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ/ ไม่ทราบ
3. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม คือ บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	304 (76.00)	51 (12.80)	45 (11.20)
4. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ควรมีความคุ้มค่าตลอด อายุการใช้งาน เช่น หนาน ทนทาน ซ่อมแซมง่าย	229 (57.20)	62 (15.50)	109 (27.20)
5. บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้เท่านั้นจึงจัดได้ว่าเป็นบรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	246 (61.50)	60 (15.00)	94 (23.50)
6. การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดการใช้ พลังงาน	274 (68.50)	52 (13.00)	74 (18.50)
7. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมถูกออกแบบมาเพื่อให้ สามารถกำจัดทิ้งได้อย่าง ปลอดภัย	265 (66.20)	52 (13.00)	83 (20.80)
8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต้องออกแบบ ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ	232 (58.00)	63 (15.80)	105 (26.20)
9. การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยตัด/ลด ส่วนที่เกินความ จำเป็น ช่วยลดปริมาณขยะได้	291 (72.80)	53 (13.20)	56 (14.00)
10. การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำเป็นวิธีหนึ่งของกล ยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	287 (71.80)	50 (12.50)	63 (15.80)
11. การลดต้นทุนโดยการใช้วัตถุดิบ/วัสดุที่ใช้เพื่อ ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ เป็นวิธีการในการพัฒนาบรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	237 (59.20)	53 (13.20)	110 (27.50)
12. การนำวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์มารีไซเคิลเป็นบรรจุภัณฑ์ ใหม่ช่วยลดปริมาณขยะและรักษาสิ่งแวดล้อมได้	233 (58.20)	51 (12.80)	116 (29.00)
13. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการแพ็คเกจห่อหลาย ชั้น เป็นวิธีการหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อม	203 (50.80)	58 (14.50)	139 (34.80)
14. การเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ต้องไป ซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป	192 (48.00)	70 (17.50)	138 (34.50)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน) / ร้อยละ		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ/ ไม่ทราบ
15. การที่ธุรกิจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้ ราคาสินค้าแพงขึ้น	231 (57.80)	58 (14.50)	111 (27.80)
16. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิด ประโยชน์เฉพาะกับผู้บริโภค	199 (59.80)	110 (27.50)	91 (22.80)
17. กฎหมายกำหนดให้มีการแสดงฉลากสิ่งแวดล้อมบน บรรจุภัณฑ์ แต่ต้องพิสูจน์ว่าเป็นจริงตามที่แสดง	250 (62.50)	50 (12.50)	100 (25.00)
18. สัญลักษณ์ต่อไปนี้เป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	252 (63.00)	50 (12.50)	98 (24.50)



พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในด้าน
การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น รองลงมาคือ การเลือกใช้
บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณขยะ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครน้อยในด้านการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษาสี
สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น ด้านการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำเป็นวิธีหนึ่งของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อ
สิ่งแวดล้อม ด้านกฎหมายกำหนดให้มีการแสดงฉลากสิ่งแวดล้อมบนบรรจุภัณฑ์ แต่ต้องพิสูจน์ว่าเป็น
จริงตามที่แสดง และด้านการรับรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่อไปนี้



เป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความไม่แน่ใจ/ไม่ทราบในการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุ
ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการแพ็คเกจม่อหลายชิ้นเป็นวิธีการ
หนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม รองลงมาในด้านการเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ
สิ่งแวดล้อม ต้องไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย / ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์
เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. ปัญหาขยะจากบรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาที่ทุกคนต้อง ร่วมกันแก้ไข	4.50	0.60	มากที่สุด
2. ปัญหาขยะจากบรรจุภัณฑ์ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ทุกวัน	4.47	0.60	มากที่สุด
3. ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	4.12	0.71	มาก
4. ผู้บริโภคควรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อมมากกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบอื่น	3.93	0.64	มาก
5. ผู้บริโภคควรสนับสนุนธุรกิจ/บริษัทที่ออกแบบ พัฒนา จัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	3.87	0.73	มาก
6. ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญกับการไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ ที่เกินความจำเป็น	3.94	0.69	มาก
7. ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ เกี่ยวกับ บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	3.99	0.72	มาก
8. ผู้บริโภคควรเลือกซื้อสินค้า/บรรจุภัณฑ์ที่มี สัญลักษณ์ช่วยในการรักษาสภาพและสิ่งแวดล้อม	3.94	0.73	มาก
9. การขาดความรู้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการ เลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	4.11	0.68	มาก
10. ผู้มีส่วนในการสร้างมลพิษ ขยะ สิ่งแวดล้อมเสื่อม โทรม ควรมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและจ่าย ชดเชย	4.25	0.74	มากที่สุด
11. ภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญและ ร่วมมือกันรณรงค์ในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อม	4.50	0.62	มากที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน) / ร้อยละ		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ/ ไม่ทราบ
12. รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเช่น การลดหรือยกเว้น ภาษีนำเข้าวัตถุดิบ	4.55	0.61	มากที่สุด
13. รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิต ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	4.56	0.61	มากที่สุด
14. รัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชน ร้านค้า ผู้ประกอบการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์และ/หรือสินค้า ที่บรรจุด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	4.52	0.65	มากที่สุด
รวม	4.23	0.39	มาก

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตระหนักมากที่สุดคือเห็นว่า รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.56) และรัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และรัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชน ร้านค้า ผู้ประกอบการ เลือกใช้บรรจุภัณฑ์และ/หรือสินค้าที่บรรจุด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (4.52)

4. ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมกับความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร		
	χ^2	p-value	ความหมาย
1. การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษา สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น	15.034	.02*	สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร		
	χ^2	p-value	ความหมาย
2. การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลด ปริมาณขยะ	11.842	.002*	สัมพันธ์กัน
3. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม คือ บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	20.372	.002*	สัมพันธ์กัน
4. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ควรมีความคุ้มค่าตลอด อายุการใช้งาน เช่น ทนทาน ซ่อมแซมง่าย	34.096	.000*	สัมพันธ์กัน
5. บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้เท่านั้นจึงจัดได้ว่าเป็นบรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	41.183	.000*	สัมพันธ์กัน
6. การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดการใช้ พลังงาน	31.881	.000*	สัมพันธ์กัน
7. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมถูกออกแบบมาเพื่อให้ สามารถกำจัดทิ้งได้อย่าง ปลอดภัย	36.828	.000*	สัมพันธ์กัน
8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต้อง ออกแบบให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ	13.439	.037*	สัมพันธ์กัน
9. การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยตัด/ลด ส่วนที่เกิน ความจำเป็น ช่วยลดปริมาณขยะได้	14.273	.027*	สัมพันธ์กัน
10. การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำเป็นวิธีการหนึ่งของ กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	22.673	.07	ไม่สัมพันธ์กัน
11. การลดต้นทุนโดยใช้วัสดุดิบ/วัสดุที่ใช้เพื่อ ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ เป็นวิธีการในการพัฒนาบรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	20.798	.002*	สัมพันธ์กัน
12. การนำวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์มารีไซเคิลเป็นบรรจุ ภัณฑ์ใหม่ช่วยลดปริมาณขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม	38.638	.000*	สัมพันธ์กัน
13. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการแพ็คเกจห่อหลาย ชั้น เป็นวิธีการหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อม	25.180	.000*	สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร		
	χ^2	p-value	ความหมาย
14. การเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ต้อง ไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป	11.584	.072	ไม่สัมพันธ์กัน
15. การที่ธุรกิจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้ ราคาสินค้าแพงขึ้น	27.734	.000*	สัมพันธ์กัน
16. กฎหมายกำหนดให้มีการสำแดงทางสิ่งแวดล้อม ด้วยการแสดงฉลากสิ่งแวดล้อมบนบรรจุภัณฑ์ แต่ ต้องพิสูจน์ว่าเป็นจริงตามที่แสดง	28.630	.000*	สัมพันธ์กัน
17. สัญลักษณ์ต่อไปนี้เป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับ บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	24.164	.000*	สัมพันธ์กัน



* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อ การใช้หรือเคยใช้ บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ มีการรับรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ว่าการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น (ร้อยละ 84.50) และรับรู้รองลงมาว่า การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณขยะ (ร้อยละ 80.20) แต่มีการรับรู้หรือไม่แน่ใจ/ไม่ทราบในการเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ว่าการให้มีการแพ็คเกจม่อหลายชิ้นเป็นวิธีการหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 34.80) และมีการรับรู้หรือไม่แน่ใจ/ไม่ทราบเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมว่าต้องไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป (ร้อยละ 34.50)

ส่วนความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตระหนักมากที่สุดคือเห็นว่า รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.56) และรัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อ

สิ่งแวดล้อม เช่น การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และรัฐบาลควรณรงค์ให้ประชาชนร้านค้า ผู้ประกอบการ เลือกใช้บรรจุภัณฑ์และ/หรือสินค้าที่บรรจุด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (4.52)

ความสัมพันธ์ของการรับรู้และความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่ามีความสัมพันธ์กันแทบทุกด้าน ยกเว้นการรับรู้ด้านการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำเป็นวิธีการหนึ่งของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ไม่สัมพันธ์กับความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ด้านการเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ว่าต้องไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไปที่ไม่สัมพันธ์กับความตระหนักต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วย

การอภิปรายผลและสรุป

งานวิจัยเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลดังนี้

1. การรับรู้ข่าวสารการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเนื่องจากสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย มีอัตราการเข้าถึงประชากร 98% ของประชากรของประเทศไทย และเป็นแหล่งรวมเม็ดเงินจากการโฆษณามูลค่ามหาศาล จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจการเมืองของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย (อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์, 2558) และสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการรับรู้ (ซูซีย์ สมितिโกร, 2556) บุคคลจะมีการเลือกรับรู้สิ่งเร้าจากคุณลักษณะของสิ่งเร้าที่น่าสนใจ เช่น เป็นภาพเคลื่อนไหว ใช้บุคคลที่โด่งดัง ดารา นักร้องที่ได้รับความนิยมเป็นผู้นำเสนอหรืออยู่ในสื่อ สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค เช่น ช่วงอายุ อาชีพ ความสนใจ ดังนั้น ถ้าผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะดังที่กล่าวก็จะสนใจและเลือกรับรู้สิ่งนั้น ซึ่งสื่อที่สามารถสร้างความสนใจได้มาก คือ โทรทัศน์

2. การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรู้ว่าการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น ช่วยลดปริมาณขยะ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย และควรมีความคุ้มค่าตลอดอายุการใช้งาน เช่น ความทนทาน การซ่อมแซมที่ง่าย ย่อยสลายได้ไปตามธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (ณัฐกนก รัตนงกูร, 2552) เรื่อง การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคมากที่สุดคือ สินค้าสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการในการใช้งาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติของสินค้าที่ช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ด้วยคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้หลายหน่วยงานตระหนักถึงความจำเป็นในการรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทำให้ในปัจจุบันมีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น งานวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป (บุษรา สร้อยระย้า, 2554) มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป โดยผลการวิจัยพบว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ประกอบด้วย ซอง กล่องกระดาษ ถ้วยกระดาษ ฝักกระดาษ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีความเป็นเอกลักษณ์ สวยงาม โดดเด่น โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการมอบเป็นของฝากหรือของที่ระลึก มีโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษา เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วยซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้ง่าย

ผลการวิจัยยังพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การศึกษาแบบจำลองพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, 2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ การที่ผู้บริโภคมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับดี มีระดับทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมดี และมีการรับรู้ข้อมูลทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมในระดับค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการรับรู้ (ซูชัย สมิทธิไกร, 2556) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ อันได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้บริโภค เช่น ความรู้ ประสบการณ์ ความเกี่ยวข้องกับตัวผู้บริโภค และสถานการณ์ ส่งผลต่อการแปลความหมายของข่าวสาร และมีผลต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการที่ผู้บริโภคจะรับรู้และเลือกได้ว่าสิ่งใดคือบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้บริโภคควรมีความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (ศิริวรรณ โพธิ์ทอง, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับผลของการวิจัยที่มีการรับรู้ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ ค่อนข้างมากเกี่ยวกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

3. ด้านความตระหนัก เกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักอยู่ในระดับมาก โดยให้ความตระหนักมากที่สุดเกี่ยวกับการที่รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญในการผลักดันให้เกิดการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยปัญหาดังกล่าว หลาย ๆ หน่วยงานพยายามที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติทดแทนพลาสติก โดยองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (องค์การตลาดเพื่อการเกษตร, 2558) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร อ.ต.ก. ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ผู้มีส่วนได้เสียโดยในส่วนของ การรักษาความสมดุลของสิ่งแวดล้อม ด้านการลดภาวะโลกร้อน อ.ต.ก. ได้รณรงค์การทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกและโฟม ด้วยไบโอซานอ้อย ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีการปล่อยของเสียตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงกระบวนการทำลาย โดยจัดกิจกรรม

บริเวณตลาด อ.ต.ก. และขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการในตลาดใช้บรรจุภัณฑ์จากไบโอซานอ้อยทดแทนบรรจุภัณฑ์เดิม บรรจุภัณฑ์จากไบโอซานอ้อยนี้เป็นผลผลิตจากเทคโนโลยีชีวภาพ ที่นำวัสดุเหลือใช้ของอ้อยที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตน้ำตาลมาผลิต เนื่องจากประเทศไทยเป็นผู้ผลิตน้ำตาลอันดับ 3 ของโลกจึงทำให้มีอ้อยเหลือจากการผลิตเป็นจำนวนมาก จึงมีผู้ที่คิดนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่อาหารทดแทนการใช้กล่องโฟมที่สร้างปัญหากับสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ในเวลานี้ และสอดคล้องกับงานวิจัย (ณัชชา บางท่าไม้ และชัยสิทธิ์ นวลจันทร์, 2552) เรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและหญิง มีความตระหนักต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากลักษณะของสินค้าที่เชื่อว่าสามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง คุณภาพดี โดยพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้จะซื้อและใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำและต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะ

1. จากพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครรวมไปถึงคนส่วนใหญ่ของประเทศที่นิยมรับรู้ข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้สื่อเหล่านี้เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรณรงค์เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับคามนิยมและเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้ดี

2. ภาครัฐ ภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งให้มีการรณรงค์เพื่อให้มีการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น โดยเริ่มจากการให้ความรู้ เผยแพร่ให้ทั่วถึง เพิ่มความถี่ในการเข้าถึงและการรณรงค์ให้มีการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เนื่องจากยังมีคนจำนวนหนึ่งที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้และยังมีจำนวนอีกพอสมควรที่ยังไม่แน่ใจหรือไม่ทราบว่า ลักษณะอย่างไรที่จัดเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมบ้าง เมื่อขาดความรู้ก็จะไม่เห็นความสำคัญ ทำให้ไม่ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

3. รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐควรมีมาตรการที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น เช่น ประชาสัมพันธ์สถานที่จำหน่ายบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มการรับรู้ของประชาชนด้านการเลือกซื้อหรือใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ว่าต้องไปซื้อที่ร้านขายเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนกิจการที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในการบรรจุสินค้า การออกแบบกระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง การจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ก็จะมากขึ้น ราคาขายก็ลดลง ส่งผลดีต่อการจัดจำหน่ายและการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นในท้องตลาดโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2558). *คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมฉบับย่อ*. สืบค้น 18 กันยายน 2558, จาก http://www.pcd.go.th/public/Publications/print_waste.cfm?task=ecodesign
- คงศักดิ์ ดอกบัว. (2556). *ทิศทางอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกและแนวโน้มของโลก*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2558, จาก http://www.thaiplastics.org/content_attachment/attach/2013081.9.pdf.
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัชชา บางท่าไม้, และชัยสิทธิ์ นวลจันทร์. (2552). ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 31(1-2), 56-71.
- ณัฐกนก รัตนางกูร. (2552). *การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การศึกษานเฉพาะบุคคลหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร. (2553). *แบบจำลองพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุษรา สร้อยระย้า. (2554). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศิริวรรณ โพธิ์ทอง. (2558). *การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสีและรสชาติของผลิตภัณฑ์อาหาร*. บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม สาขาการจัดการโลจิสติกส์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. สืบค้น 9 กรกฎาคม 2558, จาก <http://goo.gl/EOg04F>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *สถิติประชากรและบ้าน-จำนวนประชากรแยกตามอายุ จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. สืบค้น 20 มกราคม 2557, จาก http://stst.dopa.go.th/stat/statnew/upstar_ago.php.
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์. (2557, 5 พฤศจิกายน). *ปธ.สภา กทม.เซ็นคำสั่ง-แบ่งพื้นที่รับผิดชอบตรวจสอบติดตาม*. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2557, จาก www.thairath.co.th/content/461318.

- องค์การตลาดเพื่อการเกษตร. (2558). *ไบโอชานอ้อย บรรจุมั่นคงเพื่อโลกเรา*. สืบค้น 14 ตุลาคม 2558, จาก http://www.mof.or.th/mof_data/CSR/earth_heat/Bio-Sugarcane.pdf.
- อิสริยะ ไพริพ่ายฤทธิ์. (2558). *ปัจจัยด้านเศรษฐกิจการเมืองของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย*. สืบค้น 14 ตุลาคม 2558, จาก <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/thailand/10134.pdf>.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper and Row.