

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค*
FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' SELECTION OF ENVIRONMENTAL
FRIENDLY PACKAGING

ศุภรดา เรืองฤกษ์¹, ทิพย์รัตน์ เลหาวิชเชียร²
Suparada Ruengkrit¹, Tipparat Laohavichien²
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์^{1,2}
Kasetsart University, Thailand.^{1,2}
Email : suparada.ru@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และด้านความไว้วางใจในตราสินค้า โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ในการศึกษาครั้งนี้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทำการศึกษาใน 2 ประเด็นคือ ด้านโครงสร้างและกราฟิก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องความไว้วางใจในตราสินค้ามากกว่าเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เรื่องโครงสร้างมีระดับความสำคัญมากกว่าเรื่องกราฟิก นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงและประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นเวลานานให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เรื่องโครงสร้างมากกว่าเรื่องกราฟิก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ควรเน้นเรื่องขนาดและน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสะดวกกับการใช้งาน รวมถึงบรรจุภัณฑ์ต้องทนทานในขณะใช้งาน สามารถปกป้องและรักษาสภาพสินค้าได้ดี เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว และควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายให้สอดคล้องกับระดับรายได้และการศึกษาของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : 1. บรรจุภัณฑ์ 2. การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์ 3. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ABSTRACT

The objective of this study is to compare the consumers' selection choice of environmentally friendly packaging in terms of packaging design and brand trust classified by demographic characteristics of consumers. In this study, the packaging design was examined in two aspects: structure and graphics. It is a quantitative research that was used to collect data from 400 respondents. Statistical analysis presented are frequency, percentage, mean, standard deviation, and one-way analysis of variance. Results showed that consumers rate a higher level of importance to brand trust than packaging design. Packaging design in terms of graphics was considered more important than structure. In addition, a consumer with a higher level of education and more experience in using environmentally friendly products is more concerned with the packaging design structure than its graphics. Also, a consumer with different average monthly incomes showed significant differences in their selection of environmentally friendly packaging regarding the product's brand trust at the 0.05 level of statistical significance. Based on this research, the recommendations are that packaging manufacturers should focus on packaging's appropriate size and weight. The main characteristics of excellent packaging viewed by consumers are as follows: convenience to use, durability, well protected of the product from damage, and keeping the product in good condition. Moreover, packaging manufacturers should offer consumers various packaging types to support consumers with different levels of income and educational backgrounds.

Keywords : 1. Packaging 2. Selection of Packaging 3. Environmental Friendly Packaging

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ มีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตจากเดิมไปค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเน้นเรื่องความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากการเติบโตที่สูงขึ้นของตลาดอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน ปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนการเติบโตคือการที่แหล่งจำหน่าย เช่น ร้านสะดวกซื้อ เข้าใกล้ผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งความนิยมในการบริโภคอาหารนอกบ้านที่เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน เพราะมีข้อจำกัดบางประการ เช่น ไม่มีเวลา ไม่มีพื้นที่ทำอาหาร วิถีชีวิตแบบสังคมเมือง การใช้ชีวิตแบบครอบครัวเดี่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รวมถึงการแข่งขันในธุรกิจของผู้ประกอบการอาหารพร้อมทาน ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมด้านการผลิตอาหาร ที่ทำให้อาหารพร้อมทานมีคุณลักษณะไม่แตกต่างจากอาหารปรุงสด ทั้งในเรื่องของรสชาติ เนื้อสัมผัส วัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และสะดวกกับการบริโภค จึงทำให้เกิดผลกระทบต่อ ปัญหาในเรื่องของขยะบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2565)

ปัญหาการใช้บรรจุภัณฑ์โดยทั่ว ๆ ไป จะเห็นได้จากสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์จากองค์กรใหญ่ชั้นนำของประเทศ ที่เริ่มมีการณรงค์ให้เกิดการปรับเปลี่ยนและให้ความสนใจในการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น จากข้อมูลจากกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ได้ระบุบันทึกข้อความร่วมมือ (Memorandum of Understanding: MOU) ให้บริษัทผลิตน้ำดื่มเล็กหุ้มฝาขวดด้วยพลาสติก (Cap Seal) โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะพลาสติกให้ได้ปีละ 520 ตัน หรือมีความยาว 260,000 กิโลเมตร คิดเป็นความยาวรอบโลกถึง 6.5 รอบ ตั้งแต่ 1 เมษายน 2561 (MGR Online, 2561) นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานของรัฐที่เริ่มตระหนักถึงปัญหานี้เช่นกัน อาทิเช่น กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ที่ได้ประกาศยกเลิกการใช้ถุงพลาสติกสำหรับใส่ยาทุกหน่วยงานในสังกัด โดยให้เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 ซึ่งมาตรการนี้ช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกของโรงพยาบาลในสังกัดของกรมการแพทย์ได้ถึงปีละกว่า 9 ล้านใบ รวมถึงมีการรณรงค์ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกพื้นฐานในภาคเอกชนด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการที่ร้านค้าต่าง ๆ ได้จัดกิจกรรมรับคะแนนสะสมเพิ่ม เมื่อซื้อสินค้าในร้านโดยไม่รับถุงพลาสติก หรือองค์กรใหญ่มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้ขวดน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ด้วยการแจกขวดน้ำพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำให้แก่นักงาน” (สำนักข่าว Hfocus เจาะลึกระบบสุขภาพ, 2561) และประเทศไทยยังมีขยะในทะเลมากที่สุดเป็นอันดับ 68 ของโลก (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2561) โดยมีขยะในทะเลกว่า 11.47 ล้านตัน โดยร้อยละ 80 มาจากขยะบนบก

ผู้ผลิตที่ได้ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น จึงเริ่มค้นหาทางออกของปัญหาขยะดังกล่าวโดยการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และช่วยในการขับเคลื่อนการลดปัญหาปริมาณขยะตกค้าง โดยปรับลดสัดส่วนบรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ทดแทนโดยใช้พลาสติกแบบอ่อนตัว (Flexible Packaging) มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากรูปที่ลดลงอย่างมากในปี 2556 – 2560 (กรมควบคุมมลพิษ, 2565) รวมทั้งมาตรการของภาครัฐที่ได้ตั้งเป้าเรื่อง การลดปริมาณขยะพลาสติกที่จะต้องนำไปกำจัดต้องลดลง อีกทั้งมีการออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ภาครัฐยังสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยการลดการจัดเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียมจากการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก เช่น ภาษีถุงพลาสติก หรือภาษีห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ (ณัฐนันท์ อภินันท์วัฒนกุล, 2561) เพื่อให้มาตรการลดปริมาณขยะประสบผลสำเร็จมากขึ้น

จากการรวบรวมข้อมูลปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์รวมถึงมาตรการการลดปริมาณขยะของภาครัฐและเอกชนที่เริ่มตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม จนส่งผลถึงผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค โดยผลการศึกษาที่เกิดขึ้นสามารถนำไปพัฒนา และปรับปรุงแนวทางการจัดการการผลิตบรรจุภัณฑ์ การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านความไว้วางใจในตราสินค้า โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่การมีความเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่การมีความเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 6 ผู้บริโภคที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 7 ผู้บริโภคที่ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบแตกต่างกัน

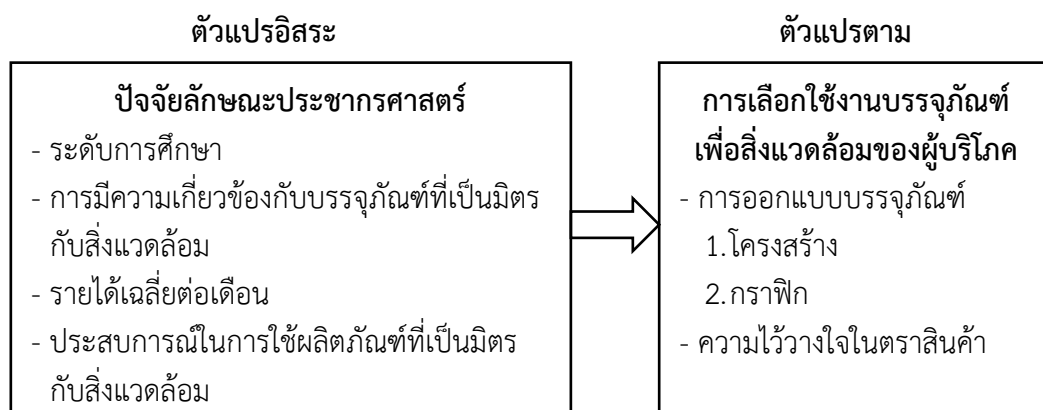
สมมุติฐานที่ 8 ผู้บริโภคที่ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์หรือผู้ทำธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์ สามารถนำข้อมูลด้านออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและความไว้วางใจในตราสินค้า มาพัฒนาปรับปรุง และใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ นโยบายด้านการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์ต่อไป

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้และ/หรือซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2566 จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจได้แบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามคัดกรองเกี่ยวกับการเคยซื้อ/หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา การมีความเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และความไว้วางใจในตราสินค้า เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และแสดงผลในรูปแบบของค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (F-test) และการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การวิจัยครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษา ดังนี้



6. ผลการวิจัย

6.1 กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์เอง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป และใช้บรรจุกณ์ท์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นเวลา 1 – 5 ปี ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกใช้งานบรรจุกณ์ท์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุกณ์ท์ในเรื่องโครงสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.47) มากกว่าในเรื่องกราฟิก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ดังแสดงในตารางที่ 1 ผู้บริโภคมีความไว้วางใจเป็นอย่างยิ่งในตราสินค้าของบรรจุกณ์ท์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยเมื่อใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ กระบวนการผลิตได้รับการรับรองจากหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ISO14001 (ค่าเฉลี่ย 4.40) และเรื่องตราสินค้าของบรรจุกณ์ท์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.37) เรื่องที่ผู้บริโภคมีระดับความไว้วางใจน้อยที่สุด คือ เรื่องบรรจุกณ์ท์มาจากผู้ผลิตที่ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในด้านสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.24) ดังแสดงในตารางที่ 2

6.2 จากการเปรียบเทียบการเลือกใช้งานบรรจุกณ์ท์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค พบว่า

1) ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเลือกใช้งานบรรจุกณ์ท์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุกณ์ท์ในเรื่องโครงสร้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์ทดสอบความแตกต่างตามระดับการศึกษาของผู้บริโภคเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทมีความสำคัญสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 3 และ 4

2) ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเลือกใช้งานบรรจุกณ์ท์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุกณ์ท์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคเป็นรายคู่แล้ว พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีการพิจารณาเลือกใช้งานบรรจุกณ์ท์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุกณ์ท์สูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 5 และ 6

3) ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีการเลือกใช้งานบรรจุกณ์ท์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุกณ์ท์ในเรื่องโครงสร้างแตกต่างกัน โดย

กลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า 1 ปี จะให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างน้อยกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6 – 10 ปี และมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 7 และ 8

ตารางที่ 1 ระดับความสำคัญในการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
เรื่องโครงสร้าง	4.47	0.56	มีความสำคัญมาก
เรื่องกราฟิก	4.25	0.69	มีความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36	0.56	มีความสำคัญมาก

ตารางที่ 2 ระดับความไว้วางใจของผู้บริโภคในตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ด้านความไว้วางใจในตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความไว้วางใจ
1. ตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.37	0.72	ไว้วางใจในตราสินค้ามาก
2. บรรจุภัณฑ์มาจากผู้ผลิตที่ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในด้านสิ่งแวดล้อม	4.24	0.77	ไว้วางใจในตราสินค้ามาก
3. รู้สึกปลอดภัยเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.46	0.70	ไว้วางใจในตราสินค้ามาก
4. กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ได้รับการรับรองจากหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ISO14001	4.40	0.74	ไว้วางใจในตราสินค้ามาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	0.62	ไว้วางใจในตราสินค้ามาก

ตารางที่ 3 การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างจำแนกตามระดับการศึกษา

การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับการศึกษา	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
เรื่องโครงสร้าง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	4.56	0.56	3.286	0.021*
	ปริญญาตรี	200	4.52			
	ปริญญาโท	163	4.68			
	ปริญญาเอกหรือสูงกว่า	19	4.42			
	รวม	400	4.58			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์รายคุโดยวิธี Scheffe ของการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.56		0.99	0.84	0.91
ปริญญาตรี	4.52			0.05*	0.92
ปริญญาโท	4.68				0.29
ปริญญาเอกหรือสูงกว่า	4.42				

หมายเหตุ: * แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์รายคุโดยวิธี Scheffe ของการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความ ถี่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ด้านความไว้วางใจใน ตราสินค้าบรรจุภัณฑ์	ไม่เกิน 10,000 บาท	26	4.54	0.62	3.040	0.010*
	10,001 – 20,000 บาท	30	4.70			
	20,001 – 30,000 บาท	65	4.55			
	30,001 – 40,000 บาท	63	4.51			
	40,001 – 50,000 บาท	37	4.16			
	50,001 บาทขึ้นไป	179	4.50			
	รวม	400	4.50			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์รายคุโดยวิธี Scheffe ของการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านความไว้วางใจในตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคโดยรวม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท	4.54		0.96	1.00	1.00	0.33	1.00
10,001 – 20,000 บาท	4.70			0.95	0.85	0.03*	0.72
20,001 – 30,000 บาท	4.55				0.99	0.09	0.99
30,001 – 40,000 บาท	4.51					0.19	1.00
40,001 – 50,000 บาท	4.16						0.10
50,001 บาทขึ้นไป	4.50						

หมายเหตุ: * แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์รายคู่โดยวิธี Scheffe ของการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้าง โดยจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
เรื่องโครงสร้าง	น้อยกว่า 1 ปี	78	4.44	0.56	5.186	0.002*
	1-5 ปี	244	4.57			
	6-10 ปี	48	4.73			
	มากกว่า 10 ปี	30	4.83			
	รวม	400	4.58			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์รายคู่โดยวิธี Scheffe ของการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้าง โดยจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	4.44		0.35	0.04*	0.01*
1-5 ปี	4.57			0.31	0.09
6-10 ปี	4.73				0.88
มากกว่า 10 ปี	4.83				

หมายเหตุ: * แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ในเรื่องระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญในการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างมากกว่าในเรื่องกราฟิก และให้ความไว้วางใจในตราสินค้าในเรื่องความรู้สึกลดตึงเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ได้รับการรับรองจากหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ได้เปรียบเทียบกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

(2538) ไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ ที่จะเป็นสถิติในการช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยดูจากรายได้ ความเกี่ยวข้องกับแต่ละสิ่ง สถานภาพทางสังคมและอื่น ๆ เช่น ประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น คนที่มีฐานะดีอาศัยอยู่ในเมือง อาจมีการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์มากกว่าและบ่อยครั้งกว่า โดยเฉพาะการเลือกซื้อเพื่อการจำหน่ายต่อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ จันทา ไชยะโวหาน (2562) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ระดับแต่ละการศึกษานั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มนุษย์เกิดความคิด ทักษะคิดคำนวณ และการแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Popovic, Bossink, and van der Sijde (2019) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค และพบว่าลักษณะประชากร ทักษะของผู้บริโภค ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบที่มีความแตกต่างจะมีความสามารถในการซื้อบรรจุภัณฑ์แตกต่างกันด้วยเช่นเดียวกัน

8. องค์ความรู้ใหม่

จากกรอบแนวคิดที่ศึกษาสรุปได้ว่า การเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์จากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) ระดับการศึกษา (2) การมีความเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ (4) ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้าง และให้ความไว้วางใจในตราสินค้าในเรื่องความรู้สึกลอดภัยเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ได้รับการรับรองจากหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ได้รับรู้ถึงนโยบายในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ควรเน้นเรื่องขนาดและน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสะดวกกับการใช้งาน รวมถึงบรรจุภัณฑ์ต้องทนทานในขณะใช้งาน สามารถปกป้องและรักษาสภาพสินค้าได้ดี และควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายให้สอดคล้องกับระดับรายได้และการศึกษาของผู้บริโภค ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนต่อไป

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

9.1.1 การศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคครั้งนี้ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมีโอกาสที่จะเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและความหลากหลายมากกว่าผู้มีรายได้น้อย แต่ผู้ที่มีรายได้น้อยจะให้ความสำคัญกับความไว้วางใจในตราสินค้ามาก จึงเป็นโอกาสที่ผู้ผลิตจะกำหนดกลยุทธ์หรือมาตรการที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อที่มีรายได้น้อยให้เริ่มสนใจและเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถมีโอกาสเลือกซื้อหรือใช้ได้มากขึ้น โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องกราฟิกให้ง่ายไม่ซับซ้อนจะช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างมากกว่าเรื่องกราฟิก

นอกจากนี้ ในส่วนของผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงและผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเวลานาน จะมีความตระหนัก มีความรู้ ความเข้าใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาน้อยและประสบการณ์ใช้งานน้อย ดังนั้นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงควรเสริมความรู้ความเข้าใจในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้กับผู้บริโภคที่เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยผ่านกระบวนการส่งเสริมการตลาด เช่น เน้นรณรงค์ให้เกิดการนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกลับมาใช้ซ้ำหมุนเวียน สร้างแรงจูงใจในการซื้อ/ใช้ซ้ำด้วยการออกโปรโมชั่นหรือส่วนลดให้เกิดการซื้ออย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มระยะเวลาและประสบการณ์ในการใช้งานของผู้บริโภคที่เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้อยู่กับสินค้านั้น ๆ มากขึ้น สร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Brand loyalty) หรือให้ของสมนาคุณจากการที่ผู้บริโภคนำบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้กลับคืนสู่ร้านค้าหรือผู้ขายโดยตรง เพื่อให้กระตุ้นผู้บริโภคที่เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสภาพแวดล้อม เป็นการช่วยเรียกขยะบรรจุภัณฑ์เข้าสู่วงจรการหมุนเวียนของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสีย

9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

9.1.2 ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ควรรักษามาตรฐานการผลิตที่ดีอยู่แล้วให้คงที่และคงคุณภาพเดิมให้มากที่สุด โดยเฉพาะการออกแบบในเรื่องโครงสร้าง เช่น ขนาดและน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มีความทนทาน และสะดวกกับการใช้งาน และเมื่อผู้บริโภคได้รับรู้และตระหนักถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์นั้น ยิ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจในบรรจุภัณฑ์นั้นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนนี้อาจเป็นสิ่งที่กระตุ้นและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และอาจส่งผลต่อยอดขายบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน และเมื่อมีผู้บริโภคที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นก็จะสามารถสร้างความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ต่อไปในอนาคต รวมถึงยังสามารถช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องขยะมูลฝอยได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

9.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

9.3.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในการวิจัยต่อไปควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และเพิ่มเติมแปรตามด้านอื่น ๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรตาม เช่น ผลกระทบที่เกิดจากการที่มีผู้ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ควบคู่ไปกับการวิจัยเกี่ยวกับโมเดลที่เกิดขึ้นจากการผู้ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

10. เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ. (2565). รายงานสถานการณ์สถานที่กำจัดขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2565. กรุงเทพมหานคร : กรมควบคุมมลพิษ.

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (2561). การบริหารจัดการขยะทะเล. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2566.

จาก <https://projects.dmcg.go.th/miniprojects/198/news/368/detail/49682>

- จันทา ไชยะโวหน. (2562). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถ้ำนางแอ่น เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว**. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐนันท์ อภินันท์วัฒนกุล. (2561). **การเปลี่ยนแปลงของบรรจุภัณฑ์พลาสติกไทย กับโอกาสของผู้ผลิตไทยในการแสวงหาตลาด**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2566. จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/4905>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2565). **ชีพจรธุรกิจอาหารไทย**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยกสิกร.
- สำนักข่าว Hfocus เจาะลึกระบบสุขภาพ. (2561). **กรมการแพทย์ให้ รพ. ในสังกัดเลิกใช้ถุงพลาสติกใส่ยา 1 ต.ค.นี้ รณรงค์ใช้ถุงผ้าแทน**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2566. จาก <https://www.hfocus.org/content/2018/06/15901>
- MGR Online. (2561). **ประเทศไทยรุกช่วยโลก ลดขยะในทะเล**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2566. จาก <https://mgronline.com/greeninnovation/detail/9610000020153>
- Popovic, I., Bossink, B.A.G. and van der Sijde, P.C. (2019). Factors Influencing Consumers' Decision to Purchase Food in Environmentally Friendly Packaging: What Do We Know and Where Do We Go from Here?. **The Journals Sustainability**. 11(24). 1-22.

11. คำขอบคุณ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร ประธานกรรมการที่ปรึกษาที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือ ให้กำลังใจ และความช่วยเหลือสนับสนุนจนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ดังนั้นคุณค่าและประโยชน์อันพึงมีที่เกิดจากผลงานวิจัยนี้ ขอมอบแด่ คุณพ่อคุณแม่ ญาติ พี่ น้อง ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน