

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 200 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการประกอบการศึกษาคือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
3. แนวความคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยแต่ละแนวคิดทฤษฎีมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมาย

Allport, G.W. (1967 อ้างใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้ว่า “ทัศนคติเป็นสภาวะความพร้อมทางจิตซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทาง หรือเป็นตัวกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง”

Milton Robeach (1970 อ้างใน สุกัญญา อินทะชัย, 2550) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือสถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อถือนี้ จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่

สุรางค์ ไคว้ตระกูล (2533) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” คือ “ความโน้มเอียงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งเร้า ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งคน วัตถุสิ่งของ หรือความคิด (Ideas) ทัศนคติอาจจะเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีทัศนคติบวกต่อสิ่งใดก็จะมีพฤติกรรมที่เชิดชูกับสิ่งนั้น ถ้ามีทัศนคติลบก็จะหลีกเลี่ยง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้และเป็นการแสดงออกของค่านิยมและความเชื่อของบุคคล”

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2540) ได้กล่าวว่า ทักษะคือ การรับทราบสิ่งใดจิตใจก็คิด ตอบสนอง และให้คุณค่า (valuing) ของสิ่งเหล่านั้นว่าดี ไม่ชอบ ชอบ เพื่อเป็นแนวกำหนดในใจว่าจะมีพฤติกรรมอย่างไรต่อสิ่งนั้น

ศักดิ์ชาย สมใส (2541) กล่าวว่า ทักษะเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคลเป็นสำคัญ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น จะพบว่าทักษะมีความหมายเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึกที่อยู่ภายในจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาให้ความหมายของทักษะไว้คือ ความคิด ความรู้สึก ของผู้บริหารที่มีต่อบรรจภัณฑ์อาหารจากซานอ้อย แสดงออกโดยการชอบ ไม่ชอบ ฟังพอใจ ไม่ฟังพอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บรรจภัณฑ์อาหารจากซานอ้อย

คุณลักษณะของทักษะ

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2538) ได้สรุปคุณลักษณะของทักษะไว้ดังนี้

1. ทักษะเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (learning)

ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทักษะ การสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ สภาพการณ์แวดล้อม เป็นต้น ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อทักษะ

2. ทักษะมีคุณลักษณะของการประเมิน (evaluative nature)

ทักษะมีธรรมชาติของการประเมิน เป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย ผลการประเมินทักษะมีทั้งทางบวกและทางลบ ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ทักษะมีคุณภาพและความเข้ม (quality and intensity)

คุณภาพและความเข้ม หมายถึง ความแตกต่างของทักษะที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ คุณภาพของทักษะอาจเป็นไปในทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้นและทำให้เกิดสภาวะความพร้อมที่จะเข้าหาหรือหลีกเลี่ยง ความเข้มจะบอกความมากน้อยของทักษะทางบวกหรือลบ หรือระดับการประเมิน

4. ทักษะมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (permanence)

ทักษะที่คงทนและเปลี่ยนแปลงไม่ได้ง่ายนั้น จะสามารถใช้ทำนายหรืออธิบายพฤติกรรมในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันในเวลาต่อมาได้อย่างถูกต้อง

5. ทศนคติต้องมีสิ่งที่มีหมายถึง (attitude object)

ทศนคติต้องมีสิ่งที่มีหมายถึง ทศนคติต่ออะไร ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์

6. ทศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์

ทศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกงูใจ (motivation affect)

ศักดิ์ชาย สมใส (2541) ได้แบ่งทศนคติออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

- 1) ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบหรือสนับสนุน
- 2) ความรู้สึกในทางลบเป็นการแสดงออกในลักษณะของความไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ หรือไม่สนับสนุน
- 3) ความรู้สึกที่เป็นกลาง เป็นการแสดงออกในลักษณะกลาง ๆ คือ ไม่มีความเห็นว่าเป็นพอใจหรือไม่พอใจ

องค์ประกอบของทศนคติ

ตุ๊กัญญา อินทะชัย (2550) แบ่งองค์ประกอบของทศนคติออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านความคิด (cognitive component) หมายถึง การรับรู้ และวินิจฉัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ แสดงออกมาในแนวความคิด ที่ว่าอะไรถูก อะไรผิด อะไรดี อะไรเลว
2. ด้านความรู้สึก (affective component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่สอดคล้องกับความคิดของตน เช่น ถ้าบุคคลมีความคิดที่ดีต่อสิ่งใดก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น
3. ด้านพฤติกรรม (behavioral component) หมายถึง ความพร้อมที่จะกระทำ เป็นผลต่อเนื่องจากความคิด และความรู้สึกซึ่งจะออกมาในรูปของการยอมรับ หรือการปฏิเสธ ปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติ

Hawkins *et al.* (1998 อ้างใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2550)

ได้กล่าวว่าทศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ (cognitive component) คือ ความรู้และการรับรู้ที่บุคคลแสวงหามาได้โดยการผสมผสานของประสบการณ์โดยตรงกับทศนคติที่มีต่อวัตถุที่เป็นเป้าหมาย และข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ หลาย ๆ แหล่ง ความรู้นี้เป็นผลทำให้เกิดการรับรู้ซึ่งมักเป็นไปในรูปความเชื่อและมีความสัมพันธ์กับความพอใจของผู้บริโภค

2. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึก (affective component) อารมณ์และความรู้สึกเหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับการประเมินสิ่งที่เป็นเป้าหมายของทัศนคติว่าชอบ (favorable) หรือไม่ชอบ (unfavorable)

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับการกระทำหรือพฤติกรรม (cognitive component) เกี่ยวข้องกับแนวโน้มที่บุคคลจะก่อปฏิกริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือปฏิบัติในวิถีทางใดทางหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งอาจรวมถึงพฤติกรรมจริง ๆ ก็ได้

การวัดทัศนคติ

สัททร์ หะยะกังสัตร และคณะ (ม.ป.ป.) ได้แบ่งวิธีวัดทัศนคติไว้ 4 วิธีด้วยกัน คือ

1. วิธีของเทอร์สโตน (Thurstone's method) เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดทัศนคติออกเป็นปริมาณและเปรียบเทียบตำแหน่งของทัศนคติไปในทางเดียวกันและเสมือนว่าเป็น scale ที่มีช่วงห่างเท่า ๆ กัน (equal appearing intervals)

2. วิธีของลิเคิร์ต (Likert's method) เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดทัศนคติที่นิยมอย่างแพร่หลาย เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางขึ้นชอบและไม่ชอบ โดยจัดลำดับความชอบไม่ชอบ ยิ่งกว่านั้นการตรวจคะแนนก็ง่ายสะดวกการให้คะแนนอาจเป็น 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับคำถามเป็นเชิงบวกหรือลบ

3. วิธีของกัตต์แมน (Guttman's method) เป็นวิธีการวัดทัศนคติในแนวเดียวกัน และสามารถจัดอันดับข้อความทัศนคติสูงต่ำเปรียบเทียบกันได้ จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดได้ และแสดงถึงการสะสมของข้อคะแนนซึ่งให้ผู้ตอบเลือกตอบว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” โดยให้คะแนนเป็น 0 หรือ 1 แล้วแต่คำถามเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ

4. วิธีการจำแนก S-D Scale (semantic differential scale) เป็นวิธีการวัดทัศนคติโดยอาศัยคู่คุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (bipolar adjective) เช่น ดี-เลว ขยัน-ขี้เกียจ เป็นต้น

สรุป

จากแนวคิดทัศนคติข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญที่ทุกคนควรจะให้ความสำคัญ เพราะแนวคิดทัศนคติเป็นแนวคิดที่เกิดจากความรู้สึกที่แท้จริงภายใน เปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก โดยเกิดจากการเรียนรู้ การรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ เมื่อมีความรู้สึกชอบ รู้สึกดี ก็จะมีการแสดงพฤติกรรมตอบสนองในทิศทางที่ดี แต่ถ้ามีความรู้สึกไม่ชอบ รู้สึกไม่ดี ก็จะมีการแสดงพฤติกรรมตอบสนองในทิศทางที่ไม่ดีเช่นกัน

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ซึ่งรูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุ (container) และการออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตราฉลาก ข้อความ โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ใด ๆ ก็ตามควรที่จะ มีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการอย่างกว้าง ๆ ต่อไปนี้คือ (คณะอุตสาหกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553)

1. ทำอย่างไรบรรจุภัณฑ์ จึงจะสื่อสารได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ (how it communicates verbally and nonverbally) เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปัง ด้วยพลาสติก ที่นอกจากจะแสดงให้เห็นถึง ความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่งแล้วก็ยังสามารถสร้างความรู้สึกใหม่สดจากเตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย
2. บรรจุภัณฑ์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติ และศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ (the prestige desired) แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมีได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ (point of purchase) เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่องในการนำมาใช้และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้ว ไม่ว่าจะบรรจุภัณฑ์นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ที่ใดก็ตามหรือจนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้น จะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด
3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมา (its stand out appeal) ให้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ สามารถจดจำได้ง่าย หรือยกยิบขายได้ไวในร้านค้า เป็นที่ติดตาตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบ ส่วนใหญ่มี 2 ประการ คือ (คณะอุตสาหกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553)

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถเอื้ออำนวยคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยจากการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบ ต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่
2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางแขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่าง ๆ

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 6W + 1H ดังนี้

(ศิริพร วิษณุหมิมาชัย, 2552, 2553)

1. why ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน
2. who ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้อง มีใครบ้าง
3. where ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน
4. what อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร
5. when เมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร
6. who participates ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้มีอำนาจในการเลือกรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ และอนุมัติงบประมาณในการผลิต
7. how อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ ใช่วัสดุความสนใจ ของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ

สรุป

แนวความคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เป็นแนวคิดที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ ถ้าหากมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี สอดคล้องกับความต้องการ ความรู้สึกของผู้บริโภค ก็ย่อมทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึก มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย แต่ในทางกลับกัน ถ้าหากมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดี ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ความรู้สึกของผู้บริโภค ก็ย่อมทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึก มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วยเช่นกัน ดังนั้นในการที่จะผลิตบรรจุภัณฑ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างดี โดยยึดหลักการวิเคราะห์แบบ 6W + 2 H ก็จะทำให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่ดี ตรงตามความรู้ ความคิด ความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย

บรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากเยื่อกระดาษชานอ้อย ซึ่งชานอ้อยเป็นของเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมผลิตน้ำตาล ปกติจะใช้เป็นเชื้อเพลิงเผาไหม้ การผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากเยื่อกระดาษชานอ้อยจึงเป็นการเพิ่มมูลค่าและเป็นนวัตกรรมสีเขียว ที่มีคุณสมบัติเด่นตั้งแต่กระบวนการผลิตที่เรียบง่าย ประหยัดพลังงานกว่าการผลิตพลาสติก เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เยื่อจากไม้ยืนต้น และเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตเยื่อกระดาษ ที่เรียกว่า elemental chlorine-free (ECF) คือไม่ใช้คลอรีนในการฟอกสีเยื่อกระดาษ ทำให้ได้เยื่อกระดาษที่สะอาดและปลอดภัย และผ่านการฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวีอีกครั้งก่อนจะส่งถึงผู้บริโภค ส่วนการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับพลาสติกและโฟมก็พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกชีวภาพ มีข้อดี คือ สามารถใช้ใส่น้ำ และอาหารทั้งเย็นจัดจนถึงร้อนจัด (-40 ถึง 250 องศาเซลเซียส) เข้าเตาอบและเตาไมโครเวฟได้ ไม่มีสารปนเปื้อนก่อนจะเริ่ม ที่สำคัญที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์จากชานอ้อยสามารถย่อยสลายได้ในเวลา 45 วัน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมา (บริษัท บรรจุภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดล้อม จำกัด, 2553)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

นฤมล แก่อินทร์ (2542) ได้แบ่งคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้ดังนี้

1. มีการออกแบบหรือผลิตมาตามความต้องการที่พอเหมาะไม่ฟุ่มเฟือย หรือลดปริมาณการใช้ในแต่ละครั้งให้น้อยลง
2. สามารถประหยัดพลังงานและทรัพยากรในการผลิต การใช้ และการกำจัดทิ้ง เช่น ใช้วัสดุอื่นแทนการใช้ไม้ที่ตัดมาจากป่าหรือการใช้พืชหรือสัตว์ที่หายากและกำลังจะสูญพันธุ์ในการผลิต
3. ไม่ปล่อยสารเคมีออกสู่สภาพแวดล้อมระหว่างการผลิต การใช้ และการจัดการที่ผ่านกระบวนการบำบัด หรือกรองของเสียก่อนปล่อยออกสู่อากาศหรือแหล่งน้ำ
4. สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ได้อีก หรือย่อยสลายทางชีวภาพที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

5. มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นภาระต่อการกำจัดทิ้ง หรือมีรูปทรงที่ช่วยลดปริมาณขยะ เช่น สามารถพับให้มีขนาดเล็กหรือบางก่อนนำไปทิ้ง หรือการใช้บรรจุภัณฑ์น้อยชิ้นที่สุด

ส่วน พิทยา ว่องกุล (2537) ได้สรุปลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไว้ 6 ประการ คือ

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบหรือผลิตตามความต้องการที่พอเหมาะ ไม่ฟุ่มเฟือยหรือลดปริมาณการใช้ในแต่ละครั้งให้น้อยลง
2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดทรัพยากรในระหว่างการผลิต การใช้ และในการจัดการ
3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปล่อยสารเคมีออกสู่สภาพแวดล้อมระหว่างการผลิต การใช้ และการจัดการที่ผ่านกระบวนการบำบัด หรือกรองของเสียก่อนปล่อยออกสู่อากาศหรือแหล่งน้ำ
4. มีคุณภาพในการใช้ทดแทน และสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้หรือมีคุณภาพในการย่อยสลายทางชีวภาพโดยที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
5. มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นภาระต่อการกำจัดทิ้ง มีรูปทรงที่ช่วยลดปริมาณขยะ หรือมีการใช้บรรจุภัณฑ์น้อยชิ้นที่สุด
6. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุหรือวัตถุดิบที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่หรือนำมาเปลี่ยนใหม่ได้ในวิธีการผลิตที่ไม่เป็นผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

ประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) ได้สรุปประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามแต่ละปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาหามลภาวะทางอากาศ เช่น น้ำมันไร้สารตะกั่ว เครื่องกรองไอเสีย ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม (สเปรย์) ที่ลดการใช้สาร CFC เครื่องฟอกอากาศในบ้าน
2. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาน้ำเน่าเสีย เช่น พวงซักฟอกรักษาน้ำ (ไม่ผสมฟอสเฟต) เครื่องบำบัดน้ำเสีย เครื่องดักไขมัน น้ำยาล้างจานรักษาน้ำ
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหามลพิษทางน้ำ เช่น สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ ผลิตภัณฑ์ลดปริมาณการใช้น้ำ ผลิตภัณฑ์ชำระล้างที่ประหยัดน้ำ
4. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหามลพิษมูลฝอย เช่น ผลิตภัณฑ์ที่สามารถหมุนเวียนแปรสภาพใหม่ (recycle) ผลิตภัณฑ์ชนิดเติม (refill) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ซ้ำ (reuse) ภาชนะแยกขยะ ผลิตภัณฑ์

ที่ใช้แทนพลาสติกและโฟม ผลิตภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย

5. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาพื้นที่ป่าลดลง เช่น ผลิตภัณฑ์กระดาษที่หมุนเวียนแปรสภาพใหม่ (recycle) ผลิตภัณฑ์ที่ลดปริมาณการใช้ไม้หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุแทนไม้

6. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนพลังงาน เช่น หลอดประหยัดไฟ ผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงาน ตู้เย็นประหยัดไฟ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แสงอาทิตย์เป็นพลังงาน เครื่องปรับอากาศประหยัดไฟ

7. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาอาหารที่มีสารพิษเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ อาหารปลอดสารพิษ อาหารที่มีเครื่องหมาย ออย.

8. ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาจำนวนสัตว์ป่าลดลง เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุทดแทนผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสัตว์หรือหนังสัตว์ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้ส่วนผสมที่ทำจากสัตว์ป่าและไม่มี การทดลองกับสัตว์

สรุป

บรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย (ไบโอ) เป็นนวัตกรรมใหม่ที่สำคัญที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมโลก โดยในการผลิตจะใช้กระบวนการผลิตที่เรียบง่าย ประหยัดพลังงาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของประชากรโลกที่กำลังเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาขยะ ปัญหาภาวะโลกร้อน ปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า ปัญหาการขาดแคลนพลังงาน เป็นต้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑาทิพย์ ชนินทร์อารักษ์ (2540) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารในหมู่ข้าราชการสตรีสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เลือกใช้ภาชนะกระเบื้องบรรจุอาหารในครัวเรือน และไม่ได้เลือกภาชนะบรรจุอาหารที่ซื้อจากตลาดหรือร้านค้า วิธีปฏิบัติในการใช้บรรจุภัณฑ์อาหาร ปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารครั้งเดียวทิ้งและกำจัดบรรจุภัณฑ์อาหารหลังการใช้ด้วยวิธีทิ้งร่วมกับขยะอื่น ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารต่อสภาพแวดล้อม ส่วนใหญ่มีแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุสังเคราะห์ว่า ควรหลีกเลี่ยงการใช้ แปรรูปใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำอีก

นฤมล แก่อินทร์ (2542) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “อิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคม ที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตนครเชียงใหม่คือ ปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งได้แก่ (1) ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2) ทักษะคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ (3) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ ร้อยละ 99.999 และพบว่าในปัจจัยทางจิตวิทยาทั้ง 3 ดังกล่าวของกลุ่มผู้บริโภคที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากและกลุ่มผู้บริโภคที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมน้อย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ร้อยละ 99.999

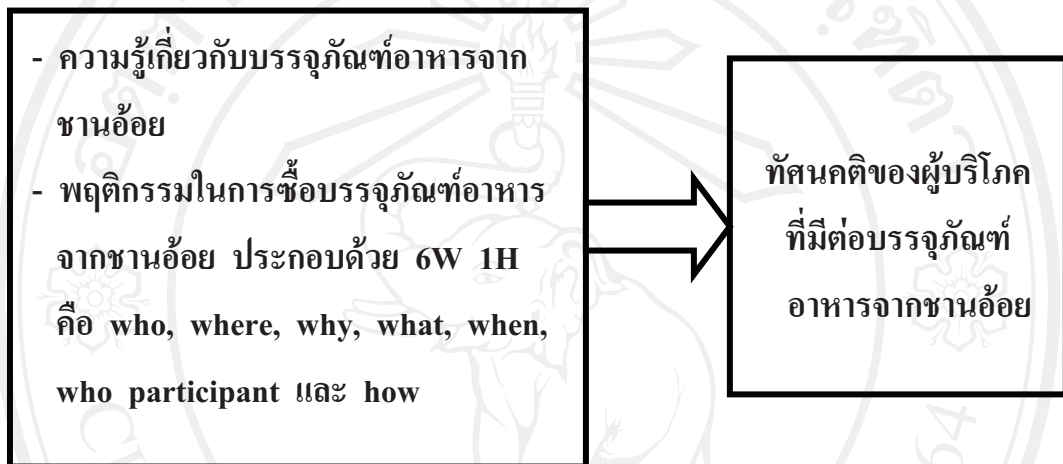
มรกต ศรีงาม (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66 และพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการดำเนินชีวิตประจำวันตามแบบประเพณี “วิถีชีวิตรักษาสีเขียว” คือ มีการดำเนินชีวิตประจำวันให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและสังคม และกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ร้อยละ 99.95 ส่วนลักษณะประชากร คือ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พัชรี ดวงแสงทอง (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” พบว่า ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคให้ความสนใจต้องการใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายทางชีวภาพจากมันสำปะหลัง โดยราคาของผู้บริโภคกลุ่มนี้ยินดีจะจ่ายมากเป็นอันดับหนึ่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46.11 คือราคาระหว่าง 1.00 บาท ถึง 2.99 บาท และเมื่อพิจารณาจาก Marginal Effects พบว่าโอกาสที่ผู้บริโภคจะใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วง ร้อยละ 8.15 ถึงร้อยละ 23.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ถ้าผู้บริโภคมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี โอกาสที่จะใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลัง จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 8.60 ถึงร้อยละ 13.49 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ถ้าผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท โอกาสที่จะใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 15.10 ถึงร้อยละ 16.17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

อำไพ ยิ้มอยู่ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ต่อการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้” พบว่า องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ ระดับปานกลางว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยในการบริโภค บางส่วนมีความรู้ความเข้าใจน้อยกว่าพลาสติกย่อยสลายได้ผลิตจากส่วนประกอบของแป้งข้าวโพด แป้งมันสำปะหลัง ข้าว และชานอ้อย องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้สึก ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์สูงที่สุด โดยมีความรู้สึกดีต่อปัจจัยย่อยเรื่องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้มีส่วนช่วยลดปัญหาขยะ และลดปัญหาโลกร้อน ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยเรื่องการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้มีอย่างทั่วถึงครอบคลุมและต่อเนื่อง องค์ประกอบของทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการบริโภคบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมระดับสนับสนุน มีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนมากที่จะแนะนำให้คนใกล้ชิดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ และมีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนที่เป็นผู้มีความมุ่งมั่นอย่างมากในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษานี้ มีกรอบแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนี้



ภาพที่ 2 : แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย