อิทธิพลของชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า

Impact of Type of Biodegradable and Given Information of Food Packaging toward Perceived Quality of Consumer.

จิราพร เสมแก้ว[*] และวรัท วินิจ[**]

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักศึกษาปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนเรียนอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 160 คน โดยใช้รูปแบบของการศึกษากึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) แบ่งออกเป็น 4 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขที่ 1 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารชานอ้อยที่ไม่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" เงื่อนไขที่ 2 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารชานอ้อยที่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" เงื่อนไขที่ 3 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารพลาสติกชีวภาพที่ไม่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" และเงื่อนไขที่ 4 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารพลาสติกชีวภาพที่มีการระบุข้อความว่าเป็น "วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้"

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ใช้เวลาในช่วงวันหยุดในการพักผ่อนอยู่บ้าน มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารบรรจุกล่องเฉลี่ย 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยบริโภคอาหารบรรจุกล่องต่อมื้อเฉลี่ยที่ราคามื้อละ 31-40 บาท โดยส่วนใหญ่ซื้ออาหารที่ร้านอาหารบริเวณโรงอาหารของมหาวิทยาลัย จะพบเห็นการใช้กล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพในบริเวณร้านอาหารบริเวณโรงอาหารของมหาวิทยาลัย และพบข้อมูลเกี่ยวกับกล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากข้อความบนกล่องบรรจุอาหาร และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมหลังจากการใช้งานกล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพโดยการทิ้งรวมกับขยะทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า ชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพทั้ง 4 เงื่อนไข มีผลต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P<0.05$)

[*]นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[**]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The purpose of this study is to compare the relations between different types of biodegradable and given information of food packaging toward perceived quality of consumer. Using questionnaires as a tool for collecting data. The sampler for the study are 160 undergraduate students who are studying in the faculty of business administration, Chiangmai University.

Most of the respondents were 20 years old females with monthly income of 5000–10000 baht. In their free time they spend their days at home, eats foods in plastic containers 1–2 times a week, the price of each meal would cost 31–40 baht, the food is usually bought at food shops at the cafeteria of the University ,Biodegradable containers are mostly found in the cafeteria area and the information about degrading is usually found on the product. The most common behavior among the respondents are throwing away the containers along with other trash is.

Using Quasi experimental research, each respondent was asked to evaluate one of the four types of packaging which are

1. Bagasse containers which are not labelled “Biodegradable natural product”
2. Bagasse containers which are labelled “Biodegradable natural product”
3. Biological plastic containers which are not labelled “Biodegradable natural product”
4. Biological plastic containers which are labelled “Biodegradable natural product”

The result of the study indicated that the type and the given information about food containers that are biodegradable in all 4 terms does have an effect on the perceived quality of the product with the significant statistic of ($P<0.05$)

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ที่มีอัตราการเพิ่มของประชากร และอัตราการบริโภคที่สูงขึ้น โดยผู้บริโภคนิยมการบริโภคที่สะดวกรวดเร็ว สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีข้อจำกัดในด้านเวลา โดยเฉพาะเรื่องการรับประทานอาหารที่นิยมรับประทานอาหารพร้อมรับประทานแบบบรรจุกล่อง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของตลาดอาหารพร้อมทานเพิ่มขึ้น จากในปี พ.ศ. 2554 ที่มีมูลค่า 4,085 ล้านบาท เป็น 6,725 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 13.3 ต่อปี และคาดว่าจะมีแนวโน้มมูลค่าสูงถึง 10,000 ล้านบาทในปี พ.ศ.2563 (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559: 26–29)

จากผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อบรรจุอาหารแทนที่กล่องโฟมเพิ่มมากขึ้น โดยในอุตสาหกรรมบรรจุอาหารทั่วโลก โดยในปี พ.ศ. 2550 – 2551 มีอัตราการเจริญเติบโตถึงร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2548 หรือประมาณ 500,000 ตันต่อปี (เสาวนีย์ ปรีชานฤชิตกุล, 2554:

2 – 4) เช่นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่สลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable plastics) ซึ่งผลิตจากชานอ้อย เยื่อไผ่ และมันสำปะหลัง แต่ก็ยังมีการใช้ที่ไม่แพร่หลายนัก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์จากวัสดุชีวภาพนั้น ไม่ค่อยมีความคงทน กล่าวคือเสียรูปง่ายเมื่อมีการสัมผัสกับอาหาร ไม่มีความยืดหยุ่น และเปราะแตกง่าย (ศิริพร เต็งรัง, 2558: 7 – 9) ประกอบกับราคาของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่สลายตัวได้ทางชีวภาพยังคงมีราคาที่ค่อนข้างสูงเป็นเหตุให้ไม่ได้รับความสนใจ หรือถูกนำมาใช้เท่าที่ควร (Plastics Institute of Thailand, 2556: 6 – 8)

การออกแบบการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ และมีความยินดีจ่ายในราคาที่สูงกว่าบรรจุภัณฑ์ทั่วไปเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากผู้บริโภคมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ก่อนจะออกแบบการสื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจธรรมชาติของข้อมูล ในการส่งสารของสื่อเป็นอย่างดี โดยเฉพาะ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถออกเสียง หรือเคลื่อนไหวได้ ต้องมีการออกแบบข้อความ หรือรูปภาพ ให้สามารถสื่อสาร และเข้าใจได้อย่างชัดเจน จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในขั้นแรก ก่อนตัดสินใจทดลองใช้บรรจุภัณฑ์ นำไปสู่การสร้างการรับรู้คุณภาพได้เป็นอย่างดี (ทักษิณา สุขพัทธี, 2559)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการปรับใช้ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบการให้ข้อมูลโดยสื่อสารข้อความบนบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎี

1) แนวคิดการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) คือการรับรู้ถึงคุณภาพของผู้บริโภคโดยรวมทั้งหมด หรือความเหนือกว่าของสินค้า โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือวัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น การรับรู้คุณภาพเป็นสิ่งที่สามารถวัดผลได้ แต่ไม่สามารถจับต้องได้ เนื่องจากเป็นความรู้สึกโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของสินค้า (Aaker, 1991)

2) แนวคิดบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม หรือ Biodegradation (การย่อยสลายได้ทางชีวภาพ) ย่อมาจากคำว่า Biotic degradation โดยในมาตรฐานต่างๆ มีคำจำกัดความที่ใช้พื้นฐานแนวคิดเดียวกัน คือเป็นการทำงานของจุลินทรีย์ ที่มีต่อชิ้นวัสดุ เป็นผลให้วัสดุเกิดการเปลี่ยนแปลงไปเป็นแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์ หรือแก๊สมีเทนและน้ำ โดยที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือพลาสติกที่เป็นมิตรต่อสภาวะแวดล้อม (Environmental Friendly Plastics) หรือ พลาสติกสีเขียว (Green Plastics) หมายถึง พลาสติกที่ทำให้ภาระในการจัดการขยะลดลง และส่งผลกระทบโดยรวมต่อสภาวะแวดล้อมน้อยกว่าพลาสติกที่ใช้กันอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน (National Metal and Materials Technology Center (MTEC), 2556) และบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่า และเป็นนวัตกรรมสีเขียว เนื่องจากกระบวนการผลิต ที่ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าพลาสติกทั่วไป ประกอบกับวัตถุดิบที่ทำมาจากชานอ้อย ที่จากเดิมเป็นของเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมผลิตน้ำตาล (บริษัท บรรจุภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดล้อม จำกัด, 2553)

3) ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร การสื่อสารเกิดจากแนวความคิดว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการหรือการแลกเปลี่ยนโดยมีนัยยะสำคัญที่ว่า ผู้สื่อสารทำหน้าที่ทั้งผู้ส่ง และผู้รับข่าวสาร ในขณะเดียวกัน ไม่อาจระบุว่าการสื่อสารเริ่มต้น และสิ้นสุดที่จุดใด เพราะถือว่าการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลม และไม่มีที่สิ้นสุด ผู้รับข่าว และผู้ส่งข่าวนอกจากจะทำหน้าที่ทั้งการเข้ารหัส และถอดรหัสแล้ว ยังเป็นผู้ก่อให้เกิดข่าวสาร และพฤติกรรม (McCroskey Richmon, 1997) ซึ่งผลของการสื่อสารนั้นอาจทำให้เกิดผล 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ การเปลี่ยนทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยจะส่งผลดีให้ผู้ส่งสารบรรลุตามวัตถุประสงค์นั้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลของการสื่อสารที่เป็นไปในทิศทางบวก หรือลบ (สุรสิทธิ์, 2549)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย อิทธิพลของชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพต่อ การรับรู้คุณภาพของสินค้าของผู้บริโภค เป็นการวิจัยกึ่งทดลองโดยมีการสร้างเงื่อนไขตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระแบบ 2x2 Factorial Design กล่าวคือ การทดสอบชนิด และการให้ข้อมูลบรรจุภัณฑ์อาหาร 4 เงื่อนไขดังนี้ เงื่อนไขที่ 1 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหาร**ชานอ้อย** ที่ไม่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" เงื่อนไขที่ 2 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหาร**ชานอ้อย** ที่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" เงื่อนไขที่ 3 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหาร**พลาสติกชีวภาพ** ที่ไม่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" และเงื่อนไขที่ 4 กล่องบรรจุภัณฑ์อาหาร**พลาสติกชีวภาพ** ที่มีการระบุข้อความว่าเป็น "วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้" และตัวแปรตาม คือ การรับรู้คุณภาพของสินค้า ของผู้บริโภค

รูปที่ 1 ตัวอย่างกล่องบรรจุภัณฑ์อาหารชานอ้อยที่มีการระบุข้อความว่าเป็น"วัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้"

2. ขั้นตอนการศึกษา

1) ผู้ศึกษาทำการสำรวจ (Survey) เพื่อหาข้อมูลในร้านค้าจำหน่ายอาหารบรรจุกล่องภายในเขตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องใช้กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพเท่านั้น ซึ่งทั้งในบริเวณดังกล่าวนั้นจะมีป้ายประกาศห้ามใช้กล่องบรรจุอาหารที่ผลิตจากโฟมและพลาสติก โดยนิยมใช้กล่องอาหารที่ผลิตจากชานอ้อย ซึ่งมีลักษณะคล้ายกระดาษ สีขุ่น เนื้อหยาบ ไม่มีข้อความระบุว่าเป็นกล่องที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ แตกต่างกันเพียงร้านค้าจำหน่ายอาหารบรรจุกล่องภายในเขตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่นั้นจะมีการคิดราคากล่องเพิ่มเฉลี่ย 2 บาทจากผู้บริโภคที่ต้องการให้ใช้กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ

2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาขั้นต้นมาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 Manipulation Check เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภค และส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ทั้ง 4 เงื่อนไข เงื่อนไขละ 40 ชุดจำนวนทั้งสิ้น 160 ชุด

4) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพของสินค้า ความประทับใจขั้นแรก และความยินดีจ่ายของผู้บริโภค ต่อชนิดและการให้ข้อมูลบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพทั้ง 4 เงื่อนไข

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บแบบสอบถามกับนักศึกษา ระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนคณะบริหารธุรกิจในสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 160 ชุด คัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่ม (Random) แบ่งเก็บ 4 เงื่อนไข เงื่อนไขละ 40 ชุดเท่าๆ กัน ซึ่งในทางทฤษฎีกำหนดว่าการศึกษาในรูปแบบของการทดลองนั้น ต้องมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำต่อ 1 กลุ่มเงื่อนไขทดลองจำนวนมากกว่าจำนวนตัวแปรตาม ถือเป็นขั้นต่ำของข้อกำหนดในการใช้สถิติ ANOVA, MANOVA และt-test ในการวิเคราะห์ โดยสำหรับในทางปฏิบัตินั้นควรจะมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 20 คนต่อ 1 กลุ่มเงื่อนไขทดลอง (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมด้านการจัดการและการตลาด ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาจำนวนของขนาดตัวอย่างในการทดลองที่ยอมรับได้สำหรับการศึกษาเชิงทดลอง คือจำนวนระหว่าง 25-30 คนต่อ 1 เงื่อนไข ทั้งในส่วนของการใช้เพียง 1 การทดลองใน 1 การศึกษา หรือแม้แต่หลายการทดลองใน 1 การศึกษา (Bolton, Loebbecke, & Ockenfels, 2008; Cui & Yang, 2009; Guerreiro, Rita, & Trigueiros, 2015; Moulard, Raggio, & Folse, 2016; Pornpitakpan, 2010; Rice, 2012; Sandes & Urdan, 2013; Winit et al., 2014; Wu, Ju, & Dodoo, 2016; Zhou, Poon, & Huang, 2012) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้มีการพิจารณาเพื่อเพิ่มจำนวนของขนาดตัวอย่างให้สูงกว่าข้อกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำอีก 1 เท่าตัว หรือ 40 คนต่อ 1 กลุ่มเงื่อนไขการทดลองเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในเชิงสถิติ และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้จากจำนวนของแบบสอบถาม

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Random) ทั้งหมด 4 กลุ่ม กลุ่มละ40 ชุดเท่าๆกัน ตามเงื่อนไขในการศึกษา สถานที่ดำเนินการเก็บแบบสอบถามคือ ห้องเรียนในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อควบคุมบรรยากาศ ไม่ให้มีสิ่งภายนอกรบกวนสมาธิขณะทำแบบสอบถาม โดยก่อนเริ่มทำแบบสอบถามมีการถามความสมัครใจในการทำแบบสอบถามก่อน และเก็บในช่วงก่อนเลิกคาบเรียนปกติ 30นาที เพื่อลดความกดดันในด้านเวลา

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ใช้เวลาในช่วงวันหยุดในการพักผ่อนอยู่บ้าน มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารบรรจุกล่องเฉลี่ย 1–2 วันต่อสัปดาห์ โดยบริโภคอาหารบรรจุกล่องต่อมื้อเฉลี่ยที่ราคามื้อละ 31–40 บาท โดยส่วนใหญ่ซื้อที่ ร้านอาหารบริเวณโรงอาหารของมหาวิทยาลัย โดยส่วนใหญ่จะพบเห็นการใช้กล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพในบริเวณร้านอาหารโรงอาหารของมหาวิทยาลัย และพบข้อมูลเกี่ยวกับกล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากข้อความบนกล่องบรรจุอาหาร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของกล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพในด้านความปลอดภัยมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมหลังจากการใช้งานกล่องอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพโดยการทิ้งรวมกับขยะทั่วไป

การทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

การทดสอบผลกระทบของชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพทั้ง 4 เงื่อนไข ต่อการรับรู้คุณภาพ (Perceived Product Quality) ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า รูปแบบของชนิด และการให้ข้อมูลทั้ง 4 เงื่อนไขมีผลต่อความแตกต่างในด้านการรับรู้คุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($F = 4.998$, $P < 0.05$) โดยเงื่อนไขที่ 4 กล่องพลาสติกชีวภาพที่มีการระบุข้อความบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เงื่อนไขที่ 2 กล่องชานอ้อยที่มีการระบุข้อความบนบรรจุภัณฑ์ เงื่อนไขที่ 1 กล่องชานอ้อยที่ไม่มีการระบุข้อความบนบรรจุภัณฑ์ และเงื่อนไขที่ 3 กล่องพลาสติกชีวภาพที่ไม่มีการระบุข้อความบนบรรจุภัณฑ์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.6292, 3.6042, 3.5208 และ 3.2042 ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

ในภาพรวมรูปแบบชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ทั้ง 4 เงื่อนไขมีผลต่อความแตกต่างในด้านการรับรู้คุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P<0.05$) มีความสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้คุณภาพต่อผลิตภัณฑ์ของ Aaker (1991) ที่กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพ คือความรู้สึกโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่สามารถวัดผลได้ โดยการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของสินค้า ดังนั้นในแต่ละบุคคลจึงมีความแตกต่างกันในด้านการรับรู้คุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทิตตา กองแพง

(2549) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการใช้ภาชนะบรรจุจากชานอ้อยทดแทนการใช้โฟม และพลาสติก ผลการศึกษาพบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยด้านคุณภาพ โดยมีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือสามารถใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ในการทดแทนบรรจุภัณฑ์ทั่วไป โดยสามารถใช้ได้กับทั้งอาหารร้อน และเย็น มีความสะดวกเนื่องจาก ง่ายต่อการใช้ และง่ายในการจัดซื้อ

ส่วนการวิเคราะห์เพิ่มเติมที่มีการจำแนกตาม เพศ ระดับความถี่ในการบริโภค คุณสมบัติในการตัดสินใจเลือกใช้และพฤติกรรมหลังการใช้งานพบว่ารูปแบบชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพที่แตกต่างกัน ทั้ง 4 เงื่อนไขมีผลต่อความแตกต่างในด้านการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P<0.05$)เช่นเดียวกัน

วิเคราะห์การศึกษา

พบว่าในภาพรวมรูปแบบชนิด และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P<0.05$) ซึ่งหากต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ควรเลือกใช้กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารที่เป็นกล่องพลาสติกชีวภาพ และมีการให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) นั้นมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากเลือกใช้เป็นกล่องชานอ้อยควรที่จะใช้ข้อความในการสื่อสารบนกล่องบรรจุภัณฑ์เช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้บริโภครับรู้คุณภาพของบรรจุภัณฑ์ทั้งพลาสติกชีวภาพ และชานอ้อยที่มีการให้ข้อมูลสูงกว่าบรรจุภัณฑ์ไม่ให้ข้อมูล

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศชาย และกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับความถี่ในการบริโภคสูง (บริโภค 3 – 7 วันต่อสัปดาห์) หากต้องการให้กลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวรับรู้คุณภาพ บรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกชีวภาพ โดยที่มีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ว่าสามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง และกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับความถี่ในการบริโภคต่ำ (บริโภค 0 – 2 วันต่อสัปดาห์) หากต้องการให้กลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวรับรู้คุณภาพ บรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทชานอ้อย ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ว่าสามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีการรับรู้คุณภาพไม่แตกต่างกัน

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่พิจารณาคุณสมบัติในการตัดสินใจเลือกใช้กล่องบรรจุอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพในเรื่องคุณสมบัติความเป็นมิตรต่อธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมหลังใช้ในแยกทิ้งในถังขยะรีไซเคิล หรือเก็บไว้ใช้ซ้ำ หากต้องการให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีการรับรู้คุณภาพ แก่บรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทชานอ้อย โดยใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ว่าสามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ และนักการตลาด

ผู้ประกอบการ และนักการตลาดควรเลือกใช้กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารที่เป็นกล่องพลาสติกชีวภาพที่มีการให้ข้อมูลมากกว่า พลาสติกชีวภาพไม่ให้ข้อมูลเพื่อให้เกิดการรับรู้คุณภาพ โดยไม่ควรเลือกใช้กล่องชานอ้อย เนื่องจากแม้จะมีการให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่มีการรับรู้คุณภาพที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจุบันพบว่าในมุมมองของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กล่องชานอ้อย เนื่องจากเหตุผลด้านต้นทุน จากการสำรวจราคาต้นทุนเปรียบเทียบระหว่างกล่องอาหารชานอ้อย กับกล่องพลาสติกชีวภาพ พบว่ากล่องชานอ้อยมีราคาต่ำกว่ากล่องพลาสติกชีวภาพ (กล่องชานอ้อยราคา 4 บาท กล่องพลาสติกชีวภาพราคา 5บาท ผลสำรวจตารางที่ 3.2) แต่เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนเฉลี่ยที่แตกต่างกับเพียง 1 บาท กับการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภค ซึ่งในภาพรวมผู้บริโภคมีการรับรู้คุณภาพสำหรับกล่องพลาสติกชีวภาพให้ข้อมูลสูงสุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกใช้กล่องพลาสติกชีวภาพที่มีการให้ข้อมูลมากกว่า

ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบชนิด และการให้ข้อมูลโดยการสื่อสารผ่านข้อความบนกล่องบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษาดังกล่าวอาจไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์ หรือการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ ได้นอกจากนี้ในการเก็บข้อมูล ได้ทำเก็บข้อมูลทั้ง 4 เงื่อนไขพร้อมกัน ซึ่งอาจทำให้เกิดอคติ และการคาดเดาคำตอบจากการตอบข้อคำถาม

บรรณานุกรม

ปทิตตา กองแพง. (2554). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการใช้ภาชนะบรรจุจากชานอ้อยทดแทนการใช้โฟม และพลาสติก*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ฝากจิตร ปาลินทร ลาภจิตร. (2553). *หลักกการและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร*. ค้นจาก https://ag.kku.ac.th/Extension/images/136323/information_2_2556.pdf

พัชรี ดวงแสงทอง. (2546). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

มรกต ศรีงาม. (2544). *พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร*. (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

เสาวนีย์ ปรีชานฤชิตกุล. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติกชีวภาพของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิพัฒนา.

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ตลาดอาหารพร้อมรับประทานในประเทศไทย. *วารสาร Food Focus Thailand*

องอาจ ปทะวานิช. (2550). *การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

Monroe, Kent. (1990). *Pricing Making Profitable Decisions*. n.p.: Mcgraw–Hill College.

James, C. & MCcroskey, Richmond. (1997). Willingness to Communicate. *The Southern Communication Journal.*