

การรับรู้การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร  
Perception of using Packaging for Environment of Customer in  
Bangkok Metropolitan Areas.

จริยา ศรีจรูญ<sup>1</sup>

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข่าวสาร/ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม 2) ระดับการรับรู้การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม 3) การเปิดรับข่าวสาร/ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม 4) การรับรู้การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีการซื้อ ใช้หรือเคยใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 400 คน ตามสูตรการคำนวณของทาโรยามาเน่ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อต่าง ๆ 1-2 วันต่อสัปดาห์ มีการรับรู้ข่าวสารโดยรวมในระดับปานกลาง มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ไม่เคยเข้าร่วมประชุม/สัมมนา ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการรณรงค์เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม มีการรับรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในด้านการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น มีการรับรู้น้อย ในด้านการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำเป็นวิธีหนึ่งของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม กฎหมายกำหนดให้มีการสำแดงทางสิ่งแวดล้อมด้วยการแสดงฉลากสิ่งแวดล้อมบนบรรจุภัณฑ์แต่ต้องพิสูจน์ว่าเป็นจริงตามที่แสดง และการรับรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม มีความไม่แน่ใจ/ไม่ทราบในการรับรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการแพครวมหรือหลายชิ้นเป็นวิธีการหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด 2) กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในระดับมากต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

**คำสำคัญ :** การรับรู้ ความตระหนักกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

**Abstract**

This research were study to 1) Exposure information/data of using packaging for environment of consumers in Bangkok. 2) To determine level of perception of packaging for environment of consumers in Bangkok. 3) Exposure information/data of using packaging for environment of affect to selection of using packaging for environment of consumers in Bangkok. 4) Perception of using packaging for environment affect to selection of using packaging

<sup>1</sup>สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

for environment of consumers in Bangkok. The sample was selected from people in Bangkok who bought or used or used to packaging for environment about 400 people cases were include as a sample. The research was collected by questionnaire and data were analyzed using statistics, frequency and percentage, mean and standard deviation. Test hypothesis by Chi-Square.

The research were as follows :1) The most of respondents had frequent about packaging for environment information in average 1-2 days per week, most of the acknowledge from television, next below from the internet, The samples are never participated in a conference, seminar and never participated in using packaging for environment campaign. Most of them knew about environmental packaging in very high proficiency, using environmental packaging for getting better environment. A few known about using packaging for environment. Using environmental packaging for getting better environment, re-use packaging is the way of strategy for green packaging. The law enforces to stick Eco-label on products and verity the truth, and perception Eco-label of customers. Most of respondents were not assured or unknown about environment packaging in very high proficiency. Packaging design should enclose products; it's a way to develop packaging for environment. 2) Purchasers had awareness realized using environmental packaging in high proficiency.

**Keyword** : Perception, Awareness , Packaging for Environment