

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ความชอบและความเชื่อ และด้านแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต โดยเก็บตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อระดับความคิดเห็น ในการเปรียบเทียบความแตกต่างใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการทดสอบตัวแปรด้วยวิธีค่าแจกแจงแบบที (Independent Sample T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่ม สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 51.8 อายุ 18 – 22 ปี ร้อยละ 30.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 59.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 41.5 โดยมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตต่อสัปดาห์มากที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 27.5

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

ด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้วัสดุเพื่อการผลิต จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ในปัจจัยย่อยมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมากได้แก่ มีความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อเวลาผ่านไปทำให้ไม่เกิดปัญหาขยะ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาทราบคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุโยเกิร์ตที่ขายในท้องตลาดเป็น

อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง ในเรื่องทราบอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาโยเกิร์ตที่บรรจุอยู่ในได้ดีที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.45)

**ด้านความรู้ความเข้าใจในการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับความรู้ความเข้าใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในปัจจัยย่อยมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมากได้แก่ ทราบอย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีคุณภาพควรต้องแสดงรายละเอียดอะไรบ้างไว้บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีความเข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนผสมหรือคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ โยเกิร์ตที่แสดงไว้บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

**ด้านความรู้ความเข้าใจในความเชื่อบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อต่อบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่ออ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ในปัจจัยย่อยมีความเชื่อมาก ได้แก่ เชื่อว่าบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตโดยทั่วไปในตลาดผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ (ค่าเฉลี่ย 3.99) เชื่อว่ารายละเอียดข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ส่วนที่สำคัญที่สุดจะแสดงไว้ด้านหน้า หรือ ด้านบน สำหรับส่วนที่มีความสำคัญรองลงมาจะแสดงอยู่ด้านข้าง ส่วนด้านล่างและด้านหลังจะมีความสำคัญน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96) เชื่อว่าบรรจุภัณฑ์ทรงกระบอกกลมมีความเหมาะสมมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่เป็นทรงกระบอกเหลี่ยม (ค่าเฉลี่ย 3.75) เชื่อว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตมีหน้าที่ในการช่วยสื่อสารให้ผู้ซื้อ สามารถเข้าใจและทราบข้อมูลของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.66) เชื่อว่าผลิตโยเกิร์ตควรมีเครื่องหมายการค้าที่ชัดเจนและจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54)

และมีความเชื่อในระดับเชื่ออ่อน ได้แก่ คิดว่า จะเป็นการดีหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ช่วยออกแบบและตรวจสอบบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตให้มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.47) เชื่อว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทกระดาษดีกว่าวัสดุประเภทพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 3.42) เชื่อว่า ฝาฟอยล์ที่ใช้ปิดด้วยโยเกิร์ตนั้น เป็นวัสดุที่มีความปลอดภัยไม่มีสารพิษใดๆ เจือปน (ค่าเฉลี่ย 3.24) เชื่อว่าผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีรายละเอียดคุณค่าสารอาหารแสดงไว้มีคุณภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ไม่แสดงรายละเอียดนี้ (ค่าเฉลี่ย 3.23) เชื่อว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตที่สามารถมองเห็นเนื้อโยเกิร์ตนั้นมีความเหมาะสมกว่าแบบทึบ (ค่าเฉลี่ย 2.92) เชื่อว่า ฝาปิดบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต สามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาโยเกิร์ตได้ (ค่าเฉลี่ย 2.74)

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

**ด้านความชอบต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับชื่นชอบมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ในปัจจัยย่อยมีระดับความชอบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบมากที่สุด ได้แก่ ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการแสดงเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.54) และมีความชอบมากเรียงลำดับ คือ ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพหลากหลายแสดงไว้บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงที่ต่างไปจากในท้องตลาด เช่น เป็นรูปสัตว์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษมากกว่าเพราะให้ความรู้สึกรักษาสุขภาพแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบกราฟฟิกที่ติดบนบรรจุภัณฑ์ที่ดี มีส่วนช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ชื่นชอบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุโยเกิร์ตให้เก็บไว้นานมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ทนทาน ป้องกันการแตกร้าวเวลาบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.53)

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความชื่นชอบน้อย ได้แก่ ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีบรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือปรับเปลี่ยนเป็นของใช้ต่างๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ชื่นชอบบรรจุภัณฑ์ด้วยโยเกิร์ตที่ทำจากพลาสติกใส หรือทึบ มีความปลอดภัยไม่มีสารพิษใดๆ เจือปน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก และขายเป็นคู่ หรือขายเป็น Pack 4 (ค่าเฉลี่ย 3.40) ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีขนาดบรรจุภัณฑ์ใหญ่ เพื่อความสะดวกในการรับประทาน และปริมาณมากพอสำหรับการบริโภคต่อ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่น่ารัก น่าสนใจ และสามารถนำมาเป็นของสะสมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25)

### ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมระดับความตั้งใจซื้อ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ในปัจจัยย่อยมีระดับความตั้งใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับซื้อแน่นอน ได้แก่ ตั้งใจจะเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.88) ตั้งใจจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้เมื่อเวลาผ่านไปเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขยะ (ค่าเฉลี่ย 4.69) และมีระดับความตั้งใจซื้อในระดับซื้อ ได้แก่ คาดว่าจะซื้อโยเกิร์ตที่ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ และรักษาสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.21) อยากมีส่วนร่วม

ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจึงอยากซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภัณฑ์นั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.19) จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทกระดาษมากกว่าที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.14) จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดคุณค่าสารอาหารแสดงไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ได้แก่ จะซื้อ บรรจุภัณฑ์ โยเกิร์ตที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก (ค่าเฉลี่ย 3.44) จะซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบกราฟฟิกที่โดดเด่น ชัดเจน สามารถสื่อถึงคุณประโยชน์ของโยเกิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.36) และจะซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่โดดเด่น หรือแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.22)

#### **ส่วนที่ 5 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต ในด้านความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก ความชอบ และความเชื่อ และแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามเพศ**

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการทดสอบตัวแปร 2 ตัวแปร ด้วยวิธีค่าแจกแจงแบบที (Independent Sample T-test) โดยมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

##### **1) ด้านความรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต**

**ความรู้ความเข้าใจมกรการใช้วัสดุเพื่อการผลิต** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้วัสดุเพื่อการผลิต จำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง มีความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อเวลาผ่านไปทำให้ไม่เกิดปัญหาขยะ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความรู้ความเข้าใจของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

**ความรู้ความเข้าใจในการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ความรู้ความเข้าใจความเชื่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความเชื่อบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต จำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง เชื่อว่าผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีรายละเอียดคุณค่าสารอาหารแสดงไว้มีคุณภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ไม่แสดงรายละเอียดนี้ เชื่อว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตมีหน้าที่ในการช่วยสื่อสารให้ผู้ซื้อสามารถเข้าใจและทราบข้อมูลของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น คิดว่า ฝาปิด

บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต สามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาของโยเกิร์ตได้ เชื่อว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตที่สามารถมองเห็นเนื้อโยเกิร์ตนั้นมีความเหมาะสมกว่าแบบทึบ คิดว่า จะเป็นการดีหากหน่วยงานที่ช่วยออกแบบและตรวจสอบบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตให้มีความปลอดภัย และเชื่อว่าบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตโดยทั่วไปในตลาด ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความรู้ความเข้าใจของเพศชายมากกว่าเพศหญิง

### 2) ด้านความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านความรู้สึกรู้สึกความชอบจำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องชื่นชอบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุโยเกิร์ตให้เก็บไว้นานมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพหลากหลายแสดงไว้บนฉลาก ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ชื่นชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงที่ต่างไปจากในท้องตลาด เช่นเป็นรูปสัตว์ เป็นต้น ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ทนทานป้องกันการแตกรั่ว เวลาบริโภค ชื่นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบขวดคล้ายบนบรรจุภัณฑ์ที่น่ารัก น่าสนใจ และสามารถนำมาเป็นของสะสมได้ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกรู้สึก ความชอบของเพศชายมากกว่าเพศหญิง

### 3) ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านแนวโน้มพฤติกรรมจำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องตั้งใจจะเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจะซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่โดดเด่น หรือแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไป โดยพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อด้านแนวโน้มพฤติกรรมของเพศชายมากกว่าเพศหญิง

**ส่วนที่ 6 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต ในด้านความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก ความชอบ และความเชื่อ และแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามอายุ**

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อหาระดับความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มอายุ การวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

### 1) ด้านความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

**ความรู้ความเข้าใจในการใช้วัสดุเพื่อการผลิต** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการใช้วัสดุเพื่อการผลิต จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องมีความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อเวลาผ่านไปทำให้ไม่เกิดปัญหาขยะ มีจำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มอายุ 23-32 ปี มีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องมีความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อเวลาผ่านไปทำให้ไม่เกิดปัญหาขยะ มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 22 ปี และ 33 ปีขึ้นไป

**ความรู้ความเข้าใจในการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ความเชื่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านความเชื่อจำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องเชื่อว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทกระดาษดีกว่าวัสดุประเภทพลาสติก มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มอายุ 23-32 ปี มีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องเชื่อว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทกระดาษดีกว่าวัสดุประเภทพลาสติก มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 22 ปี และในเรื่องคิดว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตที่สามารถมองเห็นเนื้อโยเกิร์ตนั้นมีความเหมาะสมกว่าแบบทึบ มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มอายุ 33 ปีขึ้นไป มีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องคิดว่าบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตที่สามารถมองเห็นเนื้อโยเกิร์ตนั้นมีความเหมาะสมกว่าแบบทึบ มากกว่ากลุ่มอายุ 23-32 ปี

### 2) ด้านความชอบบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านความรู้สึก ความชอบ จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง ชื่นชอบบรรจุแบบถ้วยโยเกิร์ตที่ทำจากพลาสติกใส หรือทึบมีความปลอดภัยไม่มีสารพิษใดๆ เจือปน มีจำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มอายุ 33 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นในเรื่องชื่นชอบบรรจุแบบถ้วยโยเกิร์ตที่ทำจากพลาสติกใส หรือทึบมีความปลอดภัยไม่มีสารพิษใดๆ เจือปน มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 22 ปี และกลุ่มอายุ

23-32 ปี และในเรื่องซึ่งชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบกราฟฟิกที่ติดบนบรรจุภัณฑ์ที่ดี มีส่วนช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจ มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่มอายุต่ำกว่า 22 ปี มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง ซึ่งชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการออกแบบกราฟฟิกที่ติดบนบรรจุภัณฑ์ที่ดี มีส่วนช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจ มากกว่ากลุ่มอายุ 23-32 ปี และในเรื่องซึ่งชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มอายุ 23-32 ปี มีระดับความคิดเห็นในเรื่องซึ่งชอบ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 22 ปี

### 3) ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดคุณค่าสารอาหารแสดงไว้ มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 22 ปี มีระดับความคิดเห็นในเรื่องจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดคุณค่าสารอาหารแสดงไว้ มากกว่ากลุ่มอายุ 23-32 ปี และในเรื่องจะซื้อ บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบกราฟฟิก ที่โดดเด่น ชัดเจน สามารถสื่อถึงคุณประโยชน์ของโยเกิร์ต มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มอายุ 33 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นในเรื่องจะซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบกราฟฟิก ที่โดดเด่น ชัดเจน สามารถสื่อถึงคุณประโยชน์ของ โยเกิร์ต มากกว่ากลุ่มอายุ 23-32 ปี

### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต ตามแนวคิดเกี่ยวกับทักษะคิดของ Henry Assael (1995) สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

#### องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ

องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ เป็นองค์ประกอบทางความคิด หรือรับรู้ (Cognitive Component) เป็นความเชื่อ ความรู้หรือความเข้าใจ เกี่ยวกับสิ่งใด เช่น ตราสินค้า ซึ่งความเชื่อในวัตถุเดียวกันอาจจะแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจการใช้วัสดุเพื่อการผลิตในระดับมากลำดับแรกคือบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อเวลาผ่านไปทำให้ไม่เกิดปัญหาขยะ และมีความรู้ความเข้าใจการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์ในระดับมากลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีคุณภาพควรต้องแสดงรายละเอียดอะไรบ้างไว้บนฉลาก และมีความเชื่อในระดับมากลำดับแรกคือ เชื่อว่าบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตโดยทั่วไปในตลาดผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

สามารถย่อยสลายได้ ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อำไพ ยิ้มอยู่ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางลำดับแรกในเรื่องบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยในการบริโภค และผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมรัฐ บุรีรัตน์ (2552) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภควัยรุ่นต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมีความเชื่อสูงในเรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมช่วยให้นุญช์มีทรัพยากรใช้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

และจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาทั้งของอำไพ ยิ้มอยู่ (2552) และของสมรัฐ บุรีรัตน์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจ และมีความเชื่อไม่ต่างกัน โดยมีความรู้ความเข้าใจและเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและสามารถย่อยสลายได้ จะมีส่วนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น

#### องค์ประกอบด้านความชอบบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

องค์ประกอบด้านความรู้สึกความชอบ (Affective Component) คือ ความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบและอารมณ์ที่มีต่อวัตถุนั้น ๆ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ตในชั้นชอบมากที่สุดลำดับแรก คือ ชั้นชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการแสดงเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้บนฉลาก ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อำไพ ยิ้มอยู่ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกดีต่อปัจจัยย่อยเรื่องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้มีส่วนช่วยลดปัญหาขยะและเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมรัฐ บุรีรัตน์ (2552) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภควัยรุ่นต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกชอบในเรื่องฉลากที่แสดงเครื่องหมายรับรองเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีทิศทางที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนสิทธิ์ ธนุสนธิ์ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อฉลากเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และมีความรู้สึกเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น



และจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาทั้งของอำไพ ยิ้มอยู่ (2552) และของสมรัฐ บุรีรัตน์ (2552) และของชนสิทธิ์ ธนุสนธิ์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชื่นชอบไม่ต่างกัน โดยมีความชื่นชอบที่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีการแสดงเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้บนฉลาก และผู้ผลิตที่หันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น จะเป็นการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดีขึ้น

### องค์ประกอบด้านแนวโน้มพฤติกรรม

องค์ประกอบด้านแนวโน้มพฤติกรรม (Behavior Component) คือ แนวโน้มในการกระทำหรือการแสดงออก ความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ความรู้สึก (การประเมินค่าตราสินค้า) ความรู้ความเชื่อในตราสินค้า ความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรม (ความตั้งใจซื้อสินค้า) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับซื้อแน่นอนลำดับแรกคือตั้งใจจะเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อำไพ ยิ้มอยู่ (2552) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการบริโภคบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ โดยมีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนมากที่จะแนะนำให้คนใกล้ซื้ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ และมีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนที่จะเป็นผู้มีความมุ่งมั่นอย่างมากในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ และเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมรัฐ บุรีรัตน์ (2552) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภควัยรุ่นต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมในทางสนับสนุนต่อการมีส่วนร่วมในเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีส่วนกระตุ้นให้ฉันอยากซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กรนั้นมากขึ้น

และจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาทั้งของอำไพ ยิ้มอยู่ (2552) และของสมรัฐ บุรีรัตน์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมไม่ต่างกัน โดยมีแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการสนับสนุนหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเหมือนกัน

### ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่ที่บริโภคมีอายุระหว่าง 18–32 ปี โดยมีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 1 ครั้ง จนถึงมากกว่า 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
2. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้วัสดุเพื่อการผลิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่จะสามารถย่อยสลายได้เองเมื่อเวลาผ่านไปทำให้เกิดปัญหาขยะ แต่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทใดที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาโยเกิร์ตที่บรรจุอยู่ภายในได้ดีที่สุด
3. ด้านเชื่อเกี่ยวต่อบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมากในเรื่องบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต โดยทั่วไปในตลาดผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ และเชื่อในเรื่อง จะเป็นการดีหากหน่วยงานที่ช่วยออกแบบและตรวจสอบบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตให้มีความปลอดภัย
4. ด้านความชอบต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบมากที่สุดที่ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการแสดงเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้บนฉลาก และพบว่าไม่ชื่นชอบที่ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตมีการออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่น่ารัก น่าสนใจ และสามารถนำมาเป็นของสะสมได้
5. ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะซื้อแน่นอน โดยตั้งใจจะเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และตั้งใจจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้เมื่อเวลาผ่านไปเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขยะ และมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะไม่ซื้อเพราะไม่แน่ใจว่าบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ตที่มีการออกแบบที่โดดเด่นหรือแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไป

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. บริษัทผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต ให้กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจในเรื่องประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการผลิตว่าทำมาจากวัสดุประเภทใด และมีความสามารถในการเก็บรักษาโยเกิร์ตที่

บรรจุอยู่ในได้คืออะไร และสามารถย่อยสลายได้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องขยะ ซึ่งบนบรรจุภัณฑ์ควรมีการติดฉลากแสดงตัวผลิตภัณฑ์ย่อยสลายได้ไว้อย่างชัดเจน และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุโยกรีตที่ขายในท้องตลาด เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้มีความรู้ความเข้าใจในบรรจุภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

2. บริษัทผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความเข้าใจโดยการแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์โยกรีตที่มีคุณภาพควรต้องแสดงรายละเอียดอะไรบ้างไว้บนฉลาก และมีรายละเอียดส่วนผสมหรือคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์โยกรีตที่แสดงไว้บนฉลากอย่างชัดเจน รวมถึงเครื่องหมายการค้าที่ชัดเจนและจดจำง่าย

3. จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าฝาพอยล์ที่ใช้ปิดด้วยโยกรีตนั้น เป็นวัสดุที่มีความปลอดภัยและไม่มีสารพิษใดๆ หรือไม่ ดังนั้นทางผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะทำการศึกษาตรวจสอบและประชาสัมพันธ์ถึงความปลอดภัย เนื่องจากฝาพอยล์นั้นจะสัมผัสกับเนื้อโยกรีตโดยตรง

4. จากผลการศึกษาพบว่า การออกแบบกราฟฟิกที่ดีช่วยส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ รวมถึงการออกแบบรูปร่างลักษณะที่แตกต่างจากท้องตลาดทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและพร้อมจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

5. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่ออย่างมากในเรื่องบรรจุภัณฑ์โยกรีต โดยทั่วไปในตลาด ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ และเชื่อว่ารายละเอียดข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ส่วนที่สำคัญที่สุดจะแสดงไว้ด้านหน้า หรือ ด้านบน สำหรับส่วนที่มีความสำคัญรองลงมาจะแสดงอยู่ด้านข้าง ส่วนด้านล่างและด้านหลังจะมีความสำคัญน้อยที่สุด ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตควรให้ความสำคัญในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ และมีคุณสมบัติในการรักษาตัวสินค้าภายในได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ควรมีความปลอดภัยถ้าหากนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน และมีส่วนช่วยลดปัญหาขยะและลดปัญหาโลกร้อน ควรผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ในรูปแบบต่างๆ ออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการผลิตมากขึ้น ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยจะต่ำลง ซึ่งมีผลโดยตรงต่อราคาของบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ที่จะลดต่ำลงตามปริมาณที่ผลิตเพิ่มมากขึ้น

6. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยกรีตที่มีการแสดงเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้บนฉลาก และผลิตภัณฑ์โยกรีตที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรให้ความสำคัญในการผลิตโยกรีตที่มีการแสดงเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้บนฉลากและควรเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติมาทำการผลิต

7. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อ โดยตั้งใจจะเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และตั้งใจจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้เมื่อเวลาผ่านไปเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขยะ ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้เมื่อเวลาผ่านไปเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขยะ และควรเน้นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเห็นได้ว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องของความชอบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุโยเกิร์ต

### ขั้นตอนและวิธีการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1. การศึกษาข้อมูลวัสดุ รูปสินค้าและประเภทของสินค้า เพื่อกำหนดวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมตามขนาด ปริมาณบรรจุ และมีรูปทรงสอดคล้องกับสินค้าให้ความปกป้องสินค้าให้มีคุณภาพคงเดิม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามนั้นต้องการวัสดุที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติจะต้องไม่มีสารพิษใดๆ และสามารถปกป้องสินค้า ป้องกันการแตกร้าว

2. การกำหนดรูปร่าง รูปทรงให้เหมาะสม รูปทรงให้สอดคล้องกับสินค้าที่บรรจุด้านใน เพื่อสร้างความมั่นใจ และเอื้อประโยชน์ในการหยิบจับ ซึ่งข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าต้องการรูปแบบและรูปทรงที่แตกต่างออกไปเช่น เป็นรูปสัตว์ เป็นต้น และสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้

3. การกำหนดสีเพื่อสร้างลักษณะเด่น ความทรงจำ และแสดงเอกลักษณ์ การกำหนดสีต้องใช้หลักจิตวิทยาและข้อบังคับตามมาตรฐานอาหารและยา

### ขั้นตอนการออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

1.1 การตั้งชื่อสินค้าหรือยี่ห้อ ต้องมีความสัมพันธ์กับประเภทของสินค้าที่บรรจุด้านใน ซึ่งการตั้งชื่อสินค้าเป็นการสร้างภาพลักษณ์

1.2 การออกแบบตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า จะต้องมีลักษณะสามารถสื่อความหมายได้ตามชื่อสินค้า

1.3 การจัดวางรายละเอียดข้อมูล ควรให้ความสำคัญโดยเรียงลำดับจากด้านหน้าหรือด้านบนก่อน จากนั้นใช้ด้านข้างทั้งสองเก็บข้อมูลที่เหลือ ด้านหลังและด้านล่างเก็บข้อมูลที่สำคายน้อยที่สุด จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ใส่เครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแสดงไว้บนฉลาก และคุณสมบัติต่างๆ ที่ได้รับจากการทานโยเกิร์ต

1.4 การออกแบบขวดและเส้นจะต้องให้สอดคล้องกับสินค้า ซึ่งความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นต้องการให้มีการออกแบบขวดที่น่ารัก น่าสนใจ ซึ่งสามารถนำมาเป็นของชำร่วยได้

### 3. ข้อเสนอแนะในเรื่องของความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่า ฝาพอยล์ที่ใช้ปิดด้วย โยเกิร์ต นั้น เป็นวัสดุที่มีความปลอดภัย ไม่มีสารพิษใดๆ เจือปน (ฝาพอยล์ที่ผลิตจากอลูมิเนียมพอยล์เคลือบแลคเกอร์) ความเชื่อนี้เป็นความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเนื่องจากวัสดุที่ใช้ในการยึดติดกับถ้วยบรรจุ โยเกิร์ต คือ แลคเกอร์ ซึ่งทางเมื่อนอกนั้นไม่เป็นที่ยอมรับ เนื่องจากเป็นอันตรายต่อร่างกายมนุษย์ เนื่องจากตัวแลคเกอร์นั้นทำหน้าที่เสมือนกาว และต้นทุนในการผลิตสินค้าจะถูก และในประเทศไทยยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้วัสดุที่ไม่เป็นอันตราย สามารถสัมผัสกับอาหารได้ ซึ่งในต่างประเทศนั้นมีการเปลี่ยนจากสารดังกล่าว เป็นเม็ดพลาสติกเคลือบลงบนกระดาษ พลาสติก หรือพอยล์ ซึ่งสามารถติดกับถ้วยได้แน่ แต่สามารถเปิดได้ง่าย ไม่ฉีกขาดง่าย และไม่มีอันตราย เนื่องจากเป็นเกรดที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้ รวมทั้งถ้วยก็ได้ทำการเปลี่ยนจากพลาสติก เป็นกระดาษอีกด้วย ซึ่งการจะเปลี่ยนแปลงความเชื่อดังกล่าวนี้ จะต้องทำให้ผู้ผลิตเห็นถึงอันตรายโดยการส่งตัวอย่างไปทดสอบตามแล็บทดสอบ และดูค่าของสารตกค้างต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต โดยทั่วไปในตลาด ผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ ในส่วนนี้ต้องแยกออกเป็น 2 กรณี คือ

4.1 ผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งในส่วนนี้พลาสติกที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ตนั้น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งพลาสติกดังกล่าวสามารถทำกรีไซเคิลได้ ซึ่งจะเห็นได้จากเครื่องหมาย รีไซเคิล ที่อยู่ที่ด้านหลังของถ้วยบรรจุภัณฑ์

4.2 ผลิตจากพลาสติกที่ย่อยสลายได้ พลาสติกที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์นั้นไม่สามารถย่อยสลายเองตามธรรมชาติได้ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ผิด และถามว่า มีพลาสติกที่ย่อยสลายเองได้หรือไม่ ณ ปัจจุบันพลาสติกที่สามารถย่อยสลายเองได้แล้ว ซึ่งต้นทุนในการผลิตจะค่อนข้างสูงมาก ผู้ผลิตส่วนใหญ่เลยไม่นิยมใช้ แต่จะใช้พลาสติกที่สามารถรีไซเคิลเนื่องจากต้นทุนถูกกว่า

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความเชื่อที่ว่า บรรจุภัณฑ์โยเกิร์ตผลิตจากพลาสติกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ ผู้ผลิตจะต้องสื่อสารกับผู้บริโภคว่า พลาสติกที่ใช้นั้นสามารถนำมารีไซเคิลได้ แต่ไม่สามารถย่อยสลายเองได้ ซึ่งหากทิ้งบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวลงไปในถังขยะที่เพิ่มมากขึ้น และทำลายสภาพแวดล้อม แต่ถ้าหากทำการประชาสัมพันธ์ออกไปก็จะช่วยให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจมากขึ้น ผู้บริโภคก็จะทิ้งบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวลงในถังขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลใหม่ได้ ซึ่งจะทำให้ปริมาณขยะลดลงอีกด้วย