

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 200 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เลือกเฉพาะ เจาะจงผู้ที่รู้จักบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยมาก่อน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรสพบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 คนขึ้นไป

ข้อมูลด้านการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยใช้มาก่อน ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เคยใช้เป็นงาน ถ้วย กล่องใส่อาหาร และชาม โดยรู้จักจากสื่อออนไลน์มากที่สุด เริ่มใช้เมื่อ 1 ปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้น้อยกว่าวัสดุทั่วไป ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเป็นตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง โดยจะซื้อจากมินิมาร์ท และไฮเปอร์มาร์เก็ต

ข้อมูลด้านทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.15) โดยมีทัศนคติเห็นด้วยระดับมากที่สุดในด้านสามารถใช้ แทนบรรจุภัณฑ์ทั่วไปได้ สามารถใช้ได้ทั้งอาหารร้อนและเย็น มีความสะดวกและง่ายในการใช้ หาซื้อ ได้ง่าย มีความน่าเชื่อถือเพราะ ได้รับการรับรองจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัย ไร้สารเคมี ช่วยลดปัญหาขยะและปัญหาสิ่งแวดล้อมได้และสามารถย่อยสลายได้ลงตามธรรมชาติ มีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในด้านบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยสามารถใช้ได้กับไมโครเวฟ มีรูปทรงที่ทันสมัย มีหลากหลายรูปแบบ ให้เลือกใช้ มีผลดีต่อสุขภาพ และมีเอกสาร/ฉลากแสดงข้อมูลอย่างชัดเจน มีทัศนคติเห็นด้วยในระดับปานกลางในด้านบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยมีราคาถูก และด้าน การประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยมีอย่างทั่วถึง

The objective of this independent study was to investigate the attitude of consumers towards food packaging from bagasse in Mueang Chiang Mai District. The sampling group of the study was customers who resided in Mueang Chiang Mai District with the total number of 200. Data collection was carried out using questionnaires by focusing on those who were familiar with food packaging made from bagasse. The obtained data was analyzed by descriptive statistics.

The study showed that the majority of the respondents were female with ages between 31-40 years old who graduated with Bachelor degree level. They were owner of private businesses and entrepreneurs whose average salaries were higher than 30,000 Baht. There were 3 family members or more within each household.

In term of food packaging based on bagasse, the majority of respondents also have some experiences in using this type of food packaging. These included plates, cups, boxes of food, and bowls. The majority of respondents received information from internet medium. The bagasse packaging was applied during the past one year with relatively less frequent than the other general materials. The most influence persons to make purchasing decision were the respondents themselves. The purchasing venues were from minimarts and hypermarkets.

The information regarding the attitude towards bagasse food packaging revealed that the majority of respondents rated the acceptance level at high level ($\bar{X} = 4.15$). The most accepted aspect included the versatility of the bagasse food packaging that could be used in place of other general packaging materials, applicable to both hot and cold foods, convenient and easily available, reliable with guarantee certificate from the Ministry of Science and Environment, highly safe and chemicals free, help minimizing generated wastes and environmental problems, and naturally biodegradable. The other acceptance attitude at high level towards bagasse packaging included the applicability with microwave, modern style shape with a number of styles to choose from, providing health benefits with clear and informative labeling. The aspects which were rated with medium acceptance level included the inexpensiveness and knowledgeable advertisement to widely promote bagasse packaging throughout the community.