

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการใน

ตลาดสดนำซื้อ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี

The Factors Affecting the Retailer's Buying Decision on Biodegradable Plastic Bags in Healthy Market, Amphoe Phanat Nikhom, Chon Buri.

กนกวรรณ ธรรมชาติ<sup>1</sup> และนรารักษ์ บุญยานาม<sup>2</sup>

Kanokwan Thammachart<sup>1</sup> and Nararak Boonyanam<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

ถุงพลาสติกย่อยสลาย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบขึ้นมา เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากสามารถย่อยสลายได้ ซึ่งในปัจจุบันถุงพลาสติกย่อยสลายกลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการตระหนักถึงปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน มาวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการบริโภค ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม และส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลาย

ผลการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของกิจการ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ขนาดถุงพลาสติกที่ใช้ การรณรงค์การใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย ปัจจัยด้านความตระหนักในสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความรู้สึกและความตระหนักในสิ่งแวดล้อม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี คงทน ใช้งานง่าย และด้านราคา มีความเหมาะสมกับปริมาณ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายโดยสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ผลิต

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต ศรีราชา, E-mail: kanokwant93@gmail.com

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต ศรีราชา, E-mail: nararak.b@ku.th

ถุงพลาสติกในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและให้แก่หน่วยงานรัฐบาลในการวางแผนรณรงค์ได้ในอนาคต

**คำสำคัญ:** ถุงพลาสติกย่อยสลาย, ตลาดสดน่าซื้อ, ชลบุรี

### Abstract

Biodegradable plastic bags are designed product for environment conservation because it can be decomposed. Currently, biodegradable plastic bags are becoming more well-known from the awareness of environmental impact problems. Therefore, the researcher is interested in studying the factors affecting the retailer's buying decision on biodegradable plastic bags. The questionnaires were used to collect primary data from 400 representative samples and analyze the data (personal factors, purchasing behavior, environmental protection awareness, and marketing mix factors that might affected retailer's buying decision) by logistic regression analysis.

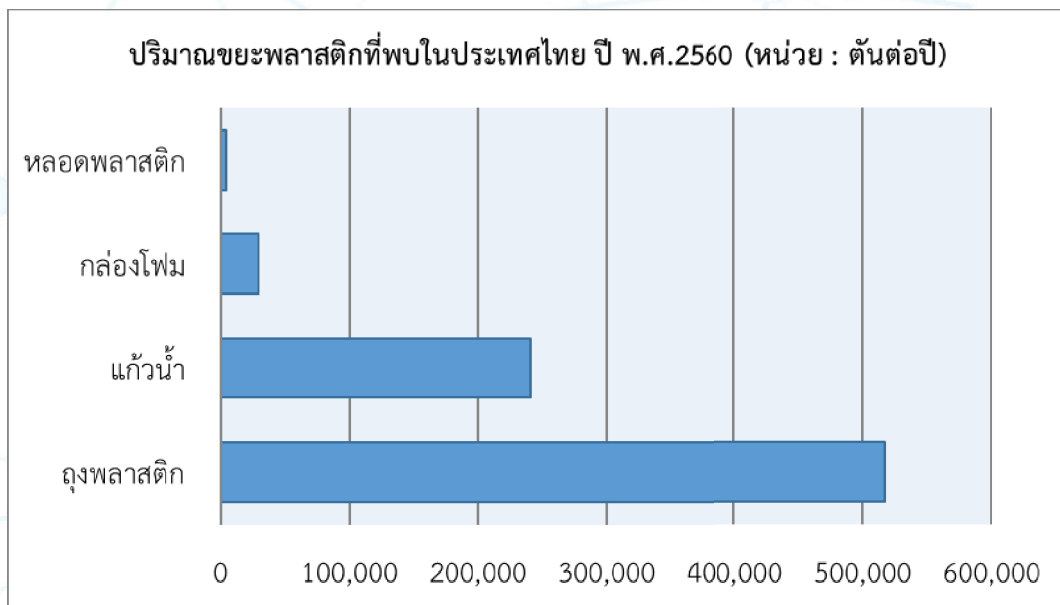
The results found factors affected retailer's buying decision on biodegradable plastic bags that can be explained were personal factors included gender, average income, type of business, the environmental protection awareness factors, the marketing mix factors included quality of product such as durable, good quality easy to use, and reasonable price for product. The results of this study can be used as data for plastic bag manufacturers to plan the strategies for production and marketing, and local government could use the data to campaign people using biodegradable plastic bags in the future.

**Keywords:** Biodegradable Plastic Bags, Healthy Market, Chon Buri

## บทนำ

ถุงพลาสติก เป็นวัสดุที่มนุษย์คิดค้นและประดิษฐ์ขึ้นจากเม็ดพลาสติกเพื่อใช้สำหรับการบรรจุอาหารหรือสิ่งของ ช่วยให้เกิดความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคต้องไปจับจ่ายซื้อสินค้าต่าง ๆ ตามสถานที่จำหน่ายสินค้า เช่น ตลาดสด ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ในแต่ละปี ประเทศไทยมีการผลิตและการใช้ถุงพลาสติกจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ.2560 ปริมาณขยะพลาสติกประเภทถุงพลาสติกหิ้วมีจำนวนมากถึง 517,054 ตันต่อปี ถึงแม้ว่าถุงพลาสติกบางประเภทจะสามารถนำกลับมาใช้งานใหม่ได้อีกครั้ง แต่ในปัจจุบันมีการนำกลับมาใช้น้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนที่ผลิตออกไป ดังนั้นการใช้งานในแต่ละครั้งเป็นเพียงช่วงเวลาสั้น ๆ และใช้แค่เพียงครั้งเดียว แต่ในการทำลายถุงพลาสติกแต่ละใบนั้นต้องใช้ระยะเวลาในการย่อยสลายนานกว่า 450 ปี สาเหตุนี้จึงทำให้ถุงพลาสติกกลายเป็นขยะพลาสติกที่มีปริมาณมากที่สุดและแพร่หลายอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน กล่าวได้ว่า ขยะถุงพลาสติกเหล่านี้นอกจากไม่ก่อให้เกิดรายได้แล้วนั้นยังถือว่าเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากต้องการจัดการขยะพลาสติกนั้น ภาครัฐและเอกชนต้องใช้งบประมาณถึง 573 ล้านบาทต่อปี เพื่อบริหารจัดการขยะพลาสติกที่เกิดขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2562)



ภาพที่ 1 ปริมาณขยะพลาสติกที่พบในประเทศไทย ปี พ.ศ.2560

ที่มา: คณะอนุกรรมการบริหารจัดการขยะพลาสติก (2561)

ปริมาณขยะพลาสติกจำนวนมากสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาการบริหารจัดการขยะพลาสติก ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจึงเริ่มตระหนักถึงปัญหาขยะพลาสติกมากขึ้น โดยกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมพยายามรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก สร้างโรดแมป (Roadmap) การจัดการขยะพลาสติก ภายในปี พ.ศ.2561-2573 ประกอบด้วย 2 เป้าหมาย ได้แก่ เป้าหมายการลดและเลิกใช้ถุงพลาสติก ด้วยการให้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป้าหมายการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ ร้อยละ 100 โดยมีการศึกษาและกำหนดเป้าหมายพลาสติกที่จะนำกลับมาใช้ประโยชน์ ส่วนที่เป็นของเสียจะนำไปกำจัดให้ถูกวิธี เช่น การจัดการขยะพลาสติกด้วยการเผาเป็นพลังงาน และจากมาตรการลดการใช้ถุงพลาสติกดังกล่าวส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างร่วมรณรงค์เพื่อช่วยลดขยะพลาสติกและโฟม ทำให้โรงงานผลิตถุงพลาสติกได้รับผลกระทบค่อนข้างมากจากที่เคยผลิตถุงพลาสติกหูหิ้วที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ต้องเริ่มมีการปรับกลยุทธ์การผลิตและออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือใช้เม็ด bio-plastic เพื่อขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากถุงพลาสติกหูหิ้วยังมีความจำเป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ตลาดสด ที่กรมควบคุมมลพิษ ระบุว่า ตลาดสดเป็นแหล่งที่มาของถุงพลาสติกมากที่สุด โดยมีปริมาณการใช้จำนวน 18,000 ล้านใบต่อปี คิดเป็นร้อยละ 40 เพราะฉะนั้นตลาดสดจึงเป็นหนึ่งแห่งที่ต้องดำเนินการสร้างความเข้าใจกับพ่อค้าแม่ค้าและประชาชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติก

จากการศึกษา จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้ร่วมรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกและใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในตลาดสด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายกเทศมนตรีเมืองพนัสนิคม นายวิชัย อัมราลิขิต ได้นำเสนอทางเลือกในการใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายให้แก่ผู้ประกอบการในตลาดสดอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นอำเภอที่ได้รับรางวัลเมืองน่าอยู่อันดับ 1 ในประเทศไทย และเมืองต้นแบบสิ่งแวดล้อมยั่งยืน โดยถุงพลาสติกย่อยสลายเป็นแนวทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีคุณสมบัติ สามารถย่อยสลายได้ด้วยการบวนการทางชีวภาพ ภายใต้อุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม ในระยะเวลาไม่เกิน 180 วัน ซึ่งในปัจจุบันประชาชนเริ่มมีความตระหนักถึงปัญหาทางสิ่งแวดล้อม ทำให้ถุงพลาสติกย่อยสลายกลายเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน การใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายได้รับความนิยมเป็นบางช่วงเวลา เนื่องจากถุงพลาสติกย่อยสลายมีราคาสูงกว่าถุงพลาสติกทั่วไป เพราะต้องนำเข้าเม็ดพลาสติกที่ผสมเสร็จแล้วเข้ามา อีกทั้งมีคุณสมบัติที่ไม่สามารถรองรับสินค้าที่มีน้ำหนักมากได้ ดังนั้นจากปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ประกอบการ ผู้ศึกษาจึงได้สนใจศึกษาปัจจัยที่

มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายถุงพลาสติกย่อยสลาย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการพัฒนาถุงพลาสติกย่อยสลายให้สามารถแข่งขันกับถุงพลาสติกทั่วไปได้ตามกระแสสังคมที่มีการรณรงค์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเพื่อเป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานรัฐบาลและส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนรณรงค์ต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้อ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เพื่อสนับสนุนแนวทางการศึกษาค้นคว้านี้ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การศึกษา จึงทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ สามารถจำแนกออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้จากลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละคน อาทิ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่มักจะนิยมนำไปใช้ในการแบ่งส่วนตลาด โดยศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภคสินค้าและบริการ ที่จะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งมักจะเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดความต้องการในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อและเป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อโดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับความนึกคิด ความรู้สึก การแสดงออก ในการดำรงชีวิตของแต่ละคน โดยขึ้นอยู่กับ

ทัศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ การรับรู้หรือสิ่งกระตุ้นที่แตกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการนำไปเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาด เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักในสิ่งแวดล้อม เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก ความสำนึก ที่บุคคลประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้สึกตระหนักที่จะตอบสนองในทางบวกหรือทางลบ โดยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความตระหนัก ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมที่มีผลต่อสิ่งเร้าหรือแนวโน้มที่บุคคลจะกระทำ

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่สมาชิกมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน เนื่องจากการเลือกตัวอย่างที่เปิดโอกาสให้ทุก ๆ หน่วยมีสิทธิ์ได้ถูกเลือกตอบแบบสอบถาม โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ การเลือกแบบบังเอิญ ที่ขึ้นอยู่กับ การได้รับความร่วมมือของผู้ตอบแบบสอบถามในบริเวณตลาดสดเทศบาลเมืองพนัสนิคม 1 และตลาดสดเทศบาลเมืองพนัสนิคม 2 อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งส่วนคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และลักษณะของกิจการ

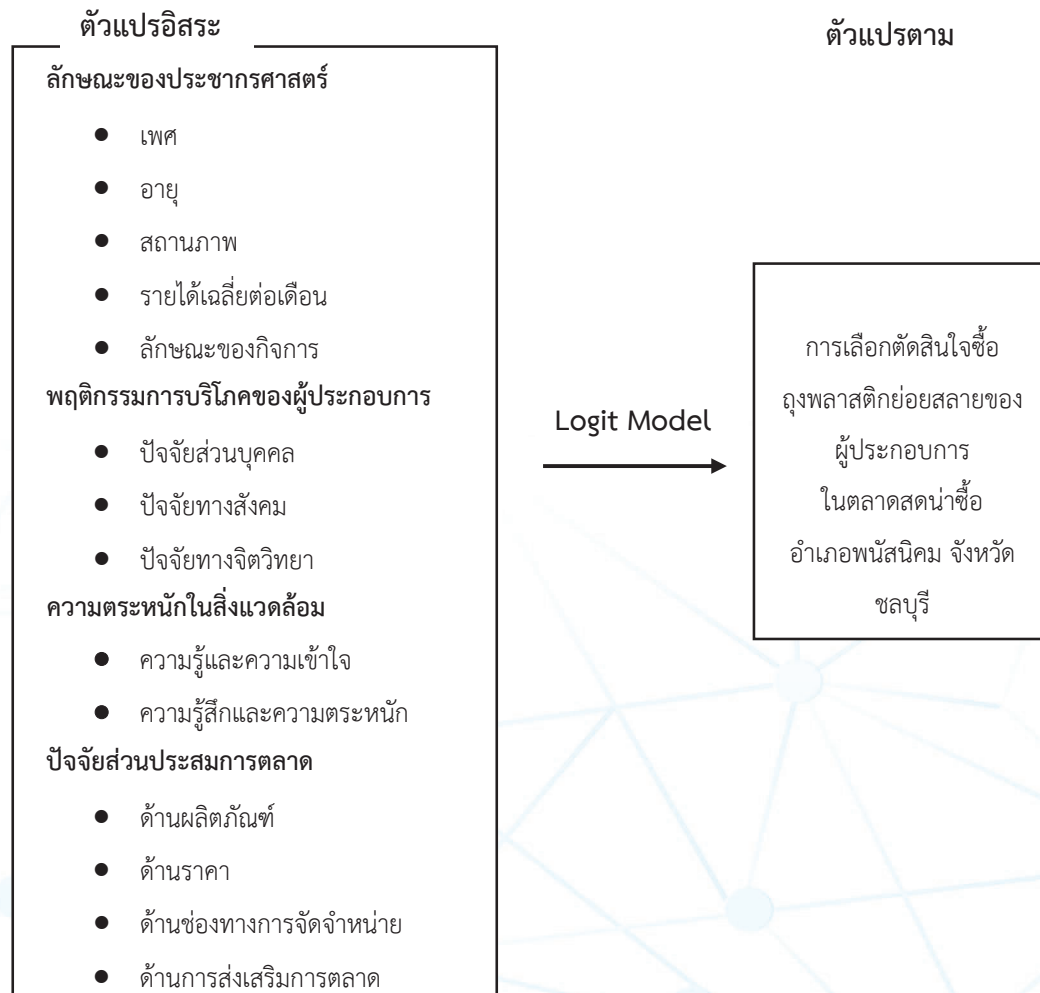
ส่วนที่ 2 ข้อมูลการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยจิตวิทยา โดยมีการศึกษา ดังต่อไปนี้ ขนาดของถุงพลาสติกที่ใช้ ปริมาณในการใช้งาน ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อถุงพลาสติก การรู้จักถุงพลาสติก

ย่อยสลาย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลาย และการรณรงค์ให้ใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการสอบถามเกี่ยวกับความตระหนักในสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักในสิ่งแวดล้อม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับตามแนวคิดของไลเคิร์ต (Likert Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของไลเคิร์ต (Likert Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

## กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ที่มา: จากการศึกษา

### การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ ในตลาดสดนำซื้อ อำเภอ



พนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ซึ่งมีแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) เป็นดังต่อไปนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1\text{Sex} + \sum_i \beta_{2i}\text{Income}_i + \sum_j \beta_{3j}\text{Business}_j + \sum_k \beta_{4k}\text{Size}_k + \beta_5\text{Quantity} + \beta_6\text{Know} + \beta_7\text{Campaign} + \beta_8\text{A\_Under\_Envi} + \beta_9\text{A\_Feel} + \beta_{10}\text{product} + \beta_{11}\text{price} + \beta_{12}\text{place} + \beta_{13}\text{promotion} + \epsilon$$

ตาราง 1 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
Buy	การตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก ย่อยสลาย	1 = ซื้อถุงพลาสติกย่อยสลาย 0 = ไม่ซื้อถุงพลาสติกย่อยสลาย
P	Prob (Buy=1) ความน่าจะเป็นของ การตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก ย่อยสลาย	
Sex	เพศ	Sex = 0 กรณี เพศชาย Sex = 1 กรณี เพศหญิง
Income <sub>i</sub>	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อ i = 2, 3	(Base Group = ต่ำกว่า 40,000 บาท) Income <sub>2</sub> = 1 กรณี 40,001-80,000 บาท 0 กรณี อื่น ๆ Income <sub>3</sub> = 1 กรณี 80,001 บาทขึ้นไป 0 กรณี อื่น ๆ

ตาราง 1 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
Business <sub>j</sub>	ลักษณะของกิจการ เมื่อ j = 2, 3	(Base Group = ขายสินค้าที่มีน้ำหนักเบา (ขายอาหาร, เสื้อผ้า, ดอกไม้, ผักสด) Business <sub>2</sub> = 1 กรณี ขายสินค้าที่มี น้ำหนักมาก (ขายเนื้อสัตว์, ผลไม้, ของชำ) 0 กรณี อื่น ๆ Business <sub>3</sub> = 1 กรณี กิจการอื่น ๆ 0 กรณี อื่น ๆ
Quantity	ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหิ้วทั่วไป	Quantity = 1 กรณี ตั้งแต่ 21 กิโลกรัม ต่อสัปดาห์ขึ้นไป 0 กรณี อื่น ๆ
Size <sub>k</sub>	ขนาดของถุงพลาสติกหิ้วทั่วไป เมื่อ k = 2, 3, 4	(Base Group = 6 X 11 และ 6 X 14 นิ้ว) Size <sub>2</sub> = 1 กรณี 8 X 16 และ 9 X 18 นิ้ว 0 กรณี อื่น ๆ Size <sub>3</sub> = 1 กรณี 12 X 20 นิ้ว 0 กรณี อื่น ๆ Size <sub>4</sub> = 1 กรณี 12 X 26 และ 15 X 30 นิ้ว 0 กรณี อื่น ๆ
Know	การรู้จักถุงพลาสติกย่อยสลาย หรือไม่	Know = 1 กรณี รู้จัก 0 กรณี ไม่รู้จัก
Campaign	ความคิดเห็นกับการรณรงค์การใช้ ถุงพลาสติกย่อยสลาย	Campaign = 1 กรณี เห็นด้วย 0 กรณี ไม่เห็นด้วย

ตาราง 1 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
A_Under_Envi	ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม	ระดับความเห็น 1 - 5
A_Feel	ค่าเฉลี่ยของความรู้สึกและความตระหนักในสิ่งแวดล้อม	ระดับความเห็น 1 - 5
Product <sub>1</sub>	คุณภาพดี คงทน ใช้งานง่าย	ระดับความเห็น 1 - 5
Price <sub>2</sub>	ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ	ระดับความเห็น 1 - 5
Place <sub>1</sub>	หาซื้อได้ง่าย	ระดับความเห็น 1 - 5
Promotion <sub>2</sub>	การแนะนำสินค้า	ระดับความเห็น 1 - 5
$\epsilon$	ค่าคลาดเคลื่อน (Error Term)	

ที่มา: จากการศึกษา

### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี พิจารณาแบบจำลองโลจิสต์ที่ประมาณค่าได้ร่วมกับค่า Marginal Effect สามารถวิเคราะห์ผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value	Z-Stat	Marginal Effect	จำนวนตัวอย่าง 400 คน
<b>เพศ</b>						
หญิง	0.822	0.421	0.051*	1.950	0.166	
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>						
ต่ำกว่า 40,000 บาท						(Base Group)
40,001 - 80,000 บาท	-0.124	0.496	0.803	-0.250	-0.024	
80,001 บาทขึ้นไป	-1.824	0.756	0.016*	-2.410	-0.422	

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิต (ต่อ)

จำนวนตัวอย่าง 400 คน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value	Z-Stat	Marginal Effect
<b>ลักษณะของกิจการ</b>					
ขายสินค้าที่มีน้ำหนักเบา					
		(Base Group)			
ขายสินค้าที่มีน้ำหนักมาก	-0.530	0.511	0.300	-1.040	-0.105
กิจการอื่น ๆ	-1.454	0.616	0.018*	-2.360	-0.330
<b>ขนาดถุงพลาสติกหิ้วทั่วไปที่ใช้</b>					
6X11 และ 6X14 นิ้ว					
		(Base Group)			
8X16 และ 9X18 นิ้ว	-0.353	0.496	0.478	-0.710	-0.069
12X20 นิ้ว	-0.453	0.659	0.492	-0.690	-0.095
12X26 และ 15X30 นิ้ว	2.296	1.070	0.032*	2.150	0.246
<b>ปริมาณถุงพลาสติกหิ้วทั่วไปที่ซื้อ</b>					
น้อยกว่า 20 กิโลกรัมต่อสัปดาห์					
		(Base Group)			
ตั้งแต่ 21 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ขึ้นไป	0.628	0.549	0.252	1.140	0.111
<b>รู้จักถุงพลาสติกย่อยสลายหรือไม่</b>					
รู้จัก	0.002	0.536	0.997	0.000	0.000
<b>การรณรงค์การใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย</b>					
เห็นด้วย	3.698	0.451	0.000*	8.190	0.710
<b>ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม</b>					
ความรู้ความเข้าใจ	0.276	0.388	0.476	0.710	0.054
ความรู้สึกและความตระหนัก	1.308	0.305	0.000*	4.290	0.255

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (ต่อ)

จำนวนตัวอย่าง 400 คน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value	Z-Stat	Marginal Effect
<b>ส่วนประสมการตลาด</b>					
คุณภาพดี คงทน	0.529	0.269	0.049*	1.970	0.103
ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ	0.507	0.283	0.073*	1.790	0.099
หาซื้อได้ง่าย	0.184	0.239	0.441	0.770	0.036
การแนะนำสินค้า	-0.366	0.241	0.129	-1.520	0.071

หมายเหตุ: \* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

ที่มา: จากการคำนวณ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้อ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

จากการพิจารณา ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านเพศ สามารถอธิบายได้ว่า เพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการเพศหญิงมีความสนใจและตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวสิริพัฒน์ ชินเศรษฐพงศ์ (2561) ที่ระบุว่า ด้านเพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถอธิบายได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงมีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการที่ขายสินค้ามีน้ำหนักมาก ทำให้มีการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลายน้อย เนื่องจากคุณสมบัติของ

ถุงพลาสติกย่อยสลายมีความบางกว่าถุงพลาสติกหิ้วทั่วไป อีกทั้งผู้ประกอบการที่มีรายได้สูงย่อมมีกำลังซื้อและทางเลือกในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้น้อย เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีราคาแพงกว่าการใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายแต่ให้คุณภาพและเหมาะสมที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศรินทร์ ลิลิตตระกุล และ รัชนิวรรณ ยืนยงมงคลชัย ที่ระบุว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมที่แตกต่างกัน

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านลักษณะของกิจการ สามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะของกิจการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ ในตลาดสดนำซื้อ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยลักษณะของกิจการอื่น ๆ ได้แก่ ข้าวสาร อุปกรณ์เครื่องครัว ของเล่นเด็ก ของกิปต์ชอป เครื่องสำอาง ยารักษาโรคทั่วไป ยากำจัดแมลง ต้นไม้ ของเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ มีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่มีลักษณะของกิจการที่ขายสินค้าน้ำหนักเบา (ขายอาหาร, เสื้อผ้า, ดอกไม้, ผักสด) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่มีลักษณะของกิจการอื่น ๆ ส่วนใหญ่ เช่น ข้าวสาร อุปกรณ์เครื่องครัว ต้นไม้ ของเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ มีพฤติกรรมการบริโภคและลักษณะการใช้งานที่ไม่เหมาะกับการใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย เพราะว่สินค้าส่วนใหญ่มีลักษณะที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะหนา ทนทาน สามารถรองรับน้ำหนักของสินค้าที่น้ำหนักมากและขนาดใหญ่ได้ รวมทั้งสินค้าบางชนิด เช่น เครื่องสำอาง ของกิปต์ชอป ยากำจัดแมลง ยารักษาโรคทั่วไป เป็นสินค้าที่มีขนาดเล็กและน้ำหนักเบาไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ถุงพลาสติกในการบรรจุสินค้าหรือห่อหุ้มก็ได้

พฤติกรรมการใช้ขนาดถุงพลาสติกหิ้วทั่วไป สามารถอธิบายได้ว่า ขนาดถุงพลาสติกหิ้วทั่วไปที่ใช้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ โดยพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติกหิ้วทั่วไปขนาดใหญ่ (12X26 และ 15X30 นิ้ว) มีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ขนาดถุงพลาสติกหิ้วทั่วไปขนาดเล็ก (6X11 และ 6X14 นิ้ว) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบกิจการขายของชำที่เป็นลักษณะของธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก ต้องใช้ถุงพลาสติกขนาดใหญ่จำนวนมากกว่าขนาดเล็กถึงขนาดปานกลาง อีกทั้งหากเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็กหรือผู้บริโภคซื้อสินค้าจำนวนเพียงแค่มไม่กี่ชิ้นก็ไม่มี ความจำเป็นต้องใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายมีความคิดเห็นว่า ไม่คุ้มค่าต่อต้นทุนในการซื้อบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กให้แก่ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า เช่น ซื้อสินค้าผงชูรส 1 ห่อ ในราคา 15 บาท แต่ต้นทุนในการซื้อบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายขนาด

เล็ก เฉลี่ยแล้วราคาใบละ 2-3 บาท ซึ่งหมายถึงต้นทุนในการขายที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกถึงความไม่คุ้มค่า

พฤติกรรมของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายทดแทนการใช้ถุงพลาสติกทั่วไป สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมการเห็นด้วยกับการรณรงค์ใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายทดแทนการใช้ถุงพลาสติกทั่วไป มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันพบว่า สื่อต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการรับรู้ของผู้ประกอบการอย่างมาก ทำให้เกิดความเข้าใจและทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมจากสถานการณ์ข่าวต่าง ๆ เช่น ปัญหาขยะพลาสติก ปัญหาภาวะโลกร้อน เป็นต้น โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ดำเนินการหาแนวทางแก้ไขอย่างต่อเนื่องและเริ่มรณรงค์ให้ประชาชนลดการใช้ถุงพลาสติกทั่วไปและให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากการรณรงค์ดังกล่าว สะท้อนถึงความตื่นตัวและสนใจในปัญหาสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยกับการรณรงค์ดังกล่าว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกย่อยสลายเนื่องจากถุงพลาสติกย่อยสลายเป็นตัวเลือกหนึ่งที่เป็นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตระหนักในสิ่งแวดล้อมต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ สามารถอธิบายได้ว่า ความรู้สึกและความตระหนักในสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากปัญหาขยะพลาสติกเป็นหนึ่งในประเด็นที่ได้รับความสนใจและเป็นเรื่องใกล้ตัวกับประชาชนทั่วไป โดยสามารถเห็นได้จากปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ปัญหาขยะพลาสติกล้นเมือง ปัญหาการกำจัดขยะแบบผิดวิธี เป็นต้น ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าวทำให้ประชาชนทั่วไปเกิดความรู้สึกและตระหนักถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปารมี พัฒนดุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2559) ที่ระบุว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อมความห่วงใยสิ่งแวดล้อมถูกกำหนดโดยทัศนคติและส่งผลกระทบต่ออย่างเป็นเหตุและผลต่อความตั้งใจจะซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายได้ว่า ถุงพลาสติกย่อยสลายที่มีคุณภาพดี คงทน ใช้งานง่าย มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากลักษณะกิจการกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มัก

ต้องใช้ถุงพลาสติกในการบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีน้ำหนักมากและใช้งานง่าย ดังนั้นผู้ผลิตถุงพลาสติกย่อยสลายควรมีการศึกษาลักษณะของการใช้งานเพื่อนำไปพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกนก รัตนางกูร (2552) ที่ระบุว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติของสินค้าที่ช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และสินค้าสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการในการใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ ด้านราคา สามารถอธิบายได้ว่า ราคาของถุงพลาสติกย่อยสลายที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีปัจจัยหลักในการเลือกซื้อถุงพลาสติกคือราคา แต่ในปัจจุบัน พบว่า ถุงพลาสติกย่อยสลายนั้นมีราคาแพงกว่าถุงพลาสติกทั่วไป ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรวางกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาโดยใช้ปริมาณที่เหมาะสมกับราคา เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้สึกถึงความคุ้มค่าในการใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุดารัตน์ กันตะบุตร (2554) ที่ระบุว่าราคาของสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณค่าของสินค้าและต้องให้ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้จากการใช้สินค้าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

พฤติกรรมของปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหิ้วทั่วไปต่อสัปดาห์ พฤติกรรมของการรู้จักถุงพลาสติกย่อยสลาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักในสิ่งแวดล้อม ด้านความรู้และความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ ในตลาดสดน้ำซื่อ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

### ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ พบว่า ถุงพลาสติกหิ้วที่มีคุณภาพดี คงทน ใช้งานง่าย มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องลงทุนธุรกิจถุงพลาสติกย่อยสลายจึงควรศึกษากระบวนการผลิตถุงพลาสติกย่อยสลายให้ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของผู้ประกอบการในลักษณะกิจการต่าง ๆ ด้วย



2. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ พบว่า ราคาของถุงพลาสติกย่อยสลาย มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น แต่เนื่องจากในปัจจุบันถุงพลาสติกย่อยสลายมีการตั้งราคาที่แพงกว่าถุงพลาสติกทั่วไป โดยมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าถุงพลาสติกทั่วไป 2-3 เท่า เพราะนั้นหมายถึงผู้ประกอบการจะต้องรับภาระจากการที่ต้นทุนสูงขึ้นตามมาอีกทั้งลักษณะของบางกิจการไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้ถุงพลาสติกได้ ดังนั้นผู้ผลิตและผู้สนใจลงทุนธุรกิจถุงพลาสติกย่อยสลายควรคำนึงถึงต้นทุนในการผลิต รวมถึงทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนที่ต่ำลง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกยินดีที่จะจ่าย รวมถึงมีความตัดสินใจที่จะใช้ถึงแม้ราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจะราคาสูง

3. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ พบว่า การรณรงค์ให้ใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายทดแทนการใช้ถุงพลาสติกทั่วไป มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการมากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลควรมีมาตรการรณรงค์ให้ใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายทดแทนการใช้ถุงพลาสติกทั่วไปอย่างจริงจัง เนื่องจากการรณรงค์เป็นการสร้างความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม กระตุ้นให้ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป มีความรู้และความเข้าใจในการใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย เพื่อปลูกจิตสำนึกให้แก่ประชาชนรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและความเต็มใจจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะที่ใช้ในครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้ออำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี เท่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้และทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับการใช้ถุงพลาสติกย่อยสลาย อาทิ ปัญหาของการใช้งานที่ต้องขึ้นอยู่กับแต่ละลักษณะของกิจการ ปัญหาในด้านต้นทุนการผลิต เป็นต้น ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าออกมาแข่งขันและสามารถขยายตลาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

## เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). (ร่าง) Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 - 2573 และ (ร่าง) Roadmap แผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ.2561 - 2565. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:[http://www.pcd.go.th/Info\\_serv/File/17-09-62/40.pdf](http://www.pcd.go.th/Info_serv/File/17-09-62/40.pdf) [2562, 15 พฤศจิกายน]
- เกศรินทร์ ลิลิตตระกูล และ รัชนีวรรณ ยืนยงมงคลชัย. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- ณัฐกนก รัตนางกูร. (2552). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปารมี พัฒนดุล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ศิลปกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). โอกาสทางธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกชีวภาพ [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-Bioplas-9072019.aspx> [2562, 25 พฤศจิกายน]
- สร้อยญา จันทร์สว่าง. (2562). ดีเดย์ 1 ม.ค.63 งดถุงพลาสติกหูหิ้ว ค่าปลีกตั้งเป้าลด 9 พันล้านบาทต่อปี. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/857225>, [2562, 19 ธันวาคม]
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2561). ตลาดพลาสติกชีวภาพทั่วโลก คาดว่าจะมีมูลค่า 35.47 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายใน ปี 2022. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://plastic.oie.go.th/ReadArticle.aspx?id=18105> [2562, 25 พฤศจิกายน]
- สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุดารัตน์ กันตะบุตร. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



# UTCC



# Proceedings

การประชุมวิชาการ

และนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ

## UTCC Academic Day ครั้งที่ 4

วันศุกร์ที่ 5 มิถุนายน 2563

การประชุมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Cisco Webex Event



## สาขาเศรษฐศาสตร์

- วิเคราะห์ศักยภาพและเชื่อมโยงสินค้าผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยสู่กลุ่มประเทศ  
ในภูมิภาคตะวันออกกลาง กรณีศึกษา: ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศกาตาร์  
อัทธ์ พิศาลวานิช 2311
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม ในกองทุนการออมแห่งชาติ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี  
ธิดารัตน์ คงสา และนรรักษ์ บุญญานาม 2328
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานวิ้งในจังหวัดชลบุรี  
จรัญญา ภาคเมธี และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์ 2346
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของพลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการ ในตลาดสดน้ำซ้อ อำเภอ  
พนัสนิคม จังหวัดชลบุรี 2362  
กนกวรรณ ธรรมชาติ และนรรักษ์ บุญญานาม
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความถี่ในการทำธุรกรรมธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตพื้นที่อำเภอ  
ศรีราชา จังหวัดชลบุรี 2381  
วีรวรรณ เงินประเสริฐ และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนผ่านสื่อออนไลน์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2395  
นาเดียร์ อัสมะแอ และนรรักษ์ บุญญานาม
- การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนแพนโซฮิว์เซ่งฮงติ่มซ่า 2415  
กนกกานต์ จีรังการ และวรวดี จงอัศญากุล
- การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของซ้อปี้และลาซาต้า 2431  
มณีนรัตน์ อัจฉริยสีทอง และวรวดี จงอัศญากุล
- โครงการจัดทำดัชนีค่าปลีกระดับประเทศ 2446  
ทศสุรีย์ เปรมศรีรัตน์
- ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง 2461  
ภัทรกัญญ์ บำรุงหงส์ และนรรักษ์ บุญญานาม
- การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนของโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ กรณีศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์ 2477  
ณัฐธยาน์ งามประภาพร สุมาลี พุ่มภิญโญ และเสาวลักษณ์ กู้เจริญประสิทธิ์
- การศึกษาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการออมเงินของคนกรุงเทพมหานคร 2492  
วันชนะ เนียมแสง

- อัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ตามฐานภาษีของบุคคล บริษัท  
กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) 2508  
อ้นยารัศมี สิ้นทรัพย์ และชนันท์ ทวีวัฒน์
- ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตทุเรียนตามมาตรฐานการเกษตรที่ดีที่เหมาะสม 2523  
สุพัตรา โสเสมอ นภสม สิ้นเพิ่มสุขสกุล และกุลชลรัตน์ ทวีวงศ์
- ปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานต่อหลังวัยเกษียณ 2540  
สโรชา เกษมโสตร์ และคมกริช ถาวรวันชัย
- การเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง และผลการดำเนินงานของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยง  
ชีพที่มีนโยบายการลงทุนภายในประเทศกับต่างประเทศ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทย  
พาณิชย์ จำกัด 2556  
ธัญชนก ชลวานิช และเรวัต ธรรมมาภิรมย์
- การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้นกลุ่มอสังหาริมทรัพย์  
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2571  
อัมรินทร์ ปวนมาลัย และเรวัต ธรรมมาภิรมย์
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย 2587  
จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์
- การศึกษาผลการดำเนินงานของกองทุนรวมในประเทศไทย กรณีศึกษากองทุนรวมหุ้นในประเทศ  
และกองทุนรวมหุ้นต่างประเทศ ช่วงปี (2552-2562) 2604  
ศรวิไล หิรัญญาพร และเรวัต ธรรมมาภิรมย์
- ความสัมพันธ์ระหว่างความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองกับดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย 2622  
ชญัญพัชร ทองมา และศิวพงศ์ อีร์อำพน
- การเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวมที่มีนโยบายบริหาร  
แบบเชิงรุกและกองทุนรวมที่มีนโยบายบริหารแบบเชิงรับ 2640  
จันทรีทิมา โปกุล และชนันท์ ทวีวัฒน์
- เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกข้าวพันธุ์ กข 43 แบบมีกับไม่มีเกษตรพันธสัญญา  
ของเกษตรกรในจังหวัด สุพรรณบุรี 2657  
ณัฐดิศ เสงตระกุล กุลชลรัตน์ ทวีวงศ์ และอภิชาติ ดะลุนเพทย์
- คุณลักษณะด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 2671  
เกษมพงศ์ พงศ์สุพัฒน์ อภิชาติ ดะลุนเพทย์ และเออวดี เปรมัชเชียร

- การเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยง ระหว่างกลุ่มหุ้นปันผล และกลุ่มหุ้นเติบโต  
ในอุตสาหกรรมพลังงานและสาธารณูปโภค 2683  
วรสิทธิ์ มั่นใจ และมนัชนันท์ ทวีวัฒน์
- การพยากรณ์การค้าสินค้าเกษตรของไทยจากการจัดทำความตกลงการค้าเสรีไทย-ญี่ปุ่น 2695  
บุรฉกร สุภาชี และอัครนันท์ คิตสม
- การศึกษาความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและราคาหุ้น 2711  
บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)  
ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงษ์ตระกูล และนพวิชัย ภู่อำ
- วิเคราะห์คุณลักษณะผลิตภัณฑ์กล้วยทอดที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 2727  
ศลิษา สุเสรีชัย ชญาดา ภัทราคม และวินัย พุทธกุล
- ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของพนักงาน 2739  
บริษัท ตรีเพชโรชิชูส์ซิ่ง จำกัด สำนักงานใหญ่  
อลงกต ประสานชาติ และคมกริช ถาวรวันชัย
- ความสัมพันธ์ในระยะเวลาระหว่างอัตราเงินเฟ้อทั่วไปและอัตราดอกเบี้ยนโยบายของไทย 2752  
อนันญา ชัยสงค์ และธีรศักดิ์ ทรัพย์วิโรบล

#### สาขาสังคมศาสตร์

- การขยายอำนาจของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินต่อการจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครอง 2769  
ส่วนท้องถิ่น  
วัชรพงศ์ โพธิ์นคร
- แนวทางการกำกับดูแลการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชนที่เหมาะสมกับประเทศไทย 2785  
ดวงดาว จินดาวัฒน์
- การใช้ภาพยนตร์ในการพัฒนาการออกเสียงท้ายคำในภาษาอังกฤษของนักเรียนไทย 2800  
กิตติภาส ศรีหะ และพนิตา กุลสิริสวัสดิ์
- ผลของการใช้ Edmodo ที่มีต่อแรงจูงใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย: กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยม 2821  
วัดสิงห์  
เสาวรัตน์ เจริญวรชัย และนราธิป ธรรมวงศา