



ความต้องการและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในการท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

Needs and Decision Making of Tourist on Plastic Replacement Packaging in Tourist Attractions: A Case Study of Historical Park, Talat Mai Subdistrict, Wiset Chai Chan District, Ang Thong Province

ภัทรธิดา สามัคคี^{1*} วิสาชา ภู่อจินดา²

Phattaratida Samakkee^{1*} Wisakha Phoochinda²

Received: July 26, 2022

Revised: August 30, 2022

Accepted: November 10, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง เพื่อการจัดการขยะพลาสติกและเตรียมความพร้อมการมีแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์เกิดขึ้นในอนาคต ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง จำนวน 600 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกินกว่ากึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 25-39 ปี (Generation Y) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการมีลักษณะเป็นจานก้นลึกมีขนาดความสูง 4 เซนติเมตร เส้นผ่านศูนย์กลาง 20 เซนติเมตร ผลิตจากพีชหรือ ไม้โดยใช้ผักตบชวา มีสีแดงเข้มตามวัสดุที่ใช้ผลิต สามารถใช้ซ้ำได้ 4-5 ครั้ง และความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ โดยระดับความคิดเห็นความต้องการและปัจจัยการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ของนักท่องเที่ยวต่อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยประมาณ 4.42 และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตต้องอาศัยแนวคิดเศรษฐกิจใหม่หรือ BCG Model มาพัฒนา โดยต้องคำนึงถึงเรื่องสังคม วิถีชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สร้างมาตรฐานความสะอาด สะดวก ปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ ควรมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการขับเคลื่อนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากวัสดุธรรมชาติที่มีในพื้นที่ และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ความต้องการ, การตัดสินใจ, บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก, อุทยานประวัติศาสตร์

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² Graduate Student, Master of Science (Environmental Management) NIDA, Thailand

³ ศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

⁴ Professor Ph.D., Graduate School of Environmental Development Administration NIDA, Thailand



Abstract

The purposes of this study were to investigate the needs and decision-making of tourists regarding plastic replacement packaging as well as analyze factors influencing that decision in an upcoming historical park in Talat Mai subdistrict, Wiset Chai Chan district, Ang Thong province, in order to manage plastic waste and get ready for the new historical park that will open in the future. Field trips were followed by observations. Interview and questionnaire forms were utilized with a sample group of 600 tourists, aged 18 or more, who are planning to visit the area. For data analysis, both descriptive statistics and inferential statistics were used. The results of the study revealed that more than half of the respondents were females, aged 25–39 (Generation Y). The results of the study revealed that more than half of the respondents were females, aged 25–39 (Generation Y). The packaging they needed was in the form of a dish, 4 centimeters in height and 20 centimeters in diameter, made from plants or leaves, such as water hyacinths, with original material colors. The packaging can be reused 4-5 times, and the frequency of purchase was 1-2 times per week. The highest opinion level on the needs and factors influencing the decision regarding the Marketing Mix (4Ps: Product, Price, Place, Promotion) of the tourists towards plastic replacement packaging was the product factor, with a mean score of 4.42. A new economic concept, or BCG model, should be utilized in managing tourism in a new historical park. For the development of sustainable tourism, society, lifestyles, and natural resources in tourist destinations must be taken into consideration. Cleaning, convenience, and safety standards for society and the environment must be established. To promote economic development and generate income for people in the area, a group to drive the development of packaging to replace plastic with natural materials available in the area should be established. There must also be enough packaging to meet the needs of tourists.

Keywords: needs, decision, plastic replacement packaging, historical park

บทนำ

ประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมุ่งเน้นภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวนับเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยนอกจากจะมีจุดเด่นในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง เนื่องจากประเทศไทยมีเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในอดีตมากมายและมีจุดเด่นทางศิลปวัฒนธรรม ควรค่าแก่การรักษาไว้ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ยังเป็นกิจกรรมที่ร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบให้ได้มาตรฐาน มีการนำเสนอแนวทางใหม่



ในการจัดการ เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์ท่องเที่ยวโลกบนพื้นฐานเรื่องการอนุรักษ์พร้อมกับพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน (นิชาภัทร สุวัฒนานนท์, 2562)

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวย่อมส่งผลกระทบต่อด้านลบ เช่น ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านสุขภาพอนามัย และปัญหาขยะมูลฝอย ข้อมูลจากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2561 นอกจากปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมดในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 24.11 ล้านตัน เป็น 27.93 ล้านตัน ซึ่งขยะพลาสติกมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมาประเทศไทยมีขยะพลาสติกเกิดขึ้นร้อยละ 12 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด หรือประมาณปีละ 2 ล้านตัน มีการนำขยะพลาสติกกลับไปใช้ประโยชน์เฉลี่ยประมาณ ปีละ 0.5 ล้านตัน ส่วนที่เหลือ 1.5 ล้านตัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (single use plastics) เช่น ถุงร้อน ถุงเย็น ถุงหิ้ว แก้วพลาสติก กล่องพลาสติก กล่องโฟมบรรจุอาหาร (กรมควบคุมมลพิษ, 2561) จะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีจำนวนขยะพลาสติกที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ หากไม่มีการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกอย่างจริงจัง ซึ่งขยะพลาสติกใช้ระยะเวลาย่อยสลายนานถึง 450 ปี แต่สำหรับโฟมใช้เวลาย่อยสลายมากกว่า 1,000 ปี (กองบรรณาธิการสำนักข่าวสิ่งแวดล้อม, 2560) โดยขยะพลาสติกทำให้เกิดมลภาวะเป็นพิษและสูญเสียทัศนียภาพอันสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวลดลง ส่งผลต่อเนื่องกับระบบเศรษฐกิจ หากถูกทิ้งลงในทะเล สามารถสะสมความเป็นพิษในสิ่งแวดล้อมระบบนิเวศ และห่วงโซ่อาหารระบบนิเวศ ขยะพลาสติก และโฟมบรรจุอาหาร เมื่อสัตว์กินเข้าไป ทำให้สัตว์เคลื่อนไหวไม่ได้และตายในที่สุด รวมทั้งขยะที่เกิดขึ้นเป็นทั้งแหล่งเพาะพันธุ์แหล่งที่อยู่อาศัย และแหล่งอาหารของสัตว์ เช่น หมูแมลงสาบ แมลงวัน ซึ่งเป็นสัตว์นำโรคต่าง ๆ มาสู่คน ได้แก่ ไทฟอยด์ อหิวาตกโรค เป็นต้น (กรมอนามัย, 2562) ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงปัญหาขยะพลาสติกมากขึ้น โดยมีแนวทางการจัดการขยะพลาสติกของ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2562 – 2573 โดยกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ การลดและเลิกใช้พลาสติกด้วยการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจัดเป็นการลดการใช้พลาสติกตั้งแต่ต้นทางของปัญหา (กรมควบคุมมลพิษ, 2561) ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจัดเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตออกมาโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นมิตรและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการเลือกใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้หรือวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ จานกาบหมาก ซึ่งมีการนำวัสดุที่มีในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ผลิตจากวัสดุที่มาจากธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่แตกหักง่าย น้ำหนักเบา ใส่อาหารได้ทุกเมนู ใส่ของเหลวได้ เข้าเตาไมโครเวฟได้ ไม่อ่อนตัว ทนความร้อนได้ดี มีกลิ่นหอม และลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ย่อยสลายได้เองใน 45 วัน นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้เกิดของเสียน้อยที่สุด

จังหวัดอ่างทองเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากมาย อาทิ วัดเขียน วัดสี่ร้อย วัดขุนอินทประมูล วัดม่วง วัดไชโยวรวิหาร อนุสาวรีย์นายดอกนายทองแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตำบลตลาดใหม่ อำเภวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ซึ่งกำลังพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ เนื่องจากในพื้นที่มีเรื่องราวประวัติศาสตร์มากมาย ที่ควรค่าแก่การรักษาและให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ ตำบลตลาดใหม่ อำเภวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ยังมีความโดดเด่นในเรื่องอาหาร ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา และยังเป็นหมู่บ้านจักสาน เพื่อเป็นการสร้างงานและเสริมสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของตำบลตลาดใหม่ อำเภวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง



การศึกษาครั้งนี้จึงได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกอย่างยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง เพื่อเป็นแนวทางการจัดการที่เหมาะสมในการลดขยะพลาสติก และเตรียมความพร้อมหากมีแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์เกิดขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวด้านบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดินเผา กลุ่มขนมไทย และหมู่บ้านจักสาน บ้านตลาดใหม่

1.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญและประชากร: การศึกษาครั้งนี้ จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารและปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลตลาดใหม่ และกลุ่มที่สองเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่คาดว่าจะมาเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง และพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดอ่างทอง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่: ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา: เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2565

2. สมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกัน ด้านขนาด ลักษณะการใช้งาน และสี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้านสถานที่หรือช่องทางในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และความถี่ในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกัน

3. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์กิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ ความคืบหน้าในการสร้างอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดินเผา กลุ่มขนมไทย และหมู่บ้านจักสาน บ้านตลาดใหม่ รวมทั้งทำการสอบถามประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งคาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทองและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดอ่างทอง และข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาข้อมูลเอกสารทางวิชาการ หนังสือ งานวิจัย บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาปรับเปลี่ยนนวัตกรรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และ

รูปแบบนวัตกรรมการจัดการขยะพลาสติกอย่างยั่งยืน

4. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามความต้องการและการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง และพื้นที่ใกล้เคียง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้สูตรกรณีทราบขนาดของประชากร ซึ่งใช้สูตรของ Taro Yamane พิจารณาจำนวนประชากรจากข้อมูลสถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 52,096,018 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) กำหนดให้ n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ, N = จำนวนประชากร และ e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (วิสาชา ภูจินดา, 2560) ดังนั้นจึงแทนค่าในสูตร ค่า N เท่ากับ 52,096,018 ราย ค่า e เท่ากับ 0.05 โดยใช้สูตรดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\&= \frac{52,096,018}{1+52,096,018(0.05)^2} \\&= 400 \text{ ราย}\end{aligned}$$

ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกและลดความคลาดเคลื่อนในการประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษารั้วนี้จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 600 ราย ซึ่งตัวแปรต้น ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ความเต็มใจจ่ายต่อราคาบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก จากวัฒนธรรมชาติ (ราคาต่อชิ้น) และ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (ชูชัย สมิทธิไกร, 2556) ซึ่งมีการตั้งระดับของความเห็น การตัดสินใจซื้อทั้งหมดอยู่ที่ 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 5 เห็นด้วยมากที่สุดหรือซื้ออย่างแน่นอน ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์ 4.21 - 5.00 ระดับที่ 4 เห็นด้วยมากหรือน่าจะซื้อ ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์ 3.41 - 4.20 ระดับที่ 3 เห็นด้วยปานกลางหรือไม่แน่ใจ ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์ 2.61 - 3.40 ระดับที่ 2 ไม่เห็นด้วยหรือน่าจะไม่ซื้อ ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์ 1.81 - 2.60 และระดับที่ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งหรือไม่ซื้ออย่างแน่นอน ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์ 1.00 - 1.80

5. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา มีรายละเอียด ดังนี้

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ผู้บริหารและบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง รวมถึงผู้นำชุมชนในพื้นที่ โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปริมาณ ประเภท และสถานการณ์ขยะพลาสติกในตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

ประเด็นที่ 2 นโยบาย กิจกรรม และแผนงานในการจัดการขยะพลาสติกในตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

ประเด็นที่ 3 ปัญหาในการจัดการขยะพลาสติกในตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง หากตำบลเป็นแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งจะมีปริมาณขยะเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 4 แนวทางหรือวิธีการในการจัดการขยะพลาสติกของชุมชนหรือท้องถิ่น

ประเด็นที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกหรือทางลบที่มีผลต่อการจัดการขยะพลาสติกในตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง



ประเด็นที่ 6 การใช้ทรัพยากร เช่น ผักตบชวา ชิงช้าโหวด ใบอ้อย กาบหมาก กะลามะพร้าว ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

ประเด็นที่ 7 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและทดแทนการใช้พลาสติกในตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

ประเด็นที่ 8 ภาพอนาคตในการจัดการขยะพลาสติก รูปแบบนวัตกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และทดแทนการใช้พลาสติก

ประเด็นที่ 9 ศักยภาพในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

แบบสอบถามความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง และพื้นที่ใกล้เคียง จำนวน 600 ราย ซึ่งแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) และคำถามปลายปิด (Close-ended question) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทองและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดอ่างทอง หากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ดีขึ้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ประกอบด้วย ประเภทของบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารที่ทานให้ความสนใจในการเลือกซื้อ วัตถุประสงค์จากธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก รูปแบบ ขนาด สี และลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ประกอบด้วย ชนิดอาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก สถานที่เลือกซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และความถี่ในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ภายใน 1 สัปดาห์

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง และพื้นที่ใกล้เคียง ประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) โดยจะเป็นคำถามที่เป็นลักษณะแบบมาตรวัดระดับแบบ Likert (1932) (Likert Scale) ซึ่งมีการตั้งระดับของความเห็น การตัดสินใจซื้อทั้งหมดอยู่ที่ 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 5 เห็นด้วยมากที่สุดหรือซื้ออย่างแน่นอน ระดับที่ 4 เห็นด้วยมากหรือน่าจะซื้อ ระดับที่ 3 เห็นด้วยปานกลางหรือไม่แน่ใจ ระดับที่ 2 ไม่เห็นด้วยหรือน่าจะไม่ซื้อ และระดับที่ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งหรือไม่ซื้ออย่างแน่นอน

ซึ่งใช้การแปลความหมายโดยใช้ช่วงของคะแนนจากการหาอันตรภาคชั้นมาแบ่งเป็นช่วงของระดับความเห็นและระดับการตัดสินใจคือ

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{ค่ามากที่สุด} - \text{ค่าน้อยที่สุด})}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8$$

ซึ่งผลที่ได้จากการหาอันตรภาคชั้นนี้สามารถแบ่งค่าเฉลี่ยของผลลัพธ์คะแนนในระดับต่าง ๆ ได้ดังนี้

ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์	ระดับความเห็น/ระดับการตัดสินใจซื้อ
4.21 - 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด, ซื้อ
3.41 - 4.20	เห็นด้วยมาก, น่าจะซื้อ
2.61 - 3.40	เห็นด้วยปานกลาง, ไม่แน่ใจ
1.81 - 2.60	เห็นด้วยน้อย, น่าจะไม่ซื้อ
1.00 - 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด, ไม่ซื้ออย่างแน่นอน

6. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ดำเนินการตรวจสอบความตรง (validity) โดยใช้วิธี IOC: Item - Objective Congruence Index โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน เป็นผู้ประเมินผลการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC เกิน 0.5 ซึ่งสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมได้ และการตรวจสอบความเที่ยง (reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วมาทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 20 ชุด โดยใช้สูตร ดังนี้ (วิสาขา ภูจินดา, 2560)

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right)$$

ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยวิธีของครอนบาค เท่ากับ 0.951 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือสูงมาก จะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง



ภาพที่ 1 กรอบการศึกษา



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (inferential statistics) โดยใช้สถิติ t test และ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกินกว่ากึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 363 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 273 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.5 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุตั้งแต่ 25-39 ปี จำนวน 268 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา คือ อายุ 18-24 ปี จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 และน้อยที่สุด อายุ 75 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7 ทั้งนี้มีจำนวนเกินกว่ากึ่งหนึ่งมีสถานภาพโสด จำนวน 341 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 226 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.7 และ น้อยที่สุด คือ หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 โดยเกินกว่ากึ่งหนึ่งมีระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรี จำนวน 355 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมา คือ ระดับปวช./ปวส./อนุปริญญาตรี จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8 และน้อยที่สุด คือ ระดับต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 และน้อยที่สุด คือ อาชีพอื่น ๆ จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5 รวมทั้งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001-30,000 บาท จำนวน 272 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 และน้อยที่สุด คือ 60,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 5

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ได้แก่ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก วัสดุจากธรรมชาติที่ใช้ในการผลิต ขนาด ลักษณะการใช้งาน และสีของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก พบว่า ชนิดบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเลือก ภาชนะจากพืช/ ใบไม้ จำนวน 259 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมา คือ เครื่องปั้นดินเผา จำนวน 224 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.3 และภาชนะจักสาน จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 ตามลำดับ วัสดุจากธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเกินกว่ากึ่งหนึ่งเลือก คือ ผักตบชวา จำนวน 340 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา คือ กาบกล้วย/ใบตอง จำนวน 290 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.3 และกาบหมาก จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.2 ตามลำดับ เป็นร้อยละ 1.5 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกสำหรับใส่อาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด คือ จานก้นลึก ความสูง 4 ซม. เส้นผ่านศูนย์กลาง 20 ซม. จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมา คือ ชามขนาดเล็ก ความสูง 5 ซม. เส้นผ่านศูนย์กลาง 15 ซม. จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 และชามขนาดใหญ่ ความสูง 5 ซม. เส้นผ่านศูนย์กลาง 18 ซม. จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามลำดับ สีของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเกินกว่ากึ่งหนึ่งเลือกรูปแบบ

บรรจุภัณฑ์ที่มีสีแดงตามวัฒนธรรมชาติที่ใช้ จำนวน 353 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สีที่สกัดจากธรรมชาติ (เช่น สีเขียวจากใบเตย สีเหลืองจากขมิ้น) จำนวน 213 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 ตามลำดับ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สีสังเคราะห์ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ และลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเลือก คือ สามารถใช้ซ้ำได้ 4-5 ครั้ง จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือ ใส่อาหารประเภทน้ำได้ จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.5 และทนร้อน จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล จึงมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ได้แก่ ชนิดอาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก สถานที่หรือช่องทางในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และ ความถี่ในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก พบว่า ชนิดอาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดคือ ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 276 ราย คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ ผัดไทย จำนวน 269 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 และขนมหวาน (เช่น ไอศกรีม ลอดช่อง และฝอยทอง เป็นต้น) จำนวน 237 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.5 ตามลำดับ สถานที่หรือช่องทางในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ ตลาด ตลาดนัด จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ ห้างสรรพสินค้า จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ ความถี่ในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ภายใน 1 สัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดคือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 286 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 และไม่เคย จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

4. การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ที่มีคะแนนมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพและรักษาสีสิ่งแวดล้อม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทนทาน สามารถใช้ซ้ำได้ ทนความร้อนและสามารถใส่น้ำได้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และบรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมสะดวกในการพกพา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

4.2 ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ที่มีคะแนนมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และแสดงราคาให้เห็นอย่างชัดเจนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.44



4.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ที่มีคะแนนมากที่สุดคือ หาซื้อง่ายและสะดวกต่อผู้ซื้อ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ สามารถจัดส่งสินค้าไปยังที่อยู่ที่ต้องการได้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และแสดงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ที่มีคะแนนมากที่สุดคือ แสดงประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ ชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกได้ชัดเจน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และกิจกรรมส่งเสริมการขายกระตุ้นความสนใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ตัวแปร	การตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.42	0.74	มากที่สุด
1.1 บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทนทาน สามารถใช้ซ้ำได้ ทนความร้อนและสามารถใส่น้ำได้	4.64	0.6	มากที่สุด
1.2 บรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเบา	4.21	0.92	มาก
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมสะดวกในการพกพา	4.37	0.77	มากที่สุด
1.4 บรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อสุขภาพและรักษาสิ่งแวดล้อม	4.67	0.52	มากที่สุด
1.5 บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.2	0.9	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.41	0.71	มากที่สุด
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.67	0.50	มากที่สุด
2.2 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.56	0.55	มากที่สุด
2.3 ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับที่อื่น	3.97	1.01	มาก
2.4 แสดงราคาให้เห็นอย่างชัดเจน	4.44	0.7	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.24	0.86	มากที่สุด
3.1 หาซื้อง่ายและสะดวกต่อผู้ซื้อ	4.44	0.78	มากที่สุด
3.2 สามารถจัดส่งสินค้าไปยังที่อยู่ที่ต้องการได้	4.41	0.71	มากที่สุด
3.3 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน	4.08	0.97	มาก
3.4 แหล่งจำหน่ายน่าเชื่อถือ	4.03	1	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions)	4.19	0.871	มาก
4.1 สื่อโฆษณาเหมาะสมกับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์	4	0.955	มาก

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
4.2 ชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกได้ชัดเจน	4.23	0.837	มากที่สุด
4.3 กิจกรรมส่งเสริมการขายกระตุ้นความสนใจ	4.2	0.888	มาก
4.4 แสดงประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.35	0.802	มากที่สุด
รวม	4.347	0.792	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่มีคะแนนมากที่สุดคือ ระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ระดับความคิดเห็นด้านราคามีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และ ระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ ส่วนระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวดังตัวแปรในกรอบแนวคิดภาพที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศชายมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกับเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($t = -2.368$, Sig. 2-tailed = 0.018) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ (Generation) ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 0.722$, Sig. = 0.577) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกไม่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($F = 1.809$, Sig. = 0.165) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 2.706$, Sig. = 0.045) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกไม่แตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 0.117$, Sig. = 0.989) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($F = 2.862$, Sig. = 0.036) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยทางด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกกับการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกสำหรับใส่อาหารแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 1.518$, Sig. = 0.182) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกลักษณะการใช้งานแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 0.848$, Sig. = 0.516) และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกสีของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 0.918$, Sig. = 0.4) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในสถานที่หรือช่องทางในการซื้อแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 0.489$, Sig. = 0.843) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกแตกต่างกัน



มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 3.768$, $Sig. = 0.005$) ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ ความถี่ในการซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทองสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่มีคะแนนมากที่สุดคือ ระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ ระดับความคิดเห็นด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ ส่วนระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินา เดชศรี และประภัสสร วิเศษประภา (2564) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวด้านประชากรศาสตร์ มีเงื่อนไขของเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์ (2561) ได้กล่าวว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน ซึ่งอาจตีความได้เป็นแต่ละปัจจัยคือ ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงจะมีความตื่นตัวต่อผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมเข้าร่วมกิจกรรมในการปกป้องและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคเพศชาย ทำให้กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคเพศชาย และสอดคล้องกับ Hanna and Wozniak (2009), Shiffman and Kanuk (2003) อ้างถึงใน พรณชา โพธิ์นิยม และ ศศิธร จัวนพันธ์ (2557) ได้กล่าวว่า ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า เป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปใช้เป็นลักษณะพื้นฐาน สำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค

รวมถึงสมมติฐานด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความถี่ในการซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกภายใน 1 สัปดาห์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่แตกต่างกัน กล่าวคือยังมีความถี่ในการซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกภายใน 1 สัปดาห์มากที่สุดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมความเคยชิน โดยพฤติกรรมความเคยชินอาจมีความสัมพันธ์โดยแปรเปลี่ยนพฤติกรรมที่ทำซ้ำ ๆ ในอดีตขณะที่อาจมีความสัมพันธ์โดยแปรผันกับความตั้งใจ ความถี่ในการเลือกแสดงพฤติกรรมซ้ำ ๆ อาจจะไม่สามารถระบุได้ว่าเป็น พฤติกรรมความเคยชิน เพราะเหตุผลสำหรับการกระทำ พฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ อาจมาจากความจงใจหรือผ่านการคิดโดยรอบคอบแล้ว (อรรรรยา การะพิมพ์, 2560)

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. จากการศึกษาความต้องการและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวด้านบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง พบว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพืชหรือ ใบไม้ มีคุณสมบัติย่อยสลายได้และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตจากผักตบชวา โดยมีสีดั้งเดิมตามวัสดุที่ใช้ผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นจานก้นลึกมีขนาดความสูง 4 เซนติเมตร เส้นผ่านศูนย์กลาง 20 เซนติเมตร และบรรจุภัณฑ์ต้องมีความแข็งแรงทนทาน สามารถใช้ซ้ำได้ ทนความร้อนและสามารถใส่น้ำได้ จึงจะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้ออาหารที่ใส่บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกหรือซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่จำหน่ายในอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

2. จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีคะแนนมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อสุขภาพ โดยต้องมีการวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก มีความแข็งแรงทนทานสามารถใช้ซ้ำได้ และสามารถย่อยสลายได้โดยกระบวนการทางธรรมชาติ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านราคา ราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องคำนึงถึงสะดวกต่อผู้ซื้อ หาซื้อได้ง่ายทั้งในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ร้านอาหาร และร้านสะดวกซื้อในพื้นที่ รวมถึงมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปยังที่อยู่ที่ต้องการได้

3. ประเทศไทยมีการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) โดยจะมุ่งเน้น 4 สาขายุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ 1) เกษตรและอาหาร 2) สุขภาพและการแพทย์ 3) พลังงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ และ 4) การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2564) ดังนั้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์จึงต้องอาศัยแนวคิดเศรษฐกิจใหม่หรือ BCG Model มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ซึ่งกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยจะต้องคำนึงถึงเรื่องสังคม วิถีชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สร้างมาตรฐานความสะอาด สะดวก ปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ ควรมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการขับเคลื่อนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากวัสดุธรรมชาติที่มีในพื้นที่ และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ พืชที่มีในพื้นที่ ซึ่งจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ พบว่า ในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ มีองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กระถางดินเผา ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ และหวาย ซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกได้



4. หากในพื้นที่ตำบลตลาดใหม่ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดอ่างทอง ยังไม่มีงบประมาณในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากผักตบชวา จึงควรมีการดำเนินการทางงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ได้แก่ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น โดยส่งเสริมให้ชุมชนไปศึกษาดูงาน การผลิตเครื่องอัดหรือขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการขอการสนับสนุนด้านความรู้ และอุปกรณ์จากมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะแนวทางการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาความเต็มใจจ่ายด้านราคาจากผู้ประกอบการร้านค้า และร้านอาหารในการนำบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากผักตบชวาไปใช้ เพื่อให้เกิดการยอมรับ และเกิดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single – Use Plastic) และหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากผักตบชวาแทน

2. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแรงจูงใจ ค่านิยม หรือปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อหรือไม่ซื้อบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกจากผักตบชวา

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2561). “Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573”. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2564, จาก http://pcd.go.th/Info_serv/File/Plastic%20Roadmap.pdf
- กรมอนามัย. (2562). *ท้องเที่ยวไทย... ไม่เพิ่มขยะ*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565, จาก <https://multimedia.anamai.moph.go.th/help-knowledges/garbage/>
- กองบรรณาธิการสำนักข่าวสิ่งแวดล้อม. (2560). “1 มื้ออาหารของเรา...ส่งผลไปอีกกี่ปี?”. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2564, จาก <https://greennews.agency/?p=15732>
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณิชาภัทร สุรวัฒนานนท์. (2562). *การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยฮີโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัวจริง?*. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2564 จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib/Article_29Oct2019.pdf
- ชุดิมา เดชศรี และ ประภัสสร วิเศษประภา. (2564). *การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษ์โลกของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
- ชูชัย สมิทธิกร. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรณชา โพธิ์นิยม และ ศศิธร จัวนพันธ์ (2557). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคโดยการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ”. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*. 4(2), 285-305.
- วิชาชา ภูจินดา. (2560). *ระเบียบวิจัยและสถิติด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บางกอกบล็อก.
- ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2564). “การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG”. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2565, จาก <https://tatacademy.com/th/publish/article/e64b2554-d206-4e07-8c83-5df6a1f4fe65>
- สิริพัฒน์ ชินเศรษฐพงศ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). “โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG”. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/bcg-by-nstda/



สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). “จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ ภาค และจังหวัด พ.ศ. 2564”. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2565, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>

อรรธรรยา การะพิมพ์. (2560). พฤติกรรมและความเคยชินในการคมนาคมของคนกรุงเทพ: ศูนย์กลางขนส่งมักกะสัน กรุงเทพมหานคร. หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม