

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความต้องการของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้าน
ถวาย ต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด
ดีพาร์ทเมนท์ 99

ผู้เขียน

นางสาวอุดมลักษณ์ ลิ้มอารีย์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ ชีรานุพัฒนา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ และทฤษฎีสวนประสมการตลาดเป็นกรอบในการศึกษารวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายจำนวน 200 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการใช้บริการการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดดีพาร์ทเมนท์ 99 โดยรวมในระดับไม่แน่ใจ และไม่แน่ใจที่จะใช้บริการทุกรูปแบบการบรรจุหีบห่อ หากจะใช้บริการผู้ประกอบการมีความต้องการสูงสุดต่อบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ รองลงมาคือการห่อลูกฟูก การแพ็คใส่กล่องกระดาษ และห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล และมีความต้องการต่ำสุดต่อบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการตีลังไม้

ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดดีพาร์ทเมนท์ 99 ในการส่งสินค้าประเภทเซรามิกและเครื่องแก้วมากที่สุด โดยนิยมใช้รูปแบบการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล เพื่อส่งไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปเอเชีย

ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา และต่ำสุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

Independent Study Title	Need of Entrepreneurs in Bann Tawai Handicraft Center Towards Packing Services of Department 99 Limited Partnership
Author	Miss Udomluk Limaree
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Dr. Adisak Theeranuphattana

ABSTRACT

The objective of this independent study was to analyze the demand of using Department 99 Limited Partnership's packing service of the entrepreneurs in Bann Tawai handicraft center. The Concept of Demand and Marketing Mix strategy had been used as the conceptual framework for this analysis.

The data was gathered from questionnaires distributed to 200 entrepreneurs operated in Bann Tawai handicraft center. The collected data was then statistically analyzed by using frequency, percentage, and mean.

According to the study, the results showed that the demand of entrepreneurs who operated in Bann Tawai Handicraft center for using Department 99 limited Partnership's packing service was averagely ranked as low. Moreover, the respondents were uncertain to use any types of packing serviced by Department 99 limited partnership.

It was found from this study that the paper wrap with paper box was the highest rate selected by the entrepreneurs proceeded in Bann Tawai handicraft center. The next rank of packing categories chosen by the respondents was crepe paper wrap, and bubble wrap with paper box. The Lowest rank of packing type rated by the entrepreneurs operated in Bann Tawai handicraft center was wooden crate packing.

The majority of the respondents highly required to use Department 99 limited partnership's packing service for ceramic and glassware products. Bubble wrap with paper box

was the most favorite packaging for those ceramic and glassware products which normally distributed to several countries in Asia.

The study of marketing mix strategy revealed that the marketing mix factors importantly affected the use of packing service. The highest importance factor rated by the entrepreneurs worked in Bann Tawai handicraft center was Place. The factors of Product (Service) and Price were ranked as the high importance marketing mix factors. The lowest importance was Promotion.



CHIANG MAI UNIVERSITY 1964

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved