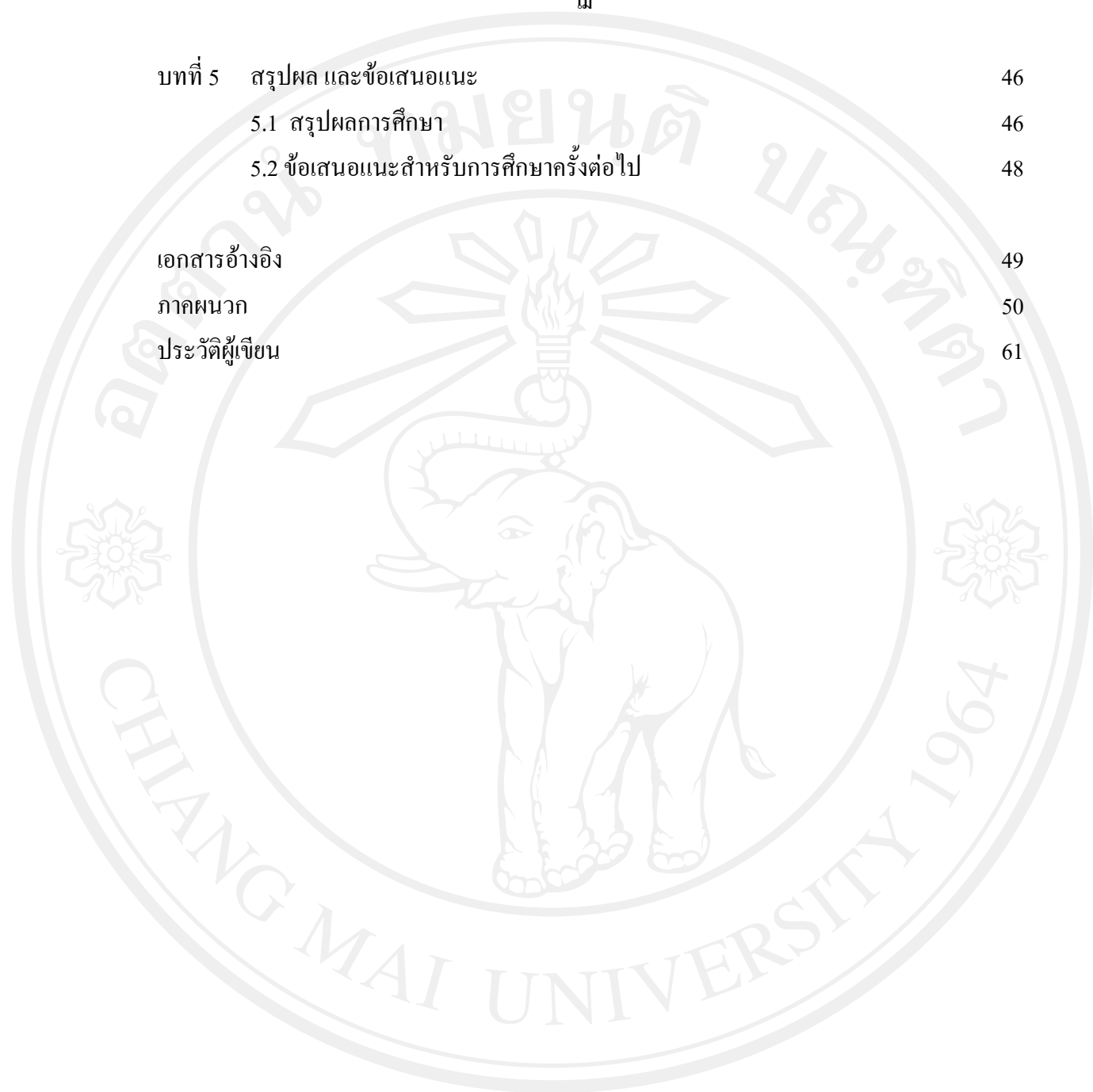


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	8
2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	20
3.1 กรอบแนวคิด	20
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.4 วิธีการสังเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อพลาสติกยืด	30
4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืด	36
4.4 ความพึงพอใจที่ลูกค้าใช้พลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร	41

บทที่ 5	สรุปผล และข้อเสนอแนะ	46
	5.1 สรุปผลการศึกษา	46
	5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	48
	เอกสารอ้างอิง	49
	ภาคผนวก	50
	ประวัติผู้เขียน	61



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย	2
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้อ จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้พลาสติกยืดหุ้มห่ออาหาร จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหาร จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหาร จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของปริมาณในการซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารแต่ละครั้ง จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของการชำระเงิน จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.9	คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4.10	คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.11	คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
4.12	คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	40

4.13	คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญของแต่ละลำดับโดยภาพรวม จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.14	คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.15	คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.16	คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
4.17	คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	45

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	การใช้พลาสติกยึดห่อหุ้มอาหาร	3
2.1	แนวคิดส่วนประสมการตลาด	13