

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและความพึงพอใจในการเลือกซื้อพลาสติกยืดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประเภทร้านค้า จำนวน 100 คน กลุ่มตัวอย่างประเภทผู้บริโภค จำนวน 150 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 250 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอผลจากการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ปัจจุบัน (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภค) ประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย (ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้ขายสินค้า) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากตาราง 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 250 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และเพศชายจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 มีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และมีอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 อาชีพปัจจุบันของผู้บริโภคคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 52 คิดเป็นร้อยละ 41.27 รองลงมา พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และรับจ้างทั่วไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90

มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 60.63 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.69 มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.39 มีรายได้เฉลี่ย 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.94 และมีรายได้เฉลี่ย 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.36 สำหรับผู้ขายสินค้าประเภทสินค้าที่จำหน่ายคือจำหน่ายผัก ผลไม้มากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ รองลงมา จำหน่ายขนม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 จำหน่ายอาหารแห้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 จำหน่ายปลาแห้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และจำหน่ายหมูยอ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เมื่อพิจารณาตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของข้อมูลทั่วไปดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคร

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 70.67 และเป็นเพศชาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.33

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 มีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และมีอายุต่ำกว่า 21 ปีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 64.67 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.67 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67

อาชีพปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 41.27 รองลงมา เป็นพนักงานข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 ประกอบธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และรับจ้างทั่วไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 อื่นๆ ไม่ระบุ 24 คน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้อื่นๆ) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 60.63 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.69 มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.39 มีรายได้เฉลี่ย 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.94 และมีรายได้เฉลี่ย 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.36

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี และ มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี เท่ากันคือ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

ประเภทสินค้าที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทผักผลไม้มากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา จำหน่ายขนม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 จำหน่ายอาหารแห้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 จำหน่ายปลาแห้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และจำหน่ายหมูขยอ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไป | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|------------------------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เพศ | | | | | | |
| ชาย | 31 | 31.00 | 44 | 29.33 | 75 | 30.00 |
| หญิง | 69 | 69.00 | 106 | 70.67 | 175 | 70.00 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 100.00 | 250 | 100.00 |
| อายุ | | | | | | |
| ต่ำกว่า 21 ปี | - | - | 7 | 4.67 | 7 | 2.80 |
| 21-30 ปี | 28 | 28.00 | 85 | 56.67 | 113 | 45.20 |
| 31-40 ปี | 28 | 28.00 | 28 | 18.67 | 56 | 22.40 |
| 41-50 ปี | 31 | 31.00 | 21 | 14.00 | 52 | 20.80 |
| มากกว่า 51 ปีขึ้นไป | 13 | 13.00 | 9 | 6.00 | 22 | 8.80 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 150.00 | 250 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | | | | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 68 | 68.00 | 37 | 24.67 | 105 | 42.00 |
| ปริญญาตรี | 32 | 32.00 | 97 | 64.67 | 129 | 51.60 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | - | - | 16 | 10.67 | 16 | 6.40 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 150.00 | 250 | 100.00 |
| อาชีพปัจจุบัน* | | | | | | |
| พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | - | - | 31 | 24.60 | 31 | 24.60 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | - | - | 28 | 22.22 | 28 | 22.22 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | - | - | 52 | 41.27 | 52 | 41.27 |
| เกษตรกร | - | - | - | - | - | - |
| รับจ้างทั่วไป | - | - | 15 | 11.90 | 15 | 11.90 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 150.00 | 250 | 100.00 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ * คำถามสำหรับผู้บริโภค

** คำถามสำหรับผู้ขายสินค้า

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---------------------------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ประเภทสินค้าที่จำหน่าย** | | | | | | |
| ผัก ผลไม้ | 60 | 60.00 | - | - | 60 | 60.00 |
| ขนม | 20 | 20.00 | - | - | 20 | 20.00 |
| อาหารสด | - | - | - | - | - | - |
| อาหารแห้ง | 10 | 10.00 | - | - | 10 | 10.00 |
| ปลา | 6 | 6.00 | - | - | 6 | 6.00 |
| หมูยอ | 4 | 4.00 | - | - | 4 | 4.00 |
| รวม | 100 | 100.00 | | | 100 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน * | | | | | | |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | - | - | 17 | 13.39 | 17 | 13.39 |
| 10,001 - 20,000 บาท | - | - | 77 | 60.63 | 77 | 60.63 |
| 20,001 - 30,000 บาท | - | - | 25 | 19.69 | 25 | 19.69 |
| 30,001 - 40,000 บาท | - | - | 5 | 3.94 | 5 | 3.94 |
| 40,001 - 50,000 บาท | - | - | 3 | 2.36 | 3 | 2.36 |
| รวม | | | 150 | 100.00 | 180 | 100.00 |

4.2 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อพลาสติกยืด

การวิเคราะห์พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อพลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ความถี่ในการใช้พลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร ขนาดของพลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้ง และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ผลจากการศึกษามีดังนี้

4.2.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อ

จากตาราง 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อพลาสติกยืดห่อหุ้มอาหารใช้เพื่อลดต้นทุนเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น ถุงพลาสติก ถ้วยพลาสติก และใช้เพื่อถนอมอาหารให้นานขึ้น เท่ากัน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา ใช้เพื่อห่อหุ้มอาหาร ผัก ผลไม้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ในการซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารใช้เพื่อป้องกันฝุ่นละอองเชื้อโรคมามากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 89.93 รองลงมา ใช้เพื่อห่อหุ้มภาชนะที่บรรจุอาหาร จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 87.25

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารใช้เพื่อห่อหุ้มอาหาร ผัก ผลไม้ มากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 72.40 รองลงมา ใช้เพื่อลดต้นทุนเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น ถุงพลาสติก ถ้วยพลาสติก จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 66.40

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้อ จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| วัตถุประสงค์ในการซื้อ | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---|--------------|--------|-----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. ใช้เพื่อห่อหุ้มอาหาร ผัก ผลไม้ | 89 | 89.00 | 92 | 61.33 | 181 | 72.40 |
| 2. ใช้เพื่อลดต้นทุนเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น ถุงพลาสติก ถ้วยพลาสติก | 100 | 100.00 | 66 | 44.00 | 166 | 66.40 |
| 3. ใช้เพื่อถนอมอาหารให้นานขึ้น | 100 | 100.00 | 49 | 32.67 | 149 | 59.60 |
| 4. ใช้เพื่อห่อหุ้มภาชนะที่บรรจุอาหาร | 10 | 10.00 | 130 | 87.25 | 140 | 56.22 |
| 5. ใช้เพื่อมองเห็นสินค้าได้ชัดเจน | 24 | 24.00 | 77 | 51.33 | 101 | 40.40 |
| 6. ใช้เพื่ออุ่นอาหารจากเตาไมโครเวฟ | 13 | 13.00 | 97 | 64.67 | 110 | 44.00 |
| 7. ใช้เพื่อความสะดวกในการเก็บอาหารเมื่อเทียบกับการเก็บใส่ถุงหรือใส่ภาชนะเข้าตู้เย็น | - | - | 105 | 70.00 | 105 | 42.00 |
| 8. ใช้เพื่อป้องกันฝุ่นละอองเชื้อโรค | - | - | 134 | 89.93 | 134 | 53.82 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ 1. ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ขายสินค้าจำนวน 100 คน ผู้บริโภคจำนวน 150 คน)

4.2.2 ความถี่ในการใช้พลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร

จากตาราง 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ใช้พลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารใช้สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 รองลงมา ใช้เดือนละ 2-3 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 48.67 และใช้ทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าใช้พลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารใช้ทุกวันจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้พลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความถี่ในการใช้พลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---------------------------------------|--------------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ใช้ทุกวัน | 100 | 100 | 1 | 0.67 | 1 | 0.67 |
| ใช้สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง | - | - | 76 | 50.67 | 76 | 50.67 |
| ใช้เดือนละ 2-3 ครั้ง | - | - | 73 | 48.67 | 73 | 48.67 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 100.0 | 150 | 100.00 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 สถานที่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร

จากตาราง 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารจากร้านค้ามากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารจากตลาด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 48.45

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 81.88 รองลงมา ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารจากร้านค้า จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 76.03

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารจากร้านค้ามากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 69.80 รองลงมา ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานที่ | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|----------------|--------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ร้านค้า | 60 | 60.00 | 111 | 76.03 | 171 | 69.80 |
| ตลาด | 47 | 48.45 | 26 | 17.33 | 73 | 29.55 |
| ห้างสรรพสินค้า | - | - | 122 | 81.88 | 122 | 49.00 |
| ตัวแทนจำหน่าย | 15 | 15.00 | - | - | 15 | 6.00 |
| รวม | 122 | - | 259 | - | 381 | - |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2.ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(ผู้ขายสินค้าจำนวน 100 คน ผู้บริโภคจำนวน 150 คน)

4.2.4 ขนาดของพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร

จากตาราง 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารขนาด หน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 30 ม. มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา ขนาดหน้ากว้าง 20 ซม. ยาว 500 ม. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารขนาด หน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 30 ม.มากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และขนาดหน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 500 ม. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารขนาด หน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 30 ม. มากที่สุด จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 83.20 รองลงมา ขนาดหน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 500 ม. คิดเป็นร้อยละ 10.80 และพบว่าพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารหน้ากว้าง 45 ซม ยาว 500 เมตรและพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารหน้ากว้าง 60 ซม ยาว 500 เมตร ไม่มีผู้ใช้เลย

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ขนาดของพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหาร | ร้านค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|-------------------------------|---------|--------|-----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| หน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 30 ม. | 58 | 58.00 | 150 | 100.00 | 208 | 83.20 |
| หน้ากว้าง 20 ซม. ยาว 500 ม. | 20 | 20.00 | - | - | 20 | 8.00 |
| หน้ากว้าง 25 ซม. ยาว 500 ม. | 3 | 3 | - | - | 3 | 1.20 |
| หน้ากว้าง 30 ซม. ยาว 500 ม. | 12 | 12.00 | 15 | 10.00 | 27 | 10.80 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ 1. ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ขายสินค้าจำนวน 100 คน ผู้บริโภคจำนวน 150 คน)

4.2.5 ปริมาณการซื้อ

จากตาราง 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารแต่ละครั้ง 1-2 ม้วนมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา ซื้อตั้งแต่ 6 ม้วนขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารแต่ละครั้ง 1-2 ม้วนมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 91.95 และ ซื้อ 3-4 ม้วน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อพลาสติกยึดหุ้มห่ออาหารแต่ละครั้ง 1-2 ม้วน มากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 73.09 รองลงมา ซื้อ 3-4 ม้วน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.85

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของปริมาณในการซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารแต่ละครั้ง
จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปริมาณการซื้อ | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|----------------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1-2 ม้วน | 45 | 45.00 | 137 | 91.95 | 182 | 73.09 |
| 3-4 ม้วน | 20 | 20.00 | 13 | 8.05 | 32 | 12.85 |
| 5-6 ม้วน | 9 | 9.00 | - | - | 9 | 3.61 |
| ตั้งแต่ 6 ม้วนขึ้นไป | 26 | 26.00 | - | - | 26 | 10.44 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 100.00 | 250 | 100.00 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.6 ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง

จากตาราง 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อพลาสติกหุ้มห่ออาหารในแต่ละครั้ง 51-200 บาทมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 501-1000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อพลาสติกหุ้มห่ออาหารในแต่ละครั้งต่ำกว่า 50 บาท มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 90.67 และ มีค่าใช้จ่าย 51-200 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อพลาสติกหุ้มห่ออาหารในแต่ละครั้งต่ำกว่า 50 บาท มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 54.40 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 51-200 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|------------------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 50 บาท | - | - | 136 | 90.67 | 136 | 54.40 |
| 51-200 บาท | 60 | 60.00 | 14 | 9.33 | 74 | 29.60 |
| 201-500 บาท | - | - | - | - | - | - |
| 501-1000 บาท | 21 | 21.00 | - | - | 21 | 8.40 |
| มากกว่า 1000 บาทขึ้นไป | 19 | 19.00 | - | - | 19 | 7.60 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 100.00 | 250 | 100.00 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.7 วิธีการชำระเงิน

จากตาราง 4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทร้านค้าส่วนใหญ่ชำระเงินสำหรับการซื้อพลาสติกหุ้มห่ออาหารด้วยเงินสดมากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 และชำระเงินด้วยเครดิต จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสด

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของการชำระเงิน จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| การชำระเงิน | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|-------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เงินสด | 85 | 85.00 | 150 | 100.00 | 235 | 94 |
| เครดิต | 15 | 15.00 | - | - | 15 | 15 |
| รวม | 100 | 100.00 | 150 | 100.00 | 250 | 100.00 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืด

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหาร ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลจากการศึกษามีดังนี้

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากตาราง 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าเห็นว่า คุณภาพของพลาสติกยืดถนอมอาหารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 4.00 รองลงมา มีการรับประกันสินค้า คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคเห็นว่า คุณภาพของพลาสติกยืดถนอมอาหารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.83 รองลงมา ใช้งานง่าย สะดวก คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.71

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า คุณภาพของพลาสติกยืดถนอมอาหาร มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.90 รองลงมา มีการรับประกันสินค้า คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.75

ตารางที่ 4.9 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|--|---------------|-------|-------------------|-------|---------------|-------|
| | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ |
| 1. คุณภาพของของพลาสติกยืดถนอมอาหาร | 4.00 (มาก) | 1 | 3.83 (มาก) | 1 | 3.90 (มาก) | 1 |
| 2. มีการรับประกันสินค้า | 3.96 (มาก) | 2 | 3.61 (มาก) | 3 | 3.75 (มาก) | 2 |
| 3. ชื่อเสียงหรือยี่ห้อของพลาสติกยืดถนอมอาหาร | 3.87 (มาก) | 3 | 3.53 (มาก) | 4 | 3.67 (มาก) | 3 |
| 4. ใช้งานง่าย สะดวก | 3.54 (มาก) | 5 | 3.71 (มาก) | 2 | 3.64 (มาก) | 4 |
| 5. สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ | 3.71 (มาก) | 4 | 3.37 (ปานกลาง) | 5 | 3.50 (มาก) | 5 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.2 ปัจจัยด้านราคา

จากตาราง 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าเห็นว่า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 4.00 รองลงมา การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคเห็นว่า ราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่นมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 4.00 รองลงมา ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.81

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่นมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.98 รองลงมา ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.89

ตารางที่ 4.10 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยด้านราคา | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---------------------------------------|---------------|--------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| | คะแนนเฉลี่ย | อันดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ |
| 1. ราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่น | 3.94 (มาก) | 3 | 4.00 (มาก) | 1 | 3.98 (มาก) | 1 |
| 2. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.00 (มาก) | 1 | 3.81 (มาก) | 2 | 3.89 (มาก) | 2 |
| 3. การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า | 3.98 (มาก) | 2 | 3.07 (ปานกลาง) | 3 | 3.43 (ปานกลาง) | 3 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.3 ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตาราง 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าเห็นว่า มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านผู้ซื้อ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.80 รองลงมา มีสินค้าให้เลือกหลากหลายขนาด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคเห็นว่า สามารถจัดซื้อได้ง่าย มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.73 รองลงมา มีสินค้าให้เลือกหลากหลายขนาด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.51

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า สามารถจัดซื้อได้ง่าย มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.70 รองลงมา มีสินค้าให้เลือกหลากหลายขนาด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.60

ตารางที่ 4.11 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---|-----------------|--------|-------------------|-------|-----------------|-------|
| | คะแนน เฉลี่ย | อันดับ | คะแนน เฉลี่ย | ลำดับ | คะแนน เฉลี่ย | ลำดับ |
| 1. สามารถจัดซื้อได้ง่าย | 3.66 (มาก) | 3 | 3.73 (มาก) | 1 | 3.70 (มาก) | 1 |
| 2. มีสินค้าให้เลือกหลากหลายขนาด | 3.75 (มาก) | 2 | 3.51 (มาก) | 2 | 3.60 (มาก) | 2 |
| 3. มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านผู้ซื้อ | 3.80 (มาก) | 1 | 3.33 (ปานกลาง) | 3 | 3.52 (มาก) | 3 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตาราง 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าเห็นว่า การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น คืนสินค้าด้วยคุณภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.91 รองลงมา มีการให้เครดิต คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคเห็นว่า การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น คืนสินค้าด้วยคุณภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.68 รองลงมา มีการให้เครดิต คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.43 มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น คืนสินค้าด้วยคุณภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.77 รองลงมา มีการให้เครดิต คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.61

ตารางที่ 4.12 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|--|---------------|--------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| | คะแนนเฉลี่ย | อันดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ |
| 1. ให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น คืนสินค้าด้วยคุณภาพ | 3.91 (มาก) | 1 | 3.68 (มาก) | 1 | 3.77 (มาก) | 1 |
| 2. มีการให้เครดิต | 3.88 (มาก) | 2 | 3.43 (ปานกลาง) | 2 | 3.61 (มาก) | 2 |
| 3. มีการบริการส่งถึงที่ | 3.86 (มาก) | 3 | 3.15 (ปานกลาง) | 4 | 3.44 (ปานกลาง) | 3 |
| 4. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม | 3.52 (มาก) | 4 | 3.36 (ปานกลาง) | 3 | 3.42 (ปานกลาง) | 4 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากตาราง 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้าเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.97 รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.63 รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.61

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.77 รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 4.13 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญของแต่ละลำดับโดยภาพรวม จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยสวนประสมทางการตลาด | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|-------------------------------------|---------------|--------|-------------------|-------|---------------|-------|
| | คะแนนเฉลี่ย | อันดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับ |
| 1. ด้านราคา | 3.97 (มาก) | 1 | 3.63 (มาก) | 1 | 3.77 (มาก) | 1 |
| 2. ด้านผลิตภัณฑ์ | 3.82 (มาก) | 2 | 3.61 (มาก) | 2 | 3.69 (มาก) | 2 |
| 3. ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.74 (มาก) | 4 | 3.52 (มาก) | 3 | 3.61 (มาก) | 3 |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.79 (มาก) | 3 | 3.41 (ปานกลาง) | 4 | 3.56 (มาก) | 4 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.4 ความพึงพอใจที่ลูกค้าใช้พลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร

การวิเคราะห์ ความพึงพอใจที่ลูกค้าใช้พลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร ได้แก่ ความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลจากการศึกษามีดังนี้

4.4.1 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

จากตาราง 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้านี้มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 1 พึงพอใจการรับประกันสินค้า คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 300 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจชื่อเสียงหรือยี่ห้อของพลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 295 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 1 พึงพอใจชื่อเสียงหรือยี่ห้อของพลาสติกยืดห่อหุ้มอาหาร คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 328 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจคุณภาพของพลาสติกยืดห่อหุ้มอาหารตรงตามที่ต้องการ คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 234 คะแนน

โดยสรุปแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 1 พึงพอใจชื่อเสียงหรือยี่ห้อของพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหาร คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 623 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจคุณภาพของพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารตรงตามที่ต้องการ คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 439 คะแนน

ตารางที่ 4.14 คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|--|--------------|-------|-----------|-------|----------|-------|
| | คะแนนรวม | ลำดับ | คะแนนรวม | ลำดับ | คะแนนรวม | ลำดับ |
| 1. คุณภาพของพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหารตรงตามที่ต้องการ | 205 | 3 | 234 | 2 | 439 | 2 |
| 2. ชื่อเสียงหรือยี่ห้อของพลาสติกยืดหุ้มห่ออาหาร | 295 | 2 | 328 | 1 | 623 | 1 |
| 3. ใช้งานง่าย สะดวก | 100 | 5 | 2 | 5 | 102 | 5 |
| 4. มีการรับประกันสินค้า | 300 | 1 | 127 | 4 | 427 | 3 |
| 5. สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ | 200 | 4 | 207 | 3 | 407 | 4 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.2 ความพึงพอใจด้านราคา

จากตาราง 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้านี้มีความพึงพอใจด้าน ราคา ลำดับที่ 1 พึงพอใจราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 300 คะแนน และลำดับที่ 2 พึงพอใจการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 100 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านราคา ลำดับที่ 1 พึงพอใจราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่น คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 397 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 352 คะแนน

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้าน ลำดับที่ 1 พึงพอใจการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 452 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ตารางที่ 4.15 คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความพึงพอใจด้านราคา | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---------------------------------------|--------------|-------|-----------|-------|----------|-------|
| | คะแนนรวม | ลำดับ | คะแนนรวม | ลำดับ | คะแนนรวม | ลำดับ |
| 1. ราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่น | - | - | 397 | 1 | 397 | 3 |
| 2. การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า | 100 | 2 | 352 | 2 | 452 | 2 |
| 3. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ | 300 | 1 | 151 | 3 | 451 | 1 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.3 ความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตาราง 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้ามีความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับที่ 1 พึงพอใจสามารถจัดซื้อได้ง่าย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 195 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 105 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้ามีความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้ ลำดับที่ 1 พึงพอใจสามารถจัดซื้อได้ง่าย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 417 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 333

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับที่ 1 พึงพอใจ สามารถจัดซื้อได้ง่าย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 612 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 438 คะแนน

ตารางที่ 4.16 คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|---|--------------|-------|-----------|-------|----------|-------|
| | คะแนนรวม | ลำดับ | คะแนนรวม | ลำดับ | คะแนนรวม | ลำดับ |
| 1. สามารถจัดซื้อได้ง่าย | 195 | 1 | 417 | 1 | 612 | 1 |
| 2. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย | 105 | 2 | 333 | 2 | 438 | 2 |
| 3. การจัดส่งสินค้าตรงเวลา | 0 | - | 150 | 3 | 150 | 3 |
| 4. มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านผู้ซื้อ | 100 | 3 | 0 | - | 100 | - |

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.4 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตาราง 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้ขายสินค้ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ลำดับที่ 1 พึงพอใจมีการจัดส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 295 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจมีความคุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่าย/พนักงานขาย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 204 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้ ลำดับที่ 1 พึงพอใจมีการจัดส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 440 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจมีความคุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่าย/พนักงานขาย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 307 คะแนน

โดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้ ลำดับที่ 1 พึงพอใจมีการจัดส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 735 คะแนน ลำดับที่ 2 พึงพอใจมีความคุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่าย/พนักงานขาย คะแนนลำดับความพึงพอใจเท่ากับ 511 คะแนน

ตารางที่ 4.17 คะแนนและลำดับความสำคัญของความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด | ผู้ขายสินค้า | | ผู้บริโภค | | รวม | |
|--|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | คะแนน รวม | ลำดับ | คะแนน รวม | ลำดับ | คะแนน รวม | ลำดับ |
| 1. มีการจัดส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แคม | 295 | 1 | 440 | 1 | 735 | 1 |
| 2. ให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น คืน สินค้าด้วยคุณภาพ | 100 | 3 | 150 | 2 | 250 | 3 |
| 3. มีความคุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่าย/ พนักงานขาย | 204 | 2 | 307 | 2 | 511 | 2 |

ที่มา : จากการศึกษา