

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ต
<b>บทที่ 1</b>	<b>1</b>
บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2</b>	<b>4</b>
แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรม	10
ธุรกิจบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99	12
<b>บทที่ 3</b>	<b>18</b>
ระเบียบวิธีการศึกษา	18
ขอบเขตการศึกษา	18
วิธีการศึกษา	19
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	20
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	21
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	21
<b>บทที่ 4</b>	<b>22</b>
ผลการศึกษา	22
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ	23

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 : ความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของผู้ประกอบการใน ศูนย์หัตถกรรมบ้านถาว	26
ส่วนที่ 3 : ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	41
3.1 ความสำคัญของบัณฑิตส่วนประสมการตลาดโดยรวม	41
3.2 ความสำคัญของบัณฑิตส่วนประสมการตลาด จำแนก ตามวิธีการบรรจุหีบห่อสินค้า	46
3.3 ความสำคัญของบัณฑิตส่วนประสมการตลาด จำแนก ตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	51
3.4 ความสำคัญของบัณฑิตส่วนประสมการตลาด จำแนก ตามประเภทสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศ	59
ส่วนที่ 4 : ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อผู้ให้บริการบรรจุหีบห่อสำหรับ ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถาว	69
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการศึกษา	70
อภิปรายผล	80
ข้อค้นพบ	82
ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	88
แบบสอบถาม	89
ประวัติผู้เขียน	96

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากรและตัวอย่างผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าในศูนย์ หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	19
2 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามที่ตั้งร้านจำหน่ายสินค้า	23
3 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระยะเวลาการดำเนินการของธุรกิจ	23
4 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยจำนวนพนักงานของธุรกิจ	24
5 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบการดำเนินงาน	24
6 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย	25
7 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ	25
8 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้า	26
9 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามการใช้การบรรจุหีบห่อ สินค้า	26
10 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการบรรจุหีบห่อ	27
11 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามแหล่งข้อมูลการให้บริการบรรจุหีบห่อ	27
12 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย	28
13 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	28
14 แสดงค่าเฉลี่ยของปริมาณสินค้าและจำนวนครั้งที่ทำการส่งออกสินค้า ของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ ส่งออกไปต่างประเทศ	29
15 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อต่อครั้ง	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อและประเภทสินค้าที่ส่งออกไป ต่างประเทศ	31
17 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อและสถานที่ปลายทางในการ จัดส่งสินค้า	32
18 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการชำระค่าบริการบรรจุหีบห่อสินค้า	33
19 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามการการพบปัญหาในการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	34
20 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า และพบปัญหาในการใช้บริการ จำแนกตามลักษณะปัญหาในการ บริการบรรจุหีบห่อ	34
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความต้องการใช้บริการบรรจุ หีบห่อสินค้าของผู้ประกอบการ จำแนกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อ	35
22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อ และประเภทสินค้าที่ส่งออกไป ต่างประเทศ	36
23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อ และสถานที่ปลายทางในการจัดส่ง สินค้า	37
24 แสดงค่าเฉลี่ยของปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของ ธุรกิจ (ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน) จำแนกตามบริการบรรจุหีบห่อ	38
25 แสดงค่าเฉลี่ยของปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของ ธุรกิจ (ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน) จำแนกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อ ประเภทสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศ	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่งต่อเดือนของธุรกิจ (ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน) จำแนกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อและสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	40
27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	41
28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	42
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	43
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	44
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า	45
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการบรรจุหีบห่อสินค้า	46
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการบรรจุหีบห่อ	47
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการบรรจุหีบห่อ	48

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการบรรจุหีบห่อ	49
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามวิธีการบรรจุหีบห่อ	50
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	51
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	52
39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	54
40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	56
41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	57
42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก	59

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อ สินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก	61
44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าจำแนกตาม ประเภทสินค้าที่ส่งออก	63
45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก	65
46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อ สินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก	67
47 แสดงปริมาณสินค้าและจำนวนครั้งที่ทำการส่งออกสินค้าของธุรกิจ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศในปัจจุบัน	72
48 แสดงรายละเอียดของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อ ประเภทสินค้าที่ส่งออกและสถานที่ ปลายทางในการจัดส่งสินค้าในปัจจุบัน	72
49 แสดงความต้องการสูงสุดและต่ำสุดในการเลือกใช้รูปแบบการบรรจุหีบ ห่อสินค้าเพื่อการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภท สินค้าในปัจจุบัน	73
50 แสดงความต้องการตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อสินค้าของ ผู้ประกอบการในระดับสูงสุดและต่ำสุด จำแนกตามประเภทสินค้า และสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า	74
51 แสดงรายการลำดับ และปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 จำแนกตามประเภทสินค้าที่ ส่งออก	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงรายการอันดับ และปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดคิพาร์ทเมนท์ 99 ในระดับสูงสุดและต่ำสุด จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก	76
53 แสดงรายการปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการ ตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ ส่งออก	79



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 โครงสร้างการบริหารของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99	14
2 การบรรจุหีบห่อด้วยการตีลังไม้	15
3 การบรรจุหีบห่อด้วยการห่อลูกฟูก	16
4 การบรรจุหีบห่อด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษ (สินค้าห่อด้วยกระดาษ)	16
5 การบรรจุหีบห่อด้วยการการแพ็คใส่กล่องกระดาษ (สินค้าห่อด้วยบับเบิล)	16