

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและทฤษฎีส่วนประสมการตลาดเป็นกรอบในศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรคำนวณของยามานะ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 179 ราย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 200 ราย และทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ (Area Sampling) ตามที่ตั้งของร้านค้า โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างร้านค้าตามสัดส่วน (Proportional) กับจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่ในเดือนสิงหาคม 2554 สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

1. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมีที่ตั้ง 3 แห่ง ได้แก่ ทางเข้าบ้านถวาย สองฝั่งคลอง และภายในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย โดยภายในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมีจำนวนร้านค้ามากที่สุด เป็นธุรกิจมีระยะเวลาการดำเนินการโดยเฉลี่ยจำนวน 8 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินการระหว่าง 5 – 10 ปี มีจำนวนพนักงานโดยเฉลี่ยร้านค้าละ 10 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีพนักงาน 6 – 10 คน

2. รูปแบบการดำเนินงานของกิจการเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้านค้าส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทงานไม้แกะสลัก งานแต่งลาย งานลงรักปิดทอง เครื่องเงิน รองลงมาจำหน่ายสินค้าประเภทงานเสื้อผ้าและงานหวาย สินค้าแอนติคและเครื่องปั้นดินเผา สินค้าประเภทงานเดินเส้น เครื่องเงิน และผ้าทอ ตามลำดับ และจำหน่ายสินค้าประเภทเซรามิกและเครื่องแก้วน้อยที่สุด

3. กลุ่มลูกค้าของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว รองลงมาคือลูกค้าชาว และนักธุรกิจ ตามลำดับ โดยมีวิธีการจำหน่ายสินค้าแบบทั้งขายส่งและขายปลีกมากที่สุด

## ส่วนที่ 2 : ความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้าโดยรับทราบข้อมูลและรายละเอียดการให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าจากการบอกต่อมากที่สุด และจะใช้บริการธุรกิจบรรจุหีบห่อสินค้ามากกว่าดำเนินการบรรจุหีบห่อเอง

2. เมื่อเปรียบเทียบจำนวนร้านค้าที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้าให้กับลูกค้ากับร้านค้าประเภทเดียวกันทั้งหมด พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่จำหน่ายประเภทสินค้างานไม้แกะสลักไม้ งานแต่งลาย งานลงรักปิดทอง เครื่องเงิน รองลงมาคือสินค้าประเภทสินค้าแอนติคและเครื่องปั้นดินเผา งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ เสื้อผ้าและงานหวาย ตามลำดับ แต่สินค้าประเภทเซรามิกและเครื่องแก้วจะใช้การบรรจุหีบห่อสินค้าน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าประเภทเดียวกัน

3. ผู้ประกอบการบรรจุหีบห่อสินค้าไปจำหน่ายในประเทศทวีปต่างๆ มากที่สุดคือสินค้าประเภทงานไม้แกะสลักไม้ งานแต่งลาย งานลงรักปิดทอง เครื่องเงิน รองลงมาคือสินค้าประเภทเสื้อผ้า งานหวาย และสินค้าประเภทงานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ โดยส่งไปในประเทศต่างๆ ของแต่ละทวีป ดังนี้

3.1 ทวีปยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส ตุรกี สวีเดน กรีซ รัสเซีย โปรตุเกส อังกฤษ อิตาลี สเปน เยอรมัน ฟินแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ ฮังการี

3.2 ทวีปอเมริกา ได้แก่ อเมริกา แคนาดา เม็กซิโก

3.3 ทวีปเอเชีย ได้แก่ จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซียฮ่องกง ญี่ปุ่น อินเดีย อิหร่าน เวียดนาม เกาหลี บรูไน

3.4 ทวีปออสเตรเลีย

4. ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าประเภทเซรามิก เครื่องแก้วในปริมาณและความถี่ในการจัดส่งมากที่สุด โดยใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าเพื่อส่งออกสินค้าแต่ละประเภท จำแนกตามจำนวนสินค้าและจำนวนครั้งที่ทำการส่งออกดังนี้

ตาราง 47 แสดงจำนวนสินค้าและจำนวนครั้งที่ทำการส่งออกสินค้าของธุรกิจ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศในปัจจุบัน

สินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศ	ชิ้น/ครั้ง	ครั้ง/เดือน
เซรามิก เครื่องแก้ว	275	7
สินค้าแอนติค เครื่องปั้นดินเผา	130	7
งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ	108	5
เสื้อผ้า งานหวาย	81	5
งานไม้แกะสลักไม้ งานแต่งลาย งานลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	140	4

5. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะจ่ายค่าบริการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการชำระเป็นเงินสด และเสียค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อสินค้าเพื่อขนส่งครั้งละ 1,001 – 5,000 บาท มากที่สุด โดยมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายดังนี้

ตาราง 48 แสดงรายละเอียดของธุรกิจที่ใช้การบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อ ประเภทสินค้าที่ส่งออกและสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้าในปัจจุบัน

ค่าใช้จ่ายในการบรรจุหีบห่อ	ประเภทสินค้าที่ส่งออก (มากที่สุด)	สถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า (มากที่สุดตามลำดับ)
ต่ำกว่า 1,000 บาท	งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	ยุโรป และอเมริกา
1,001 – 5,000 บาท	งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	1)ยุโรป 2)อเมริกา
5,001 – 10,000 บาท	งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	1)เอเชีย 2)ยุโรป 3)อเมริกา
10,001 – 30,000 บาท	งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน และ สินค้าแอนติค เครื่องปั้นดินเผา	ยุโรป และอเมริกา
มากกว่า 50,000 บาท	งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	ยุโรป และอเมริกาและเอเชีย

6. ในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำนวน 109 คน จากผู้ประกอบการที่ใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าจำนวน 188 คน พบกับปัญหาในการบรรจุหีบห่อ โดยส่วนใหญ่พบกับปัญหาบรรจุภัณฑ์ไม่เรียบร้อยทำให้สินค้าเสียหายปลายทาง รองลงมาคือวัสดุที่ใช้บรรจุภัณฑ์ไม่มีความทนทาน ค่าบริการแพงเกินไป การให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ค่าเช่า พนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสม ไม่มีบริการรับส่งสินค้า ไม่มีการรับประกันความเสียหายของสินค้า ไม่มีสถานที่รับฝากสินค้า และเอกสารมีความผิดพลาด ตามลำดับ

7. ผู้ประกอบการมีความต้องการใช้บริการการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดดีพาร์ทเมนท์ 99 โดยรวมในระดับไม่แน่ใจ และไม่แน่ใจที่จะใช้บริการทุกรูปแบบการบรรจุหีบห่อ ซึ่งมีความต้องการสูงสุดต่อบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ รองลงมาคือการใช้ห่อลูกฟูก การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิล และมีความต้องการต่ำสุดต่อบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการตีลังไม้

8. ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศมีความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดดีพาร์ทเมนท์ 99 ทุกประเภทในระดับไม่แน่ใจ และสามารถจำแนกความต้องการสูงสุดและต่ำสุดต่อการบรรจุหีบห่อสินค้าตามประเภทสินค้าและวิธีการบรรจุหีบห่อ ดังนี้

**ตาราง 49** แสดงความต้องการสูงสุดและต่ำสุดในการเลือกใช้รูปแบบการบรรจุหีบห่อสินค้าเพื่อการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทสินค้าในปัจจุบัน

ประเภทสินค้า	วิธีการบรรจุหีบห่อ	
	สูงสุด	ต่ำสุด
สินค้าแอนดริค เครื่องปั้นดินเผา	การแพ็คใส่กล่องกระดาษโดยห่อสินค้าด้วยบับเบิล	การตีลังไม้
เซรามิก เครื่องแก้ว	การบรรจุหีบห่อด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษโดยห่อสินค้าด้วยบับเบิล และห่อสินค้าด้วยกระดาษ	การตีลังไม้
งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ	การแพ็คใส่กล่องกระดาษโดยห่อสินค้าด้วยกระดาษ	การตีลังไม้
งานไม้แกะสลักไม้ งานแต่งลายงานลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	การแพ็คใส่กล่องกระดาษโดยห่อสินค้าด้วยกระดาษ	การตีลังไม้
เสื้อผ้า งานหวาย	การใช้ห่อลูกฟูก	การตีลังไม้

9. ในปัจจุบันผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศในทุกทวีปมีความต้องการใช้บริการการบรรจุหีบห่อสินค้าโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งมีความต้องการสูงสุดต่อการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยวิธีแพ็คใส่กล่องกระดาษโดยห่อสินค้าด้วยกระดาษ และมีความต้องการต่ำสุดต่อการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการตีลังไม้เหมือนกันทุกทวีป

10. ผู้ประกอบการมีความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของของห้างหุ้นส่วนจำกัดดีพาร์ทเมนท์ 99 จำแนกตามประเภทสินค้าและสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้าในรายการสูงสุดและต่ำสุด ดังนี้

ตาราง 50 แสดงความต้องการตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อสินค้าของผู้ประกอบการในระดับสูงสุดและต่ำสุด จำแนกตามประเภทสินค้า และสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า

รูปแบบการบรรจุหีบห่อ	ความต้องการ	ประเภทสินค้า	สถานที่ปลายทาง
การตีลังไม้ (สินค้าห่อด้วยกระดาษลูกฟูก)	สูงสุด	1) เสื้อผ้า และงานหยาบ 2) งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	เอเชีย
	ต่ำสุด	เซรามิก เครื่องแก้ว	อเมริกา
การแพ็คใส่กล่องกระดาษ (สินค้าห่อด้วยบับเบิล)	สูงสุด	1) เซรามิก เครื่องแก้ว 2) งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ	1) ออสเตรเลีย 2) เอเชีย
	ต่ำสุด	เสื้อผ้า และงานหยาบ	อเมริกา
การแพ็คใส่กล่องกระดาษ (สินค้าห่อด้วยกระดาษ)	สูงสุด	1) เซรามิก เครื่องแก้ว 2) งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ	1) ออสเตรเลีย 2) อเมริกา
	ต่ำสุด	เสื้อผ้า และงานหยาบ	เอเชีย
การห่อลูกฟูก	สูงสุด	1) เสื้อผ้า และงานหยาบ 2) งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน	1) อเมริกา 2) ออสเตรเลีย
	ต่ำสุด	เซรามิก เครื่องแก้ว	เอเชีย

11. ผู้ประกอบการมีความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 ในภาพรวม จำนวนเดือนละประมาณ 8 ลูกบาศก์เมตรต่อราย โดยส่วนใหญ่มีความต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ รองลงมาคือ การห่อลูกฟูก การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิล และต้องการห่อสินค้าด้วยกระดาษลูกฟูกและตีลังไม้ น้อยที่สุด

ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของธุรกิจ (ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน) จำแนกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อและประเภทสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศดังนี้

ตาราง 51 แสดงรายการลำดับ และปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วน จำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก

ลำดับของสินค้า (ปริมาณ : ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน)	ลำดับความต้องการ รูปแบบที่ต้องการ (ปริมาณ : ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน)
1. เสื้อผ้า และงานหยาบ (12.69)	1) การห่อลูกฟูก (8.80)
	2) การตีลังไม้ (2.00)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและสินค้าห่อด้วยบับเบิ้ล (1.49)
	4) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (0.40)
2. สินค้าแอนติค เครื่องปั้นดินเผา (8.80)	1) การตีลังไม้ (4.33)
	2) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (2.73)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและสินค้าห่อด้วยบับเบิ้ล และการบรรจุหีบห่อด้วยลูกฟูก (0.87)
3. งานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน (5.94)	1) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (2.94)
	2) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและสินค้าห่อด้วยบับเบิ้ล (1.19)
	3) การห่อลูกฟูก (1.16)
	4) การตีลังไม้ (0.65)
4. งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ (5.20)	1) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (2.83)
	2) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและสินค้าห่อด้วยบับเบิ้ล (1.89)
	3) การห่อลูกฟูก (0.42)
	4) การตีลังไม้ (0.06)
5. เซรามิค เครื่องแก้ว (2.88)	1) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล (2.13)
	2) การห่อลูกฟูก (0.50)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (0.25)

ตาราง 52 แสดงรายการอันดับ และปริมาณความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วน จำกัด คีฬารัตน์ เมื่อวันที่ 99 จำแนกตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้า

อันดับของทวีป (ปริมาณ : ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน)	อันดับความต้องการ รูปแบบที่ต้องการ (ปริมาณ : ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน)
1. ประเทศในทวีปออสเตรเลีย (9.89)	1) การห่อลูกฟูก (4.44)
	2) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (2.01)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล (1.95)
	4) การตีลังไม้ (1.49)
2. ประเทศในทวีปเอเชีย (9.87)	1) การห่อลูกฟูก (4.08)
	2) การตีลังไม้ (2.15)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (1.99)
	4) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล (1.65)
3. ประเทศในทวีปอเมริกา (8.57)	1) การห่อลูกฟูก (3.99)
	2) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (2.23)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล (1.27)
	4) การตีลังไม้ (1.08)
4. ประเทศในทวีปยุโรป (8.15)	1) การห่อลูกฟูก (3.40)
	2) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ (2.17)
	3) การแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิ้ล (1.40)
	2) การตีลังไม้ (1.18)

ส่วนที่ 3 : ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า

1. ผู้ประกอบการ มีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา และต่ำสุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถสรุปความสำคัญต่อการให้บริการบรรจุหีบห่อของแต่ละปัจจัยใน 3 อันดับแรก ได้ดังนี้

### 1.1 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

- 1) การเปิดให้บริการทุกวันและในเวลาที่เหมาะสม
- 2) การมีบริการรถขนส่งเพื่อรับส่งสินค้าจากร้านค้ามาทำการบรรจุหีบห่อ

ในสถานที่ของผู้ให้บริการ

- 3) ความสามารถให้บริการบรรจุหีบห่อ ณ ร้านค้าของผู้ให้บริการ

### 1.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- 1) การมีบรรจุภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ เหมาะสมกับสินค้าทุกประเภท
- 2) วัสดุที่นำมาใช้บรรจุภัณฑ์มีความทนทาน
- 3) บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบสวยงาม ตามลำดับ

### 1.3 ปัจจัยด้านราคา

- 1) มีการแสดงอัตราค่าใช้บริการที่ชัดเจน
- 2) อัตราค่าบริการถูกกว่าแหล่งอื่นๆ
- 3) อัตราค่าบริการในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ

### 1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) มีการจัดรายการพิเศษ
- 2) มีการจัดทำเอกสารแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์
- 3) มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบตามกำหนด

2. ผู้ประกอบการที่ใช้บริการบรรจุหีบห่อ มีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา และต่ำสุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถสรุปความสำคัญต่อการให้บริการบรรจุหีบห่อของแต่ละปัจจัยใน 3 อันดับแรก ได้ดังนี้

### 2.1 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

- 1) เปิดให้บริการทุกวันและในเวลาที่เหมาะสม
- 2) มีสถานที่จอดรถในการขนส่งสินค้าอย่างเพียงพอ
- 3) สามารถมาให้บริการบรรจุหีบห่อ ณ ร้านค้าของผู้ให้บริการ

### 2.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- 1) มีบรรจุภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ เหมาะสมกับสินค้าทุกประเภท
- 2) วัสดุที่นำมาใช้บรรจุภัณฑ์มีความทนทาน
- 3) บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบสวยงาม



### 2.3 ปัจจัยด้านราคา

- 1) มีการแสดงอัตราค่าใช้บริการที่ชัดเจน
- 2) อัตราค่าบริการถูกกว่าแหล่งอื่นๆ
- 3) อัตราค่าบริการในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

### 2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) มีการจัดทำเอกสารแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์
- 2) มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบตามกำหนด
- 3) มีการจัดรายการพิเศษ

3. ผู้ประกอบการที่ใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าเพื่อส่งออกไปประเทศในทวีปเอเชีย อเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย มีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และต่ำสุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

4. ผู้ประกอบการที่ใช้บริการบรรจุหีบห่อทุกกลุ่มมีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้จำหน่ายสินค้าแอนติคและเครื่องปั้นดินเผา สินค้าประเภทงานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ สินค้าประเภทงานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน สินค้าประเภทเสื้อผ้าและงานหวาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และผู้จำหน่ายสินค้าทั้ง สามประเภทยกเว้นผู้จำหน่ายสินค้าแอนติคและเครื่องปั้นดินเผา มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำสุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนผู้จำหน่ายสินค้าประเภทแอนติคและเครื่องปั้นดินเผา มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำสุดคือปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการที่ใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าประเภทเซรามิก เครื่องแก้วมีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านราคา และต่ำสุดคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย แสดงรายละเอียดปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกดังตาราง 53

ตาราง 53 แสดงรายการปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ประเภทสินค้าที่ส่งออก				
	สินค้าแอนติค เครื่องปั้นดินเผา	เซรามิค เครื่องแก้ว	งานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ	งานไม้ ลงรักปิด ทอง เครื่องเงิน	เสื้อผ้า งานหวาย
ด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการ	วัสดุที่นำมาใช้ บรรจุภัณฑ์มีความ ทนทาน	วัสดุที่นำมาใช้ บรรจุภัณฑ์มีความ ทนทาน	บริษัทดำเนินการ ตรงเวลาที่กำหนด และมีบริการเสริม	มีบรรจุภัณฑ์ หลากหลายรูปแบบ เหมาะสมกับสินค้า ทุกประเภท	วัสดุที่นำมาใช้ บรรจุภัณฑ์มีความ ทนทาน
ด้านราคา	มีการให้ส่วนลด เงินสด	มีการแสดงอัตราค่า ใช้บริการที่ชัดเจน	มีการแสดงอัตราค่า ใช้บริการที่ชัดเจน	มีการแสดงอัตราค่า ใช้บริการที่ชัดเจน	มีการแสดงอัตราค่า ใช้บริการที่ชัดเจน
ด้านการจัด จำหน่าย	เปิดให้บริการทุก วันและในเวลา ที่เหมาะสม	เปิดให้บริการทุก วันและในเวลา ที่เหมาะสม	เปิดให้บริการทุก วันและในเวลา ที่เหมาะสม	เปิดให้บริการทุกวัน และในเวลา ที่เหมาะสม	เปิดให้บริการทุก วันและในเวลา ที่เหมาะสม
ด้านการส่งเสริม การตลาด	มีการมอบของที่ ระลึกเมื่อใช้บริการ ครบตามกำหนด	มีการจัดรายการ พิเศษ	มีการ โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ใน รูปแบบต่างๆ ให้ เข้าถึงผู้ใช้บริการ	มีการจัดรายการ พิเศษ	มีการจัดรายการ พิเศษ

**ส่วนที่ 4 : ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อผู้ให้บริการบรรจุหีบห่อในการใช้บริการบรรจุหีบห่อของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย**

ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าปัญหาสำคัญในการใช้บริการสำหรับการบรรจุหีบห่อคือ อัตราค่าบริการสินค้าสูงเกินจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาค่าบริการจากการเปรียบเทียบกับราคาสินค้าที่มีมูลค่าต่ำแต่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาปรับอัตราค่าบริการที่เหมาะสม รวมทั้งการดูแลรักษาสินค้าระหว่างการบรรจุหีบห่อ เช่น มีการโยนสินค้าทำให้สินค้าเสียหายบางส่วนเมื่อถึงมือผู้รับ แต่หากเกิดปัญหาดังกล่าวบริษัทต้องแสดงความรับผิดชอบเนื่องจากก่อนการบรรจุหีบห่อสินค้า ทั้งผู้ประกอบการและบริษัทได้มีการตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้าแล้ว

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะให้กับพนักงานของบริษัท ว่าควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังและเอาใจใส่เพื่อให้สินค้าถึงมือผู้รับอย่างปลอดภัย และบริษัทควรดำเนินการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ พัฒนาคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ให้มีความแข็งแรงทนทาน เพิ่มเติมการให้บริการเสริม เพื่อสามารถให้บริการกับลูกค้าได้แบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One stop service ) จัดการส่งเสริมการขายให้หลากหลายวิธี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการทางโทรศัพท์ รวมทั้งควร

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทางในแต่ละเส้นทางที่ให้บริการมากขึ้น เพื่อให้สามารถให้ข้อเสนอแนะแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### อภิปรายผล

การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านฉางต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 ทำให้ทราบว่า

1. ผู้ประกอบการมีความต้องการใช้บริการการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดดีพาร์ทเมนท์ 99 โดยรวมในระดับไม่แน่ใจ โดยต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยรูปแบบการแพ็คเกจใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษมากที่สุด รองลงมาคือการห่อลูกฟูก การแพ็คเกจใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิล และการบรรจุหีบห่อด้วยการตีลังไม้ ตามลำดับ

2. ผู้ประกอบการ มีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ความสำคัญของปัจจัยอันดับแรกในด้านการจัดจำหน่าย ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โกสินทร์ โปธิ (2551) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในหมู่บ้านฉาง จังหวัดเชียงใหม่ แล้วพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอันดับแรกคือปัจจัยด้านการบริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประภาส ปั้นศิริ (2548) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านฉาง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสาคร แล้วพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าอันดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ความสำคัญลำดับสุดท้ายในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โกสินทร์ โปธิ (2551) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอันดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านบริการเสริม

และเมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านสามารถสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย : มีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในระดับมาก และรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเปิดให้บริการทุกวันและในเวลาที่เหมาะสม การมีบริการรถขนส่งเพื่อรับส่งสินค้าจากร้านค้ามาทำการบรรจุหีบห่อในสถานที่ของผู้ให้บริการ และสามารถมาให้บริการบรรจุหีบห่อ ณ ร้านค้าของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับผล

การศึกษาของ โกสินทร์ โปธิ (2551) ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการคมนาคม มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ : มีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในระดับมาก และรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีบรรจุภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ เหมาะสมกับสินค้าทุกประเภท วัสดุที่นำมาใช้บรรจุภัณฑ์มีความทนทาน และบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบสวยงาม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประภาส ปั่นศิริ (2548) ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับมาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา : มีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในระดับมาก และรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีการแสดงอัตราค่าใช้บริการที่ชัดเจน การมีอัตราค่าบริการถูกกว่าแหล่งอื่นๆ อัตราค่าบริการในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประภาส ปั่นศิริ (2548) ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการกำหนดค่าบริการขนส่ง และแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด : มีความสำคัญต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าในระดับมาก และรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการจัดรายการพิเศษ มีการจัดทำเอกสารแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์ มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบตามกำหนด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประภาส ปั่นศิริ (2548) ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการจัดทำเอกสารวารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ การเข้าร่วมจัดนิทรรศการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าปัญหาสำคัญในการใช้บริการสำหรับการบรรจุหีบห่อคืออัตราค่าบริการสินค้าสูงเกินจริง รวมทั้งไม่ได้รับการดูแลรักษาสินค้าระหว่างการบรรจุหีบห่อ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โกสินทร์ โปธิ (2551) ที่ได้กล่าวว่าปัญหาสำคัญคือการบรรจุหีบห่อสินค้า ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน และการสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

4. จากผลการศึกษาทำให้ได้ทราบข้อมูลว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมีการใช้บริการบรรจุหีบห่อร้อยละ 71.28 ของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ใช้บริการธุรกิจบรรจุหีบห่อสินค้า และมีความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 ในระดับไม่แน่ใจ ทั้งนี้หากมีการใช้บริการแล้วจะเลือกใช้บริการบรรจุหีบห่อแบบการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษมากที่สุด ซึ่งเป็นข้อดีในการนำแนวคิดการพยากรณ์ความต้องการซื้อในอนาคต โดยใช้วิธีการสำรวจความตั้งใจซื้อจากผู้ซื้อเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เนื่องจากเป็นวิธีการที่มีความเหมาะสมสำหรับศึกษาความต้องการของธุรกิจบริการที่ต้องการขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้ารายใหม่ และนำ

แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มาเป็นกรอบในการศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายที่มีต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า ทำให้ทราบปัจจัยสำคัญต่อการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 และธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาวิธีการและรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และในลำดับต่อไปควรมีการทดสอบตลาดซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กับการพยากรณ์ยอดขายของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลจำเพาะเกี่ยวกับสินค้าแต่ละประเภทที่ต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อเพื่อให้สามารถบริหารจัดการตามหลักการบริหารการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายต่อการใช้บริการบรรจุหีบห่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายส่วนใหญ่เป็นธุรกิจมีระยะเวลาการดำเนินการโดยเฉลี่ยจำนวน 8 ปี โดยร้านค้าส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทงานไม้และสลัก งานแต่งลาย งานลงรักปิดทอง เครื่องเงิน รองลงมาจำหน่ายสินค้าประเภทงานเสื้อผ้าและงานหวาย และจำหน่ายสินค้าประเภทเซรามิกและเครื่องแก้วน้อยที่สุด และส่วนใหญ่ส่งสินค้าไปจำหน่ายในประเทศของทวีปยุโรปมากที่สุด

2. ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ที่ใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าส่วนใหญ่จะพบกับปัญหาบรรจุภัณฑ์ไม่เรียบร้อยทำให้สินค้าเสียหายปลายทาง การใช้วัสดุที่ใช้บรรจุภัณฑ์ไม่มีความทนทาน ค่าบริการราคาสูง การให้บริการมีความล่าช้า ดังนั้นหากห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 สามารถลดข้อบกพร่องต่างๆ เหล่านี้ได้ จะทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจและเลือกใช้บริการกับบริษัทมากขึ้น

3. ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายส่วนใหญ่ที่จัดส่งสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศ นั้นยังไม่แน่ใจที่จะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 และหากจะใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 แล้วพบว่าประเภทของสินค้าที่ส่งออกตามรูปแบบการบรรจุหีบห่อใน 5 อันดับแรกที่ต้องการใช้บริการเป็นดังนี้

อันดับ 1 ต้องการส่งสินค้าประเภทเซรามิกและเครื่องแก้ว โดยจะใช้วิธีการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิล จำนวนประมาณ 2.13 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน และบรรจุหีบห่อสินค้าประเภทเซรามิกและเครื่องแก้วมากที่สุด โดยจะใช้วิธีการแพ็คใส่กล่องกระดาษและ

ห่อสินค้าด้วยกระดาษ จำนวนประมาณ 0.25 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน ทั้งนี้ จะใช้การบรรจุหีบห่อเพื่อส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปเอเชียมากที่สุด

อันดับ 2 ต้องการส่งสินค้าประเภทงานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ โดยจะใช้วิธีการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ จำนวนประมาณ 2.83 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน ทั้งนี้ จะใช้การบรรจุหีบห่อเพื่อส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปยุโรปมากที่สุด

อันดับ 3 ต้องการส่งสินค้าประเภทงานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ โดยจะใช้วิธีการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิล จำนวนประมาณ 1.89 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน ทั้งนี้ จะใช้การบรรจุหีบห่อเพื่อส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปยุโรปมากที่สุด

อันดับ 4 ต้องการส่งสินค้าประเภทงานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน โดยจะใช้วิธีการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษ จำนวนประมาณ 2.94 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน ทั้งนี้ จะใช้การบรรจุหีบห่อเพื่อส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปยุโรปและอเมริกา

อันดับ 5 ต้องการส่งสินค้าประเภทเสื้อผ้าและงานหวาย และจะใช้วิธีการห่อด้วยลูกฟูก จำนวนประมาณ 8.80 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน ทั้งนี้ จะใช้การบรรจุหีบห่อเพื่อส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปยุโรปและอเมริกา

4. ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมีความต้องการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิพาร์ทเมนท์ 99 ในรูปแบบของการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษมากที่สุด และมีความต้องการใช้บริการในรูปแบบการห่อสินค้าด้วยกระดาษลูกฟูกและการตีลังไม้ไม่น้อยที่สุด

5. เมื่อพิจารณาตามประเภทของสินค้าที่ส่งออกกับรูปแบบการบรรจุหีบห่อสินค้าที่ต้องการใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สินค้าประเภทเสื้อผ้าและงานหวาย ต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการห่อด้วยลูกฟูกมากที่สุด และต้องการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษน้อยที่สุด

5.2 สินค้าแอนติค เครื่องปั้นดินเผา ต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการตีลังไม้มากที่สุด และต้องการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิลและห่อด้วยลูกฟูกน้อยที่สุด

5.3 สินค้าประเภทงานไม้ ลงรักปิดทอง เครื่องเงิน และสินค้าประเภทงานเดินเส้น เครื่องเงิน ผ้าทอ ต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษมากที่สุด และต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการตีลังไม้ไม่น้อยที่สุด

5.4 สินค้าประเภทเซรามิค เครื่องแก้ว ต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิลมากที่สุด และต้องการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยกระดาษน้อยที่สุด

6. เมื่อพิจารณาตามสถานที่ปลายทางในการจัดส่งสินค้ากับรูปแบบการบรรจุหีบห่อสินค้าที่ต้องการใช้บริการ พบว่าผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมีความต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการห่อด้วยลูกฟูกมากที่สุด และต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการตีลังไม้เนื้อที่น้อยที่สุด ยกเว้นการจัดส่งสินค้าให้กับประเทศในทวีปเอเชียที่ต้องการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยการแพ็คใส่กล่องกระดาษและห่อสินค้าด้วยบับเบิลน้อยที่สุด

7. ผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด ในการเลือกใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าเพื่อส่งสินค้าไปต่างประเทศ โดยพบว่า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ความสำคัญอันดับแรก) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการเปิดให้บริการทุกวันและในเวลาที่เหมาะสม การมีบริการรถขนส่งเพื่อรับส่งสินค้าจากร้านค้ามาทำการบรรจุหีบห่อในสถานที่ของผู้ให้บริการ และความสามารถมาให้บริการบรรจุหีบห่อ ณ ร้านค้าของผู้ให้บริการ ในลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ความสำคัญอันดับสุดท้าย) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการมีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียดน้อยที่สุด

#### ข้อเสนอแนะ

หากห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 ต้องการเป็นผู้ให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าให้กับผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งเป็นการสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าของบริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 ต้องพัฒนาการบริหารจัดการการให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าให้เกิดคุณภาพสูงสุด โดยจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

#### 1. ด้านการจัดจำหน่าย

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 ควรเปิดให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าทุกวัน เพื่อให้บริการกับลูกค้าทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด โดยการให้พนักงานทำงานล่วงเวลาในวันหยุดประจำสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ด้วยความสมัครใจ และพัฒนาระบบการจ้างนักศึกษาหรือผู้ที่สนใจทำงานเป็นบางช่วงเวลา (Part Time) ตลอดจนนำระบบพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน (Training) มาประยุกต์ใช้กับห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานให้เกิดความเชี่ยวชาญในการทำงานตามหน้าที่ของตนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

## 2. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลการศึกษาระบุว่าประสบการณ์ใช้บริการบรรจุหีบห่อของผู้ประกอบการในศูนย์หัตถกรรมบ้านถายนั้น โดยส่วนใหญ่จะพบปัญหาในการใช้บริการบรรจุหีบห่อด้านสินค้าไม่ได้รับการดูแลรักษาและเอาใจใส่ในขณะที่อยู่ระหว่างการบรรจุหีบห่อ ดังนั้นห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการทุกขั้นตอน อีกทั้งเพื่อเป็นการลดการเกิดปัญหาเหล่านี้และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ ดังนี้

2.1 ให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้าด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ และมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับการห่อหุ้มสินค้าทุกประเภท

2.2 ในขั้นตอนการขนส่งสินค้าจะให้ความสำคัญในการจัดเรียงสินค้าระหว่างการขนส่งในตู้คอนเทนเนอร์หรือรถบรรทุกระหว่างการขนย้ายสินค้าจากร้านค้าของผู้ประกอบการมายังสถานที่ให้บริการบรรจุหีบห่อของผู้ให้บริการบรรจุหีบห่อ โดยจะทำการจัดวางสินค้าที่มีน้ำหนักมากไว้ด้านล่าง สินค้าที่มีน้ำหนักเบากว่าวางซ้อนชั้นบนได้ และในส่วนของรูปแบบการบรรจุหีบห่อนั้นหากสภาพหีบห่อไม่แข็งแรงจะไม่นำเอาวัตถุที่เบากว่าไปวางไว้ด้านบนของสินค้านั้นๆ และในกรณีที่ต้องมีการซ้อนสินค้าหลายชั้นก็ต้องพิจารณาลักษณะของกล่องว่าสามารถรับน้ำหนักได้มากน้อยเพียงใดจึงจะทำให้กล่องไม่ยุบตัว อีกทั้งให้ความสำคัญกับวิธีการจัดเรียงสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ที่มีประสิทธิภาพโดยการกระจายน้ำหนักภายในตู้สินค้าเพื่อเป็นการรักษาความสมดุลของยานพาหนะที่ใช้ขนส่งสินค้า และการจับยึดสินค้าภายในตู้คอนเทนเนอร์เพื่อไม่ให้ตัวสินค้าเคลื่อนตัวขณะขนส่งซึ่งหากไม่มีการป้องกันแล้วอาจสร้างความเสียหายต่อสินค้าหรือสินค้าข้างเคียง ซึ่งนอกจากจะช่วยลดความเสียหายในการขนส่งสินค้าได้ ยังจะช่วยลดต้นทุนของการขนส่งได้ เนื่องจากการจัดเรียงสินค้าที่ดีจะช่วยในการลดพื้นที่ในการจัดวางสินค้าและสามารถจัดใช้พื้นที่จัดเก็บสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3 สร้างความตระหนักต่อพนักงานเพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังและเอาใจใส่ต่อหน้าที่ของตนเพื่อให้สินค้าถึงมือผู้รับอย่างปลอดภัย

2.4 พัฒนาคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุหีบห่อให้มีความแข็งแรงทนทานสามารถรับน้ำหนักของสินค้าในการจัดเรียงสินค้าซ้อนกันตู้คอนเทนเนอร์ โดยใช้บริการของหน่วยวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น การส่งกล่องบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าแล้วให้กับศูนย์วิจัยของสถาบันอุดมศึกษาทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความต้านทานการรับน้ำหนักของกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อการต้านทานแรงกดในแนวตั้ง ความต้านทานแรงดันทะลุ เป็นต้น



### 3. ด้านราคา

3.1 กำหนดอัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสินค้าโดยแสดงต่อผู้ให้บริการให้ชัดเจน และทำการแจ้งราคาค่าบริการแต่ละครั้งต่อลูกค้าโดยเสนอเป็นเอกสารใบเสนอราคา

3.2 การกำหนดอัตราค่าบริการจะต้องคำนึงถึงคุณค่าในสายตาของลูกค้า ผู้ให้บริการ โดยอาจจัดทำแผนภาพแสดงถึงวัสดุที่ใช้บรรจุหีบห่อแต่ละประเภท รวมทั้งขั้นตอนต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการได้อีกทางหนึ่ง

3.3 ต้องพิจารณากำหนดอัตราค่าบริการหีบห่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน และหากสินค้าที่มีมูลค่าสูงมากให้ระบุทางเลือกให้กับลูกค้าในการเลือกวิธีการบรรจุหีบห่อที่จะช่วย ป้องกันความเสียหายต่อสินค้าได้มากที่สุด เช่น สินค้าประเภทเซรามิกหรือเครื่องแก้วนั้นนอกจาก จะทำการแพ็คใส่กล่องกระดาษโดยสินค้าห่อด้วยบับเบิลหรือกระดาษแล้วจะต้องติดไม้เพิ่มเติม เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายในการขนส่ง ตลอดจนให้ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรกับ บริษัทประกันภัยต่างๆ เพื่อทำประกันความเสียหายของสินค้านั้นด้วย

### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 จัดทำ Folder เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (CRM) โดยต้องให้ความตระหนักและดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ การ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่มียอดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและ มีค่าใช้บริการสูง โดยการจัดทำบัตรสมาชิก (Member) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 แยกตามพื้นที่ต่างๆ เช่น โซนสองฝั่งคลอง ภายในศูนย์โซน A เป็นต้น

4.2 กำหนดช่องทางการติดต่อสื่อสารทางการตลาดให้สามารถประสมประสาน และสามารถใช้อุปกรณ์การตลาดโดยใช้เครื่องมือ (IMC) ในหลากหลายรูปแบบได้ เช่น การจัดทำ เว็บไซต์ จัดทำการเผยแพร่ผ่านทาง Social Network กำหนดให้มีช่องทางการติดต่อใช้บริการทาง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) รวมทั้งการจัดทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงรายละเอียด เกี่ยวกับการให้บริการบรรจุหีบห่อของบริษัทไว้แจกจ่ายประชาสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งยังคงให้ความสำคัญกับการให้บริการทางโทรศัพท์ เพื่ออำนวยความสะดวกกับลูกค้าให้สามารถ ติดต่อบริษัทได้โดยทำการเปิดระบบ Call Center ในการรับการแจ้งเรื่องการรับงานจากทางลูกค้า

4.3 ดำเนินการจัดส่งส่งทีมการตลาดออกเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอปีละ 1 – 2 ครั้ง เพื่อเป็นการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าและเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีพาร์ทเมนท์ 99 เพื่อให้บริษัทได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าในช่วง ระยะเวลาที่แตกต่างกัน และสามารถวางแผนการตลาดให้ตอบสนองความต้องการใช้บริการของ ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ