**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** การศึกษาตลาดกระดาษพิมพ์และกระดาษเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

**ชื่อผู้เขียน** นางสาวกัลยา แก้วมา

**เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต**

**คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ :** รศ. ดร. เดช กาญจนางกูร ประธานกรรมการ
ผศ. กัญญา กุนทีกาญจน์ กรรมการ
ผศ. ธงชัย ชูสุวรรณ กรรมการ

## บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในหัวข้อเรื่อง "การศึกษาตลาดกระดาษพิมพ์และกระดาษเขียนในจังหวัดพิษณุโลก" นี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อที่ทราบถึงกลยุทธการจัดจำหน่ายกระดาษพิมพ์เขียนและพฤติกรรมของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์เขียนในจังหวัดพิษณุโลก ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคการค้ากระดาษพิมพ์เขียน

จากการศึกษาตัวอย่างโดยแบบสอบถามเป็นจำนวนทั้งหมด 125 ชุด โดยทำการศึกษากลยุทธ์ของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน จำนวน 5 ราย และศึกษาพฤติกรรมของผู้จัดซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในหน่วยงานต่างๆ จำนวน 120 ราย ผลการศึกษาในส่วนของผู้จำหน่ายพบว่า ผู้จำหน่ายทุกรายดำเนินธุรกิจขายส่งและขายปลีก และจะมีการขายสินค้าอื่นด้วยไม่ใช่กระดาษเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 80.00 และลูกค้าที่มาซื้อส่วนมากจะเป็นกลุ่มโรงเรียนสามัญศึกษา และรองลงมา คือ กลุ่มโรงเรียนประถมศึกษา และวิธีส่งเสริมการขายที่ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่คิดว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การแวะเยี่ยมลูกค้าบ่อยๆ

สำหรับกลยุทธ์ในการเจาะตลาดหรือการหาลูกค้า ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่จะใช้วิธีการบริการที่ดีกว่า เป็นสำคัญ รองลงมาคือการให้พนักงานเข้าไปแนะนำสินค้าที่ที่ทำงานของลูกค้า และการให้ส่วนลดพิเศษ ส่วนการรักษาส่วนแบ่งการตลาดนั้น ผู้จำหน่ายเกือบทั้งหมดหรือร้อยละ 80.00 จะใช้กลยุทธ์ในการขายกระดาษที่มีคุณภาพที่ดีกว่า และรองลงมาคือ วิธีการให้บริการที่ดีกว่า และวิธี

ระบบการขายอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพมากกว่า ตามลำดับ ทางด้านปัญหาการจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนที่สำคัญก็คือ ต้นทุนและคุณภาพของกระดาษมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ในส่วนพฤติกรรมของผู้จัดซื้อของหน่วยงานต่างๆ พบว่า ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนส่วนใหญ่คือ โรงเรียนมัธยมศึกษาและหน่วยงานราชการ ผู้จัดซื้อมักใช้วิธีการสืบราคา โดยคำนึงถึงคุณภาพกระดาษที่ดีที่สุดและอยู่ในราคาต่ำที่สุด เป็นสำคัญ สำหรับแหล่งที่ผู้ซื้อทำการซื้อนั้นจะซื้อที่ร้านเครื่องเขียน วัสดุอุปกรณ์สำนักงานเป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 70.83 และรองลงมาคือ ซื้อจากผู้จำหน่ายกระดาษโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 19.17

แรงจูงใจที่มีผลต่อการซื้อคือ การได้รับเครดิตที่ดีกว่าหรือยาวนานกว่า และคุณภาพของกระดาษที่ดีกว่า วิธีการส่งเสริมการขายที่ผู้ซื้อชอบมากที่สุดคือ การมีส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 72.50 และการเปลี่ยนแปลงราคามีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อมาก คิดเป็นร้อยละ 80.00

ปัญหาที่ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนประสบอยู่เสมอก็คือ คุณภาพของกระดาษไม่ค่อยดีหรือไม่สม่ำเสมอ จึงจำเป็นที่ผู้จำหน่ายจะต้องปรับปรุงด้านคุณภาพของกระดาษให้ดีขึ้น

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University

| | |
|---|---|
| **Independent Study Title** | A Market Study of Printing and Writing Paper in Phitsanulok Province |
| **Author** | Ms. Kanlaya Keawma |
| **M. Econ** | Economics |
| **Examining Committee** | Associate Prof. Dr. Decha Karnjanangkura Chairman |
| | Assistant Prof. Kanya Kunthikan Member |
| | Assistant Prof. Thongchai Shusuwan Member |

## ABSTRACT

The Objectives of the independent study about "A Market Study of Printing and Writing Paper in Phitsanulok Province" are to study the sales strategies , buyers' behavior and the problem on a market of printing and writing paper in Phitsanulok Province.

From 125 samples size, 120 buyers from selected departments and 5 are sellers, found that all business of sellers are both of wholesaler and retailer and also sell the other kinds of products, not only printing and writing paper (80.00%). The large number of buyers is the secondary schools and the next is the primary schools. The most effective sales promotion strategy is a frequent visit to customers.

The strategy to penetrate into the market of these sellers is a more effective service and the second is the introduction of salesman at the customers' offices and providing a special discount. The effective way to maintain the market share is to provide the good quality of paper (80.00%), the second is the outstanding service and the more effective sales management . The problem of selling printing and writing paper is the often change of cost and quality of paper.

For the buyer groups, most of buyers in the market of printing and writing paper are the secondary schools and the governmental institutions. The purchasing procedure is done by

checking selling price with fully realize the best quality at the lowest price. The place which most buyers purchase is at the stationery shop (70.83%) and the second is at the seller who sell only printing and writing paper (19.17%).

The motivation influence purchasing is the longer or better credit term condition and the good quality of paper. The most favourite of sales promotion is a special discount (72.50%). Changing the price will fully influence the decision making of purchase (80.00%).

The problem that most of buyers have been facing is the poor quality of paper which sellers have to aware and improve the quality of the papers.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University