

บทที่ 4

ผลการศึกษาผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และกระดาษเขียน

จากผลการศึกษาวิจัยตัวอย่างของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และกระดาษเขียนในจังหวัดพิษณุโลกเป็นจำนวน 5 รายนั้น ได้แยกนำเสนอออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่าย
- 4.2 วิธีการหรือกลยุทธ์การจำหน่ายของผู้จำหน่าย
- 4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนจำนวน 5 รายที่ได้จากการสอบถาม ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ และทำการเปรียบเทียบเป็นอัตราร้อยละ ในตาราง 4.1 พบว่ารูปแบบธุรกิจของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนนั้น ส่วนมากจะเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ บริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 40.00 ลักษณะของการจำหน่ายนั้นพบว่าผู้จำหน่ายทั้งหมดจำหน่ายทั้งแบบขายส่งและขายปลีก สำหรับประเภทสินค้าที่จำหน่ายนั้นก็ได้พบว่า ผู้จำหน่าย จำนวนร้อยละ 80.00 จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนและสินค้าอื่นๆ ด้วย เช่น เครื่องเขียน วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน และครุภัณฑ์ต่างๆ และมีเพียงจำนวนร้อยละ 20.00 ที่จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนเพียงอย่างเดียว

ระยะเวลาที่ผู้ซื้อเข้ามาใช้บริการ คือ ช่วงเช้า (8.00 – 12.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ตั้งแต่เวลา 16.01 น. เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนประเภทของลูกค้าประจำที่มาซื้อสินค้านั้น ผู้จำหน่ายบางรายได้มีลูกค้าประจำหลายกลุ่ม จึงได้มีการออกแบบสอบถามมากกว่า 1 กลุ่มลูกค้า โดยแสดงผลวิเคราะห์ออกมาว่า กลุ่มลูกค้าประจำที่เป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาหรือสังกัดกรมสามัญศึกษา จะมาเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 60.00 สำหรับประเภทลูกค้าประจำของกลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ผู้จำหน่ายบางรายก็มีลูกค้าประจำที่ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนหลายกลุ่มเหมือนกัน จึงพอจะสรุปได้ว่า ลูกค้าประจำอันดับแรกคือ กลุ่มโรงเรียนมัธยมศึกษาหรือสังกัดกรมสามัญศึกษาและ

กลุ่มหน่วยงานราชการ โดยคิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่าๆ กัน รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยและวิทยาลัย, กลุ่มโรงเรียนประถมศึกษา และนักเรียน นักศึกษาต่างๆ ไป ซึ่งทั้ง 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน

ทำเลของลูกค้าประจำที่มาซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน พบว่า ร้อยละ 80.00 มีบ้านหรือที่ทำงานไม่ได้อยู่ใกล้กับร้านผู้จำหน่าย รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 40.00 คือ ลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด ส่วนลักษณะลูกค้าประจำที่มาซื้อกระดาษ จะเป็นบุคคลที่ถูกแนะนำให้มาซื้อกับผู้จำหน่ายเป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 80.00 และร้อยละ 20.00 จะเป็นบุคคลที่ซื้อสินค้าอื่นกับผู้จำหน่าย

แหล่งที่ผู้จำหน่ายซื้อกระดาษนั้น ส่วนมากจะซื้อจากบริษัทจัดจำหน่ายที่กรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือร้อยละ 40.00 จะซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ในการสั่งซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนของผู้จำหน่ายนั้น ส่วนมากแล้วจะซื้อแบบไม่เจาะจง แต่เลือกคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือจะซื้อจากผู้จำหน่ายที่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ในการดำเนินงานธุรกิจจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนนั้น พบว่าผลกำไรจากการจำหน่ายนั้นผู้จำหน่ายสามารถทำกำไรได้ดี คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ร้อยละ 40.00 พบว่า ไม่มุ่งกำไรสูงสุด แต่ใช้ดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้าอื่น นอกจากนี้ลักษณะการแข่งขันในตลาดกระดาษพิมพ์และเขียนนั้น พบว่า ร้อยละ 80.00 มีการแข่งขันกันสูง รองลงมาคือร้อยละ 20.00 มีการแข่งขันน้อยราย ซึ่งสาเหตุที่ผู้จำหน่ายที่ตอบแบบสอบถามว่า มีการแข่งขันน้อยรายนั้น เนื่องจากเป็นผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนอย่างเดียว จึงมีการเปรียบเทียบกันเฉพาะผู้จำหน่ายในลักษณะเดียวกัน จึงให้ข้อคิดเห็นดังกล่าว และข้อมูลทั่วไปเป็นข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ผู้จำหน่ายคิดว่าลูกค้ามาซื้อกระดาษจากผู้จำหน่ายเดิมเป็นประจำเนื่องจาก คุณภาพดีและบริการดี โดยคิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่ากัน และ รองลงมาคือ มีสินค้าอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการบริการด้วย คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน	จำนวน (5 ราย)	อัตราร้อยละ
1. รูปแบบธุรกิจของผู้จำหน่าย		
กิจการเจ้าของคนเดียว	3	60.00
บริษัทจำกัด	2	40.00
2. ลักษณะการจำหน่าย		
ทั้งแบบขายส่งและขายปลีก	5	100.00
3. ประเภทสินค้าที่จำหน่าย		
กระดาษพิมพ์และเขียนและสินค้าอื่นด้วย	4	80.00
กระดาษพิมพ์และเขียนอย่างเดียว	1	20.00
4. ระยะเวลาที่ผู้ซื้อขอมาใช้บริการ		
ช่วงเช้า (8.00 – 12.00 น.)	4	80.00
ตั้งแต่เวลา 16.01 น. เป็นต้นไป	1	20.00
5. ประเภทลูกค้าประจำที่มาซื้อสินค้า (ตอบ ได้หลายข้อ)		
กลุ่ม โรงเรียนมัธยมศึกษาหรือสังกัดกรมสามัญศึกษา	4	80.00
หน่วยงานราชการ	3	60.00
มหาวิทยาลัยและวิทยาลัย (สถาบันอุดมศึกษา)	2	40.00
บริษัท และ ห้างร้านต่างๆ	2	40.00
กลุ่ม โรงเรียนประถมศึกษา	2	40.00
นักเรียน นักศึกษาทั่วไป	1	20.00
6. ประเภทลูกค้าประจำที่มาซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน (ตอบ ได้หลายข้อ)		
กลุ่ม โรงเรียนมัธยมศึกษาหรือสังกัดกรมสามัญศึกษา	2	40.00
หน่วยงานราชการ	2	40.00
มหาวิทยาลัยและวิทยาลัย (สถาบันอุดมศึกษา)	1	20.00
กลุ่ม โรงเรียนประถมศึกษา	1	20.00
นักเรียน นักศึกษาทั่วไป	1	20.00

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน	จำนวน (5 ราย)	อัตราร้อยละ
7. ทำเลของลูกค้าประจำที่มาซื้อกระดาษ (ตอบ ได้หลายข้อ)		
มีบ้านหรือที่ทำงาน ไม่ได้อยู่ใกล้กับร้านผู้จำหน่าย	4	80.00
อยู่ต่างจังหวัด	2	40.00
อยู่ในเขตเดียวกับร้านผู้จำหน่าย	1	20.00
8. ลักษณะลูกค้าประจำที่มาซื้อกระดาษ		
บุคคลที่ถูกแนะนำให้มาซื้อกับผู้จำหน่าย	4	80.00
บุคคลที่มาซื้อสินค้าอื่นกับผู้จำหน่าย	1	20.00
9. แหล่งที่ผู้จำหน่ายซื้อกระดาษ		
ซื้อจากบริษัทจัดจำหน่ายที่กรุงเทพฯ	3	60.00
ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง	2	40.00
10. ลักษณะการตั้งซื้อกระดาษของผู้จำหน่าย		
ไม่เจาะจง เลือกคุณภาพดี	3	60.00
จากผู้จำหน่ายที่ซื้อเป็นประจำ	2	40.00
11. ผลกำไรจากการจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน		
ทำกำไร ได้ดี	3	60.00
ไม่มุ่งกำไรสูงสุด แต่ใช้ดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้าอื่น	2	40.00
12. ลักษณะการแข่งขันในตลาดกระดาษพิมพ์และเขียน		
มีการแข่งขันกันสูง	4	80.00
แข่งขันกันน้อยราย	1	20.00
13. เหตุผลที่ลูกค้ามาซื้อกระดาษจากผู้จำหน่ายเดิมเป็นประจำ		
คุณภาพดี	2	40.00
บริการดี	2	40.00
มีสินค้าอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการบริการด้วย	1	20.00

4.2 วิธีการหรือกลยุทธ์การจำหน่ายของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน

สำหรับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลในด้านกลยุทธ์การจำหน่ายของผู้จำหน่ายนั้นพบว่า วิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่คิดว่าจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การแวะเยี่ยมลูกค้าบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือวิธีการให้เครดิตพิเศษและวิธีการให้พนักงานขายแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน วิธีการตั้งราคาขายกระดาษพิมพ์และเขียนนั้น ส่วนมากแล้วผู้จำหน่ายจะตั้งราคาตามต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 60.00 เพราะผู้ขายทุกคนมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจคือ แสวงหากำไรสูงสุด และวิธีการตั้งราคาขายรองลงมานั้น ผู้จำหน่ายบางรายจะใช้วิธีตั้งราคาตามราคาตลาดทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 40.00 สำหรับกลยุทธ์หรือวิธีการเจาะตลาดหรือหาลูกค้า จะใช้วิธีการบริการที่ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เข้าไปแนะนำสินค้าที่ทำงานของลูกค้าและวิธีคิดส่วนลดพิเศษให้เสมอ โดยคิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน

นอกจากนี้ ผู้จำหน่ายจะมีกลยุทธ์ด้านราคาเมื่อเผชิญกับปัญหาด้านต้นทุนเปลี่ยนแปลงคือ ผู้จำหน่ายมักจะใช้วิธีการปรับราคาขายตามต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาจะใช้วิธีรักษาราคาขายให้คงที่และวิธีการคงระดับราคาเดิมระยะเวลาหนึ่ง แล้วค่อยเปลี่ยนแปลงโดยคิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน สำหรับกลยุทธ์ด้านราคาเมื่อมีการแข่งขันด้านราคาด้านนี้ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้จำหน่ายแต่ละรายจะมีวิธีใช้ต่างๆ กัน กล่าวคือ มีอยู่ 5 วิธี คิดเป็นร้อยละ 20 เท่ากันคือ ตัดราคาแข่งขันที่, รักษาราคาเดิมระยะเวลาหนึ่ง, ไม่สนใจเพราะคิดว่าลูกค้ามาซื้อเป็นประจำ, ลดแข่งเท่าที่จะเป็นไปได้ และวิธีการชี้แจงเรื่องคุณภาพของกระดาษ จำนวนแผ่นที่บรรจุ โดยราคาอาจจะแพงกว่าคู่แข่ง

ในการดำเนินธุรกิจ ผู้จำหน่ายจำเป็นต้องมีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้ ซึ่งผู้จำหน่ายแต่ละรายอาจมีอยู่หลายวิธีประกอบกัน ผลการวิเคราะห์จึงคิดเทียบเป็นอัตราร้อยละ ดังนี้ ร้อยละ 80.00 จะใช้วิธีมุ่งด้านการขายกระดาษที่มีคุณภาพที่ดีกว่า รองลงมาจะให้การให้บริการที่ดีกว่า และวิธีการจัดระบบการขายอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพมากกว่า ทั้งสองวิธีนี้ คิดเป็นร้อยละ 60.00 เท่ากัน วิธีการมีสินค้าให้เลือกมากมาย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และอีกสองวิธีสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน คือการลดราคาและการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือธุรกิจใหม่

รายละเอียดของวิธีการหรือกลยุทธ์การ จัดจำหน่ายของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนสามารถสรุปได้ดังแสดงในตาราง 4.2

ตาราง 4.2 วิธีการหรือกลยุทธ์ในการจำหน่ายของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน

ข้อมูลวิธีการหรือกลยุทธ์ในการจำหน่ายของ ผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน	จำนวน (5 ราย)	อัตราร้อยละ
1. วิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่คิดว่าจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด		
การแวะเยี่ยมลูกค้าบ่อยๆ	3	60.00
การให้เครดิตพิเศษ	1	20.00
การพนักงานขายแนะนำ	1	20.00
2. วิธีการตั้งราคาขายกระดาษพิมพ์และเขียน		
ตั้งราคาตามต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ	3	60.00
ตั้งราคาตามราคาตลาดทั่วไป	2	40.00
3. วิธีเจาะตลาดหรือหาลูกค้า		
ใช้วิธีการบริการที่ดีกว่า	3	60.00
เข้าไปแนะนำสินค้าในที่ทำงานของลูกค้า	1	20.00
คิดส่วนลดพิเศษให้เสมอ	1	20.00
4. กลยุทธ์ด้านราคาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุน		
ปรับราคาขายตามต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง	3	60.00
รักษาราคาขายให้คงที่	1	20.00
คงระดับราคาเดิมระยะหนึ่ง แล้วค่อยเปลี่ยนแปลง	1	20.00
5. กลยุทธ์ด้านราคาเมื่อมีการแข่งขันด้านราคา		
ตัดราคาแข่งทันที	1	20.00
รักษาราคาเดิมระยะเวลาหนึ่ง	1	20.00
ไม่สนใจเพราะคิดว่าลูกค้ามาซื้อเป็นประจำ	1	20.00
ลดแข่งเท่าที่จะเป็นไปได้	1	20.00
ชี้แจงเรื่องคุณภาพของกระดาษ จำนวนแผ่นที่บรรจุ - โดยราคาอาจจะแพงกว่าคู่แข่ง	1	20.00

ตาราง 4.2 (ต่อ)

วิธีการหรือกลยุทธ์การจัดจำหน่าย	จำนวน (5 ราย)	อัตราร้อยละ
6. การรักษาส่วนแบ่งการตลาด (ตอบได้หลายข้อ)		
การขายคุณภาพกระดาษที่ดีกว่า	4	80.00
การให้บริการที่ดีกว่า	3	60.00
การจัดระบบการขายอย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพมากกว่า	3	60.00
การมีสินค้าให้เลือกมากมาย	2	40.00
การลดราคา	1	20.00
การเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือธุรกิจใหม่	1	20.00

4.3 ปัญหาและอุปสรรคการจัดจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน

ปัญหาและอุปสรรคการจัดจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนของผู้จำหน่ายนั้น จากการผลการวิเคราะห์พบว่า ปัญหาด้านพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนนั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงง่าย โดยการไปซื้อผู้จำหน่ายรายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และอีกร้อยละ 40.00 พบว่า ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง เพราะคิดว่าลูกค้ามักจะชินกับการซื้อผู้จำหน่ายเดิมเป็นประจำ สำหรับปัญหาที่พบอีกคือ ปัญหาด้านคุณภาพของกระดาษที่ผู้จำหน่ายประสบอยู่ เนื่องจากคุณภาพไม่คงที่ เปลี่ยนแปลงบ่อย โดยคิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา พบว่า คุณภาพไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 20.00

สำหรับปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่ผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน ได้ระบุไว้คือ ต้นทุนของกระดาษพิมพ์และเขียนเปลี่ยนแปลงบ่อย คิดเป็นร้อยละ 80.00 โดยเฉพาะตั้งแต่ช่วงเศรษฐกิจตกต่ำในปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา และ ปัญหาเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อของกระดาษพิมพ์และเขียนเสียหายง่ายและแผ่นกระดาษในห่อเดียวกัน มีคุณภาพไม่เหมือนกัน เช่น ความยาวของแผ่นกระดาษไม่เท่ากัน กระดาษบางแผ่นสีไม่เหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 60.00 เท่ากัน ปัญหาอีกสองอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากันคือ ปัญหาเกี่ยวกับผู้จำหน่ายบางรายมีเงื่อนไขให้ผู้ซื้อห้ามซื้อกระดาษจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ เช่น ผู้จำหน่ายที่ดำเนินการจำหน่ายเครื่องถ่ายเอกสารด้วยเป็นต้น เพราะถ้าผู้ซื้อซื้อกระดาษจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ จะไม่ทำการดูแลรักษาเครื่องถ่ายเอกสารให้ เมื่อเครื่องถ่ายเอกสารมีปัญหา เป็นต้น และอีกปัญหาหนึ่งคือ มีการเข้ามาจำหน่ายกระดาษโดยตรงจากผู้จำหน่าย

จากกรุงเทพฯ โดยตรง ทำให้มีการตัดราคากัน เนื่องจากว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดพิษณุโลก มีความจำเป็นต้องคำนึงถึงค่าขนส่ง ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนการขาย ดังนั้นราคาขายนั้นสูงกว่าผู้จำหน่ายกรุงเทพฯ โดยตรง

ตาราง 4.3 ปัญหาและอุปสรรคการจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน

ปัญหาและอุปสรรคการจำหน่าย กระดาษพิมพ์และเขียน	จำนวน (5 ราย)	อัตราร้อยละ
1. ลักษณะพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน		
ผู้ซื้อที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อขายอยู่เสมอ	3	60.00
ผู้ซื้อไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซื้อขาย เนื่องจากเป็นลูกค้าประจำ	2	40.00
2. คุณภาพของกระดาษ		
คุณภาพไม่คงที่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	4	80.00
คุณภาพไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง	1	20.00
3. ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ของการจำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียน (ตอบ ได้หลายข้อ)		
การบรรจุห่อของกระดาษพิมพ์และเขียนเสียหายง่าย	3	60.00
แผ่นกระดาษในห่อเดียวกัน คุณภาพไม่เหมือนกัน เช่น ความยาวของแผ่นกระดาษไม่เท่ากัน กระดาษบางแผ่นเป็นร่อง บางแผ่นสีไม่เหมือนกัน เป็นต้น	3	60.00
ต้นทุนของกระดาษพิมพ์เขียนเปลี่ยนแปลงบ่อย	4	80.00
ผู้จำหน่ายบางรายบังคับเงื่อนไขให้ผู้ซื้อ ห้ามซื้อกระดาษจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ	1	20.00
มีการจำหน่ายกระดาษโดยตรงจากผู้จำหน่ายจากกรุงเทพฯ ทำให้มีการตัดราคากัน	1	20.00