

## บทที่ 5

## ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และกระดาษเขียน

ผลการวิเคราะห์การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก โดยนำเสนอแยกได้เป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

- 5.1 ข้อมูลทั่วไปของพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน
- 5.2 วิธีการจัดซื้อของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน
- 5.3 ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน

## 5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ในการศึกษารั้งนี้ ได้ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม ในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปของพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลกพบว่า ลักษณะหน่วยงานของผู้ซื้อที่ทำการศึกษาทั้งหมด คือ โรงเรียนมัธยมศึกษา 60 ชุด กลุ่มสถาบันอุดมศึกษา 30 ชุด กลุ่มหน่วยงานราชการ 15 ชุด และกลุ่มบริษัทเอกชน 15 ชุด นั้น จัดอยู่ในหน่วยงานที่จัดงบประมาณวัสดุ-ครุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 100.00 กลุ่มผู้ซื้อที่สอบถาม จะมีทำเลอยู่ในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 60.00 และร้อยละ 40.00 อยู่ในต่างอำเภอ สำหรับหน่วยงานที่ผู้ซื้ออยู่นั้นจะมีหน่วยงานที่มีงบประมาณวัสดุ-ครุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 85.83 ของกลุ่มผู้ซื้อทั้งหมด และหน่วยงานของผู้ซื้อสามารถโอนหมวดงบประมาณอื่นมาใช้เพื่อการซื้อวัสดุ - ครุภัณฑ์ ได้คิดเป็นร้อยละ 64.17 และร้อยละ 35.83 นั้นเป็นหน่วยงานที่ไม่สามารถโอนได้ มีหน่วยงานที่สามารถจัดงบประมาณในการซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนได้ คิดเป็นร้อยละ 78.33 และที่เหลืออีกร้อยละ 21.67 นั้นเป็นหน่วยงานที่ไม่สามารถจัดงบประมาณดังกล่าวได้

ประเภทของงบประมาณกระดาษพิมพ์และเขียนของหน่วยงานผู้ซื้อจะถูกจัดอยู่ในงบประมาณหมวดวัสดุ - ครุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ อยู่ในงบกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.50 อยู่ในหน่วยงานของแต่ละโครงการ คิดเป็นร้อยละ 9.17 หน่วยงานผู้ซื้อจะให้กระดาษพิมพ์และเขียนชนิดกระดาษถ่ายเอกสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือกระดาษปรีฟโรเนียว หรือกระดาษโรเนียวสีน้ำตาล คิดเป็นร้อยละ 21.67 และกระดาษปอนด์โรเนียว คิดเป็นร้อยละ 18.33 นอกจากนั้นประเภทของผู้จำหน่ายกระดาษพิมพ์และเขียนที่ผู้ซื้อต้องการคือผู้

จำหน่ายที่กำหนดราคาพอสมควรและบริการดี คิดเป็นร้อยละ 91.66 และรองลงมา คือ ราคาไม่  
 เกินง แต่ขอบริการที่ดีที่สุด และผู้จำหน่ายที่มีราคาถูกที่สุดอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 4.17 เท่ากัน

ในทัศนะของผู้ซื้อ ได้ให้ความหมายของการบริการที่ดี คือ ราคาเหมาะสม แต่บริการ  
 ก่อนและหลังการขายดี คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ใช้บริการได้ตลอดเวลา เช่น เปิดบริการ  
 ต่อวันนานและใช้บริการในวันหยุดได้ คิดเป็นร้อยละ 25.00 สำหรับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด  
 กระดาษพิมพ์และเขียนที่สำคัญที่สุดนั้น ร้อยละ 35.00ของกลุ่มผู้ซื้อ คิดว่าเป็นการส่งเสริมการขาย  
 เช่น ราคา ส่วนลด ของแถม และรองลงมา คือร้อยละ 22.50 คิดว่าเป็นการจัดร้านให้น่าเชื่อถือ  
 เช่น บรรยากาศ สถานที่ที่ติดต่อย่าง และร้อยละ 20.00 คิดว่าเป็นการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์  
 ดังนั้นวิธีการส่งเสริมการขายที่ผู้ซื้อชอบมากที่สุด คือ การมีส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 72.50  
 รองลงมาคือ การมีของแถม ของแถม คิดเป็นร้อยละ 12.50 สำหรับด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ  
 8.33 ตามการวิเคราะห์ในตาราง 5.1 ดังนี้

ตาราง 5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราช การ	บริษัท เอกชน	รวม
1. ลักษณะหน่วยงานที่ผู้ซื้ออยู่ใน หน่วยงานที่จัดงบประมาณ วัสดุ - ครุภัณฑ์ ใหม่	60 (50.00)	30 (25.00)	15 (12.50)	15 (12.50)	120 (100.00)
2. ทำเลที่ตั้งของหน่วยงานผู้ซื้อ					
อำเภอเมือง	12 (10.00)	30 (25.00)	15 (12.50)	15 (12.50)	72 (60.00)
ต่างอำเภอ	48 (40.00)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	48 (40.00)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
<b>3. หน่วยงานของผู้ซื้อมีงบประมาณวัสดุ - ครุภัณฑ์</b>					
มี	51 (42.50)	30 (25.00)	12 (10.00)	10 (8.33)	103 (85.83)
ไม่มี	9 (7.50)	0 (0)	3 (2.50)	5 (4.17)	17 (14.17)
<b>4. หน่วยงานของผู้ซื้อสามารถโอน หมวดงบประมาณอื่นมาใช้เพื่อ การซื้อวัสดุ - ครุภัณฑ์</b>					
สามารถโอนได้	38 (31.67)	21 (17.50)	3 (2.50)	15 (12.50)	77 (64.17)
ไม่สามารถโอนได้	22 (18.33)	9 (7.50)	12 (10.00)	0 (0)	43 (35.83)
<b>5. หน่วยงานของผู้ซื้อมีการกำหนด งบประมาณในการซื้อกระดาษ พิมพ์และเขียน</b>					
มี	47 (39.17)	25 (20.83)	7 (5.83)	15 (12.50)	94 (78.33)
ไม่มี	13 (10.83)	5 (4.17)	8 (6.67)	0 (0)	26 (21.67)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
<b>6. ประเภทของงบประมาณกระดาษ พิมพ์เขียนของหน่วยงาน</b>					
อยู่ในงบประมาณหมวด- วัสดุ - ครุภัณฑ์	34 (28.33)	24 (20.00)	15 (12.50)	5 (4.17)	78 (65.00)
อยู่ในงบกลาง	15 (12.50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	15 (12.50)
อยู่ในหน่วยงานของแต่ละ- โครงการ	11 (9.17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	11 (9.17)
อยู่ในงบประมาณกระดาษ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	10 (8.33)	10 (8.33)
รายได้หมวดวัสดุ	0 (0)	3 (2.50)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)
งบเอกสารการพิมพ์	0 (0)	3 (2.50)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)
<b>7. ชนิดของกระดาษพิมพ์และเขียน ที่ใช้กันมากที่สุด</b>					
กระดาษถ่ายเอกสาร	19 (15.83)	23 (19.17)	15 (12.50)	15 (12.50)	72 (60.00)
กระดาษปรีฟโรเนียว	26 (21.67)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	26 (21.67)
กระดาษปอนด์โรเนียว	15 (12.50)	7 (5.83)	0 (0)	0 (0)	22 (18.33)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.1 ( ต่อ )

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราช การ	บริษัท เอกชน	รวม
<b>8. ประเภทของผู้จำหน่ายกระดาษ พิมพ์และเขียนที่ต้องการ</b>					
ราคาพอสมควรและ- บริการดี	58 (48.33)	28 (23.33)	12 (10.00)	12 (10.00)	110 (91.66)
ราคาไม่เกี่ยง แต่ขอบริการ- ดีที่สุด	2 (1.67)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)	5 (4.17)
ราคาถูกที่สุดอย่างเดียว	0 (0)	2 (1.67)	3 (2.50)	0 (0)	5 (4.17)
<b>9. ความหมายการบริการที่ดีใน ทัศนะของผู้ซื้อ</b>					
ราคาเหมาะสม แต่บริการ- ก่อนและหลังการขายดี	43 (35.83)	22 (18.33)	8 (6.67)	11 (9.17)	84 (70.00)
ใช้บริการ ได้ตลอดเวลา - เช่น เปิดบริการต่อวัน- นาน และใช้บริการใน- วันหยุดได้	15 (12.50)	8 (6.67)	4 (3.33)	3 (2.50)	30 (25.00)
ราคาต่ำที่สุด	2 (1.67)	0 (0)	3 (2.50)	0 (0)	5 (4.17)
จัดส่วนลดพิเศษ ,ให้- บริการการขายพอใช้	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.83)	1 (0.83)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราช การ	บริษัท เอกชน	รวม
<b>10. ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด กระดาษพิมพ์และเขียนที่สำคัญ ที่สุดในทัศนะของผู้ซื้อ</b>					
การส่งเสริมการขาย เช่น -	20	8	7	7	42
ราคา ส่วนลด ของแถม	(16.67)	(6.67)	(5.83)	(5.83)	(35.00)
การจัดร้านให้น่าเชื่อถือ -	11	6	8	2	27
เช่น บรรยากาศ สถาน- ที่ที่ติดต่อง่าย	(9.17)	(5.00)	(6.67)	(1.67)	(22.50)
การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	9	13	0	2	24
การโฆษณา	(7.50)	(10.83)	(0)	(1.67)	(20.00)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	16	3	0	4	23
	(13.33)	(2.50)	(0)	(3.33)	(19.17)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	4	0	0	0	4
	(3.33)	(0)	(0)	(0)	(3.33)
<b>11. วิธีการส่งเสริมการขายที่ผู้ซื้อ ชอบมากที่สุด</b>					
การมีส่วนลด	37	25	12	13	87
	(30.83)	(20.83)	(10.00)	(10.83)	(72.50)
การมีของแถม ของแถม	10	0	3	2	15
	(8.33)	(0)	(2.50)	(1.67)	(12.50)
ค้ำบริการ	5	5	0	0	10
	(4.17)	(4.17)	(0)	(0)	(8.33)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
การมีคะแนนสะสมจาก- การซื้อ	5 (4.17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	5 (4.17)
คิดต่อง่าย	3 (2.50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

## 5.2 วิธีการจัดซื้อของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ผลการศึกษาพบว่า วิธีการจัดซื้อกระดาษของหน่วยงานของผู้ซื้อ จะใช้วิธีการสืบราคา เป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา คือวิธีเสนอราคา คิดเป็นร้อยละ 37.50 นอกจากนี้ ผู้ซื้อจะเลือกแหล่งซื้อกระดาษโดยการสืบหา หรือมีข้อมูลว่าผู้ขายใดขายได้ในราคาต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 39.17 และรองลงมา จะซื้อจากผู้ขายที่เสนอราคาต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 26.67 ดังนั้นความหมายของการคำนึงด้านราคาของผู้ซื้อ หมายถึง ราคาต่ำสุดจากการสืบราคา คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมา คือ ราคาซื้อต่ำสุดที่มีการเสนอราคา ร้อยละ 27.50

ปัจจัยที่คำนึงถึงการซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในหน่วยงานคือ คุณภาพดีที่สุด ในราคาที่ได้จากการสืบราคาต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 92.50 รองลงมา คือ คุณภาพดีที่สุด ในงบประมาณที่มีโดยไม่คำนึงเรื่องราคา คิดเป็นร้อยละ 7.50 ฉะนั้น เงื่อนไขในการตัดสินใจซื้อ ก็คือ คุณภาพที่ดีที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.17 และรองลงมา คือ ผู้ขายที่เชื่อถือได้ ( ยื่นราคาระยะยาว, ส่งของได้แน่นอน) คิดเป็นร้อยละ 36.66 และราคาต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 11.67 การตัดสินใจซื้อขึ้นกับหน่วยงานระดับสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 2.50 ในการซื้อสินค้านั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้จำหน่ายรายใหม่นั้น เนื่องจาก คุณภาพสินค้าที่ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมา คือ สามารถให้เครดิตได้ คิดเป็นร้อยละ 28.33 และ การบริการที่ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 17.50 เพราะฉะนั้น เหตุผลที่ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนได้ซื้อจากผู้จำหน่ายปัจจุบัน ก็คือ คุณภาพของกระดาษดี คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ การบริการดีและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 28.33 ซึ่งนั่นก็หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงไปซื้อจากผู้จำหน่ายรายใหม่ ก็เพราะ ไม่พอใจในคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมา คือ ราคาแพงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 25.00 ซึ่งเท่ากับ การอยากลองจากผู้จำหน่ายรายใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน

สำหรับเหตุผลที่ผู้ซื้อ ไม่ยอมเปลี่ยนยี่ห้อหรือผู้จำหน่ายรายใหม่ เพราะพอใจในคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ พอใจในการให้เครดิต คิดเป็นร้อยละ 28.33 และพอใจในการบริการการขาย คิดเป็นร้อยละ 19.17 สำหรับแหล่งที่ผู้ซื้อทำการซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน คือ ร้านเครื่องเขียน วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 70.83 รองลงมา คือ ซื้อจากผู้จำหน่ายกระดาษโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 19.17 จากการศึกษาในครั้งนี้ ยังพบอีกว่า การเปลี่ยนแปลงราคากระดาษของผู้จำหน่ายที่ซื้อประจำมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือ มีผลต่อการตัดสินใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.00 และแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ซื้อ ก็คือ การให้เครดิตระยะเวลาที่นานกว่า คิดเป็นร้อยละ 61.67 รองลงมา คือ การลดราคา คิดเป็นร้อยละ 25.00 ดังแสดงในตาราง 5.2 ดังต่อไปนี้

ตาราง 5.2 วิธีการจัดซื้อของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
<b>1. วิธีการจัดซื้อกระดาษของหน่วยงาน</b>					
ตีบราคา	29 (24.17)	9 (7.50)	3 (2.50)	9 (7.50)	50 (41.67)
เสนอราคา	13 (10.83)	17 (14.17)	12 (10.00)	3 (2.50)	45 (37.50)
ซื้อปลีกตามราคาตลาด	9 (7.50)	4 (3.33)	0 (0)	3 (2.50)	16 (13.33)
ตกลงราคา	5 (4.17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	5 (4.17)
ผู้ขายมาส่งถึงที่และ - ระบบเครดิต	4 (3.33)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (3.33)
<b>2. แหล่งที่ผู้ซื้อเลือกซื้อกระดาษ</b>					
ตีบหา หรือมีข้อมูลว่าผู้ ขายใดขายให้ในราคา ต่ำสุด	18 (15.00)	14 (11.67)	9 (7.50)	6 (5.00)	47 (39.17)
ซื้อจากผู้ขายที่เสนอราคา ต่ำสุด	17 (14.17)	6 (5.00)	6 (5.00)	3 (2.50)	32 (26.67)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
ซื้อตามราคาจากร้านที่- สามารถซื้อได้โดย- สะดวก	13 (10.83)	6 (5.00)	0 (0)	3 (2.50)	22 (18.33)
แหล่งเดิมเป็นประจำ	12 (10.00)	4 (3.33)	0 (0)	3 (2.50)	19 (15.83)
<b>3. ความหมายของการคำนึงถึงด้าน ราคา</b>					
ราคาต่ำสุดจากการสืบราคา	20 (16.67)	9 (7.50)	0 (0)	6 (5.00)	35 (29.17)
ราคาซื้อต่ำสุดที่มีการ- เสนอราคา	13 (10.83)	9 (7.50)	8 (6.67)	3 (2.50)	33 (27.50)
ราคาขายของร้านที่ซื้อได้- สะดวก	19 (15.83)	9 (7.50)	0 (0)	3 (2.50)	31 (25.83)
ราคาที่คำนวณดอกเบี้ยลด- จากการได้เครดิตการ- ชำระเงิน	8 (6.67)	3 (2.50)	7 (5.83)	3 (2.50)	21 (17.50)
<b>4. ปัจจัยที่คำนึงถึงในการซื้อ กระดาษพิมพ์เขียนในหน่วยงาน คุณภาพดีที่สุดในราคาที่- ได้จากการสืบราคาว่า- ต่ำสุด</b>					
	55 (45.83)	26 (21.67)	15 (12.50)	15 (12.50)	111 (92.50)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
คุณภาพดีที่สุดในงบ- ประมาณที่มี ไม่คำนึง- เรื่องราคา	5 (4.17)	4 (3.33)	0 (0)	0 (0)	9 (7.50)
<b>5. เงื่อนไขในการตัดสินใจซื้อ</b>					
คุณภาพดีที่สุด	24 (20.00)	17 (14.17)	12 (10.00)	6 (5.00)	59 (49.17)
ผู้ชายที่เชื่อถือได้ (เป็นราคา- ระยะยาว, ส่งของได้- แน่นอน)	28 (23.33)	13 (10.83)	0 (0)	3 (2.50)	44 (36.66)
ราคาค่ำสุด	8 (6.67)	0 (0)	3 (2.50)	3 (2.50)	14 (11.67)
การตัดสินใจซื้อขึ้นกับ- หน่วยงานระดับที่สูง- กว่า	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)	3 (2.50)
<b>6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยน แปลงไปซื้อผู้จำหน่ายรายใหม่</b>					
คุณภาพสินค้าที่ดีกว่า	21 (17.50)	9 (7.50)	8 (6.67)	6 (5.00)	44 (36.67)
สามารถให้เครดิตได้	12 (10.00)	9 (7.50)	7 (5.83)	6 (5.00)	34 (28.33)
การบริการที่ดีกว่า	17 (14.17)	4 (3.33)	0 (0)	0 (0)	21 (17.50)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
ติดต่อสะดวก เนื่องจาก- การสื่อสารสะดวก	1 (0.83)	4 (3.33)	0 (0)	3 (2.50)	8 (6.67)
ราคาต่ำสุด	5 (4.17)	2 (1.67)	0 (0)	0 (0)	7 (5.83)
ติดต่อสะดวก เนื่องจาก- ใกล้สถานที่ทำงาน	4 (3.33)	2 (1.67)	0 (0)	0 (0)	6 (5.00)
<b>7. เหตุผลที่ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และ เขียนจากผู้จำหน่ายปัจจุบัน (ตอบได้หลายข้อ)</b>					
คุณภาพของกระดาษดี	25 (20.83)	8 (6.67)	4 (3.33)	3 (2.50)	40 (33.33)
ราคาเหมาะสม	23 (19.17)	7 (5.83)	0 (0)	6 (5.00)	36 (30.00)
การบริการดีและรวดเร็ว	25 (20.83)	4 (3.33)	2 (1.67)	3 (2.50)	34 (28.33)
สนใจการชำระเงิน เหมาะสม	21 (17.50)	5 (4.17)	3 (2.50)	1 (0.83)	30 (25.00)
เพื่อน,ญาติ,คนรู้จัก - แนะนำให้ซื้อ	6 (5.00)	2 (1.67)	4 (3.33)	0 (0)	12 (10.00)
ชื่อเสียงของบริษัทที่น่า- เชื่อถือ	7 (5.83)	2 (1.67)	2 (1.67)	0 (0)	11 (9.17)
พนักงานขายให้ข้อมูลดี	5 (4.17)	1 (0.83)	0 (0)	1 (0.83)	7 (5.83)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.2 ( ต่อ )

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
โฆษณาประชาสัมพันธ์- นำเชือถือ	2 (1.67)	0 (0)	0 (0)	1 (0.83)	3 (2.50)
ใกล้ที่ทำงาน	2 (1.67)	1 (0.83)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)
การเยี่ยมชมลูกค้า- บ่อยครั้ง	1 (0.83)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.83)
<b>8. ปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงไป</b>					
ซื้อผู้จำหน่ายรายใหม่					
ไม่พอใจในคุณภาพ	21 (17.50)	5 (4.17)	0 (0)	9 (7.50)	35 (29.17)
ราคาแพงเกินไป	20 (16.67)	4 (3.33)	0 (0)	6 (5.00)	30 (25.00)
อยากลองผู้จำหน่าย- รายใหม่	13 (10.83)	17 (14.17)	0 (0)	0 (0)	30 (25.00)
มีคนแนะนำให้ไปซื้อ- ผู้จำหน่ายรายใหม่	6 (5.00)	4 (3.33)	15 (12.50)	0 (0)	25 (20.83)
<b>9. เหตุผลที่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อหรือ</b>					
ผู้ขายรายใหม่					
พอใจในคุณภาพ	18 (15.00)	8 (6.67)	10 (8.33)	4 (3.33)	40 (33.33)
พอใจในการให้เครดิต	12 (10.00)	13 (10.83)	5 (4.17)	4 (3.33)	34 (28.33)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
พอใจในการบริการการขาย	16 (13.33)	5 (4.16)	0 (0)	2 (1.67)	23 (19.17)
พอใจในราคา	12 (10.00)	2 (1.67)	0 (0)	3 (2.50)	17 (14.17)
มีส่วนลดพิเศษ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (1.67)	4 (3.33)
ไม่กล้าลงยี่ห้ออื่นหรือ- ผู้ขายรายใหม่	0 (0)	2 (1.67)	0 (0)	0 (0)	2 (1.67)
<b>10. แหล่งที่ผู้ซื้อทำการซื้อกระดาษ เป็นส่วนใหญ่</b>					
ร้านเครื่องเขียน วัสดุ- อุปกรณ์สำนักงาน	53 (44.17)	21 (17.50)	8 (6.67)	3 (2.50)	85 (70.83)
ผู้จำหน่ายกระดาษโดยตรง	7 (5.83)	0 (0)	7 (5.83)	9 (7.50)	23 (19.17)
ศูนย์ถ่ายเอกสาร	0 (0)	5 (4.17)	0 (0)	0 (0)	5 (4.17)
ร้านขายเครื่องถ่ายเอกสาร	0 (0)	4 (3.33)	0 (0)	0 (0)	4 (3.33)
ผู้ค้าปลีกและส่ง เช่น โลคัส- แม็คโคร บิ๊กซี	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (2.50)	3 (2.50)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน ในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
<b>11. การเปลี่ยนแปลงราคากระดาษ ของผู้จำหน่ายที่ซื้อประจำมีผล ต่อการตัดสินใจซื้อ</b>					
มีผลต่อการตัดสินใจ- ซื้อ มาก	49 (40.83)	26 (21.67)	9 (7.50)	12 (10.00)	96 (80.00)
มีผลต่อการตัดสินใจ- ซื้อ น้อย	11 (9.17)	4 (3.33)	6 (5.00)	3 (2.50)	24 (20.00)
<b>12. แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อ</b>					
การให้เครดิตระยะเวลาที่- นานกว่า	33 (27.50)	17 (14.17)	15 (12.50)	9 (7.50)	74 (61.67)
การลดราคา	20 (16.67)	4 (3.33)	0 (0)	6 (5.00)	30 (25.00)
การแนะนำจากพนักงาน- ขาย	7 (5.83)	9 (7.50)	0 (0)	0 (0)	16 (13.33)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

### 5.3 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลกนั้น พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนที่เกี่ยวกับเนื้อกระดาษที่พบบ่อยมาก คือ เนื้อกระดาษคุณภาพไม่ดี เช่น บาง, หยาบ เมื่อเทียบกับจำนวนแกรมที่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือเนื้อกระดาษมีความชื้นง่าย คิดเป็นร้อยละ 18.33 และ แผ่นกระดาษตัดไม่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.17

นอกจากนั้น ได้ทำการศึกษาปัญหาด้านราคาของผู้จำหน่ายทั่วไปกับราคาในโกลด์ส แม็คโคร บิ๊กซี ในทัศนะของผู้ซื้อ เนื่องจาก มีผู้ซื้อบางรายได้ซื้อจากสถานที่เหล่านี้ ซึ่งได้รับชำระเป็นเงินสดเท่านั้นและผู้ซื้อบางราย ที่สามารถซื้อด้วยเงินสดได้ จึงได้ข้อมูลว่า ราคาในโกลด์ส แม็คโคร บิ๊กซี ถูกกว่าและคุณภาพใกล้เคียงกับผู้จำหน่ายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือราคาผู้จำหน่ายทั่วไปแพงกว่า แต่คุณภาพกระดาษดีกว่า ทั้งนี้แสดงว่าผู้จำหน่ายทั่วไปนั้น สินค้ามีคุณภาพที่ดีกว่า จึงมีการตั้งราคาที่สูงกว่า และมีการบวกกำไรสำหรับการให้เครดิตและบริการ ตลอดจนส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายดังกล่าว

ตาราง 5.3 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียน

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
1. ปัญหาของเนื้อกระดาษที่พบบ่อยมาก					
เนื้อกระดาษคุณภาพไม่ดี - เช่น บาง, หยาบ เมื่อ- เทียบกับจำนวนแกรม- ที่ระบุ	41 (34.17)	15 (12.50)	7 (5.83)	12 (10.00)	75 (62.50)
เนื้อกระดาษมีความชื้นง่าย	10 (8.33)	9 (7.50)	0 (0)	3 (2.50)	22 (18.33)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ

ตาราง 5.3 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ซื้อกระดาษพิมพ์และเขียนในจังหวัดพิษณุโลก	โรงเรียน สามัญ ศึกษา	กลุ่มอุดม ศึกษา	หน่วย งานราชการ	บริษัท เอกชน	รวม
แผ่นกระดาษตัดไม่เท่ากัน	6 (5.00)	3 (2.50)	8 (6.67)	0 (0)	17 (14.17)
เนื้อกระดาษสีไม่เหมือนกันในรีม หรือห่อเดียวกัน	3 (2.50)	3 (2.50)	0 (0)	0 (0)	6 (5.00)
<b>2. ราคากระดาษจากผู้จำหน่ายทั่วไป</b>					
กับราคาในโลตัส แม็คโคร บิ๊กซี					
ราคาใน โลตัส แม็คโคร- บิ๊กซี ถูกกว่าและคุณภาพ ใกล้เคียงกับ- ผู้จำหน่ายทั่วไป	15 (12.50)	8 (6.67)	7 (5.83)	9 (7.50)	39 (32.50)
ราคาผู้จำหน่ายทั่วไปแพง- กว่า แต่คุณภาพ- กระดาษดีกว่า	18 (15.00)	8 (6.67)	8 (6.67)	0 (0)	34 (28.33)
ราคาไม่แตกต่างกันเท่าไร	15 (12.00)	14 (11.66)	0 (0)	0 (0)	29 (24.17)
แตกต่างกันมาก เพราะ- ราคาใน โลตัส - แม็คโคร บิ๊กซี ถูกกว่า	12 (10.00)	0 (0)	0 (0)	6 (5.00)	18 (15.00)

ตัวเลขในวงเล็บ : คิดเป็นร้อยละ