

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

### การวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสา ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้วิจัย

ชื่อสถานศึกษา

ปี 2544

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ชื่อและตำแหน่ง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษสาในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่



## ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

### ENTREPRENEURS' MARKETING STRATEGIES FOR SAA PAPER PRODUCTS IN AMPHUR SANKUMPANG ,CHIANGMAI

By

WANARUT CHAIPUKDEE

DECEMBER 2001

Chairman: Assistant Professor Dollakorn Kwankum

Department/faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,  
Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to study 1) the marketing strategies of the Saa Paper product's entrepreneurs in Amphur Sankumpang, Chiangmai 2) the marketing problems and obstacles of entrepreneur's marketing strategies for the Saa Paper product. The data were collected by means of questionnaire from 65 population who was the entrepreneurs of Saa Paper product in Amphur Sankumpang, Chiangmai. All data were analyzed by microcomputer with SPSS/PC program.

The consequences of this research were found as follow. The population who answered the questionnaire was women, married and 31 - 40 years old in average. They were holding Bachelor Degree and having 2 - 5 years of business experiences. The trait of their business was mono-owner, hiring about 5 permanent and impermanent employees.

For product strategies, the entrepreneurs emphasized, chronologically, on design quality, variety of product, materials, trademark and packing. The Saa Paper products were designed by the entrepreneurs and also by the customers' orders. Most of the Saa Paper products had neither trademark nor label. The product itself was neatly wrapped and covered with plastic bag to prevent damage. Most of the leftover stocks were kept in showrooms or in the factory. The entrepreneurs would guarantee their products and agree to exchange the damaged product during transportation.

For price strategies, the entrepreneurs set up their prices higher than their competitors did by adding the investing cost to quote the price, they marked it from the quality of the product. The sales promotion would be discounted if the customers bought in a large lot, paid for transportation and asked for the commerce credit.

For place strategies, most of the entrepreneurs sold their products directly to the stores where there were showrooms. The delivery time was about 21-30 days. Most of the delivery fees were added to the price of the product. The location to sell these products was mostly in the tourist area.

For promotion strategies, the entrepreneurs would offer discount to the customers for a large volume order and through commerce credit. It was found that the entrepreneurs did not prefer to advertise their products in any kinds of mass media. They would prefer to give a sponsor. They hired both permanent and impermanent employees.

Problems and obstacles of the product, it was found that there were copied products among competitors and there was fast changing in the product's design.

Problems and obstacles of prices, the entrepreneurs faced the hard competitive price and the heavy bargain from customers and from wholesalers.

Problems and obstacles of place, the entrepreneurs found that there were too many steps of transportation in exporting the product, the cost of exporting was also very high.

Problems and obstacles of promotion, the entrepreneurs found that the advertisement through all mass media did not reach the right targets and some employees produced the Saa Paper product themselves by copying the styles and designs from their own employers.