บทที่ 3
สภาพทั่วไปของธุรกิจ ล้าง – อัด – ขยายภาพ และการตลาด

3.1 ความเป็นมาของธุรกิจ ล้าง–อัด–ขยายภาพและการตลาด

จากประวัติศาสตร์ของการถ่ายภาพที่ยาวนาน การรับเอาอารยธรรมตะวันตก ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องใช้อำนวยความสะดวกและมีความแปลกใหม่เข้ามาใช้ให้สอดคล้องกับวิธีการดำเนินชีวิตของคนไทย ทำให้ความเชื่อด้านการถ่ายภาพเริ่มเปลี่ยนไป ประกอบกับมีชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนเปิดร้านถ่ายภาพให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญต่อความนิยมถ่ายภาพให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง และส่งผลต่อเนื่องให้มีผู้สนใจเข้ามาลงทุนเปิดร้านถ่ายภาพกันเพิ่มมากขึ้น

ร้านถ่ายภาพที่เปิดให้บริการในระยะแรกจะให้บริการถ่ายภาพในลักษณะฟิล์มขาว–ดำ ตัวกล้องถ่ายภาพมีขนาดใหญ่ ไม่สะดวกต่อการพกพา ทำให้ถ่ายภาพได้เพียงครั้งละ 1 ภาพ นอกจากนี้ การล้าง-อัด-ขยายค่อนข้างนานจึงจะได้ภาพออกมาสวยคมชัด อย่างไรก็ตามความเชื่อและค่านิยมที่เริ่มเปลี่ยนไปทำให้ความต้องการถ่ายภาพในวาระโอกาสต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และมีช่องทางที่จะขยายฐานตลาดได้อีกมาก ทำให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพในต่างประเทศเข้ามาตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย และพัฒนาสู่การผลิตอุปกรณ์ถ่ายภาพขึ้นเองตามลำดับเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาร้านถ่ายภาพมาสู่ยุคปัจจุบัน

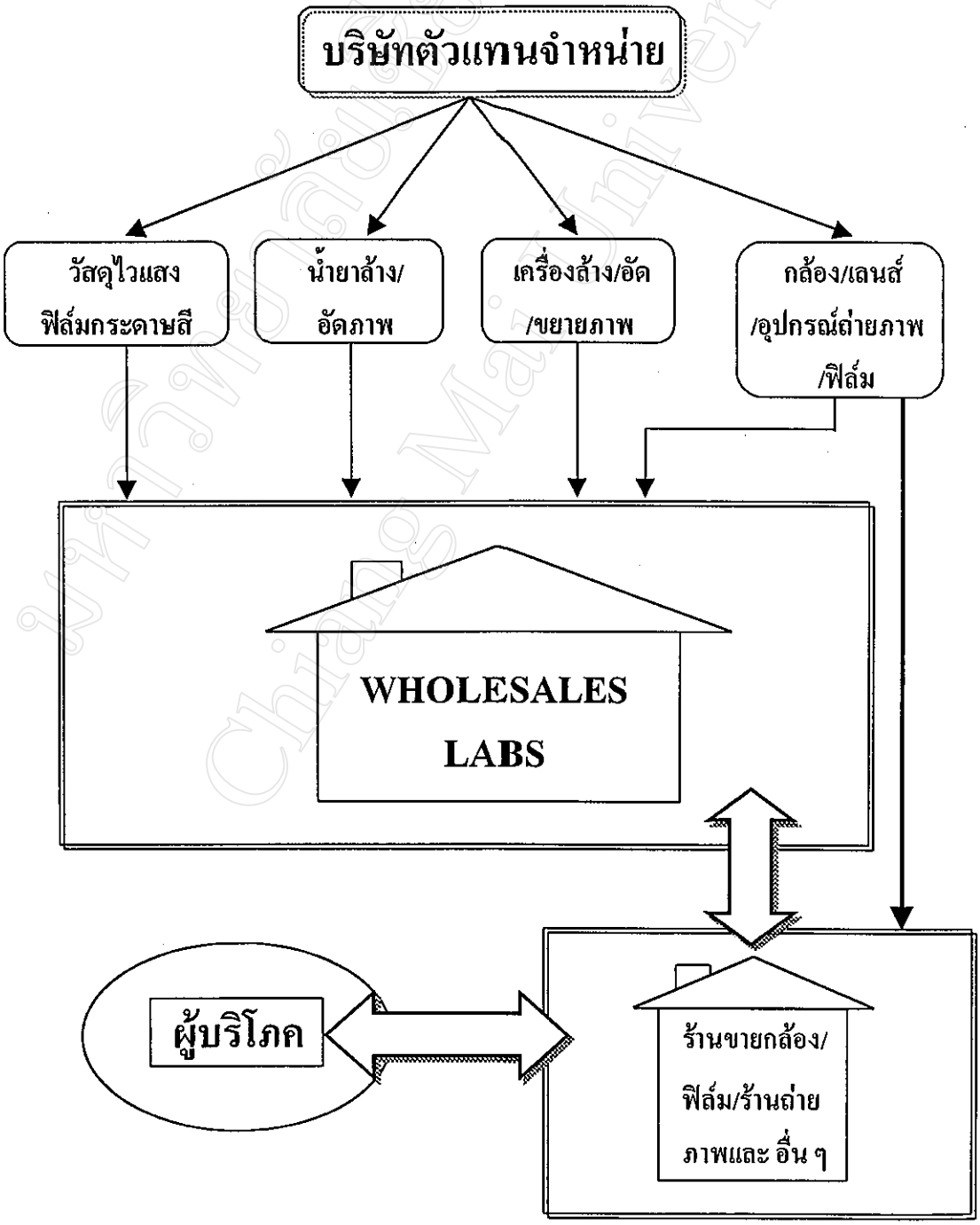
การศึกษาถึงวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมการถ่ายภาพ สามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 ศึกษาถึงประวัติศาสตร์ของการถ่ายภาพ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และแนวทางที่ 2 เป็นการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงในยุคต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมการถ่ายภาพ ซึ่งการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจะแบ่งยุคของ อุตสาหกรรมการถ่ายภาพภายในประเทศได้ 2 ยุค ดังนี้

3.1.1 ยุคของธุรกิจ ล้าง-อัด-ขยายภาพส่ง (Wholesales Labs) (พ.ศ. 2503 – 2523)

ในประมาณต้นทศวรรตที่ 60 การใช้กล้องและการถ่ายภาพมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางจากเดิมที่เคยมีอยู่แต่ในเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีอันจะกินเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทำให้วัตถุดิบ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกภาพมีราคาถูกลง ส่งผลให้เกิดอุตสาหกรรมการ ถ่ายภาพที่จะมารองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เครื่องมือ, อุปกรณ์ที่ใช้ในการล้าง, อัด, ขยายภาพในเวลานั้น (พ.ศ. 2503 – 2523) มีราคาแพงมาก แล็ปสีที่รับล้างอัด

ขยายภาพในลักษณะที่เราเรียกว่า แล็ปส่ง หรือ wholesales labs นั่นเอง โดย wholesales labs เหล่านี้จะรับงานมาจากแหล่งต่าง ๆ ที่ ผู้บริโภคทั่วไปส่ง เช่น ร้านถ่ายรูป ร้านค้า ร้านขายอัลบั้ม กรอบรูป และร้านเหล่านี้จะรวบรวมฟิล์มของผู้บริโภคส่งต่อไปอีกทีให้กับ wholesales labs ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 3 – 7 วัน ในการล้างอัดขยายภาพ (ทั้งสีและขาว-ดำ) เนื่องจากอุปกรณ์ในยุคนั้นยังไม่ค่อยจะทันสมัยเท่าไรนัก หลังจากที่ wholesales labs ล้างอัดภาพเสร็จแล้วก็จะส่งภาพกลับมายังร้านค้าร้านถ่ายรูป เพื่อรอให้ผู้บริโภคมารับอีกทีหนึ่ง โครงสร้างของระบบในยุค wholesales สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 3.1 แผนภาพแสดงการประกอบธุรกิจในยุคของแล็ปส่ง (Wholesales Lab)

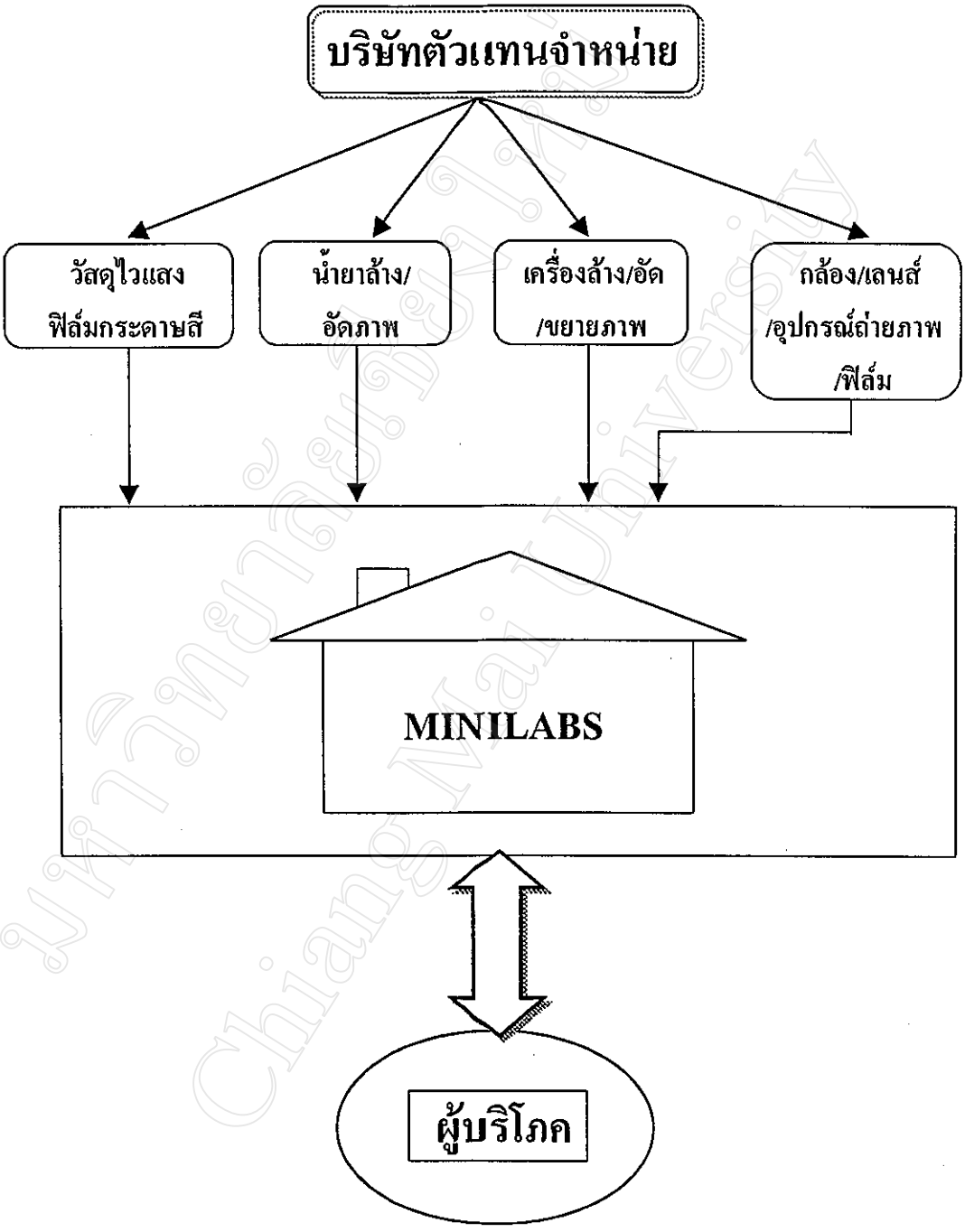


จากแผนภูมิจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ในสมัยนั้น wholesales labs มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมถ่ายภาพมาก สินค้าส่วนใหญ่ที่ออกจากบริษัทก่อนจะถึงมือผู้บริโภค ร้านค้า หรือร้านถ่ายรูปจะต้องผ่าน wholesales labs เสมอ ในขณะเดียวกัน wholesale labs เหล่านี้ก็จะรับล้าง/อัดฟิล์มที่ผู้บริโภคบันทึกภาพแล้วผ่านทางร้านถ่ายรูป ร้านค้า ดังกล่าวด้วย

3.1.2 ยุคของธุรกิจ ล้าง-อัด-ขยายภาพ ในปัจจุบัน (mini lab) (พ.ศ. 2523 – ปัจจุบัน)

เมื่อถึงยุคต้น ๆ ทศวรรตที่ 80 โครงสร้างของอุตสาหกรรมการถ่ายภาพได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่อีกครั้งหนึ่ง เมื่อมีการพัฒนาของเทคโนโลยีของการล้าง/อัดภาพขึ้นมาใหม่ที่เราเรียกว่า minilab ซึ่งมีราคาถูกเพราะรวมเครื่องล้าง/อัดและขยายภาพอยู่ในเครื่องเดียวกัน ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน จึงทำให้ร้านถ่ายรูป ห้องภาพบางแห่งเริ่มมีการติดตั้ง minilab เพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องผ่าน wholesales อีกต่อไป เครื่อง minilab ใหม่นี้ยังเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค เนื่องจากใช้เวลาในการรอการล้าง/อัดสั้นมาก ในยุคแรกที่มินิแล็ปเริ่มเข้ามาในประเทศไทย (พ.ศ. 2523) ผู้บริโภคสามารถรับภาพได้ในวันเดียว จนกระทั่งทุกวันนี้มีร้านที่เป็น minilab อยู่ถึงประมาณมากกว่า 2,000 แห่งทั่วประเทศไทย ในขณะที่ wholesales labs แทบจะไม่มีให้เห็นแล้วในปัจจุบัน สำหรับโครงสร้างของอุตสาหกรรมถ่ายภาพยุคมินิแล็ปสามารถแสดงให้เห็นเป็นแผนภาพ ดังนี้

แผนภาพที่ 3.2 แสดงการประกอบธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในปัจจุบัน



3.2 การประกอบธุรกิจ ล้าง-อัด-ขยายภาพ

ธุรกิจล้าง-อัดขยายภาพ ถือว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กสำหรับผู้ประกอบการทั่วไป ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ

1) ส่วนของการให้บริการหรือขายบริการเป็นธุรกิจ

1.1) ให้บริการรับล้างฟิล์มเนกาตีฟ (negative) ทั่วไปหรือรับล้างฟิล์มสไลด์ (positive)

1.2) ให้บริการอัดขยายภาพจากฟิล์มเนกาตีฟ (negative) (หรือฟิล์มถ่ายภาพทั่วไปนั่นเอง) เป็นรูปภาพขนาดต่าง ๆ โดยขนาดมาตรฐานทั่วไป คือ ขนาด 3" x 5" (postcard size) และขนาด 4" x 6" (jumbo size) และขนาด เฉพาะอย่าง ตามวัตถุประสงค์ เช่น ขนาด 5" x 7" , 6" x 8" จนถึงขนาดใหญ่ สำหรับแขวนผนังห้องรับแขก เช่น ขนาด 20" x 24" เป็นต้น

1.3) ให้บริการถ่ายรูปด่วน (instant picture) 1 นาทีรับได้ เพื่อใช้สำหรับติดบัตรประจำตัว หรือใบขับขี่ , พาสปอร์ต เป็นต้น โดยบริการถ่ายรูปเฉพาะขนาด 1" หรือ 2" เท่านั้น

1.4) ให้บริการด้านคำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับการถ่ายภาพเบื้องต้น ตลอดจนแนะนำการใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมถูกต้องกับลูกค้าที่ขอคำปรึกษา

1.5) ให้บริการเคลือบรูป ทำกรอบรูป ชนิดต่าง ๆ

2) ส่วนของการจำหน่ายสินค้า สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการถ่ายรูปและอัดขยายรูปทั้งสิ้น ดังนี้

2.1) สินค้ากลุ่มฟิล์มถ่ายภาพ ได้แก่ ฟิล์มถ่ายภาพสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น ฟิล์ม negative ความไวแสง 100 (ASA100) , ASA 200 , ASA 400 และฟิล์มสไลด์ ASA 100 , ASA 200 , ASA 400 และฟิล์มขาวดำ

2.2) สินค้ากลุ่มเสริมธุรกิจ ได้แก่ กล้องถ่ายรูป , แบตเตอรี่ ขนาดต่าง ๆ (สำหรับใช้กับอุปกรณ์ถ่ายภาพเป็นหลัก) album ใส่ภาพ , อุปกรณ์กล้องถ่ายรูป เช่น เลนส์ หรือฟิลเตอร์ กรอบรูปแบบต่าง ๆ และขนาดต่าง ๆ เป็นต้น

3.2.1 ปัจจัยหลักที่ใช้ในการพิจารณาการลงทุนทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ

1) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ ประกอบด้วย

1.1) โครงสร้างประชากร หมายถึง จำนวนประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณนั้นมีปริมาณมากเพียงใด หรือประชาชนที่สัญจรผ่านทำเลที่ตั้งมีปริมาณขนาดไหน จากจำนวนประชาชนดังกล่าวข้างต้น จะสามารถประมาณการถึงจำนวนลูกค้าของธุรกิจได้และ จำนวนลูกค้าจะมีจำนวนมากพอที่จะทำให้ธุรกิจถึงจุดคุ้มทุนหรือไม่

1.2) สิ่งที่อำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น มีที่จอดรถไว้บริการลูกค้าหรือไม่ ลูกค้าไม่ได้ใช้รถยนต์สะดวกมารับบริการหรือไม่ การจราจรแออัดเกินไปหรือไม่

1.3) ปริมาณของคู่แข่งขันในทำเลที่ตั้งเดียวกัน เช่น มีธุรกิจประเภทเดียวกันอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สนใจมากหรือเปล่า สภาพการแข่งขันจะมีมากขนาดไหน และปริมาณกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมีพอหรือไม่สำหรับธุรกิจล้างอัดขยายภาพ ทั้งหมดในทำเลเดียวกันนี้

1.4) ต้นทุนของสถานประกอบการ ในที่นี้หมายถึงอาคารพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหรือการเช่า

2) เงินทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน และผลตอบแทนการลงทุน

3) ความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

3.1) บุคลากร เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจการให้บริการ การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจใช้บุคลากรเป็นหลัก เช่น การขายสินค้าหน้าร้าน การต้อนรับลูกค้า แม้แต่การล้าง-อัด-ขยายภาพ ก็ต้องใช้คนในการควบคุมและดูแลเครื่องจักร ตลอดจนตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ภาพถ่ายที่อัดหรือขยายออกมามีคุณภาพมาตรฐานที่ดี ดังนั้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจนี้ทีเดียว

3.2) เทคโนโลยี เนื่องจากธุรกิจนี้ต้องใช้เครื่องจักรในการล้างฟิล์ม (เครื่องล้างฟิล์ม) และการอัด-ขยายภาพ (เครื่องปรินซ์รูป) ปัจจุบัน เครื่องอัดรูป ได้พัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เครื่องอัดรูปที่เทคโนโลยีทันสมัย จะสามารถช่วยให้คุณภาพของรูปถ่ายสวยได้มาตรฐานง่ายขึ้น และรวดเร็ว ตลอดจนสามารถลดการสูญเสีย อันเกิดจากการผลิตรูปไม่ได้มาตรฐาน ยังผลให้ลูกค้าพอใจในคุณภาพของรูป ขณะที่ต้นทุนการผลิตต่ำลง

3.3) กลยุทธ์การตลาด เนื่องจากสภาพการแข่งขันที่สูงในปัจจุบัน การประกอบธุรกิจให้ประสพผลสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การตลาดที่ดี ตลอดจนการวางแผนการตลาดที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้อย่างไม่เสียเปรียบและอาจจะได้เปรียบด้วยการกำหนดกลยุทธ์ การตลาดที่ผิดย่อมยากที่จะประสพความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม หลักการที่ดีในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดก็คือ การสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค และเดียวกันต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการควรจะพิจารณาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นให้รอบคอบ เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการหลายราย ขาดประสพการณ์และความรอบคอบ ทำให้พบกับปัญหาที่ไม่คาดคิดมาก่อน เช่น พบกับกลยุทธ์การตัดราคาอย่างรุนแรงจากคู่แข่งขัน บางครั้งผู้ประกอบการพิจารณาปัจจัยดังกล่าวอย่างรอบคอบ แต่พบกับการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึง และไม่สามารถควบคุมได้ (external factors) เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรง การเปลี่ยนแปลงกฎจราจร เช่น จากการเดินสองช่องทาง

เป็นการเดินรถทางเดียว ทำให้เกิดการไม่สะดวกกับลูกค้าที่จะมารับบริการ การเพิ่มขึ้นของผู้แข่งขันเกิดขึ้นหลังจากผู้ประกอบการประกอบธุรกิจไปแล้ว เป็นต้น

3.3 รูปแบบของการทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยาย-ภาพ

การทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ สามารถแบ่งตามภาพลักษณ์และการใช้ผลิตภัณฑ์ ได้ 5 ลักษณะ คือ

1) การทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในรูปแบบของร้าน ฟูจิเอ็กเพรส (Fuji Express)
2) การทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในรูปแบบของร้าน โกดักเอ็กเพรส (Kodak Express)
3) การทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในรูปแบบของร้าน โคนิก้าโฟโต้เอ็กเพรส (Konica Photo Express)
4) การทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในรูปแบบของร้าน อักฟ่าโฟโต้เจ็ท (Agfa Photo Jet)
5) การทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในรูปแบบของร้านประกอบการอิสระ (แล็ปสีอิสระ)

3.3.1 ธุรกิจล้างอัด-ขยาย-ภาพฟูจิเอ็กเพรส (Fuji Express)

หมายถึงธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพที่ใช้แบรนด์แนม ของ ฟูจิ ภายใต้สัญลักษณ์ฟูจิเอ็กเพรส ในการดำเนินธุรกิจนั้น จะต้องสอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท ฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด การทำธุรกิจภายใต้สัญลักษณ์ ฟูจิเอ็กเพรส (Fuji Express) นั้นมีดังนี้

1) เงื่อนไขการดำเนินธุรกิจ Fuji Express และเป็นสมาชิก Fuji Express Club

1.1) ผู้ประกอบการต้องซื้อเครื่องล้างฟิล์ม และเครื่องอัดรูป (รวมเรียกว่า Minilab) จากบริษัท ฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพทั้งหมดภายใต้สัญลักษณ์ Fuji Film และจำหน่าย มินิแล็ป ยี่ห้อ Fuji Film แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย มินิแล็ปนี้เป็นสินค้าจาก บริษัท Fuji Photo Film ประเทศญี่ปุ่นโดยตรง ผู้ประกอบการ สามารถซื้อได้ทั้งราคาเงินสด และเงินผ่อน โดยปกติจะจำหน่ายเฉพาะเครื่องใหม่ แต่บางครั้งอาจจะมีเครื่องที่ใช้แล้ว (เฉพาะบางรุ่น)

1.2) ผู้ประกอบการต้องใช้ผลิตภัณฑ์ กระดาษสี และน้ำยาเคมีของบริษัท Fuji ภายในร้านเพียงยี่ห้อเดียว

1.3) ผู้ประกอบการต้องจัดวางผลิตภัณฑ์ฟิล์มสีฟูจิมากกว่า 80% ของผลิตภัณฑ์ฟิล์ม ทั้งหมดที่จำหน่ายภายในร้าน

1.4) การตบแต่งร้านค้าต้องใช้วัสดุตกแต่งร้านของบริษัทฯ แต่เพียงยี่ห้อเดียว (เช่น สติ๊กเกอร์ , ธงราว และโปสเตอร์ เป็นต้น

1.5) ถ้าร้านค้าไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวได้ บริษัทมีสิทธิยกเลิกการเป็นสมาชิก Fuji Express Club และถ้าร้านค้าไม่ได้เป็นสมาชิก Fuji Express Club ก็จะไม่ได้รับสิทธิพิเศษของการเป็นสมาชิก Fuji Express Club รวมทั้งไม่อนุญาตให้ใช้สัญลักษณ์ของ Fuji Express ด้วย

2) สิทธิพิเศษที่ร้านค้าที่เป็นสมาชิก Fuji Express Club จะได้จากบริษัท ฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

2.1) บริษัทฯ จะจัดทำตู้ไฟฟลูออเรสเซนต์ สัญลักษณ์ Fuji Express ไว้บริเวณที่ทำการของร้านค้า เพื่อสื่อให้ลูกค้าทราบว่า ร้านนี้คือร้าน Fuji Express ตลอดจนจะได้รับการดูแลรักษา , ซ่อมแซม และชำระภาษีป้ายจากบริษัทฯ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

2.2) ร้านค้าจะได้รับการยกเว้นค่าบริการซ่อมเครื่อง (ค่าซ่อมเครื่องรายชั่วโมง , ค่าเดินทาง, เบี้ยเลี้ยง)

2.3) ร้านค้า Fuji Express Club จะได้รับส่วนลด 30% สำหรับอะไหล่เครื่องมินิแล็ปของบริษัทฯ

2.4) สมาชิก Fuji Express Club จะได้รับส่วนลดพิเศษ 15% สำหรับการซื้ออัลบั้ม , ซองฟิล์ม ซองงานจากบริษัทฯ

2.5) สมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษในการสั่งซื้อ "สินค้าชุดประหยัด" จากบริษัทฯ ตามที่บริษัทฯ กำหนด

2.6) สมาชิกจะได้เข้าร่วมอบรมหลักสูตรพิเศษเพื่อเพิ่มทักษะและความรู้ ในการถ่ายภาพโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

2.7) สมาชิกจะได้รับการดูแล และควบคุมคุณภาพน้ำยาเคมีจากบริษัทฯ เป็นกรณีพิเศษโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

2.8) สมาชิกจะมีกิจกรรมทางการตลาดเป็นระยะ ๆ ตามแผนการตลาดของบริษัทฯ

รูปที่ 3.1 แสดงภาพภายนอกร้าน Fuji Express Club

รูปที่ 3.2 แสดงรูปแบบภายในของร้าน Fuji Express Club

3.3.2 ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ โกดักเอ็กเพรส (Kodak Express)

หมายถึง ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพที่ประกอบธุรกิจ ภายใต้สัญลักษณ์ของ โกดักเอ็กเพรส Kodak Express ตลอดจนดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายหลักของบริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด

1) เงื่อนไขการดำเนินธุรกิจ Kodak Express

1.1) ผู้ประกอบการต้องซื้อเครื่องล้างฟิล์ม และเครื่องอัดรูป (minilab) จาก บริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพของ Kodak โดยปัจจุบัน บริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด จำหน่ายมินิแล็ปยี่ห้อ Noritsu และ Copal (เป็นบางรุ่น) มินิแล็ปเหล่านี้นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นโดยตรง ทั้งราคาเงินสดและเงินผ่อน

1.2) ผู้ประกอบการต้องใช้ผลิตภัณฑ์ กระดาษสี และน้ำยาเคมีของบริษัท Kodak แต่เพียงยี่ห้อเดียว

1.3) ผู้ประกอบการต้องจัดวางผลิตภัณฑ์ฟิล์มสี Kodak 100% ของฟิล์มทั้งหมด ห้ามจัดวางผลิตภัณฑ์ฟิล์มสีของคู่แข่ง ภายในร้าน

1.4) การจัดวางสินค้ากล้องถ่ายรูป ต้องโชว์กล้องถ่ายรูป Kodak ไม่น้อยกว่า 50% ของพื้นที่ที่วางกล้องถ่ายรูปทั้งหมด

1.5) การตกแต่งร้านค้าต้องใช้วัสดุตกแต่งร้านของบริษัทฯแต่เพียงอย่างเดียว

1.6) ถ้าร้านค้าไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว บริษัทมีสิทธิที่จะยกเลิกการเป็น สมาชิก Kodak Express รวมทั้งการ ไม่อนุญาตให้ใช้สัญลักษณ์ Kodak Express ได้

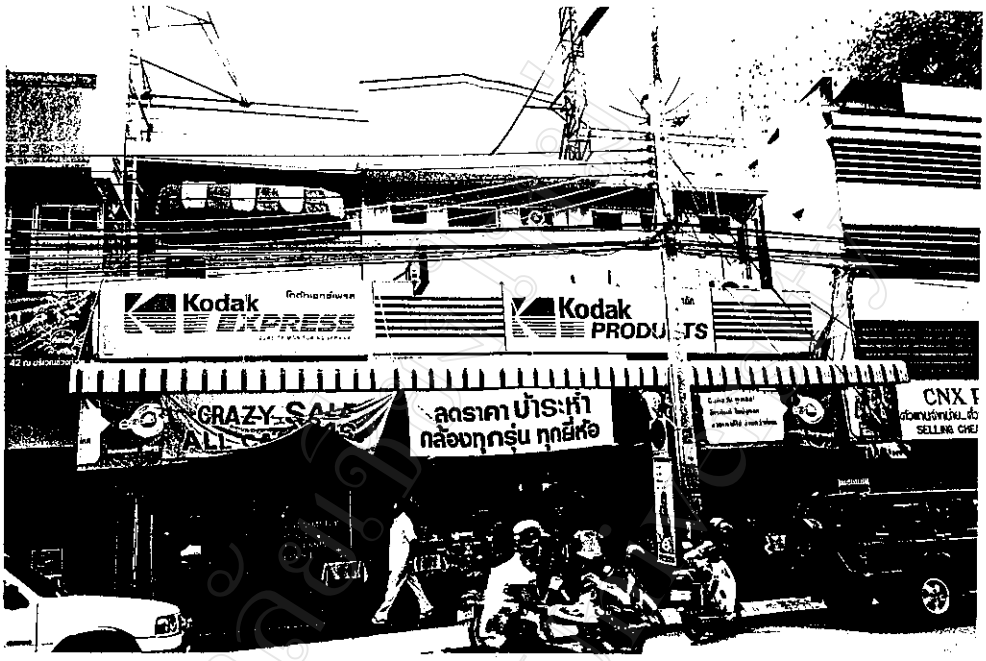
2) สิทธิพิเศษที่ผู้ประกอบการ Kodak Express ได้รับจากบริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด

2.1) บริษัทจะจัดทำตู้ไฟสัญลักษณ์ Kodak Express ไว้บริเวณที่ทำการร้านค้า เพื่อให้ลูกค้าทราบร้านนี้คือ Kodak Express ตลอดจนได้รับการดูแลรักษา และชำระภาษีจากบริษัทฯโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ กรณีที่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

2.2) ร้านค้าจะได้รับการยกเว้นค่าบริการซ่อมเครื่อง (ค่าซ่อมเครื่องรายชั่วโมง, ค่าเดินทาง, เบี้ยเลี้ยง) จำนวน 7 ครั้งต่อปี (กรณีที่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ได้ตามหลักเกณฑ์ขั้นต่ำที่บริษัทฯกำหนด) ถ้าไม่ได้ตามกฎเกณฑ์ต้องเสียค่าบริการ 14,080 บาทต่อปี ต่อค่าบริการ 7 ครั้ง ถ้าเกินจาก 7 ครั้งจะคิดค่าบริการตามที่บริษัทฯ กำหนด

2.3) ร้านค้าจะมีกิจกรรมทางการตลาด ตามแผนการตลาดของบริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหลัก

รูปที่ 3.3 แสดงภาพภายนอกของร้าน Kodak Express



รูปที่ 3.4 แสดงรูปแบบภายในร้าน Kodak Express

3.3.3 ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ โคนิก้าโฟโต้เอ็กเพรส (Konica Photo Express)

หมายถึง ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ที่ประกอบธุรกิจภายใต้สัญลักษณ์ของ โคนิก้าโฟโต้เอ็กเพรส ตลอดจนดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายหลักของบริษัท โคนิก้า (ประเทศไทย) จำกัด

1) ข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจ Konica Photo Express

1.1) ผู้ประกอบการต้องซื้อเครื่องล้างฟิล์ม และเครื่องอัดรูป (minilab) จากบริษัท โคนิก้า (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพของ Konica โดยปัจจุบันบริษัท โคนิก้า (ประเทศไทย) จำหน่าย minilab ยี่ห้อ Konica นำเข้าจากญี่ปุ่นทั้งราคาสดและผ่อน

1.2) ผู้ประกอบการต้องใช้ผลิตภัณฑ์ กระดาษสี และน้ำยาเคมี ของบริษัท โคนิก้า (ประเทศไทย) จำกัด แต่เพียงยี่ห้อเดียว

1.3) การตกแต่งร้านค้าต้อง ใช้วัสดุตกแต่งร้านของบริษัทฯแต่เพียงอย่างเดียว

1.4) การจัดวางสินค้าภายในร้านเป็นสิทธิของผู้ประกอบการจะพิจารณา

1.5) บริษัท โคนิก้า (ประเทศไทย) จำกัด จะจัดทำตู้ไฟฟลูออเรสเซนต์สัญลักษณ์ Konica Photo Express พร้อมชำระภาษีป้าย ถ้าผู้ประกอบการอยู่ภายใต้ข้อตกลง

1.6) การบริการบำรุงรักษาและซ่อมเครื่อง จะมีฝ่ายบริการให้การบำรุงรักษาและตรวจซ่อมฟรีเดือนละ 1 ครั้ง กรณีใช้บริการนอกเหนือจากนี้ต้องจ่ายค่าบริการตามที่บริษัทกำหนด

รูปที่ 3.5 แสดงภาพภายนอกของร้าน Konica Photo Express

3.3.4 ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ อักฟ่า โฟโต้ เจ็ท (Agfa Photo Jet Service)

หมายถึง ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพที่ประกอบธุรกิจภายใต้สัญลักษณ์ Agfa Photo Jet Service ตลอดจนดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายหลักของบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ฝ่ายผลิตภัณฑ์อักฟ่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถ่ายภาพ Agfa ในประเทศไทย

1) ข้อตกลงในการประกอบธุรกิจแล็ปสี Agfa Photo Jet Service

1.1) ผู้ประกอบการต้องซื้อเครื่องล้างฟิล์ม และเครื่องอัดรูปจากบริษัทฯ ซึ่งจัดจำหน่าย Minilab ยี่ห้อ Copal ทั้งราคาเงินสดและเงินผ่อน

1.2) ผู้ประกอบการต้องใช้ผลิตภัณฑ์ กระดาษสี และน้ำยาเคมี ของยี่ห้อ Agfa แต่เพียงยี่ห้อเดียว

1.3) การตกแต่งร้านค้าต้องใช้วัสดุตกแต่งร้านของ Agfa แต่เพียงอย่างเดียว

1.4) การจัดวางสินค้าภายในร้านเป็นสิทธิของผู้ประกอบการจะพิจารณา

1.5) บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จัดทำตู้ไฟสัญลักษณ์ Agfa Photo Jet Service ให้พร้อมทั้งชำระภาษีป้ายให้ ถ้าผู้ประกอบการทำตามข้อตกลง

1.6) การให้บริการบำรุงรักษา ตลอดจนซ่อม มินิแล็ป ทางผู้ประกอบการ (ร้านค้า) ต้องเสียค่าบริการตามที่บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ กำหนด

รูปที่ 3.6 แสดงภาพภายนอกร้าน Agfa Photo Jet Service

3.3.5 ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ในรูปแบบของแล็ปสีอิสระ

หมายถึง ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ ที่ประกอบธุรกิจโดยไม่ได้ใช้แบรนด์แนม ของบริษัทผู้ผลิตฟิล์มรายหนึ่งรายใดโดยเฉพาะ (Fuji , Kodak , Konica , Agfa) นโยบายในการประกอบการธุรกิจแล็ปสี ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนด กรณีนี้ผู้ประกอบการจะซื้อเครื่อง Minilab จากบริษัทใดก็ได้ ส่วนการบำรุงรักษาและตรวจสอบคุณภาพ ผู้ประกอบการจะต้องตกลงกับผู้จัดจำหน่าย มินิแล็ปว่าจะคิดบริการอย่างไร การใช้วัตถุดิบ (กระดาษสี , น้ำยาเคมี) ผู้ประกอบการมีอิสระที่จะเลือกใช้ ตามความสมัครใจของผู้ประกอบการเอง การตกแต่งหน้าร้าน และการจัดวางสินค้าจะใช้แบรด์แนมของทั้ง 4 ผู้ผลิตผสมกัน เพื่อสื่อให้ลูกค้าทราบถึงการประกอบธุรกิจว่าเป็นธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ (แล็ปสี) โดยวัสดุตกแต่งแบรนด์แนมของ Fuji และ Kodak เป็นหลัก ส่วนการจัดวางสินค้าจะวางสินค้าทุกยี่ห้อคละกัน

รูปที่ 3.7 แสดงภาพภายนอกของ แล็ปสีอิสระ

3.3.6 เปรียบเทียบคุณลักษณะเฉพาะของธุรกิจแล็ปสีของทุกประเภท

อย่างไรก็ตามการจะเลือกประกอบการธุรกิจ ล้าง-อัด-ขยายภาพ แบบใดคงต้องแล้วแต่ดุลยพินิจของผู้ประกอบการเป็นหลัก แต่จากการศึกษาถึงลักษณะเฉพาะของธุรกิจแล็ปสีแต่ละประเภท สามารถสรุปเป็นตาราง เพื่อประกอบการพิจารณาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพแต่ละประเภท

คุณลักษณะ	Fuji Express Lab	Kodak Express Lab	Konica Express Lab	Agfa Jet Lab	Lab อิสระ
ต้นทุน วัตถุดิบ	ค่อนข้างสูง	สูงที่สุด	ปานกลาง – ถูก	ราคาถูก	ขึ้นอยู่กับยี่ห้อที่ใช้
Brand awareness	ดีมาก	ดีมาก	ปานกลาง	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี
กิจกรรมส่งเสริมการตลาดจากบริษัทแม่	ดีมาก	ดีมาก	ปานกลาง	ไม่ค่อยดี	-
ค่าบริการซ่อมบำรุงรักษา Minilab	ฟรี ถ้าเป็นสมาชิก Fuji Express Lab	ฟรี 7 ครั้ง/ปี ถ้าซื้อสินค้าตามที่กำหนด	คิดค่าบริการเป็นครั้ง	คิดค่าบริการเป็นครั้ง	-
การให้บริการหลังการขาย	มีฝ่ายบริการประจำทุกพื้นที่	มีฝ่ายบริการประจำทุกพื้นที่	ฝ่ายบริการประจำสำนักงานใหญ่	ฝ่ายบริการประจำสำนักงานใหญ่	-
การตรวจสอบและดูแลคุณภาพน้ำยาเคมี	อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง	อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	-	-

ที่มา : บริษัทฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

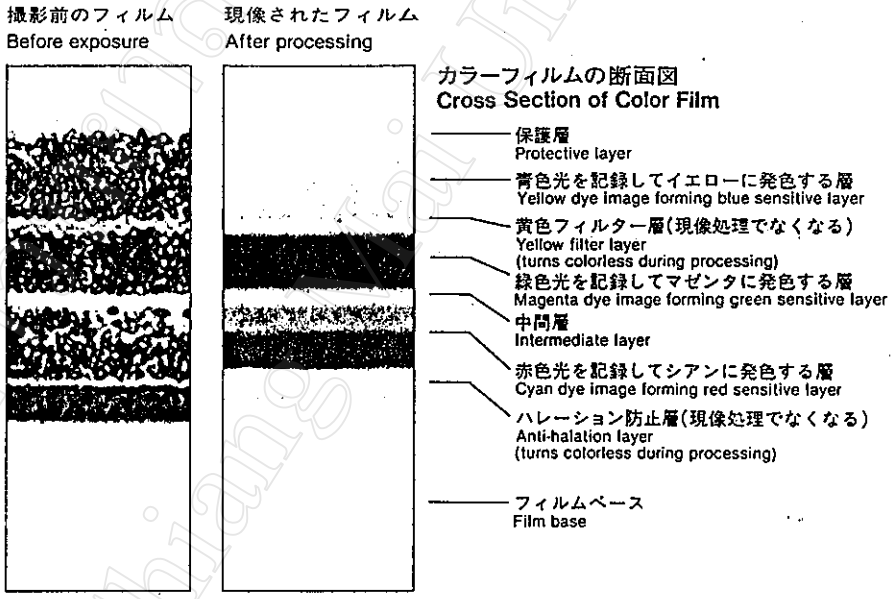
3.4 ขบวนการถ่ายรูปและการล้าง-อัด-ขยายภาพ

3.4.1 ขั้นตอนการถ่ายรูปหรือการบันทึกภาพลงบนวัสดุไวแสง(ฟิล์มเนกาตีฟ,สไลด์ ฯลฯ)

การบันทึกภาพหรือถ่ายภาพลงบนฟิล์ม จะต้องมีอุปกรณ์ในการบันทึกภาพ นั่นคือ กล้องและเลนส์นั่นเอง อุตสาหกรรมการผลิตกล้องและอุปกรณ์การถ่ายภาพเกิดขึ้นจากความต้องการในอันที่จะถ่ายภาพให้ได้ดีและเป็นไปอย่างง่ายดาย

มีหลายบริษัทที่วโลกที่ผลิตกล้องและเลนส์ รวมทั้งอุปกรณ์การถ่ายภาพ เช่น บริษัท ฟูจิ บริษัท นิคอน และบริษัท แคนนอน เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะมีโรงงานทั้งในและนอกประเทศ รวมทั้งประเทศไทยเองก็มีโรงงานประกอบกล้องเองอยู่หลายแห่ง ผู้บริโภคสามารถซื้อกล้องและฟิล์มได้จากร้านตัวแทนจำหน่ายทั่ว ๆ ไป เพื่อใช้ในการบันทึกภาพเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ในขณะที่กดปุ่มชัตเตอร์แต่ละครั้ง แสงจะผ่านเลนส์ของกล้องและตกกระทบลงบนสารไวแสงบนผิวฟิล์ม ซึ่งทำให้เกิดภาพขึ้น สำหรับกลไกในการเกิดภาพในฟิล์มค่อนข้างที่จะซับซ้อน แต่ก็สามารถอธิบายได้อย่างคร่าว ๆ ดังนี้

แผนภาพที่ 3.3 แผนภาพแสดงภาพตัดขวางของฟิล์มเนกาตีฟสีฟูจิ



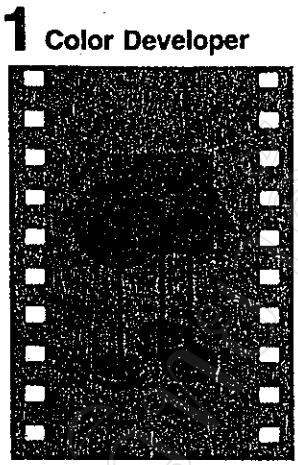
ภาพตัดขวางของฟิล์มเนกาตีฟสีฟูจิซึ่งถูกขยายถึง 1,000 เท่า จะเห็นส่วนประกอบหลัก ๆ 3 ส่วน แต่ละส่วนจะทำปฏิกริยาเฉพาะกับแม่สีแสงแต่ละสีเท่านั้น ชั้นบนสุดคือชั้นสีเหลืองจะไวต่อแสงสีน้ำเงิน ชั้นสีฟ้าจะไวต่อแสงสีแดง ชั้นสีเหลืองจะไวต่อแสงสีน้ำเงิน เมื่อมีการถ่ายภาพแสงจากวัตถุที่ถ่ายจะถูกบันทึกแยกเป็นสีแต่ละชั้นแยกกัน ซึ่งเราไม่สามารถเห็นสีได้ในตอนนี้ แต่ชั้นไว้แสงได้ทำปฏิกริยากับแสงแล้ว เราจะเห็นภาพเมื่อฟิล์มผ่านขบวนการล้าง ภาพที่ได้ในตอนนี้จึงเป็นภาพที่เราเรียกว่า “ภาพแฝง” (latent image) ฟิล์มสีทุกชนิดที่ถูกผลิตมาเพื่อใช้ในการถ่ายภาพตามปกติ ไม่ว่าจะเป็นฟิล์มเนกาตีฟ หรือฟิล์มสไลด์จะมีโครงสร้างเหมือนกันคือ ชั้นบนสุดจะเป็นชั้นที่ไวต่อแสงสีน้ำเงิน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับแสงสีในธรรมชาติที่แสงสีน้ำเงินมีความยาวคลื่นสั้นที่สุด

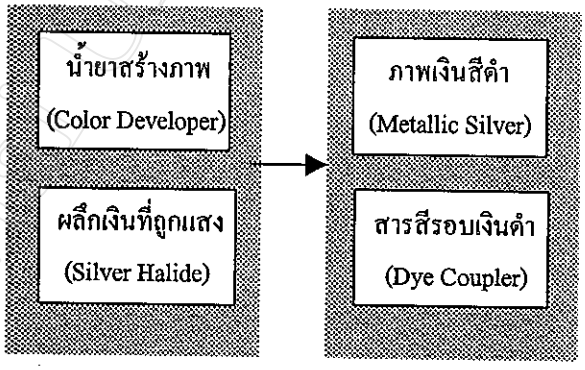
3.4.2 กระบวนการล้างฟิล์ม (Film Processing)

เมื่อการบันทึกภาพสิ้นสุดลง จะต้องผ่านขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง คือ การล้างฟิล์ม โดยฟิล์มจะถูกส่งไปล้างยังที่ล้างอัดภาพ หรือที่เรียกว่า photofinishing ปัจจุบันนี้สูตรของน้ำยาที่ใช้ในการล้างฟิล์มเนกาตีฟสี จะเป็นมาตรฐานเดียวกันหมด แต่อาจจะเรียกชื่อแตกต่างกัน เช่น บริษัท โกดัก เรียกว่า "C – 41 " , บริษัท ฟูจิ เรียกว่า "CN – 16" ซึ่งฟิล์มจะต้องผ่านน้ำยาทั้งหมด 5 ตัว โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

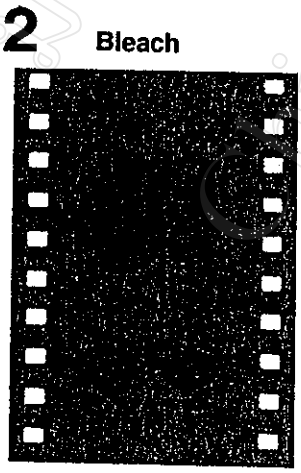
1) น้ำยาสร้างภาพ (Developer)

น้ำยาดีเวลลอปเปอร์ จะทำปฏิกริยากับผลึกเงินในแต่ละชั้นของฟิล์ม (R,G,B) ที่ถูกแสง และจะเปลี่ยนสภาพของผลึกเงิน (silver halide) ที่ถูกแสงเป็นเงินสีดำ (metalic silver) ดังนี้



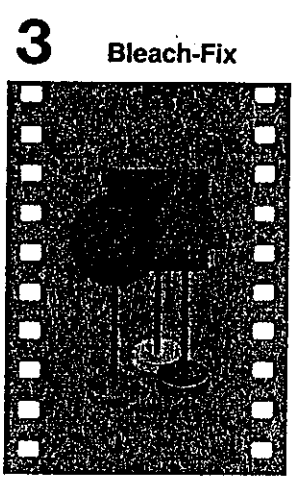


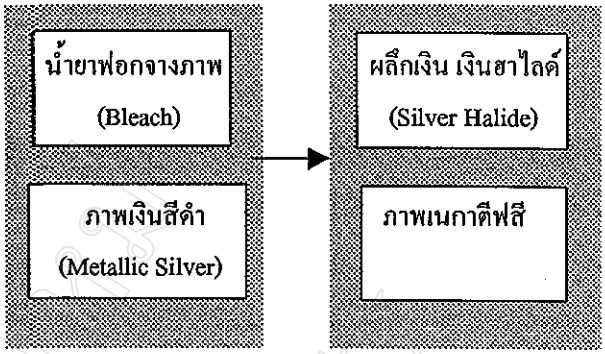
สารสีซึ่งอยู่รอบ ๆ ภาพเงินดำของชั้นไวแสงแต่ละชั้นจะแสดงคุณสมบัติของมันออกมา ทำให้เห็นเป็นภาพที่เป็นสีตรงกันข้ามวัตถุที่ถ่าย (แสงสีแดงทำให้เกิดสีฟ้า, แสงสีเขียวทำให้เกิดสีม่วง , แสงสีน้ำเงินทำให้เกิดสีเหลือง) ภาพที่เห็นจะเป็นภาพที่เรียกว่า ภาพเนกาตีฟสี



2) น้ำยาฟอกจางภาพ (Bleach)

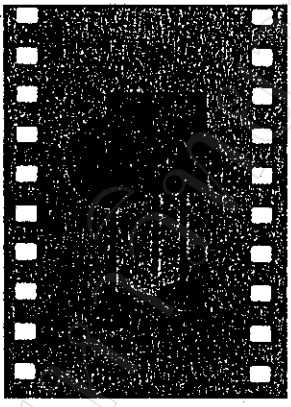
กระบวนการต่อจากการสร้างภาพคือการฟอกจางภาพน้ำยา bleach จะทำปฏิกริยาจากภาพเงินดำ (metalic silver) ให้เปลี่ยนกับไปเป็นเงินฮาไลด์ (silver halide) อีกครั้ง และจะเกาะติดอยู่บนผิวฟิล์ม

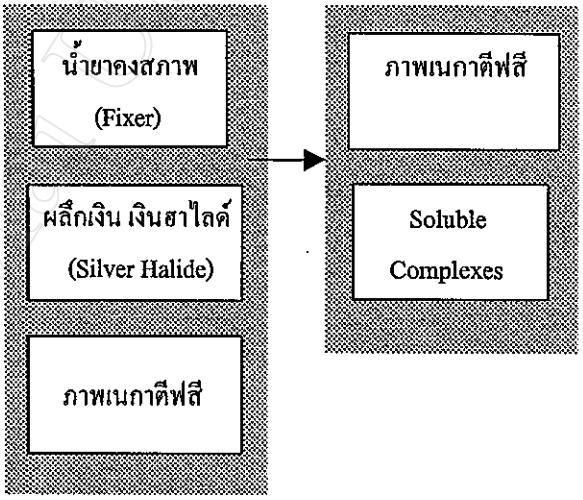




3) น้ำยาคงสภาพ (Fixer)

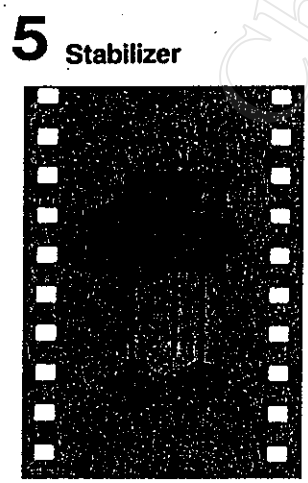
เป็นกระบวนการกำจัดสารเคมีที่ไม่ต้องการออกจากผิวฟิล์ม และเปลี่ยนเป็นสารประกอบในรูปของเกลือ (soluble complexes) ซึ่งจะละลายออกจากฟิล์มและในอยู่ในน้ำยา fixer





4) น้ำยาชะล้าง (Super Rinse)

ทำหน้าที่แทนน้ำคือ ล้างคราบน้ำยา fixer ออกจากฟิล์ม รวมทั้งเกลือเงินที่ตกค้างอยู่ออกมาด้วย



5) น้ำยาเคลือบฟิล์ม (Stabilizer)

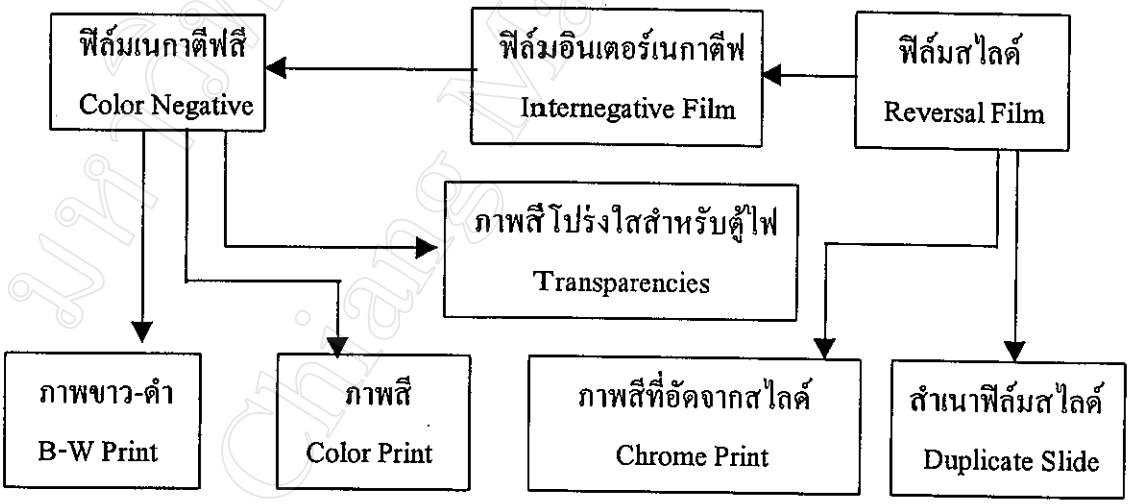
ทำหน้าที่ลดความตึงผิวของน้ำที่เกาะผิวฟิล์ม ช่วยทำให้ฟิล์มไม่เกิดคราบของน้ำ และยังช่วยเคลือบผิวฟิล์มไว้ไม่ให้เป็นรอยจากการขีดข่วนอีกด้วย และขั้นตอนสุดท้ายคือการอบฟิล์มให้แห้ง และตัดฟิล์มตามขนาดพร้อมที่จะบรรจุใส่ซองฟิล์มต่อไป

สำหรับกระบวนการล้างฟิล์มสไลด์สี ก็มีลักษณะใกล้เคียงกันแต่กระบวนการล้างสไลด์สีจะมีเคมีเพิ่มขึ้นอีก 3 ตัว เพื่อช่วยในการกลับภาพจากภาพเนกาตีฟไปเป็นภาพโพสิตีฟ (ภาพปกติที่เห็น)

3.4.3 กระบวนการล้าง-อัด-ขยายภาพ

ฟิล์มเนกาตีฟที่ได้จากกระบวนการล้างฟิล์มจะให้ภาพที่เป็นภาพเนกาตีฟ ซึ่งไม่ใช่ภาพที่เห็นจริง จะต้องนำฟิล์มที่ได้มาอัดลงบนกระดาษอัดภาพสี เพื่อให้ได้ภาพสีที่เหมือนกับภาพจริงที่ถ่ายมา ภาพถ่ายสีสามารถที่จะอัดได้จากฟิลม์เนกาตีฟหรือสไลด์ก็ได้ ด้วยกระดาษอัดภาพที่มีคุณสมบัติเฉพาะอย่าง เช่น กระดาษอัดภาพสีที่ใช้กับฟิล์มเนกาตีฟ (color print) หรือกระดาษที่ใช้กับฟิล์มสไลด์ (chrome paper) ฟิล์มเนกาตีฟสี นอกจากจะใช้อัดภาพสีได้แล้ว ยังสามารถอัดภาพขาว-ดำ หรือกระดาษโปร่งแสงได้ และฟิล์มสไลด์ยังสามารถอัดภาพได้ด้วยวิธีอ้อม คือถ่ายทอดเป็นฟิล์มเนกาตีฟสี (internegative) และอัดลงบนกระดาษอัดภาพปกติ (color print) ซึ่งมีราคาถูกกว่ากระดาษอัดภาพจากสไลด์

แผนภาพที่ 3.4 แผนภาพแสดงกระบวนการล้าง อัด ขยายภาพ



กระดาษอัดภาพสีมีโครงสร้างและคุณสมบัติใกล้เคียงกับฟิล์มเนกาตีฟ เพียงแต่การจัดเรียงชั้นเยื่อไวแสงแตกต่างจากฟิล์ม โดยเยื่อไวแสงชั้นบนสุดจะเป็นเยื่อที่ไวต่อแสงสีแดงและมีสารสีฟ้า ชั้นกลางไวต่อแสงสีเขียวและมีสารสีม่วง และชั้นล่างจะเป็นชั้นที่ไวต่อแสงสีน้ำเงินและมีสารสีเหลือง ในเยื่อไวแสงแต่ละชั้นจะประกอบด้วยผลึกเงินฮาโลด์ผสมอยู่ในเจลาติน และสารสีที่ตรงกันข้าม ส่วนชั้นที่เคลือบป้องกันรอยขีดข่วน และชั้นป้องกันการเหลื่อมสีเป็นสารจำพวกเจลาติน พื้นกระดาษที่รองรับเยื่อไวแสง จะถูกเคลือบผิวทั้งสองด้านด้วยสารประเภทพลาสติก (polyethylene หรือ resin) ช่วยให้ผิวกระดาษมีความมันวาว และช่วยรองรับในการฉาบเยื่อไวแสงให้เรียบเสมอกันตลอด

ภาพสีที่เกิดขึ้นบนกระดาษหลังจากการอัดภาพมีลักษณะการสร้างภาพคล้ายกับที่เกิดในฟิล์มเนกาตีฟ คือภาพแฝงที่เกิดขึ้นจะทำปฏิกริยากับน้ำยาสร้างภาพ (น้ำยาล้างกระดาษสีมี 2 ตัว คือ 1. developer , 2. bleach - fix) จะได้ภาพเงินดำที่เกิดขึ้นเป็นภาพโพสิทีฟ เหมือนที่เราถ่ายมา (เนื่องจากฟิล์มที่ใช้อัดภาพเป็นภาพเนกาตีฟ) และเงินดำจะถูกขจัดออกโดยน้ำยาฟอกจาง-คงสภาพ (bleach – fix)

ภาพสีที่ปรากฏจะเกิดจากสารสีในชั้นไวแสงทั้ง 3 ชั้นรวมกัน ภาพด้านซ้ายแสดงโครงสร้างของกระดาษก่อนผ่านการอัดภาพ ภาพขวาแสดงถึงโครงสร้างหลังจากอัดล้างภาพแล้ว และทั้งหมดนี้ก็คือที่สิ้นสุดของอุตสาหกรรมถ่ายภาพ

3.5 ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ

ในการดำเนินธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ จะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งระบบ เพื่อที่จะทำให้สามารถวางแผนทางการเงินได้อย่างถูกต้อง โดยค่าใช้จ่ายหลัก ๆ มีดังนี้

3.5.1 ค่าใช้จ่ายในส่วนของต้นทุนคงที่ (Fixed Cost or Investment Cost)

1) ค่าใช้จ่ายสำหรับอาคารพาณิชย์เพื่อใช้ดำเนินธุรกิจ อาจจะเป็นการซื้ออาคารหรือการเช่าอาคารก็ได้ แต่กรณีศึกษานี้ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้คือ ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ เพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษา ซึ่งครอบคลุมระยะเวลา 8 ปี

2) เงินลงทุนซื้อเครื่องล้างฟิล์มและเครื่องอัดขยายภาพ เฉพาะส่วนของเงินดาวน์ เนื่องจากกรณีนี้ศึกษาจากการดำเนินธุรกิจฟูจิเอ็กเพรสแล็ป และการซื้อเครื่องล้างฟิล์มและเครื่องอัดภาพ (มินิแล็ป) จากบริษัท ฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นลักษณะเงินผ่อน โดยเป็นเงินดาวน์ 25% ส่วนที่เหลือ 75% ผ่อนชำระ 48 เดือน (ดอกเบี้ยรวมไว้แล้ว)

3) เงินลงทุนตกแต่งอาคารและติดแอร์คอนดิชั่น

3.5.2 ค่าใช้จ่ายส่วนของต้นทุนผันแปร (Variable Costs หรือ Operating Costs)

1) ค่าเงินเดือนและแรงงาน
2) ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์
3) ค่าประกันภัย
4) ค่าไฟฟ้า , น้ำประปา และ โทรศัพท์
5) ค่าซ่อมแซม , บำรุงรักษา เครื่องมินิแล็ป
6) ค่าใช้จ่ายในการผ่อนชำระ มินิแล็ป
7) ต้นทุนสินค้า

3.6 สถานการณ์ทางด้านการตลาด

เนื่องจากเศรษฐกิจฉดถอยของประเทศไทย ได้เริ่มส่งผลชัดเจน หลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ประกาศใช้อัตราการแลกเปลี่ยนลอยตัว เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ส่งผลให้เกิดภาวะการว่างงานเป็นจำนวนมาก และรายได้ประชาชาติลดลง อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น และจากการที่ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง (devalue) เมื่อเปรียบเทียบกับเงินดอลล่าร์สหรัฐอเมริกา ส่งผลให้สินค้านำเข้าทุกชนิดมีราคาแพงขึ้น สินค้าเกี่ยวกับอุตสาหกรรมถ่ายภาพส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งสิ้น เช่น ฟิล์มถ่ายรูป , น้ำยาเคมี , กระดาษสี และกล้องถ่ายรูป single len ต้องนำเข้า 100% ทุกรายการ กล้องถ่ายรูป compact นำเข้าบางส่วน เป็นต้น ทำให้ต้นทุนสินค้าที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพมีราคาสูงขึ้น ขณะที่กำลังซื้อของประชาชนลดลง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจนี้ได้รับผลกระทบโดยทั่วหน้ากันมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ทำเลที่ตั้ง และพฤติกรรมของลูกค้าเป็นหลัก กล่าวคือ บางทำเลที่ตั้งของแล็ปสี อยู่ในจุดที่บริการนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ภูเก็ต พัทยา หรือบริเวณไนท์บาร์ซ่าร์ของจังหวัดเชียงใหม่ ปริมาณที่ลดลงของการใช้บริการล้างฟิล์มของคนไทย จะถูกชดเชยจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นบางส่วน จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 แต่ธุรกิจบางแห่ง กลุ่มลูกค้าประจำได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจไม่มากนัก ทำให้พฤติกรรมการใช้ฟิล์มไม่เปลี่ยนหรือเปลี่ยนน้อย ปริมาณงานของแล็ปสีจะลดลงไม่มาก แต่สำหรับแล็ปสีบางแห่ง กลุ่มลูกค้าได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโดยตรง เช่น ตกงาน ถูกลดเงินเดือน จะทำให้ปริมาณการใช้บริการของลูกค้าลดลงมาก ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันธุรกิจแล็ปสีในกรุงเทพมหา นครและปริมณฑลจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจรุนแรงกว่าผู้ประกอบการแล็ปสีต่างจังหวัด

อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ (แล็ปสี) ก็ยังเป็นทางเลือกหนึ่งในการประกอบธุรกิจ แม้ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีวิจารณญาณในการตัดสินใจที่ดี มีข้อมูลประกอบเพียงพอ เลือกทำเลประกอบการได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถวิเคราะห์การเงินได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

3.6.1 จำนวนมินิแล็ปและปริมาณการใช้ฟิล์มถ่ายรูปในประเทศไทย

ช่วงปี พ.ศ. 2531 – พ.ศ. 2539 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงมากประเทศหนึ่ง รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นในอัตราที่รวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการใช้ฟิล์มถ่ายรูปในปริมาณมาก และอัตราการเติบโตของการใช้ฟิล์มเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพขึ้นมารองรับเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหลังจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศใช้นโยบายอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัว เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ภาวะเศรษฐกิจถดถอยเช่นในปัจจุบัน ส่งผลให้ปริมาณการใช้ฟิล์มถ่ายรูปลดลงอย่างรวดเร็ว ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจแล็ปสีนั้น บางคนได้เลิกทำธุรกิจไป ขณะเดียวกันก็มีผู้ประกอบการรายใหม่บางส่วนเข้ามาแทน ทำให้ปริมาณธุรกิจแล็ปสีเท่าเดิม โดยประมาณปริมาณแล็ปสี ปริมาณผู้ใช้ฟิล์ม แสดงไว้ในตาราง

ตารางที่ 3.2 จำนวนมินิแล็ป และปริมาณการใช้ฟิล์มภายในประเทศไทย

	ปี (พ.ศ.)	จำนวนมินิแล็ป (โดยประมาณ)	ปริมาณฟิล์ม (โดยประมาณ)
	2538	2,550 แห่ง	20 ล้านม้วน
	2539	2,800 แห่ง	22 ล้านม้วน
	2540	2,800 แห่ง	20 ล้านม้วน
	2541	2,800 แห่ง	16 ล้านม้วน
*	2542	2,800 แห่ง	16 ล้านม้วน

ที่มา : บริษัทฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

* : คาดการณ์โดย บริษัทฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 3.3 แสดงส่วนแบ่งตลาดฟิล์มถ่ายรูปในปัจจุบัน

ยี่ห้อฟิล์มถ่ายรูป	ส่วนแบ่งตลาด (%)
Kodax	46.78
Fuji	33.15
Konica	13.36
Agfa	2.78
Mitsubishi	3.93

ที่มา : บริษัทฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 3.4 แสดงจำนวนของธุรกิจแล็ปสีแยกตามประเภท

ธุรกิจล้าง-อัด-ขยายภาพ (แล็ปสี)	จำนวน (แห่ง)
Fuji Express Labs	950
Kodak Express Labs	950
Konica Photo Express Labs	350
Agfa Photo Jet Service	250
Independent Labs	300

ที่มา : บริษัทฟูจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University