บทที่ 1
บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและประกอบกับมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นในกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัดเป็นต้น สิ่งพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมากไม่ว่าในแง่ของการดำเนินธุรกิจประกอบกิจการอุตสาหกรรมต่างๆ การศึกษา รวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน อุตสาหกรรมการพิมพ์จึงจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศ

ผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ จำแนกเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ได้ 4 ประเภทคือ 1. สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ วารสาร หรือสิ่งพิมพ์ชนิดเล่ม 2. สิ่งพิมพ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณา เช่น ตัวอย่างแผ่นพับ โบชัวร์ เป็นต้น 3. สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในเทศกาลต่างๆ เช่นบัตรอวยพร ปฏิทิน เป็นต้น 4. สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ คือสิ่งพิมพ์ที่อยู่บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างสินค้าส่งออกสิ่งพิมพ์ กระดาษและบรรจุภัณฑ์ ปี 2550

โครงสร้างสินค้าส่งออกสิ่งพิมพ์ กระดาษและบรรจุภัณฑ์	**ร้อยละ**
กระดาษพิมพ์เขียน	33.35
กระดาษชำระ กระดาษเช็ดหน้าและกระดาษอนามัย	17.79
กระดาษแข็ง	17.63
กระดาษอื่นๆ	9.66
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	8.96
หนังสือและสิ่งพิมพ์	8.75
กระดาษคราฟท์	3.91

ที่มา : วารสารการพิมพ์ไทย ปีที่ 11 ฉบับที่ 75, 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การส่งออก สินค้าสิ่งพิมพ์ กระดาษและบรรจุภัณฑ์ในช่วงปี 2550 (ม.ค.-ธ.ค.) มีมูลค่า 2,037 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2549 ร้อยละ 74.25 โดยกลุ่มสินค้าที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างจัดเจน ได้แก่หนังสือพิมพและสิ่งพิมพ์ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 715.35 กระดาษพิมพ์เขียนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.29 เป้าหมายกาส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 2,445 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อัตรขยายตัว ร้อยละ 20 (บทบาทการส่งเสริมการส่งออกสิ่งพิมพ์ไทยของกรมส่งเสริมการส่งออกไทย, 2550)

ตารางที่ 2 แสดงส่วนแบ่งตลาดของตลาดสินค้าสิ่งพิมพ์ ปี 2550(ม.ค.-ธ.ค.)

ประเทศ	มูลค่า / ล้านเหรียญสหรัฐ	ส่วนแบ่งตลาด(ร้อยละ)
ฮ่องกง	692.61	34.00
ญี่ปุ่น	143.44	7.04
มาเลเซีย	123.44	6.06
เกาหลีใต้	109.75	5.39
เวียดนาม	99.41	4.88
จีน	86.27	4.23
สิงคโปร์	79.81	3.92
ไต้หวัน	75.33	3.70
ออสเตรเลีย	71.07	3.49
สหรัฐอเมริกา	69.81	3.43
อื่นๆ	486.42	23.87
มูลค่ารวม	2,037.35	100.00

ที่มา : (วารสารการพิมพ์ไทย ปีที่ 11 ฉบับที่ 75, 2550)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การส่งออกกระดาษปี 2550 คาดว่ามีการขยายตัวไม่มากนื่องจากมีการผลิตกระดาษมากขึ้น ส่งผลกระทบให้มีกระดาษมากกว่าความต้องการของตลาดโลก อีกทั้งปัญหาราคาต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีจะมีการเจริญเติบโตสูงขึ้นตามอัตราการส่งออกสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าอาหารแช่แข็ง ฯลฯ

การส่งออกสิ่งพิมพ์ไทยปี 2550 มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก เนื่องจากสำนักพิมพ์ในฮ่องกงได้ขยายการพิมพ์มาประเทศไทยมากขึ้นรวมทั้งสหรัฐอเมริกาได้มีการตั้งกำแพงภาษีสิ่งพิมพ์จากจีนสูงขึ้นสำนักพิมพ์จากจีนเริ่มมาติดต่อกับผู้ประกอบการของไทยเพื่อสั่งงานส่งเข้าสหรัฐอเมริกา(วารสารการพิมพ์ไทย ปีที่ 11 ฉบับที่ 75, 2550)

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าตลาดสินค้าสิ่งพิมพ์เป็นตลาดขนาดใหญ่ โอกาสในการขยายตลาดส่งออกและเพิ่มโอกาสทางการตลาดยังมีอยู่อีกมาก ดังนั้นการเลือกใช้อุปกรณ์การพิมพ์ก็เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพของงานพิมพ์ให้ออกมาสวยและสามารถแข่งขันกับคนอื่นได้ซึ่งอุปกรณ์ที่มีความสำคัญที่สุดและเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้คือ แม่พิมพ์ อลูมิเนียม หมึกพิมพ์ กระดาษพิมพ์ และน้ำยา เคมี และวัสดุพิมพ์อื่นๆ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ซึ่งผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์เองจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมในการเลือกตัวแทนจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริการ คุณภาพของสินค้า และราคา เพื่อตอบสนองตามความต้องการและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

นอกจากนี้การแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์ในปัจจุบันค่อนข้างสูงประกอบกับการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์กับผู้จำหน่ายก็มีหลายราย และมีกลยุทธ์การแข่งขันค่อนข้างแตกต่าง เช่น บริษัท ฟูจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โกดัก จำกัด บริษัท เนชั่นไวด์ จำกัด บริษัท เบอร์รี่ยุคเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท แมกซ์เวล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท อินเตอร์เพลท จำกัด นอกจากนี้ยังมีผู้จำหน่ายขนาดกลาง ขนาดเล็กอีกหลายรายแต่ละผู้จำหน่ายก็มีสินค้าที่จำหน่ายเป็นยี่ห้อของตัวเองแตกต่างกันไป

ดังนั้นการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร จะทำให้ผู้จำหน่ายอุปกรณ์การพิมพ์ สามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมให้สามารถดำรงธุรกิจ และขยายธุรกิจออกไปได้ เพื่อปรับปรุงนโยบาย และกลยุทธ์ทางการตลาดการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของผู้ศึกษา บุคคลทั่วไป องค์กรต่างๆ หรือกลุ่มคนที่สนใจจะศึกษาเรื่องนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จำหน่ายอุปกรณ์การพิมพ์เพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

อุปกรณ์การพิมพ์ หมายถึง สินค้าที่ใช้ในกระบวนการพิมพ์ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ ระหว่างการพิมพ์ และหลังการพิมพ์ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการพิมพ์โดยตรง ได้แก่ แม่พิมพ์อลูมิเนียม หมึกพิมพ์ กระดาษพิมพ์ น้ำยาเคมี และวัสดุพิมพ์อื่นๆที่ใช้ในอุปกรณ์การพิมพ์

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการพิมพ์เป็นผู้รับจ้างออกแบบและพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่างๆหรือรับจ้างพิมพ์ตามรูปแบบที่ลูกค้ากำหนดขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวเนื่องกับการพิมพ์ทั้งหมด ในที่นี้ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ประกอบการหรือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

อุตสาหกรรมการพิมพ์ หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกันในด้านการพิมพ์ทั้งกระบวนการผลิต จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ และ บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านการพิมพ์ต่างๆ เช่น หมึก กระดาษ สำนักพิมพ์ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved