

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์ เป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการดำเนินธุรกิจประกอบกิจการอุตสาหกรรมต่างๆ การศึกษา รวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยดูจากสถานการณ์สินค้าอุตสาหกรรมกลุ่มสิ่งพิมพ์กระดาษและบรรจุภัณฑ์มีมูลค่าการส่งออกในช่วงตุลาคม 2555 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 18 คิดเป็นมูลค่ากว่า 109,000 ล้านบาท ประกอบด้วย ตลาดในประเทศขนาด 100,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 91 โดยเป็นตลาดหนังสือประมาณ 18,900 ล้านบาท ตลาดส่งออก 2,000 ล้านบาท และสินค้านำเข้า 7,000 ล้านบาท (วารสารการพิมพ์ไทย.ฉบับที่ 89, 2556)

ผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ จำแนกเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ได้ 4 ประเภท คือ 1. สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ วารสาร หรือสิ่งพิมพ์ชนิดเล่ม 2. สิ่งพิมพ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบชัวร์ เป็นต้น 3. สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในเทศกาลต่าง ๆ เช่น บัตรอวยพร กระดาษห่อของขวัญ ปฏิทิน เป็นต้น 4. สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ (วารสารการพิมพ์ไทย.ฉบับที่ 94, 2556) ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ได้ นอกจากเครื่องพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพ และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถแล้ว การเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพของงานพิมพ์ให้ออกมาสวยและสามารถแข่งขันกับคนอื่นได้ โดยอุปกรณ์ที่มีความสำคัญที่สุดและเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้คือ แม่พิมพ์ หมึกพิมพ์ กระดาษพิมพ์ น้ำยา เคมี และวัสดุพิมพ์อื่น ๆ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ซึ่งผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมในการเลือกตัวแทนจำหน่าย ในปัจจุบันมีผู้แทนจำหน่ายหลายราย ได้แก่ บริษัท ฟุจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เนชั่นไวด์ จำกัด บริษัทแมกซ์เวล (ประเทศไทย) บริษัทเบอร์รี่ยูเคเกอร์ จำกัด บริษัทในเครือเจริญอักษรกรุ๊ป จำกัด และผู้จัดจำหน่ายขนาดกลางและขนาดเล็กอีกหลายราย ซึ่งแต่ละผู้จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายเป็นยี่ห้อของตัวเองแตกต่างกันออกไป (วารสารการพิมพ์ไทย. ฉบับที่ 89, 2556) การมีผู้แทนจำหน่ายอยู่หลายรายนี้เองทำให้เกิดการแข่งขันกันซึ่ง ผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายต่างพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าเช่นการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม(Green Product) มาจำหน่ายแก่ลูกค้า หรือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตซึ่งเมื่อลูกค้านำมาใช้แล้วทำให้เกิดสิ่งพิมพ์ที่มีสีคมชัด สมจริง ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับงานพิมพ์ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นการดึงดูดใจลูกค้า

และเพิ่มมูลค่าของการซื้อเพิ่มขึ้นได้เพียงลูกค้ารายใหม่หรือลูกค้าบางกลุ่มเท่านั้นแต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเก่าทั้งหมดได้กลับมาซื้อซ้ำได้

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เป็นหนึ่งในผู้แทนจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์การพิมพ์แบบครบวงจร มีจำหน่ายตั้งแต่กระบวนการทำแม่พิมพ์ เช่น แม่พิมพ์ และน้ำยาที่ใช้กับแม่พิมพ์ เป็นต้น อุปกรณ์น้ำยาที่ใช้ขณะพิมพ์ เช่น สายยางเครื่องพิมพ์ หมึกพิมพ์ และน้ำยาที่ใส่ในเครื่องพิมพ์ เป็นต้น อุปกรณ์หลังการพิมพ์ เช่น ลวดเย็บสมุด เครื่องตัดกระดาษ เป็นต้น โดย ในปี 2555 มีฐานลูกค้า 278 รายในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และพื้นที่ต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต มากขึ้นกว่าปี 2554 ที่มีฐานลูกค้าเพียง 241 ราย ปี 2553 มีฐานลูกค้า 212 ราย ปี 2552 มีฐานลูกค้า 164 รายจึงคาดการณ์ว่าจะมีการขยายจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค, 2555) และจากการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 12 ปี พบว่า ห้างหุ้นส่วนฯ มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยดูจากผลประกอบการงบการเงินของห้างหุ้นส่วนฯ พบว่า งบการเงินในปี 2553 เทียบกับปี 2552 อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 15 เปอร์เซ็นต์ และงบการเงินในปี 2554 เทียบกับปี 2553 อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 20 เปอร์เซ็นต์ แต่เมื่อดูข้อมูลของฐานลูกค้าแล้วพบว่า อัตราการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้าเดิมนั้นลดลง แต่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นรายได้จากลูกค้าใหม่ที่เข้ามาถึง 55 เปอร์เซ็นต์ (ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค, 2555)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทางผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เพื่อนำผลของการศึกษามาปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาดให้ชัดเจนและตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น พร้อมกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเพื่อเกิดความประทับใจในตัวสินค้าและบริการให้มาซื้อสินค้ามากขึ้นและมีการซื้ออย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแนะนำหรือการบอกต่อไปยังลูกค้ารายต่อ ๆ ไป เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเก่า รวมถึงการเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดวินเตอร์เทค และเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะสามารถรักษาลูกค้าเก่าเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง การรับรู้ ที่มีมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ลูกค้า หมายถึง องค์กรหรือผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อที่ซื้อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ซึ่งประกอบกิจการในอุตสาหกรรมการพิมพ์ระบบออฟเซต

อุปกรณ์การพิมพ์ หมายถึง สินค้าที่ใช้ในกระบวนการพิมพ์ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ ระหว่างการพิมพ์ และหลังการพิมพ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการพิมพ์โดยตรง ได้แก่ แม่พิมพ์ อลูมิเนียม หมึกพิมพ์ กระดาษพิมพ์ น้ำยาเคมี และวัสดุพิมพ์อื่นๆที่ใช้ในอุปกรณ์การพิมพ์ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved