

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและประกอบกับมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นในกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัด สิ่งพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมากไม่ว่าในแง่ของการดำเนินธุรกิจประกอบกิจการอุตสาหกรรมต่างๆ การศึกษา รวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน อุตสาหกรรมการพิมพ์จึงจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศ ผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ 1. สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ วารสาร หรือสิ่งพิมพ์ชนิดเล่ม 2. สิ่งพิมพ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณา เช่น ตัวอย่างแผ่นพับ โบชัวร์ เป็นต้น 3. สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในเทศกาลต่างๆ เช่นบัตรอวยพร ปฏิทิน เป็นต้น 4. สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ คือสิ่งพิมพ์ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น ขวด หลอด กระปุก กล่อง เป็นต้น

ตลาดสินค้าสิ่งพิมพ์จากการสำรวจของ UNITEDNATION STATISTIC YEAR BOOK 1998 พบว่าความต้องการสินค้าสิ่งพิมพ์ของตลาดโลกในปี 1998 (2543) ประมาณ 26,752.5 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือมูลค่า 1.2 ล้านล้านบาท

ไทยมีการส่งออกสินค้าสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาศในปี 2544 มูลค่า 112 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 0.5 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าสิ่งพิมพ์ของตลาดโลก โดยมีการส่งออกไปตลาด ไต้หวัน ร้อยละ 19.95 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 17.12 จีน ร้อยละ 3.8 และออสเตรเลีย ร้อยละ 3.5 ตลาดส่งออกสินค้าสิ่งพิมพ์ของไทยเมื่อเทียบกับมูลค่านำเข้ารวมของตลาดโลกแล้วยังน้อยมากกล่าวคือต่ำกว่า ร้อยละ 1 จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตลาดสินค้าสิ่งพิมพ์เป็นตลาดขนาดใหญ่

จากข้อมูลเป้าหมายการส่งออกสิ่งพิมพ์ปี 2548 มีมูลค่า 1,009 ล้านเหรียญสหรัฐเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 จากปี 2547 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.9 ของมูลค่าส่งออกทั้งประเทศ การส่งออกสินค้าสิ่งพิมพ์ กระดาศและบรรจุภัณฑ์ในช่วง 11 เดือนของปี 2548 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่า 943 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.8 ตลาดหลักของประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์กระดาศและบรรจุภัณฑ์ คือ ประเทศมาเลเซีย ขยายตัวร้อยละ 7.35 โดยมีตลาดส่งออกสำคัญดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงตลาดส่งออกสำคัญ

รายชื่อประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD		
	2546	2547	2548
1.มาเลเซีย	70.19	92.87	91.57
2 จีน	70.99	71.26	65.72
3 สหรัฐอเมริกา	65.3	62.16	64
4 เบลเยียม	55.33	60.91	63.75
5 ฮังการี	69.05	68.04	63.47
6 ใต้หวัน	51.7	59.28	62.4
7 เกาหลีใต้	27.01	31.48	62.36
8 สิงคโปร์	39.34	43.9	53.97
9 เวียดนาม	25.69	34.3	44.14
10 ออสเตรเลีย	29.56	34.46	44.01
รวม 10 ประเทศ	504.18	558.65	615.39
อื่นๆ	280.72	281.8	327.22
มูลค่ารวม	784.87	840.46	942.62

ที่มา : (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก, 2548)

การส่งออกสินค้าสิ่งพิมพ์ กระดาษและบรรจุภัณฑ์ในเดือนพฤศจิกายน 2548 มีมูลค่า 83 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากเดือนตุลาคม 2548 ร้อยละ 0.5 และในเดือนธันวาคม 2548 มีมูลค่าส่งออกประมาณ 70 ล้านเหรียญสหรัฐฯ การส่งออกสินค้าสิ่งพิมพ์ กระดาษและบรรจุภัณฑ์ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2548 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่า 942.62 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2547 ตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย คือ มาเลเซีย จีน สหรัฐอเมริกา และ เบลเยียม โดยสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสิ่งพิมพ์และมีความแรงที่สูง แต่มีกำลังการผลิตด้านการพิมพ์ไม่เพียงพอ จึงได้ขยายฐานการผลิตไปยังประเทศซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งตอบรับกับนโยบายของไทย ที่มีการปรับลดอัตราภาษีการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อผลิตในการส่งออก (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก, 2548) และได้มีคาดการณ์ว่าในปี 2550 อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จะเติบโตอยู่ประมาณ 10-12 % เท่ากับ

ปี 2549 เหตุผลที่ยังให้คงระดับอัตราเติบโตสูงอยู่เท่าเดิมเพราะมองว่าปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาการเมืองยังไม่นิ่ง (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2180, 4 มกราคม 2550)

แต่เมื่อถึงปี 2550 ยอดการส่งออกสิ่งพิมพ์ของไทยมีมูลค่าถึง 840 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นเงินไทยเท่ากับ 27,720 ล้านบาท (1 ดอลลาร์เท่ากับ 33 บาท) พุ่งสูงขึ้นถึงร้อยละ 715.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2549 ซึ่งมีมูลค่าส่งออกเพียง 103 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ถือเป็นยอดส่งออกที่สูงที่สุดของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทย และทำให้ประเทศไทยสามารถขึ้นแซงหน้าประเทศสิงคโปร์ซึ่งเป็นผู้นำการส่งออกสิ่งพิมพ์ของอาเซียนตลอดมา (พรชัย จันทโสภ, 2008 : ออนไลน์) ผลการส่งออกที่ขยายตัวดีขึ้นทำให้ไทยมียอดส่งออกแซงหน้าประเทศสิงคโปร์ไปแล้ว จากปกติในเซาท์อีสต์เอเชียสิงคโปร์จะเป็นผู้นำในตลาดส่งออกโดยมีมูลค่าส่งออกปีละประมาณ 20,000 ล้านบาท ดังนั้นเมื่อทิศทางมีแนวโน้มดีขึ้น ก็มั่นใจว่าปีนี้กลุ่มสิ่งพิมพ์จะมียอดส่งออกที่เพิ่มขึ้นประมาณ 20% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ปัจจุบันมูลค่าตลาดรวมในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่ขายในประเทศและส่งออกมีประมาณ 350,000 ล้านบาท/ปี โดยสัดส่วน 90% เน้นการขายในประเทศ และ 10% สำหรับส่งออก ถ้าปี 2551 อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ยังโตต่อเนื่อง ก็มีความมั่นใจถึง 100% ที่จะทำให้ปี 2552 ยอดการส่งออกโตที่มีมูลค่า 30,000 ล้านบาท (อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ปลื้มสุดขีดส่งออกโต 600% ปีหน้าสานฝันเป็นจริง, 2008 : ออนไลน์)

สมุทรปราการเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะหลังจากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นเขตอุตสาหกรรม จัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมขึ้นที่บางพลี และบางปู มีโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ รวมทั้งสิ้น 523 ราย โดยแยกเป็นนิคมบางพลี 129 ราย และนิคมบางปู 394 ราย (ศรีฉณู กลิ่นจันทร์, 2548) จนถึงวันนี้ได้กลายมาเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศทั้งอุตสาหกรรมทั่วไปและส่งออกไม่ว่าจะเป็นยานยนต์ ชิ้นส่วนยานยนต์ ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอ เครื่องหนัง เครื่องสำอาง พลังงานและเชื้อเพลิง เคมี และเวชภัณฑ์ และอาหารแปรรูป ซึ่งสร้างงานและรายได้จำนวนมากทั้งต่อชาวสมุทรปราการ และแรงงานจากต่างถิ่นหลั่งไหลเข้าไปทำงาน ทำให้เกิดมูลค่าการผลิตนับแสนล้านบาท การพัฒนาและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา ทำให้สมุทรปราการเป็นจังหวัดรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ เป็นเมืองอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่การคาดการณ์เติบโตอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมดังกล่าวมีความจำเป็นต้องใช้หลากหลายบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ทั้ง 2 ประเภทคือทั้งแบบกระดาษและแบบฟิล์ม มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือผู้ขาย โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ป้ายแสดงตราสินค้า ป้ายแสดงคุณภาพ ป้ายแสดงรายละเอียดของสินค้า โรงงานในนิคม

อุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องมีการใช้ฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบ สติกเกอร์ ปริมาณการใช้ขึ้นอยู่กับสภาพ
 สภาพของเศรษฐกิจโดยรวม และปริมาณการใช้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากสินค้าทดแทนประเภท
 บรรจุภัณฑ์แบบฟิล์มหัด บรรจุภัณฑ์ฉลากแบบไม่มีกาว บรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์ลงในบรรจุภัณฑ์ประเภท
 ขวด หลอด กระปุก เปลี่ยนมาใช้ฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติกเกอร์เพราะไม่ต้องมีจำนวนในการผลิต
 สูง ด้วยเหตุผลนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุ
 ภัณฑ์แบบสติกเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำมาเป็น
 แนวทางการตลาดและพัฒนาแก้ไขปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมและ
 ตรงตามความต้องการของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แบบสติกเกอร์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติกเกอร์ของโรงงาน
 อุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติกเกอร์
 ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของฉลากติด
 บรรจุภัณฑ์แบบสติกเกอร์ที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ
 เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ

นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ หมายถึง ป้ายฉลากที่เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือผู้ขาย โดยโครงสร้างหลักของฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์นั้นจะมีโครงสร้างมีชั้นพื้นผิวหน้า ตัวเชื่อมระหว่างผิวหน้าและกาว กาว ซิลิโคน และแผ่นรองหลัง โดยมีชั้นโครงสร้างไม่น้อยกว่าที่กล่าวมานี้

นิคมอุตสาหกรรม หมายถึง เขตอุตสาหกรรมทั่วไปหรือเขตอุตสาหกรรมส่งออก (ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จะประกอบด้วย นิคมอุตสาหกรรมบางปูและนิคมอุตสาหกรรมบางพลีในเขตจังหวัดสมุทรปราการ)