

รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

โครงการพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินศักยภาพของ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จินทร์ฉาย
รองศาสตราจารย์จินตนา บุญบงการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธกรผจง วัฒนสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทริมา ชำนาญเวช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณนิภา รอดวรรณ:

เมษายน 2549

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เงินอุดหนุนงบประมาณแผ่นดิน
ประจำปีงบประมาณ 2548

คำนำ

โครงการศึกษาดัชนีชี้วัดศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ได้รับการสนับสนุนจาก
งบประมาณแผ่นดิน การศึกษาวิจัยได้รับความร่วมมือจากสมาคมและผู้ประกอบการในการ
อนุเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษานี้เพื่อให้ผู้ประกอบการมีค่าอ้างอิงเพื่อใช้ในการพัฒนาศักยภาพ
ของกิจการให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

เลขหมู่ จพ
พด 15
เลขทะเบียน 013321
วัน, เดือน, ปี 29 ก.ค. 50

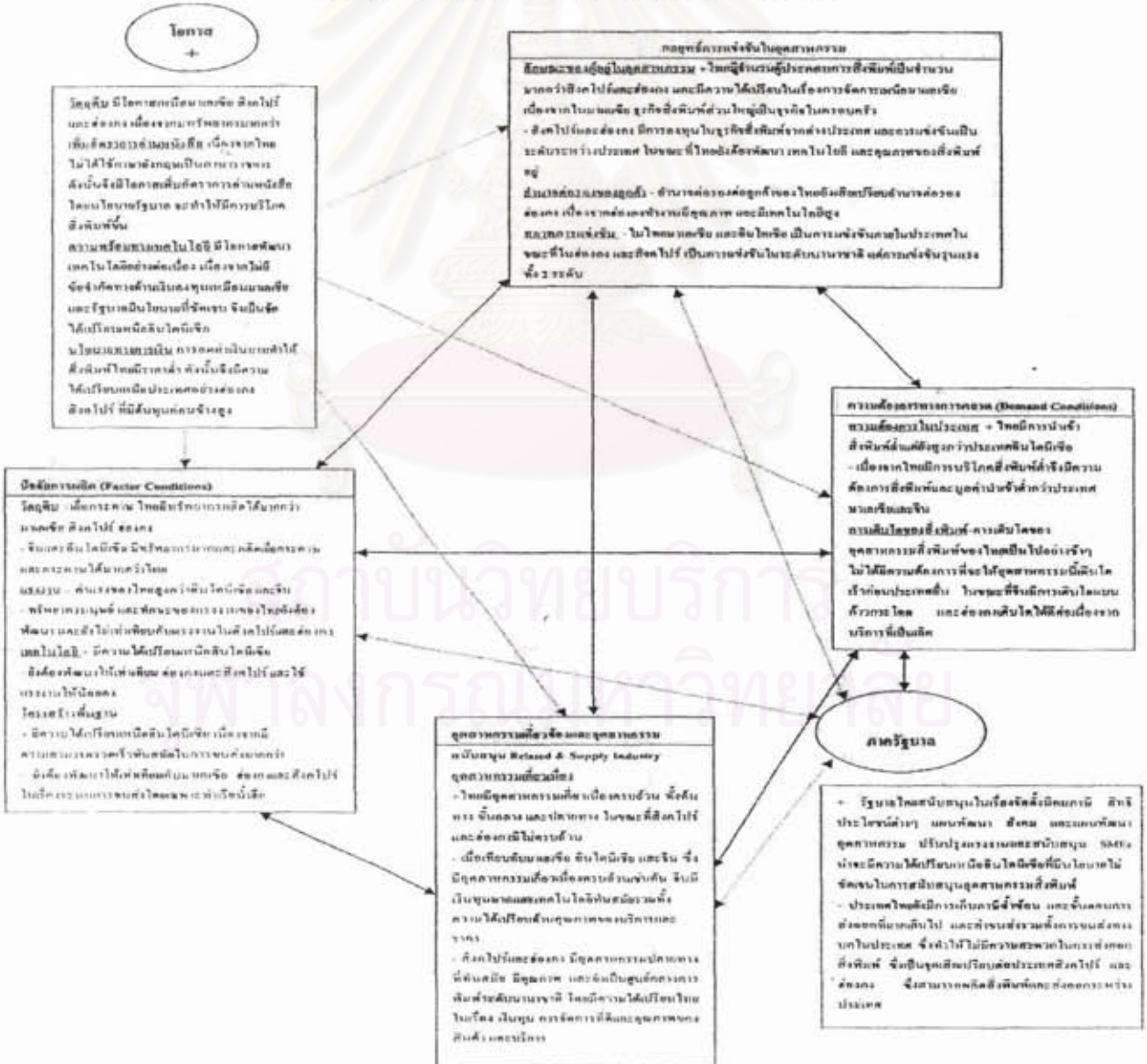
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาค้นคว้าวิจัยศึกษาภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรม รวมทั้งสร้างดัชนีชี้วัดและถ่ายทอดค่าอ้างอิง เพื่อประเมินขีดความสามารถการแข่งขัน การศึกษาโดยการเก็บข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการ

การประเมินศักยภาพการแข่งขัน โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model และ Porter 5 Forces Model ผลการศึกษา Diamond Model สรุปได้ดังนี้

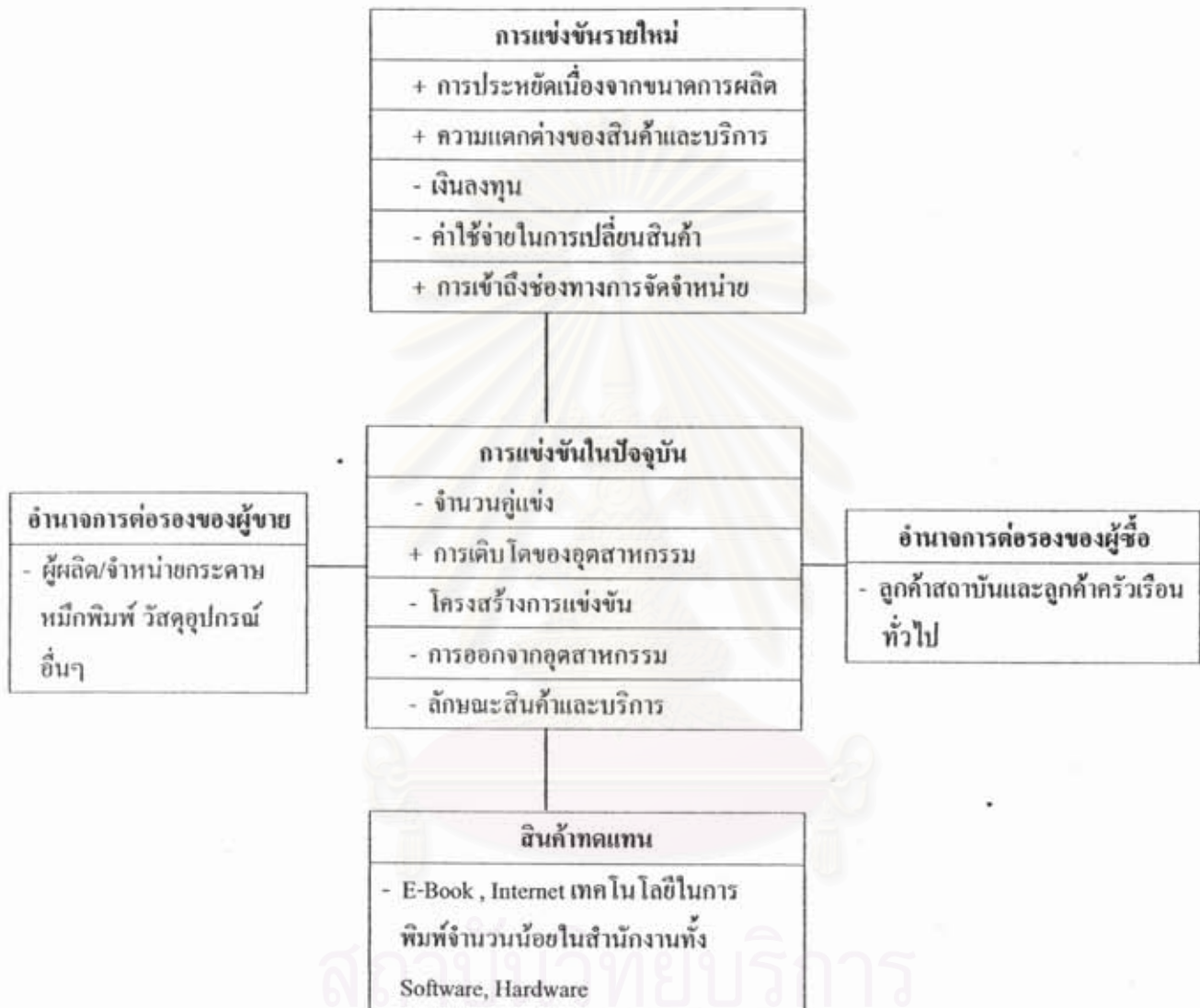
ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทย เทียบกับประเทศ สิงคโปร์ จีน ล่องกง มาเลเซีย และอินโดนีเซีย



สภาวะการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์



สภาวะการแข่งขันในธุรกิจโรงพิมพ์



ผลการศึกษานี้ได้สร้างดัชนีชี้วัดและค่าอ้างอิงโดยใช้ Balanced Scorecard และ Management Cockpit ดังนี้

Balanced Scorecard

ด้านการเงิน

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. กำไรสุทธิต่อยอดขาย	10.30 %
2. อัตรากำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย	23.97 %
3. อัตราการเติบโตของรายได้	18.52 %
4. อัตราการเติบโตของรายได้ในช่องทาง การจำหน่ายเดิม (ลูกค้าเดิม)	16.50 %
5. กำไรต่อทรัพย์สิน (ROA)	22.48 %
6. อัตราค่าเสื่อมราคาค่าต่อต้นทุนรวม	6.59 %
7. อัตราค่าแรงต่อต้นทุน	18.03 %
8. อัตราวัตถุดิบต่อต้นทุน	55.69 %
9. อัตราต้นทุนด้านขนส่งหรือ โลจิสติกส์	5.13 %
10. โครงสร้างทางการเงิน	27.90 %
11. ระยะเวลาเก็บหนี้	58.59 วัน

ด้านลูกค้า

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. ความพึงพอใจของลูกค้า	2.34
2. อัตราการร้องเรียนของลูกค้า	0.10 %
3. จำนวนลูกค้าทั้งหมด/เฉลี่ยต่อกิจการ	58 ราย
4. อัตราการรักษาลูกค้าเก่า	82.63 %
5. อัตราการเติบโตของลูกค้าใหม่ปี 2547	2.13 %
6. ยอดขายต่อลูกค้า	1,696,867.72 บาท/คน
7. ยอดขายต่อพนักงาน	1,473,472.11 บาท/คน
8. สัดส่วนยอดขายต่างประเทศต่อยอดขายรวม	6.61 %

ด้านประสิทธิภาพ

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. ระยะเวลาการผลิต	19.08 วัน
2. ระยะเวลาการออกแบบ	12.39 วัน
3. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	14.86 %
4. ค่าขนส่งและบริหารคลังสินค้าต่อรายได้	2.74 %
5. ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขาย	8.80 %
6. ผลผลิตต่อคน	768,261.69 บาท/ คน/ ปี
7. อัตราของเสีย	5.32 %
8. คุณภาพของสินค้าตามข้อกำหนดของลูกค้า	116.45 %
9. คุณภาพของบริการ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สูง 50.00 % ▪ กลาง 50.00 %
10. อัตราการใช้กำลังการผลิต	83.10 %
11. ระยะเวลาเฉลี่ยในการส่งมอบสินค้า	8.97 วัน
12. % การจัดส่งของทันเวลา	90.64 %

ด้านการเรียนรู้และการเติบโต

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับอบรม/ พัฒนา	13.94 วัน
2. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อต้นทุนรวม (ค่าฝึกอบรม)	2.86 %
3. การนำระบบสารสนเทศมาใช้	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ทุกระบบ 23.81% ▪ มีบางระบบ 69.05% ▪ ไม่มี 7.14 %
4. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สูง 21.95% ▪ กลาง 68.29% ▪ ต่ำ 9.76 %
5. การพัฒนาปรับปรุงด้านต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เปลี่ยนแปลงมาก 37.50%

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
ในองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> ▪ มีบ้าง 60.00% ▪ ไม่มี 2.50 %
6. มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547	17.47 %
7. อัตราการออกจากงาน	13.03 %

Management Cockpit

ผนังสีฟ้า

Blue Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
1. ประสิทธิภาพของเราดีไหม?	1. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน
	2. ระยะเวลาการออกแบบ	เวลาออกแบบ = 12.39 วัน
	3. ผลผลิตต่อคน	= 768,261.69 บาท/คน/ปี
	4. อัตราของเสีย	5.32%
	5. ยอดขายต่อพนักงาน	= 1,473,472.11 บาท/คน
	6. อัตราการใช้กำลังการผลิต	83.10%
2. เรา Responsive ไหม?	1. ระยะเวลาการออกแบบ	เวลาออกแบบ = 12.39 วัน
	2. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน
	3. อัตราการร้องเรียนลูกค้า	0.10%
	4. ยอดขายต่อลูกค้า	= 1,696,867.72 บาท/คน
	5. % การจัดส่งของได้ทันเวลา	90.64%
	6. คุณภาพสินค้าตามข้อกำหนด	116.45%
3. เราบริหารแบบมีอาชีพหรือเปล่า?	1. ถ้าไรต่อยอดขาย	10.30%
	2. อัตรากำไรเบื้องต้น	23.97%
	3. ถ้าไรต่อสินทรัพย์	22.48%

Blue Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	4. สัดส่วนยอดขายต่างประเทศ	6.61%
	5. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรม/พัฒนา	จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรมพัฒนา = 13.94 วัน
	6. การนำ BSC ไปใช้	การนำ BSC ไปใช้ = 37.50%
4. บุคลากรของเราดีไหม?	1. อัตราการออกจากงาน	13.03%
	2. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรม/พัฒนา	จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรมพัฒนา = 13.94 วัน
	3. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	2.86%
	4. ยอดขายต่อพนักงาน	= 1,473,472.11 บาท/คน
	5. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	14.86%
	6. อัตราค่าแรงต่อต้นทุนรวม	18.03%
5. คุณภาพของเราดีไหม?	1. ความพึงพอใจลูกค้า	ระดับปานกลาง = 2.34 จาก Scale 5
	2. อัตราการร้องเรียนของลูกค้า	0.10%
	3. อัตราการรักษาลูกค้าเก่า	82.63%
	4. ระยะเวลาเฉลี่ยการส่งมอบ	ตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าจนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า = 8.97 วัน
	5. %จัดส่งสินค้าได้ทันเวลา	90.64%
	6. คุณภาพของบริการ	สูง 50% ปานกลาง 50%
6. การพัฒนาองค์กร	1. การนำระบบสารสนเทศมาใช้	นำมาใช้ทุกระบบ 23.81%
	2. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี	มีความก้าวหน้าปานกลาง 68.28%
	3. การพัฒนาปรับปรุงองค์กร	มีการเปลี่ยนแปลงมาก 37.50%
	4. การจัดทำ BSC/KPI	กำลังจัดทำ 60%
	5. การประเมินความสำเร็จองค์กร	มีการประเมินระดับฝ่าย 46.51%
	6. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน

หนังสือแดง

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
1. สภาวะอุตสาหกรรมผล กระทบจากปัจจัยมหภาค	1. Exchange Ratio	http://www.settrade.com/actions/customization/IPO/market_index .
	2. ภูมิทัศน์เศรษฐกิจ-การเมืองโลก	http://www.nesdb.go.th//national/competitiveness/attach/data01.pdf
	3. ภูมิทัศน์ธุรกิจและอุตสาหกรรมโลก	http://www.nesdb.go.th//national/competitiveness/attach/data01.pdf
	4. Interest Ratio	http://www.settrade.com/actions/customization/IPO/market_index .
	5. ภาพรวมอุตสาหกรรม	แผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	6. พยากรณ์ความต้องการแรงงานผลิต รายอุตสาหกรรม ปี 2547-52 (หน่วย : คน)	สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
1. KBE = Knowledge Based Economy	1. อัตราการอ่านหนังสือ	China = 0.649 ต่อ 1,000 คน Malaysia = 0.300 ต่อ 1,000 คน Thailand = 0.231 ต่อ 1,000 คน
	2. อัตราการเล่น internet	Malaysia = 5.2% Thailand = 19.9% USA. = 16.2%
	3. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุด แข็ง ของความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทย ตามผลการประเมิน ของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถใน การแข่งขันของประเทศในระดับ สากล เพื่อเผชิญความท้าทายจาก กระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
	4. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็ง ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)
	5. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)
	6. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)
2. Supply Condition	1. มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้พิมพ์พิกต์ 84.8	อัตรการขยายตัวปี 2547 รวมร้อยละ 6.04
	2. มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกต์สุลกากร 84.43	อัตรการขยายตัวปี 2547 รวมร้อยละ 11.51
	3. มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์	อัตรการขยายตัวการนำเข้าปี 2547 รวมร้อยละ 11.12 อัตรการขยายตัวการส่งออกปี 2547 รวมร้อยละ 51.63

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
	4. มูลค่าการนำเข้าหมึกพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15	อัตราการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ -5.22
	5. มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทยระหว่างปี 2538-2547	ปี 2547 มูลค่า 4,182.30 ล้านบาท อัตราเพิ่ม ร้อยละ 16.78
	6. มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทยระหว่างปี 2538-2547	ปี 2547 ส่งออก มูลค่า 2,715.90 ล้านบาท นำเข้า มูลค่า 4,182.30 ล้านบาท
3. ศักยภาพการแข่งขัน	1. Diamond Model	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	2. มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43	อัตราการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ -55.02
	3. มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42	อัตราการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ 23.02
	4. มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์ของโลกปี 2542-2546	ไทยปี 2546 78,455 1,000/US\$
	5. มูลค่าการส่งออกด้านกระดาษไทย	มูลค่าส่งออกปี 2547 = 2,715.90 ล้านบาท
	6. มูลค่าการส่งออกหมึกพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15	อัตราการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ -42.35
4. สภาวะการแข่งขัน	1. ผู้จัดจำหน่ายหนังสือที่มีหนังสือออกใหม่เป็นจำนวนมากที่สุด	บจม. ซีเอ็ดยูเคชั่น ราคาปกเฉลี่ย 181.04 บาท
	2. สภาวะการแข่งขันในธุรกิจสำนักพิมพ์	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	3. การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
	4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	5. อำนาจต่อรองของ Supplier	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	6. สินค้าทดแทน	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
5. สภาพการตลาด	1. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศไทย	ไม่สามารถแบ่งส่วนการตลาด (Segment) ได้อย่างชัดเจน แต่แนวโน้มความต้องการที่จะบริโภคสิ่งพิมพ์คุณภาพสูงจะค่อยๆเพิ่มขึ้น เนื่องจากระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้นของประชากร
	2. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศมาเลเซีย	นำเข้าสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มากกว่าการส่งออกนำเข้าสิ่งพิมพ์ประมาณ 152 ล้านเหรียญสหรัฐ และร้อยละ 63 เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นพับ โดยนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ 1 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด
	3. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศสิงคโปร์	ไทย ส่งออกไปสิงคโปร์ สิ่งพิมพ์ประเภทที่มีมูลค่ามากที่สุดที่ไทยส่งออกไป คือ หนังสือพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นปลิว มูลค่าประมาณ 700,000 เหรียญสหรัฐ ในปี 2546
	4. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศจีน	ตลาดสิ่งพิมพ์เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีการเจริญเติบโต

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
		โตแบบก้าวกระโดดตลาดมีขนาด 36,000 – 41,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการขยายตัวประมาณ 15%-20% ต่อปี
	5. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศอินโดนีเซีย	มีการนำเข้าสิ่งพิมพ์มูลค่า 18.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2545 จากญี่ปุ่น สิงคโปร์ อเมริกา สินค้านำเข้าส่วนใหญ่เป็นหนังสือและโบรชัวร์ ประมาณ 34% หนังสือพิมพ์และวารสารประมาณ 19%
	6. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศฮ่องกง	เป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของตลาดใหญ่ และมีการแข่งขันสูง เนื่องจากฮ่องกงเป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์แห่งใหม่ที่สำคัญ

หนังสือดำ

Black Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
1. กำไรของเราดีไหม?	1. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จำนวน 217,694,958.72 บาท ร้อยละ 6.36
	2. อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คู่มืองาน เย็บสมุด เพนท์สี เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัทแม็กซ์เวล อินค์สตรี จำกัด จำนวน 40,652,195.48 บาท ร้อยละ 13.08

Black Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	3. อุดสาหกรรมกำไรและการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด จำนวน 1,045,200,305.05 บาท ร้อยละ 66.26
	4. อุดสาหกรรมโรงพิมพ์เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัท จันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้พรีนติ้ง จำกัด จำนวน 129,037,063.00 ร้อยละ 16.37
	5. ROS ROA ROE อุดสาหกรรมกำไรและการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ROS ROA ROE 22.04% 16.28% 20.12%
	6. ROS ROA ROE อุดสาหกรรมกำไรและการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ROS ROA ROE 16.6% 14.86% 18.67%
2. รายได้ของเราดีไหม?	1. อุดสาหกรรมโรงพิมพ์เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,274,468,141.56 บาท ร้อยละ 9.77
	2. อุดสาหกรรมกำไรและการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด จำนวน 4,761,709,735.56 บาท ร้อยละ 31.75
	3. อัตราส่วนทางการเงินของ อุดสาหกรรมบริการการพิมพ์ คูมงาน เย็บสมุด เพนท์สี เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ จำกัด จำนวน 847,938,248.00 บาท ร้อยละ 11.13
	4. อุดสาหกรรมกำไรและการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด จำนวน 2,856,340,432.37 บาท ร้อยละ 4.29

Black Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	5. Growth ของรายได้อุตสาหกรรม การพิมพ์และการพิมพ์โฆษณา หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัท วัชรพล จำกัด ร้อยละ 12.87
	6. Growth ของรายได้ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ ปรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 25.86
3. สินทรัพย์ของเราทำอะไร?	1. อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ เรียงตาม สินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,827,813,673.88 บาท ร้อยละ 13.10
	2. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์ เรียงตาม สินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด จำนวน 6,421,869,895.38 บาท ร้อยละ 34.35
	3. อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุม งาน เย็บสมุด เพนท์สี เรียงตาม สินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ จำกัด จำนวน 1,059,277,021.00 บาท ร้อยละ 16.22
	4. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียง ตามสินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ ปรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,464,887,734.01 บาท ร้อยละ 2.63
	5. Growth ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ร้อยละ 13.15
	6. Growth ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ ปรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 19.3
4. เราควบคุมต้นทุนได้ไหม ?	1. อัตราค่าแรงต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 18.03
	2. อัตราวัตถุดิบต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 55.69

Black Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	3. อัตราค่าขนส่งต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 5.13
	4. อัตราค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 6.59
	5. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	ร้อยละ 14.86
	6. ค่าใช้จ่ายการตลาดต่อยอดขาย	ร้อยละ 8.80
5. ความเสี่ยงของเราดีไหม?	1. โครงสร้างทางการเงิน	ร้อยละ 27.90
	2. ระยะเวลาการเก็บหนี้	58.59 วัน
	3. D/E ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 2.66
	4. D/E ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ร้อยละ 23.63
	5. D/E ของอุตสาหกรรมโรงพิมพ์	อันดับ 1 บริษัท จันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้ พริ้นติ้ง จำกัด ร้อยละ 174.07
	6. D/E อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คูปองงาน เย็บสมุด เพนท์สี	อันดับ 1 บริษัทแม็กซ์เวล อินค์สตรี จำกัด ร้อยละ 68.66
6. เราเติบโตดีไหม?	1. อัตราการเติบโตของลูกค้านำใหม่	ร้อยละ 2.13
	2. อัตราการเติบโตของรายได้	ร้อยละ 18.52
	3. อัตราการเติบโตของรายได้ใน ช่องทางการจำหน่ายเดิม (ลูกค้าเก่า)	ร้อยละ 16.50
	4. มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547	ร้อยละ 17.47
	5. อัตราการเติบโตของยอดขายปี 2547	ดีขึ้นจากปี 2546 ร้อยละ 65.38
	6. อัตราการเติบโตของกำไรของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ร้อยละ -10.39

ข้อเสนอแนะ

ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบศักยภาพกับธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อประเมินศักยภาพในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะเพื่อให้ภาคธุรกิจเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมีดังนี้

1. ภาคธุรกิจควรมีการนำแนวคิดการประเมินศักยภาพของกิจการโดยใช้ BSC หรือ Management Cockpit ไปใช้เพื่อทราบจุดอ่อนจุดแข็งของกิจการ และเพื่อวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านต่างๆ
2. การเปรียบเทียบศักยภาพของกิจการควรมีการเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรือกิจการในอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นการจัด Competitive Benchmark ของภาคอุตสาหกรรมมีประโยชน์ในการนำไปประเมิน
3. ความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม ต้องดำเนินการต่อเนื่อง สร้างดัชนีชี้วัดให้เชื่อมโยงกับแผนกลยุทธ์ที่กิจการได้วาง
4. ความสำเร็จในการนำไปใช้ขึ้นกับระบบข้อมูลของกิจการ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้มีกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก ดังนั้นระบบข้อมูลภายในไม่ว่าด้านบัญชี การเงิน อาจไม่สมบูรณ์ ทำให้เป็นอุปสรรคในการจัดทำซึ่งผู้ประกอบการควรปรับปรุง
5. สำหรับผู้ประกอบการที่มีการส่งออก การประเมินขีดความสามารถในการแข่งขัน จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	i
บทสรุปผู้บริหาร	ii
สารบัญ	xviii
สารบัญตาราง	xx
สารบัญรูปภาพ	xxiv
สารบัญแผนภูมิ	xxv
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	1-2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-3
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย	1-3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	1-4
1.6 ระยะเวลาดำเนินงาน	1-4
บทที่ 2 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	2-1
2.1 แนวคิดการสร้างดัชนีชี้วัดความสามารถด้านการแข่งขัน	2-1
2.1.1 แนวคิดการสร้างดัชนีชี้วัดและค่าอ้างอิง	2-3
2.1.2 ดัชนีวัดศักยภาพของอุตสาหกรรมของประเทศไทย โดยรวม	2-12
2.1.3 การพัฒนาดัชนีชี้วัดศักยภาพการแข่งขันของรายอุตสาหกรรม	2-27
2.2 แนวคิดการประเมินศักยภาพการแข่งขัน	2-34
2.2.1 Diamond Model	2-34
2.2.2 Five forces Model	2-42
บทที่ 3 ภาพรวมอุตสาหกรรม	3-1
3.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	3-1
3.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	3-1
3.2 สถานะการตลาดและการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	3-19
3.3 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	3-21

	หน้า	
3.3.1	สถานะการแข่งขันระดับประเทศ	3-21
3.3.2	การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์	3-36
3.3.3	การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของธุรกิจโรงพิมพ์	3-65
บทที่ 4	ดัชนีชี้วัดศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม	4-1
4.1	ผลการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ	4-1
4.2	ดัชนีชี้วัดศักยภาพด้านการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	4-7
4.2.1	ความหมายของดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน	4-9
4.2.2	ผลการประเมินศักยภาพด้านการเงินจากข้อมูลทุติยภูมิ	4-14
4.3	การจัดทำค่าอ้างอิง	4-52
4.3.1	การจัดทำดัชนีชี้วัดตามแนวคิด Balance Scorecard	4-52
4.3.2	การจัดทำดัชนีชี้วัดตามแนวคิด Management Cockpit	4-59
บทที่ 5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	5-1
5.1	บทสรุป	5-1
5.1.1	สถานะการแข่งขันระดับประเทศ	5-1
5.1.2	การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันธุรกิจสำนักพิมพ์	5-2
5.1.3	สถานะการแข่งขันในธุรกิจโรงพิมพ์	5-3
5.1.4	ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ	5-4
5.1.5	การสร้างดัชนีชี้วัดในรูปแบบ Management Cockpit	5-6
5.2	ข้อเสนอแนะ	5-15
ภาคผนวก	ภาคผนวก ก การศึกษาคูงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน	
	ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์สื่อ	
	ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	
บรรณานุกรม		

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	2.1	อันดับความสามารถการแข่งขันของประเทศ (The World Competitiveness Scoreboard)	2-6
ตารางที่	2.2	การประเมินศักยภาพด้านเศรษฐกิจ (Economic Performance Factor) ของประเทศต่างๆ	2-9
ตารางที่	2.3	การประเมินศักยภาพของภาครัฐ (Government Efficiency) ของประเทศต่างๆ	2-9
ตารางที่	2.4	การประเมินศักยภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) ของประเทศต่างๆ	2-10
ตารางที่	2.5	การประเมินศักยภาพด้าน โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Factor) ของประเทศต่างๆ	2-11
ตารางที่	2.6	Top 25 exporters of high-tech products, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-14
ตารางที่	2.7	Top 25 exporters of medium-tech products, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-15
ตารางที่	2.8	Top 25 exporters of low-tech products, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-17
ตารางที่	2.9	Top 25 exporters of resource-base products, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-18
ตารางที่	2.10	Ranking of economies by the competitive industrial performance Index, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-20
ตารางที่	2.11	Ranking of economies by the competitive industrial performance Index, by region or country group, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-22
ตารางที่	2.12	Leading and lagging exporters, (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-24
ตารางที่	2.13	อุตสาหกรรมสนับสนุนที่ก่อให้เกิดการ ได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศต่างๆ	2-40

			หน้า
ตารางที่	3.1	มูลค่าการส่งออกและนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทย ระหว่างปี 2538-2547	3-1
ตารางที่	3.2	การประเมินศักยภาพระหว่างประเทศ ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน	3-2
ตารางที่	3.3	การประเมินศักยภาพ ด้าน โครงสร้างพื้นฐานในกลุ่มประเทศคู่แข่ง	3-3
ตารางที่	3.4	การประเมินศักยภาพ ด้านการดำเนินงานของภาครัฐระดับประเทศต่างๆ	3-3
ตารางที่	3.5	การประเมินศักยภาพ ด้านการดำเนินงานของภาครัฐ ระดับประเทศในกลุ่มประเทศคู่แข่ง	3-4
ตารางที่	3.6	การประเมินศักยภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) ของประเทศต่างๆ	3-5
ตารางที่	3.7	การประเมินศักยภาพด้านภาคธุรกิจในกลุ่มประเทศคู่แข่ง	3-5
ตารางที่	3.8	มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์ของโลก ปี 2542-2546	3-6
ตารางที่	3.9	มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์	3-9
ตารางที่	3.10	มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42	3-10
ตารางที่	3.11	มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43	3-11
ตารางที่	3.12	มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42	3-12
ตารางที่	3.13	มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43	3-13
ตารางที่	3.14	มูลค่าการส่งออกหมึกพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15	3-16
ตารางที่	3.15	มูลค่าการนำเข้าหมึกพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15	3-17
ตารางที่	3.2.1	ประเทศนำเข้าสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของโลก ปี 2542-2546	3-19
ตารางที่	3.3.1	แสดงสถิติการออกหนังสือใหม่	3-37
ตารางที่	3.3.2	แสดงหมวดการออกหนังสือใหม่สูงสุด	3-38
ตารางที่	3.3.3	แสดงหนังสือพิมพ์ที่มียอดขาย อันดับ 1 ประเภทต่างๆ ในปี 2548	3-39
ตารางที่	3.3.4	แสดงนิตยสารที่มียอดขายอันดับ 1 ประเภทต่างๆ ในปี 2548	3-40
ตารางที่	3.3.5	แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีหนังสือออกใหม่ส่งเข้าร้านหนังสือมากที่สุด ในปี 2548	3-43
ตารางที่	3.3.6	แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีมูลค่าราคาปรวมของหนังสือออกใหม่มากที่สุด ในปี 2548	3-43
ตารางที่	3.3.7	แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีจำนวนเล่มขายของหนังสือออกใหม่มากที่สุด	3-44
ตารางที่	3.3.8	แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีมูลค่ายอดขายของหนังสือออกใหม่มากที่สุด	3-44

		หน้า	
ตารางที่	3.3.9	แสดงข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์ และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	3-45
ตารางที่	3.3.10	แสดงข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์ และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	3-45
ตารางที่	3.3.11	แสดงประมาณการจำนวนประชากร 2549-2554	3-46
ตารางที่	3.3.12	แสดงอัตราส่วนนักเรียนต่อประชากร ปีการศึกษา 2544-2547	3-47
ตารางที่	3.3.13	แสดงอัตรการรู้หนังสือ และดัชนีการพัฒนาระดับมัธยมศึกษาของประเทศไทย	3-47
ตารางที่	3.3.14	แสดงข้อมูลบริษัทที่ผลิตสิ่งพิมพ์รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ปี 2547 (รวมทุกประเภท)	3-48
ตารางที่	3.3.15	หนังสือที่มีจำนวนเล่มขายมากที่สุด ในปี 2548	3-51
ตารางที่	3.3.16	นักเขียน/นักแปลไทย ที่มีจำนวนเล่มขายมากที่สุด	3-58
ตารางที่	3.3.17	นักเขียน/นักแปลไทย ที่มียอดขาย (จำนวนเงิน) มากที่สุด	3-58
ตารางที่	3.3.18	นักเขียน/นักแปลไทย ที่มีรายการหนังสือคิดใน 20 อันดับขายดีมากที่สุด	3-59
ตารางที่	3.3.19	แสดงตัวอย่างราคากระดาษ	3-60
ตารางที่	3.3.20	แสดงผู้จัดจำหน่ายหนังสือ ที่มีหนังสือออกใหม่เป็นจำนวนปกมากที่สุด	3-61
ตารางที่	3.3.21	แสดงข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานฯ	3-66
ตารางที่	3.3.22	แสดงข้อมูลบริษัทที่ผลิตสิ่งพิมพ์รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ปี 2547 (รวมทุกประเภท)	3-68
ตารางที่	3.3.23	แสดงอัตรการขยายตัวของ GDP ของไทย	3-69
ตารางที่	3.3.24	แสดงจำนวนโรงงานสิ่งพิมพ์ที่เปิดใหม่ ปี 2540-2548	3-70
ตารางที่	3.3.25	ปริมาณการผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษ ปี 2548	3-71
ตารางที่	3.3.26	แสดงจำนวนการบริโภครกระดาษ(Paper and Paper board consumption)	3-71
ตารางที่	3.3.27	แสดงปริมาณการผลิตกระดาษ	3-77
ตารางที่	3.3.28	การนำเข้าเยื่อกระดาษ และเศษกระดาษ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษสิ่งพิมพ์	3-78
ตารางที่	3.3.29	การส่งออกกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษหนังสือและสิ่งพิมพ์	3-79
ตารางที่	4.1.1	ข้อมูลของกิจการ	4-2
ตารางที่	4.2.1	อุตสาหกรรมและจำนวนกิจการที่นำมาวิเคราะห์	4-7
ตารางที่	4.2.2	สูตรที่ Business on Line ใช้คำนวณดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน	4-8
ตารางที่	4.2.3	อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	4-17

			หน้า
ตารางที่	4.2.4	อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	4-19
ตารางที่	4.2.5	อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	4-20
ตารางที่	4.2.6	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด	4-21
ตารางที่	4.2.7	อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	4-26
ตารางที่	4.2.8	อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	4-27
ตารางที่	4.2.9	อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	4-28
ตารางที่	4.2.10	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด	4-29
ตารางที่	4.2.11	อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ เรียงตามรายได้	4-34
ตารางที่	4.2.12	อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ เรียงตามสินทรัพย์	4-35
ตารางที่	4.2.13	อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ เรียงตามกำไร	4-36
ตารางที่	4.2.14	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด	4-37
ตารางที่	4.2.15	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนต์สี เรียงตามรายได้	4-42
ตารางที่	4.2.16	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนต์สี เรียงตามสินทรัพย์	4-43
ตารางที่	4.2.17	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนต์สี เรียงตามกำไร	4-44
ตารางที่	4.2.18	อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนต์สี 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด	4-45
ตารางที่	4.2.19	ดัชนีชี้วัดสมรรถภาพทางการเงินอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2545	4-50

สารบัญรูป

		หน้า	
รูปที่	1.1	ประกอบความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษ และกระดาษ	1-1
รูปที่	2.1	ความเชื่อมโยงแผนกลยุทธ์ และดัชนีชี้วัด	2-2
รูปที่	2.2	Winners and losers in competitive industrial performance rankings between 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-25
รูปที่	2.3	Cluster analysis of technological evolution of Industry in developing economics, 1985 (พ.ศ. 2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)	2-26
รูปที่	2.4	ตัวแบบ Balanced Scorecard	2-28
รูปที่	2.5	ตัวแบบ Circle of Excellence	2-29
รูปที่	2.6	Key performance Indicators used by companies in Thailand	2-30
รูปที่	2.7	The Determinants of National Advantage	2-34
รูปที่	2.8	รูปแบบการวิเคราะห์การแข่งขัน Five Forces Model	2.43
รูปที่	2.9	Value Chain	2-52

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภูมิ

			หน้า
แผนภูมิที่	2.1	Nation shares of developing world manufactured value added,2541	2-12
แผนภูมิที่	2.2	Nation shares of developing world manufactured value exports,2541	2-13



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทที่ 1

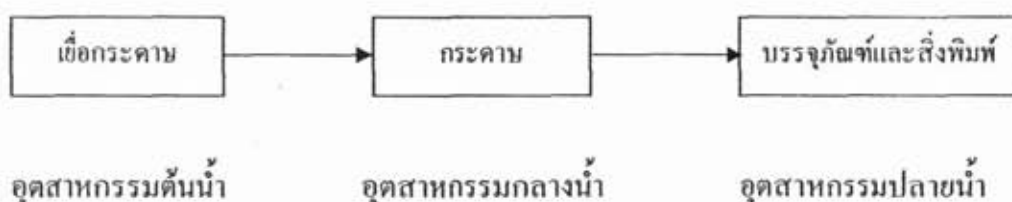
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.1 หลักการและเหตุผล

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก จำเป็นต้องมีแผนการพัฒนาและดัชนีชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจนและเป็นทิศทางเดียวกันของอุตสาหกรรม และเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ครอบคลุมทั้ง Industry Value Chain ที่ทำให้หน่วยงานหลัก และหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐได้นำไปดำเนินการเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานในการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือที่ภาคอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการได้ดำเนินการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถอุตสาหกรรมและธุรกิจ

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีศักยภาพในการผลิต และมีโอกาสที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากระดับมาตรฐานคุณภาพทางสังคมและระดับการศึกษาของประชากรในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ประชากรภายในประเทศมีการใช้ปริมาณกระดาษประมาณ 42 กิโลกรัม/คน/ปี ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีการใช้กระดาษประมาณ 350 กิโลกรัม/คน/ปี จากตัวเลขพบว่าอัตราการบริโภคกระดาษของประชากรในประเทศยังค่อนข้างต่ำ ซึ่งตลาดยังสามารถขยายตัวได้อย่างมากในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ยังมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ (ตามรูปที่ 1.1) เช่นอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ กระดาษ และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้มีการจ้างงานจำนวนมาก ตามสถิติของกรมโรงงานอุตสาหกรรม เยื่อกระดาษ กระดาษ และวัสดุเกี่ยวกับกระดาษ มีโรงงานรวมทั้งสิ้น 807 โรงงาน มูลค่าเงินลงทุนจำนวน 55,000 ล้านบาท และมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 36,000 คน และโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เองมีจำนวนโรงงานรวมทั้งสิ้น 3,500 โรงงาน ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวน 120,000 คน ซึ่งกระจายอยู่ตามเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล จากตัวเลขแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีความสำคัญต่อการจ้างงานมาก

รูปที่ 1.1 ครอบคลุมความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ เยื่อกระดาษและกระดาษ



สำหรับสถิติการส่งออกสิ่งพิมพ์กระดาษและบรรจุภัณฑ์ทุกประเภทในปี 2545 มีมูลค่า 696 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 27,840 ล้านบาท (ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการส่งออก) และมีการคาดการณ์ว่าในปี 2546 จะมีมูลค่าเพิ่มเป็น 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ต่อปี และหากพิจารณาถึงอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting) ให้ธุรกิจส่งออกสินค้าต่างๆ ที่ร่วมสร้างมูลค่าให้กับประเทศมีจำนวนมูลค่าการส่งออกประมาณ 2 ล้านบาทต่อปี ทำรายได้เข้าประเทศ ซึ่งรายได้เหล่านี้มีมูลค่าแฝงที่มาจากอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่มีได้เป็นผู้ส่งออกโดยตรง เช่น การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท การพิมพ์คู่มือการใช้สินค้า สลากใบรับประกันสินค้า แค็ตตาล็อก ฯลฯ ที่ติดไปกับสินค้า ประมาณการว่าร้อยละ 4 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งมีมูลค่าเฉลี่ยประมาณ 1 แสนล้านบาทเศษ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ โดยที่โครงสร้างของอุตสาหกรรมจะมีการใช้วัตถุดิบกระดาษร้อยละ 50 ค่าแรงและค่าจัดการต่างๆ ประมาณร้อยละ 30 ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 20 จะเป็นค่าวัสดุอื่นๆ เช่น ฟิล์ม หมึกพิมพ์ เคมีที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ ซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ จากการประเมินในเบื้องต้น ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงคิดเป็นมูลค่า ร้อยละ 80 ของจำนวนยอดการส่งออกพิมพ์ทั้งหมด นอกจากนี้ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ สิงคโปร์ และฮ่องกง ได้ประสบปัญหาค่าแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นและขาดแคลนแรงงานในธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้น แสดงให้เห็นว่าสิ่งพิมพ์ไทยมีโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น

สำหรับตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับผู้นำในตลาดสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่จะรับงานพิมพ์ในประเทศเป็นหลักในแต่ละปี ธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทยมีโอกาสเข้าไปขยายส่วนแบ่งตลาดสิ่งพิมพ์ระหว่างประเทศ แทนที่ฮ่องกง และสิงคโปร์ ที่ประสบปัญหาด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นมาก รวมทั้งค่าที่ดินที่ปรับตัวเพิ่มมากขึ้น และประการสำคัญ คือปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีฝีมือทางด้านการพิมพ์ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องมีการศึกษาเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพและดัชนีชี้วัดเพื่อสร้างค่าอ้างอิงเพื่อเป็นกรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ให้มีความเข้มแข็ง และมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนในสภาวะการค้าเสรีและการกีดกันทางการค้า

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมทั้งระบบอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- 1.2.2 เพื่อสร้างดัชนีชี้วัดและค่าอ้างอิงเพื่อประเมินผลขีดความสามารถในการแข่งขันเปรียบเทียบ

- 1.2.3 เพื่อสร้าง Software ตามเกณฑ์ Balanced Scorecard & Management Cockpit ให้ผู้ประกอบการนำไปวัดศักยภาพ
- 1.2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรม

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 เพื่อให้ผู้ประกอบการและกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ สภาอุตสาหกรรม ได้นำผลวิจัยไปพัฒนาขีดความสามารถด้านการแข่งขัน
- 1.3.2 เพื่อนำเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐเพื่อนำไปปรับปรุงหรือกำหนดนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรม
- 1.3.3 เพื่อใช้ในการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจ

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

- 1.4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผลงานวิจัยของ สถาบันต่าง ๆ รวมจากต่างประเทศ
- 1.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ มีดังนี้
 - 1.4.4.1 จากการสัมภาษณ์ลึกและดูงาน ณ โรงงาน ผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาลงลึกถึงการดำเนินงาน และการประเมินผลขององค์กร ปัญหาอุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็ง
 - 1.4.4.2 สัมภาษณ์ลึกหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ BOI
 - 1.4.2.3 จัดประชุมกลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการ
 - 1.4.2.4 ทำการสำรวจ โดยแบบสอบถาม (Survey Research)
 - 1.4.2.5 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างประเทศเพื่อทำ Competitive Benchmarking
- 1.4.3 การเลือกตัวอย่างจำนวน 300 ราย จากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
- 1.4.4 ออกแบบสอบถามและทดสอบรวมทั้งออกแบบ Interview guide สำหรับการสัมภาษณ์ลึก และทำ Focus Group
- 1.4.5 รวบรวมข้อมูลโดยพนักงานสนาม และ Software คณิตศาสตร์
- 1.4.6 เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเพื่อประเมินผลการดำเนินงานด้านการเงิน เพื่อทำการวิเคราะห์ Financial Ratio และ Productivity
- 1.4.7 ประมวลผล และร่างผลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

1.4.8 จัดประชุมผู้ประกอบการ ผู้แทนภาครัฐ สถาบันต่างๆ

1.4.9 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

1.6 ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ปี 7 เดือน เดือนตุลาคม 2547 – เมษายน 2549



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.1 แนวคิดการสร้างดัชนีชี้วัดความสามารถด้านการแข่งขัน

แนวคิดการสร้างพัฒนาดัชนีชี้วัดจะต้องสอดคล้องกับแผนแม่บทและแผนกลยุทธ์ จากตัวแบบการพัฒนาศักยภาพขององค์กร จะเห็นว่าในการจัดทำแผนแม่บทจะต้องตอบคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

1. อุตสาหกรรมเราเป็นอย่างไร (Where do we now?) ซึ่งจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบ ปัจจัยการแข่งขันและปัจจัยภายใน และการศึกษาจะเป็นแนวทางการกำหนดทิศทางการพัฒนา
2. ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม (Where are we want to be?) ซึ่งจากแผนแม่บทควรพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้กำหนด วิสัยทัศน์ ดังนี้

“เป็นศูนย์กลางการพิมพ์ในภูมิภาค (Printing Hub)”

- P** การเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement)
- R** การวิจัย & พัฒนา (Research & Development)
- I** การมีมาตรฐานสากล (International Standard)
- N** เป็นมิตร ต่อ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (Nature Friendly)
- T** มุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology Driven)
- I** การสนับสนุนจากสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Institutional Support)
- N** การจัดการเครือข่าย & คลัสเตอร์ (Network and Cluster Management)
- G** การเติบโตในตลาดในและต่างประเทศ (Growth in Local & International Market)
- H** การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)
- U** การใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Utilized local Resource)
- B** เป็นเลิศในศูนย์กลางการพิมพ์ในภูมิภาค (Best in Class Printing Hub in ASEAN)

จากวิสัยทัศน์จะเป็นทิศทางในการวางกลยุทธ์

3. การวางกลยุทธ์ระดับต่างๆ (How will we get there?)

จากรูปแบบการพัฒนาจะประสบความสำเร็จต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ตั้งแต่ยุทธศาสตร์ของประเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรม กลยุทธ์ภาคอุตสาหกรรม และกลยุทธ์ของภาคธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ของประเทศได้วางไว้ 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

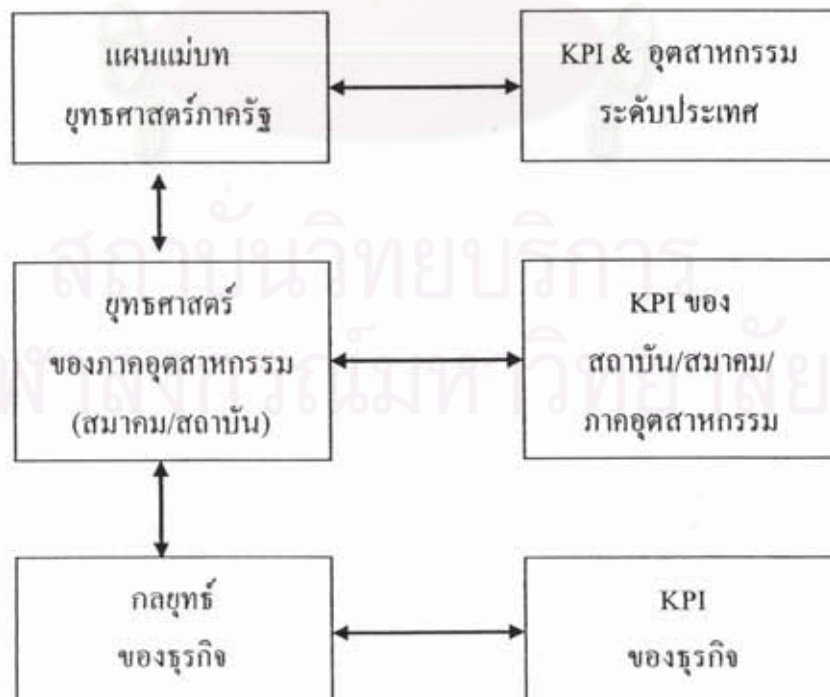
GMD ยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาด้านการตลาด (Market Development)

GIE ยุทธศาสตร์ด้านเพิ่มประสิทธิภาพอุตสาหกรรม (Industry Efficiency)

GID ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industry Development)

GISR ยุทธศาสตร์ด้านโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง (Infrastructure, Supporting & Related Industry)

จากยุทธศาสตร์และกลยุทธ์จำเป็นต้องมีการสร้างตัวชี้วัดที่สอดคล้อง เพื่อสามารถติดตามและประเมินศักยภาพและเพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 ความเชื่อมโยง แผนกลยุทธ์ & ดัชนีชี้วัด

2.1.1 แนวคิดการสร้างดัชนีชี้วัดและค่าอ้างอิง

ความสำคัญของการสร้างดัชนีชี้วัดศักยภาพเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อใช้ในการประเมินและพัฒนาขีดความสามารถ มีหน่วยงานและสถาบันหลายแห่งที่ดำเนินการจัดทำดัชนีวัดขีดความสามารถด้านการแข่งขัน ในระดับต่างๆ ตั้งแต่การวัดศักยภาพของประเทศ ของอุตสาหกรรม และของธุรกิจ เป็นต้น

ผลการศึกษาที่มีการสร้างดัชนีในการวัดในระดับต่างๆ ดังนี้

1. World Competitiveness Index

จากการจัดทำดัชนี The World Competitiveness Index ของ IMD (International Institute for Management Development) โดยมีการประเมินศักยภาพการแข่งขันระดับประเทศไว้ โดยใช้เกณฑ์ 4 ด้านดังนี้

1.1 Economic Performance

การประเมินด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจะศึกษา

ด้านเศรษฐกิจภายในประเทศ (Domestic Economy)

ซึ่งจะพิจารณาทั้งขนาดของเศรษฐกิจ การเติบโต และเศรษฐกิจฐานะ (Wealth)

ด้านการค้าระหว่างประเทศ (International Trade)

ซึ่งจะศึกษาจากดุลการค้าทั้งภาคอุตสาหกรรมและบริการ การส่งออก การนำเข้า

ด้านการลงทุนระหว่างประเทศ (International Investment)

เกณฑ์การประเมินประกอบด้วยการลงทุนโดยตรงและประเภทของการลงทุน

การว่างงาน (Employment)

เกณฑ์ที่ประเมินประกอบด้วย จำนวนแรงงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน การ

ว่างงาน การเติบโตของจำนวนแรงงาน

ราคา (Price)

เกณฑ์ที่ใช้ประเมิน คือ ดัชนีผู้บริโภค ดัชนีการครองชีพ ค่าเช่าที่พักและสำนักงาน เป็นต้น

1.2 ประสิทธิภาพการบริหารของภาครัฐ (Government Efficiency)

เกณฑ์การประเมินประกอบด้วย

นโยบายการคลัง (Public Finance)

เกณฑ์ที่ใช้ประเมินประกอบด้วย งบประมาณของภาครัฐ รายได้และค่าใช้จ่ายของภาครัฐ หนี้สินสาธารณะและดอกเบี้ย

นโยบายการเงิน (Fiscal Policy)

ภาษีอากรที่เกิดขึ้นได้ ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีอื่นๆ
กรอบของสถาบันต่างๆ (Institutional Framework) ได้แก่

- ธนาคารกลาง (Central Bank)
ดอกเบี้ย ดัชนีเงินทุน อันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิต (credit rating),
นโยบายการแลกเปลี่ยนและเงินตราต่างประเทศ เสถียรภาพของเงินตรา
- ประสิทธิภาพการบริหาร (State Efficiency)
นโยบายการบริหารของภาครัฐ กฎหมาย ระบบการเงิน ความโปร่งใส การ
คอร์รัปชัน
- กระบวนการยุติธรรม และความมั่นคง (Justice & Security)
ความเสี่ยงด้านการเมือง สังคม และอาชญากรรม ความยุติธรรม

กรอบของภาคธุรกิจ (Business Framework)

- การเปิดเสรีและกฎเกณฑ์ด้านการตลาด (Openness or Market Regulation)
การเข้าร่วมในกลุ่มต่างๆ ในภูมิภาค
- กฎเกณฑ์ด้านการแข่งขัน (Competition Regulation)
ความช่วยเหลือของภาครัฐ กฎหมาย การควบคุมราคา
- กฎเกณฑ์ด้านแรงงาน (Labor Regulation)
กฎหมายว่าด้วยแรงงาน และแรงงานต่างด้าว
- กฎเกณฑ์ด้านตลาดทุน (Capital Market Regulation)
ได้แก่ กฎระเบียบ และกฎหมาย เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน สิทธิและความ
รับผิดชอบของผู้ถือหุ้น การลงทุนต่างชาติ การทุจริตหรือปกป้องในการ
ลงทุนจากต่างชาติ
- การศึกษา
เกณฑ์ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา อัตราส่วนครูต่อนักเรียน ระบบ
การศึกษา การอ่านออกเขียนได้ จำนวนวิศวกร เป็นต้น

1.3 ประสิทธิภาพการบริหารของตลาดธุรกิจ (Business Efficiency)

เกณฑ์ในการประเมินประสิทธิภาพการบริหารของภาคธุรกิจประกอบด้วย
ผลิตภาพ (Productivity)

โดยประเมินผลิตภาพโดยรวม ด้านแรงงานและภาคการผลิต เกษตร อุตสาหกรรม
และบริการ

ตลาดแรงงาน (Labor Market)

เกณฑ์การประเมินประกอบด้วย ต้นทุนผลตอบแทน ชั่วโมงการทำงาน ข้อโต้แย้ง
ด้านแรงงาน ทักษะ ความสามารถ ความเพียงพอของแรงงาน สมองไหล เป็นต้น

ตลาดการเงิน (Financial Market)

ประสิทธิภาพของระบบราชการ ประเมินจากสินทรัพย์ การปล่อยสินเชื่อ จำนวน
บัตรเครดิต และ Venture Capital

ตลาดทุน (Stock Market Efficiency)

โดยประเมินมูลค่าการตลาดทุน มูลค่าการซื้อขาย จำนวนบริษัทที่จดทะเบียนใน
ตลาด ความโปร่งใส

การใช้เงินทุนตัวเอง (Self-Financing)

ความสามารถในการจัดหาเงินทุน Factoring จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อ
สังคม สุขภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อ โลกาภิวัตน์ (Impact Globalization)

ภาพลักษณ์จากต่างประเทศ และการเคลื่อนย้ายการผลิต เป็นต้น

1.4 โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานเบื้องต้น

ได้แก่ ขนาดของตลาด จำนวนประชากร อายุต่ำกว่า 15 ปี และสูงกว่า 65 ปี
โครงสร้างพื้นฐานด้านถนน รถไฟ ขนส่งทางอากาศ ทางน้ำ รถไฟ พลังงาน
ต้นทุนค่าไฟฟ้า

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี

เกณฑ์การประเมิน ได้แก่ การสื่อสาร จำนวนโทรศัพท์พื้นฐาน และ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวนคอมพิวเตอร์ การเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ต ทักษะของ
คนด้านระบบสารสนเทศ

โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์

ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้าน R&D จำนวนบุคลากรด้าน R&D ผลงานวิจัยพื้นฐาน การ
พัฒนาเทคโนโลยี และเงินทุนสนับสนุนด้านเทคโนโลยี จำนวนบุคลากรที่ได้รับ
รางวัล Nobel การศึกษา จำนวนสิทธิบัตร

สุขภาพและสิ่งแวดล้อม

ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุข อายุของประชากร ความช่วยเหลือทางการแพทย์ การกระจายของรายได้ การเสียดัง คุณภาพชีวิต การจัดการด้านของเสีย ปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อม และ กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

ระบบค่านิยม (Value System)

ได้แก่ วัฒนธรรมของชาติ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ความเสมอภาค ค่านิยม ของสังคม เป็นต้น

จากเกณฑ์การประเมินดังกล่าว ผลของ World Competitive Scoreboard ปี 2546 และ ปี 2547 มีดังนี้ ปี 2546 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 30 ปี 2547 อยู่อันดับ 29 โดยในปี 2547 มีอันดับด้าน Economic Performance อยู่อันดับที่ 9 ดังตารางที่ 2.2 ด้าน Government Efficiency อยู่อันดับ 20 ดังตารางที่ 2.3 ด้าน Business Efficiency อันดับที่ 23 ดังตารางที่ 2.4 และ Infrastructure อยู่อันดับที่ 50 ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.1 อันดับความสามารถการแข่งขันของประเทศ (The World Competitiveness Scoreboard)

ประเทศ	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547	
	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	คะแนน	อันดับ	คะแนน
USA	1	1	1	1	100	1	100
SINGAPORE	2	3	8	4	86.09	2	89.01
CANADA	8	9	7	6	80.66	3	86.63
AUSTRALIA	11	12	10	7	80.62	4	86.05
ICELAND	10	10	11	8	80.15	5	86.02
HONG KONG	9	4	13	10	79.24	6	85.77
DENMARK	12	15	6	5	80.86	7	84.38
FINLAND	6	5	3	3	86.69	8	83.64
LUXEMBOURG	3	2	2	2	87.69	9	83.08
IRELAND	5	7	9	11	78.03	10	80.30
SWEDEN	14	11	12	12	77.40	11	79.58
TAIWAN	17	16	20	17	71.07	12	79.54
AUSTRIA	18	14	15	14	75.55	13	78.93

ประเทศ	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547	
	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	คะแนน	อันดับ	คะแนน
SWITZERLAND	7	8	5	9	79.43	14	78.81
NETHERLANDS	4	6	4	13	76.61	15	78.61
MALAYSIA	26	28	24	21	68.34	16	75.92
NORWAY	16	19	14	15	74.89	17	75.47
NEW ZEALAND	20	21	18	16	72.67	18	74.39
ZHEJIANG				38	53.81	19	74.27
BAVARIA				31	60.28	20	73.73
GERMANY	13	13	17	20	69.81	21	73.44
UNITED KINGDOM	15	17	16	19	70.32	22	72.19
JAPAN	21	23	27	25	63.19	23	71.92
CHINA MAINLAND	24	26	28	29	60.92	24	70.73
BELGIUM	19	18	19	18	70.40	25	70.32
CHILE	30	27	22	26	62.13	26	69.90
CATALONIA				28	61.31	27	69.80
ESTONIA		22	21	22	66.59	28	68.43
THAILAND	31	34	31	30	60.86	29	68.24
FRANCE	22	25	25	23	65.77	30	67.67
SPAIN	25	24	23	27	61.79	31	67.41
ILE-DE-FRANCE				24	65.56	32	64.65
ISRAEL	23	20	26	33	55.91	33	63.46
INDIA	41	42	41	50	45.52	34	62.97
KOREA	29	29	29	37	54.15	35	62.20
SCOTLAND						36	62.03
RHONE-ALPS				32	60.01	37	61.43
MAHARASHIRA				44	48.85	38	59.56
PORTUGAL	28	32	33	39	52.97	39	58.49
SLOVAK REPUBLIC		41	38	46	48.30	40	57.46

ประเทศ	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547	
	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	คะแนน	อันดับ	คะแนน
COLOMBIA	45	44	42	45	48.41	41	57.37
HUNGARY	27	30	30	34	55.79	42	57.21
CZECH REPUBLIC	37	35	32	35	55.29	43	56.44
GREECE	34	31	36	42	51.56	44	56.35
SLOVENIA	36	38	35	40	51.82	45	55.50
LOMBARDY				36	55.22	46	55.27
SAO PAULO				43	49.33	47	55.01
JORDAN				48	46.46	48	54.13
SOUTH AFRICA	39	37	39	47	47.67	49	53.79
RUSSIA	47	43	44	54	36.67	50	52.14
ITALY	32	33	34	41	51.60	51	50.31
PHILIPPINES	35	39	40	49	45.97	52	49.67
BRAZIL	38	40	37	52	44.49	53	48.13
ROMANIA				51	44.60	54	48.00
TURKEY	44	48	49	56	30.82	55	43.46
MEXICO	33	36	43	53	39.41	56	43.24
POLAND	40	47	45	55	33.95	57	41.95
INDONESIA	43	46	47	57	26.17	58	38.10
ARGENTINA	42	45	48	58	21.97	59	36.94
VENEZUELA	46	49	46	59	21.70	60	24.75

Source : IMD (International Institute for Management development)

<http://www02.imd.ch/documents/wcy/content/ranking.pdf>

ตารางที่ 2.2 การประเมินศักยภาพด้านเศรษฐกิจ (Economic Performance Factor) ของประเทศต่างๆ

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
USA	1	1	1	1	1
<i>CHINA MAINLAND</i>	2	3	4	5	4
LUXEMBOURG	3	2	2	2	2
GERMANY	4	6	5	8	6
<i>SINGAPORE</i>	5	7	18	3	5
IRELAND	6	8	8	7	3
NETHERLANDS	7	5	7	10	7
CANADA	8	11	13	11	9
<i>THAILAND</i>	9	14	23	17	14
ZHEJIANG	10	12			
<i>HONG KONG</i>	11	29	22	4	19
<i>MALAYSIA</i>	16	25	29	9	27
<i>INDONESIA</i>	55	51	42	37	40

Source : IMD (International Institute for Management development)

<http://www02.imd.ch/documents/wcy/content/ep.pdf>

ตารางที่ 2.3 การประเมินศักยภาพของภาครัฐ (Government Efficiency) ของประเทศต่างๆ

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
<i>SINGAPORE</i>	1	3	2	1	1
AUSTRALIA	2	4	6	6	3
<i>HONG KONG</i>	3	2	3	2	2
FINLAND	4	1	1	3	8
DENMARK	5	6	7	13	11

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
CANADA	6	12	9	9	15
ICELAND	7	9	13	11	10
CHILE	8	16	15	14	16
LUXEMBOURG	9	5	4	4	7
USA	10	10	5	8	9
<i>MALAYSIA</i>	<i>16</i>	<i>14</i>	<i>19</i>	<i>24</i>	<i>18</i>
<i>THAILAND</i>	<i>20</i>	<i>18</i>	<i>20</i>	<i>27</i>	<i>26</i>
<i>CHINA MAINLAND</i>	<i>21</i>	<i>22</i>	<i>23</i>	<i>23</i>	<i>21</i>
<i>INDONESIA</i>	<i>54</i>	<i>56</i>	<i>46</i>	<i>47</i>	<i>37</i>

Source : IMD (International Institute for Management development)

<http://www02.imd.ch/documents/wcy/content/go.pdf>

ตารางที่ 2.4 การประเมินศักยภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) ของประเทศต่างๆ

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
USA	1	1	1	1	1
<i>HONG KONG</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>8</i>	<i>3</i>	<i>7</i>
ZHEJIANG	3	43			
AUSTRALIA	4	7	9	12	9
ICELAND	5	8	10	6	10
<i>SINGAPORE</i>	<i>6</i>	<i>5</i>	<i>7</i>	<i>11</i>	<i>3</i>
TAIWAN	7	11	16	9	13
CANADA	8	9	6	10	8
DENMARK	9	12	12	15	12
FINLAND	10	2	3	4	6
<i>MALAYSIA</i>	<i>13</i>	<i>18</i>	<i>24</i>	<i>31</i>	<i>25</i>

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
<i>THAILAND</i>	23	28	33	39	38
<i>CHINA MAINLAND</i>	35	46	38	28	27
<i>INDONESIA</i>	58	57	49	44	43

Source : IMD (International Institute for Management development)

<http://www02.imd.ch/documents/wcy/content/ma.pdf>

ตารางที่ 2.5 การประเมินศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Factor)
ของประเทศไทย

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
USA	1	1	1	1	1
JAPAN	2	3	6	5	3
SWITZERLAND	3	2	2	3	4
SWEDEN	4	5	4	2	5
DENMARK	5	6	5	8	7
CANADA	6	9	7	9	11
FINLAND	7	4	3	4	2
ICELAND	8	10	13	10	13
<i>SINGAPORE</i>	9	12	12	14	12
GERMANY	10	8	10	6	6
<i>HONG KONG</i>	22	25	24	24	24
<i>MALAYSIA</i>	30	31	31	35	32
<i>CHINA MAINLAND</i>	41	41	37	40	35
<i>THAILAND</i>	50	49	42	46	41
<i>INDONESIA</i>	60	59	48	48	46

Source : IMD (International Institute for Management development)

<http://www02.imd.ch/documents/wcy/content/in.pdf>

2.1.2 ดัชนีวัดศักยภาพของอุตสาหกรรมของประเทศไทยโดยรวม

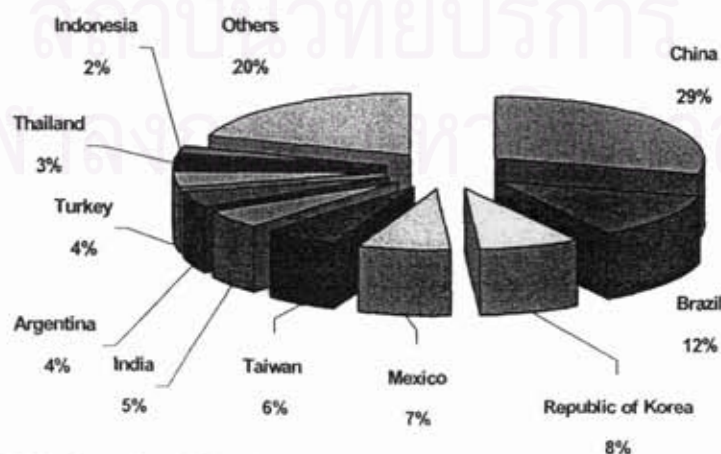
United Nation Industrial Development Organization ได้ทำการประเมินอุตสาหกรรม โดยจัดทำ Benchmark Industrial Performance ซึ่งเรียกว่า Competitive Industrial Performance (CIP) Index ซึ่งเป็นดัชนีที่วัดความสามารถของประเทศในการแข่งขันด้านการผลิตและส่งออก ซึ่ง CIP สร้างมาจาก 4 ดัชนีย่อย ได้แก่ Manufacturing Value added per capita, Manufactured exports per capita, Shared of medium and high-tech products ในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มและ Shared of medium and high-tech product ของอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดย 2 ตัวแรกสะท้อนให้เห็นขีดความสามารถของอุตสาหกรรม และ 2 ตัวหลัง เป็นการยกระดับอุตสาหกรรม

ตัวกระตุ้นให้เกิดผลการดำเนินงานของภาคอุตสาหกรรมพัฒนาขึ้น เรียกว่า ตัว “Driver” ได้แก่ ทักษะ (skill), เทคโนโลยี (Technology effort), การลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment), ค่า royalty, technical และ โครงสร้างพื้นฐาน

เกณฑ์การประเมินอุตสาหกรรม

1. Manufacturing Value Added (MVA)

มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมต่อหัวของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วจะเป็น 17 เท่าของประเทศที่กำลังพัฒนา ในปี 2541 ส่วนประเทศไทยจะมีส่วนใน MVA ร้อยละ 3 ของกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา ขณะที่จีนมีส่วนใน MVA ถึงร้อยละ 29

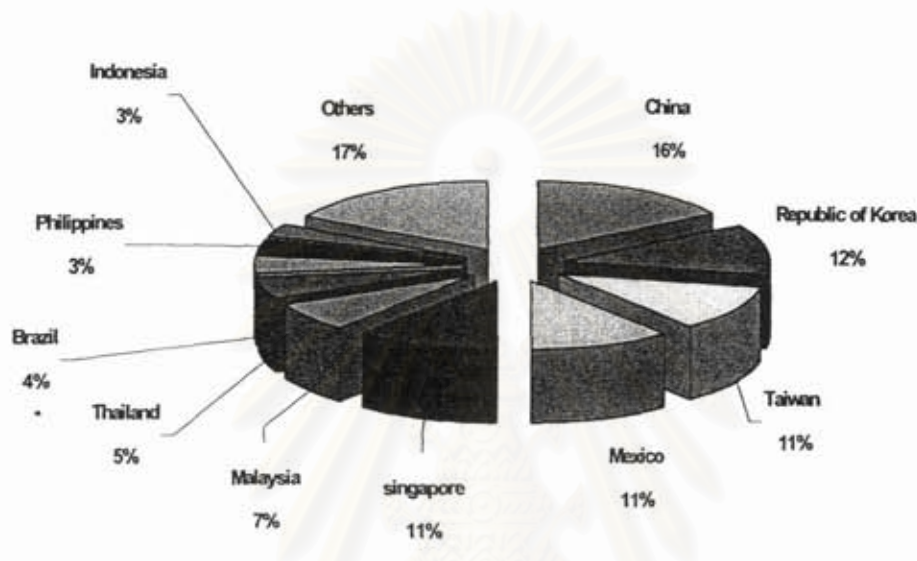


Source: UNIDO Scoreboard database

แผนภูมิที่ 2.1 National shares of developing world manufactured value added, 2541

2. Manufactured Exports

ยอดส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต่อหัวของประเทศอุตสาหกรรมเป็น 15 เท่าของประเทศกำลังพัฒนา ในปี 2541 ประเทศไทยมีส่วนของอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาร้อยละ 5 ประเทศจีนมีส่วนเท่ากับร้อยละ 16



Source: UNIDO Scoreboard database

แผนภูมิที่ 2.2 National shares of developing world manufactured exports, 2541

ค่า MVA และการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมจะเปลี่ยนจาก low-tech & resourced products ไปสู่ medium & high-tech products มูลค่า medium & high-tech products จะมีมูลค่าประมาณ ร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของโลก มีแนวโน้มของบริษัทข้ามชาติจะใช้ระบบ Integrated global production system จะมีการตั้งฐานโรงงานไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยเลือกภูมิภาคตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ดังนั้นจะมีการส่งชิ้นส่วนไปยังที่ตั้งต่างๆ ทั่วโลก เพื่อข้อได้เปรียบด้านต้นทุน

3. สัดส่วนของ Medium & High-tech ใน MVA

เกณฑ์นี้วัดสัดส่วนของ medium & high-tech ใน MVA ถ้าประเทศใดมีสัดส่วน medium & high-tech มาก ก็มีศักยภาพการแข่งขันสูง เพราะอุตสาหกรรมที่เน้นเทคโนโลยีจะส่งผลต่อการพัฒนา

4. Share of Medium & High-tech ในอุตสาหกรรม

ในอุตสาหกรรมส่งออก จะต่างจาก ข้อ 3 ที่มุ่งดูศักยภาพด้านการผลิตเพื่อลดแทนการนำเข้า แต่การดูสัดส่วนของอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยี ระดับกลาง และระดับสูงในอุตสาหกรรมส่งออก จะมุ่งเน้นการวัดศักยภาพการส่งออก

จากตารางที่ 2.6 จะเห็นว่าปี พ.ศ. 2538 ประเทศไทยไม่ติดอันดับ 25 ประเทศแรกส่งออกสินค้า High Tech แต่ปี 2541 ประเทศไทยส่งออกสินค้า High Tech 12,667 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นอันดับที่ 20 ของโลก

ตารางที่ 2.6 Top 25 exporters of high-tech products, 1985 (พ.ศ.2538) and 1998 (พ.ศ.2541)

millions of dollars

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	High-tech exports	Economy	High-tech exports
1	United States	41,859	United States	170,513
2	Japan	35,731	Japan	109,627
3	Germany	21,795	Germany	83,324
4	United Kingdom	13,013	United Kingdom	68,276
5	France	12,141	Singapore	58,678
6	Italy	7,063	France	57,025
7	Netherlands	5,195	Taiwan	36,944
8	Taiwan	4,480	Netherlands	33,930
9	Canada	4,478	Korea, Republic of	32,830
10	Switzerland	4,381	Malaysia	30,926
11	Singapore	3,879	China	30,518
12	Sweden	3,862	Mexico	27,579
13	Korea, Republic of	3,541	Italy	23,023
14	Belgium	2,827	Ireland	22,801
15	Hong Kong SAR	2,269	Sweden	18,358
16	Ireland	2,123	Canada	18,106
17	Austria	1,464	Philippines	18,081
18	Denmark	1,356	Switzerland	17,331
19	Malaysia	1,277	Belgium	14,897

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	High-tech exports	Economy	High-tech exports
20	Spain	1,255	Thailand	12,667
21	Israel	942	Finland	9,955
22	Mexico	717	Spain	8,696
23	Finland	716	Austria	6,519
24	Poland	665	Israel	6,247
25	Brazil	599	Denmark	5,810
Total for top 25		177,628		922,661
World Total		179,380		952,685
Share of top 25 in world total (percent)		99		97

Source: Calculated from UN Comtrade database

การส่งออกสินค้าเทคโนโลยีระดับปานกลาง (Medium Tech) ประเทศไทยไม่ติดอันดับ 25 อันดับแรกของโลก ทั้งในปี 2538 และ 2541

ตารางที่ 2.7 Top 25 exporters of medium – tech products, 1985 (พ.ศ.2538) and 1998 (พ.ศ. 2541)

millions of dollars

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	Medium-tech exports	Economy	Medium-tech exports
1	Japan	101,697	Germany	232,429
2	Germany	79,256	Japan	190,735
3	United States	54,514	United States	189,215
4	France	28,357	France	97,154
5	Italy	25,500	Italy	93,003
6	Canada	23,274	United Kingdom	84,013
7	United Kingdom	20,702	Canada	58,724
8	Belgium	14,177	Belgium	56,975
9	Sweden	11,184	Korea, Republic of	42,366
10	Netherlands	10,543	Mexico	40,332

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	Medium-tech exports	Economy	Medium-tech exports
11	Korea, Republic of	10,362	Spain	40,301
12	Switzerland	10,308	Netherlands	35,884
13	Spain	6,506	China	30,853
14	Austria	5,887	Switzerland	29,657
15	Taiwan	5,818	Taiwan	27,761
16	Singapore	3,708	Sweden	24,898
17	Brazil	3,612	Austria	19,719
18	Finland	3,378	Singapore	18,214
19	Denmark	2,999	Malaysia	12,001
20	Hong Kong SAR	2,940	Brazil	10,926
21	Poland	1,953	Czech Republic	10,675
22	Norway	1,395	Finland	10,363
23	Mexico	1,375	Denmark	8,534
24	Ireland	1,160	Portugal	7,801
25	Portugal	1,019	Hungary	7,772
Total for top 25		431,624		1,380,305
World Total		437,990		1,444,987
Share of top 25 in world total (percent)		99		96

Source: Calculated from UN Comtrade database

สำหรับสินค้าประเภทเทคโนโลยีต่ำ (Low-Tech) ในปี 1985 (พ.ศ.2538) ประเทศไทยไม่ติดอันดับ 25 ประเทศแรกของโลกที่ส่งออกสูงสุด แต่ในปี 1998 (พ.ศ.2541) ประเทศไทยติดอันดับที่ 20 โดยมีมูลค่าการส่งออก 9,221 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตารางที่ 2.8 Top 25 exporters of low-tech products, 1985 and 1998

millions of dollars

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	Low-tech exports	Economy	Low-tech exports
1	Germany	25,263	China	76,463
2	Italy	24,756	Italy	70,208
3	Japan	21,301	Germany	66,756
4	Taiwan	14,604	United States	55,554
5	France	13,139	France	36,697
6	Korea, Republic of	11,523	Taiwan	30,716
7	Hong Kong SAR	9,683	United Kingdom	30,022
8	United States	9,086	Japan	29,629
9	Belgium	8,082	Belgium	25,647
10	United Kingdom	8,059	Korea, Republic of	23,054
11	Netherlands	5,246	Mexico	17,522
12	Spain	4,707	Netherlands	16,755
13	Austria	4,535	Spain	14,961
14	Switzerland	4,458	Canada	14,518
15	Sweden	4,295	Austria	12,932
16	Canada	2,695	Hong Kong SAR	12,263
17	Brazil	2,590	Switzerland	11,504
18	Portugal	2,256	Turkey	11,259
19	Turkey	2,235	India	9,851
20	Finland	2,097	Thailand	9,221
21	Denmark	2,091	Sweden	9,216
22	India	1,950	Portugal	8,592
23	Singapore	1,369	Poland	7,825
24	Greece	1,045	Denmark	7,008
25	Israel	1,031	Czech Republic	7,002
Total for top 25		188,365		615,175
World Total		197,376		694,138

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	Low-tech exports	Economy	Low-tech exports
Share of top 25 in world total (percent)		95		89

Source: Calculated from UN Comtrade database

สำหรับอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรเป็นหลัก ประเทศไทยไม่ติดอันดับ 25 ประเทศแรกของโลกในการส่งออกในปี 1985 (พ.ศ.2538) ในปี 1998 (พ.ศ.2541) ประเทศไทยติดอันดับที่ 22 ของโลก โดยมีมูลค่าการส่งออก 7,027 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตารางที่ 2.9 Top 25 exporters of resource-based products, 1985 (พ.ศ.2538) and 1998 (พ.ศ.2541)

millions of dollars

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	Resource-tech exports	Economy	Resource-tech exports
1	United States	22,065	United States	61,055
2	Germany	21,795	Germany	54,575
3	France	17,130	France	41,185
4	Netherlands	17,012	Belgium	34,400
5	Canada	14,759	United Kingdom	34,380
6	Italy	12,713	Canada	32,624
7	United Kingdom	12,200	Netherlands	29,741
8	Belgium	11,306	Italy	28,266
9	Japan	9,105	Japan	23,333
10	Sweden	7,927	Ireland	16,651
11	Singapore	6,883	Spain	15,989
12	Spain	5,523	China	15,091
13	Finland	5,462	Sweden	14,493
14	Brazil	5,320	Finland	14,280
15	Switzerland	5,051	Singapore	13,764
16	Denmark	2,962	Switzerland	12,251
17	Australia	2,912	Korea, Republic of	77,829

Rank	1985 (พ.ศ.2538)		1998 (พ.ศ.2541)	
	Economy	Resource-tech exports	Economy	Resource-tech exports
18	Taiwan	2,735	Brazil	11,742
19	Venezuela	2,577	Malaysia	9,891
20	Malaysia	2,553	Israel	7,902
21	Korea, Republic of	2,380	Austria	7,802
22	Ireland	2,197	Thailand	7,027
23	Israel	2,001	Denmark	6,282
24	Australia	1,776	Mexico	6,117
25	India	1,745	India	6,102
Total for top 25		198,089		516,772
World Total		215,418		593,812
Share of top 25 in world total (%)		92		87

การสร้างค่าอ้างอิงของภาคอุตสาหกรรม

การสร้างดัชนีภาคอุตสาหกรรมเพื่อการเปรียบเทียบ จำเป็นสำหรับผู้วางแผนนโยบายของประเทศ ในการประเมินอุตสาหกรรม การทำ Benchmark ทำได้หลายระดับ ตั้งแต่คู่ศกยภาพการแข่งขันระดับประเทศโดยรวม ระดับอุตสาหกรรมโดยรวม หรือแยกรายอุตสาหกรรม หรือระดับธุรกิจ

จากการศึกษาค่าอ้างอิงของอุตสาหกรรมรวมทุกสาขา พบว่า ผลการจัดอันดับ ในปี 2538 และ ปี 2541 ในปี 2538 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 43 ส่วนในปี 2541 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 32 โดยพบว่า มีค่าดัชนีในปี 2538 และ 2541 เท่ากับ 0.058 และ 0.172 ตามลำดับ

ประเทศสวีเดนเคยเป็นอันดับ 1 ในปี 2538 ปี 2541 เป็นอันดับที่ 2 ส่วนประเทศสิงคโปร์ เป็นอันดับที่ 6 ในปี 2538 และเป็นอันดับที่ 1 ในปี 2541

ตารางที่ 2.10 Ranking of economies by the competitive industrial performance index,
1985 (พ.ศ.2538) and 1998 (พ.ศ.2541)

Rank		Economy	Index value		Rank		Economy	Index value	
1998	1985		1998	1985	1998	1985		1998	1985
1	6	Singapore	0.883	0.587	45	40	Tunisia	0.068	0.064
2	1	Switzerland	0.751	0.808	46	35	Venezuela	0.060	0.085
3	15	Ireland	0.739	0.379	47	53	Chile	0.056	0.030
4	2	Japan	0.696	0.725	48	56	Guatemala	0.056	0.028
5	3	Germany	0.632	0.635	49	65	Indonesia	0.054	0.012
6	5	United States	0.564	0.599	50	50	India	0.054	0.034
7	4	Sweden	0.562	0.633	51	38	Zimbabwe	0.052	0.071
8	7	Finland	0.538	0.494	52	57	El Salvador	0.051	0.027
9	8	Belgium	0.495	0.489	53	46	Morocco	0.048	0.038
10	12	United Kingdom	0.473	0.426	54	41	Saudi Arabia	0.047	0.063
11	10	France	0.465	0.450	55	49	Colombia	0.041	0.035
12	11	Austria	0.453	0.445	56	47	Mauritius	0.041	0.037
13	13	Denmark	0.443	0.424	57	67	Egypt	0.038	0.012
14	14	Netherlands	0.429	0.398	58	48	Peru	0.035	0.037
15	19	Taiwan	0.412	0.292	59	39	Oman	0.032	0.069
16	9	Canada	0.407	0.474	60	55	Pakistan	0.031	0.028
17	16	Italy	0.384	0.379	61	58	Ecuador	0.025	0.025
18	22	Korea, Republic of	0.370	0.247	62	64	Kenya	0.025	0.013
19	21	Spain	0.319	0.259	63	60	Jordan	0.024	0.002
20	20	Israel	0.301	0.290	64	66	Honduras	0.023	0.012
21	17	Norway	0.301	0.348	65	52	Jamaica	0.022	0.032
22	30	Malaysia	0.278	0.116	66	51	Panama	0.022	0.032
23	28	Mexico	0.246	0.125	67	69	Bolivia	0.021	0.009
24		Czech Republic	0.243	..	68	..	Albania	0.021	..
25	45	Philippines	0.241	0.044	69	71	Sri Lanka	0.017	0.008
26	26	Portugal	0.240	0.159	70	62	Nicaragua	0.017	0.020

Rank		Economy	Index value		Rank		Economy	Index value	
1998	1985		1998	1985	1998	1985		1998	1985
27	34	Hungary	0.239	0.088	71	63	Paraguay	0.015	0.013
28		Slovenia	0.221	..	72	..	Mozambique	0.013	..
29	23	Australia	0.211	0.214	73	74	Bangladesh	0.011	0.008
30	18	Hong Kong SAR	0.204	0.320	74	54	Algeria	0.009	0.029
31	24	New Zealand	0.186	0.188	75	72	Cameroon	0.008	0.008
32	43	Thailand	0.172	0.058	76	59	Senegal	0.008	0.023
33	27	Brazil	0.149	0.140	77	68	Zambia	0.007	0.010
34	25	Poland	0.143	0.176	78	75	Nigeria	0.006	0.006
35	29	Argentina	0.140	0.122	79	79	Nepal	0.006	0.001
36	44	Costa Rica	0.129	0.053	80	70	Tanzania, United Republic of	0.005	0.009
37	61	China	0.126	0.021	81	78	Malawi	0.003	0.003
38	36	Turkey	0.108	0.082	82	73	Madagascar	0.003	0.008
39	32	South Africa	0.108	0.096	83	77	Central African Republic	0.003	0.003
40	33	Greece	0.102	0.093	84	80	Uganda	0.003	0.001
41	37	Romania	0.095	0.072	85	..	Yemen	0.001	..
42	31	Bahrain	0.089	0.099	86	76	Ghana	0.001	0.006
43	42	Uruguay	0.087	0.062	87	..	Ethiopia	0.000	..
44	..	Russian Federation	0.077	..					

Source : UNIDO Scoreboard database (see technical annex)

จากการจัดอันดับแยกตามภูมิภาค ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก
ไทยดีกว่าสิงคโปร์ ไต้หวัน เกาหลี มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ฮองกง แต่ไทยดีกว่าจีนและ
อินโดนีเซีย

ตารางที่ 2.11 Ranking of economies by the competitive industrial performance index, by region or country group, 1985 (พ.ศ.2538) and 1998 (พ.ศ.2541)

Region of country group	Rank		Economy	Region of country group	Rank		Economy
	1998	1985			1998	1985	
Industrialized			East Asia and the Pacific				
	2	1	Switzerland		1	6	Singapore
	3	15	Ireland		15	19	Taiwan
	4	2	Japan		18	22	Korea, Republic of
	5	3	Germany		22	30	Malaysia
	6	5	United States		25	45	Philippines
	7	4	Sweden		30	18	Hong Kong SAR
	8	7	Finland		32	43	Thailand
	9	8	Belgium		37	61	China
	10	12	United Kingdom		49	65	Indonesia
	11	10	France	South Asia			
	12	11	Austria		50	50	India
	13	13	Denmark		60	55	Pakistan
	14	14	Netherlands		69	71	Sri Lanka
	16	9	Canada		73	74	Bangladesh
	17	16	Italy		79	79	Nepal
	19	21	Spain	Sub - Saharan Africa			
	20	20	Israel		39	32	South Africa
	21	17	Norway		51	38	Zimbabwe
	26	26	Portugal		56	47	Mauritius
	29	23	Australia		62	64	Kenya
	31	24	New Zealand		72	..	Mozambique
	40	33	Greece		75	72	Cameroon
Transition economies					76	59	Senegal
	24	..	Czech Republic		77	68	Zambia
	27	34	Hungary		78	75	Nigeria

Region of country group	Rank		Economy	Region of country group	Rank		Economy
	1998	1985			1998	1985	
	28	..	Slovenia		80	70	Tanzania
	34	25	Poland		81	78	Malawi
	41	37	Romania		82	73	Madagascar
	44	..	Russian Federation		83	77	Central African Republic
	68	..	Albania		84	80	Uganda
					86	76	Ghana
Latin America and the Caribbean					87	..	Ethiopia
	23	28	Mexico	Middle East and North Africa and Turkey			
	33	27	Brazil		38	36	Turkey
	35	29	Argentina		42	31	Bahrain
	36	44	Costa Rica		45	40	Tunisia
	43	42	Uruguay		53	46	Morocco
	46	35	Venezuela		54	41	Saudi Arabia
	47	53	Chile		57	67	Egypt
	48	56	Guatemala		59	39	Oman
	52	57	El Salvador		63	60	Jordan
	55	49	Colombia		74	54	Algeria
	58	48	Peru		85	..	Yemen
	61	58	Ecuador				
	64	66	Honduras				
	65	52	Jamaica				
	66	51	Panama				
	67	69	Bolivia				
	70	62	Nicaragua				
	71	63	Paraguay				

Source : UNIDO Scoreboard database (see technical annex).

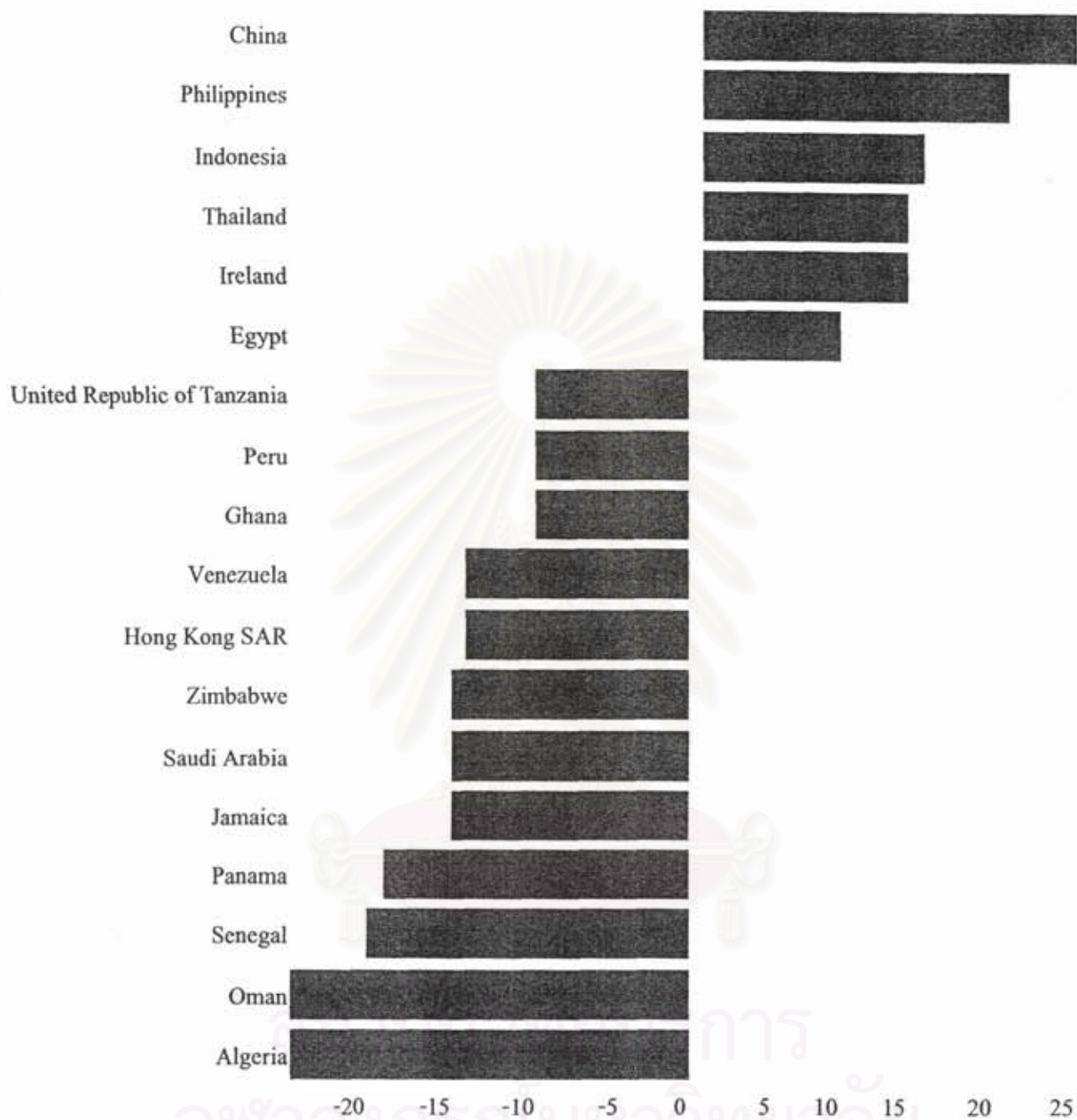
จากการศึกษา ผู้นำในการส่งออก พบว่า ในปี 2541 มูลค่าการส่งออกที่เป็นร้อยละของ MVA ประเทศไทยไม่ติดอันดับ 15 ประเทศแรก (Top 15 exporter) และ 15 อันดับสุดท้ายการส่งออก (Bottom 15 exporter) แต่ถ้าคำนวณการส่งออก Medium และ Hi-tech เป็นร้อยละของกลุ่ม Medium & Hi-tech MVA ประเทศไทย ติดอันดับที่ 15 ในกลุ่ม 15 ประเทศแรก

ตารางที่ 2.12 Leading and lagging exporters, 1998 (พ.ศ.2541)

Manufactured exports as a percentage of total MVA				Medium - and high - tech exports as a percentage of medium - and high - tech MVA			
Top 15 exporters		Bottom 15 exporters		Top 15 exporters		Bottom 15 exporters	
Economy	Value	Economy	Value	Economy	Value	Economy	Value
Singapore	529.5	Russian Federation	54.0	Singapore	566.4	Romania	66.6
Belgium	338.5	Turkey	51.9	Philippines	524.1	Russian Federation	65.9
Malaysia	371.4	Morocco	51.0	Costa Rica	478.5	South Africa	65.8
Hong Kong SAR	245.2	China	47.2	Czech Republic	462.6	Greece	63.4
Netherlands	225.0	Australia	46.3	Hungary	445.7	Japan	56.5
Ireland	222.3	Uruguay	41.9	Belgium	385.9	Venezuela	47.7
Hungary	213.0	Japan	41.4	Malaysia	382.5	New Zealand	43.4
Philippines	197.2	India	40.5	Mexico	380.4	United State	39.3
Mauritius	187.0	Uruguay	38.4	Hong Kong SAR	296.4	Turkey	38.5
Costa Rica	174.4	Colombia	32.3	Netherlands	291.7	Argentina	38.1
Czech Republic	159.2	Argentina	26.5	Poland	232.7	Brazil	35.4
Sweden	158.6	Brazil	25.7	Portugal	221.4	Colombia	31.4
Canada	154.3	Ecuador	22.0	Slovenia	191.3	Chile	28.5
Taiwan	144.2	Peru	15.5	Austria	186.4	Australia	23.7
Denmark	143.4	Egypt	11.2	Thailand	179.8	India	23.5

Source : UNIDO Scoreboard database (see technical annex).

Note : The values can be well over 100 because the numerator (exports) is in terms of total value while the denominator (manufacturing value added, or MVA) is only the value added. The table includes only economies with manufactured exports of more than \$ 1 billion in 1998.

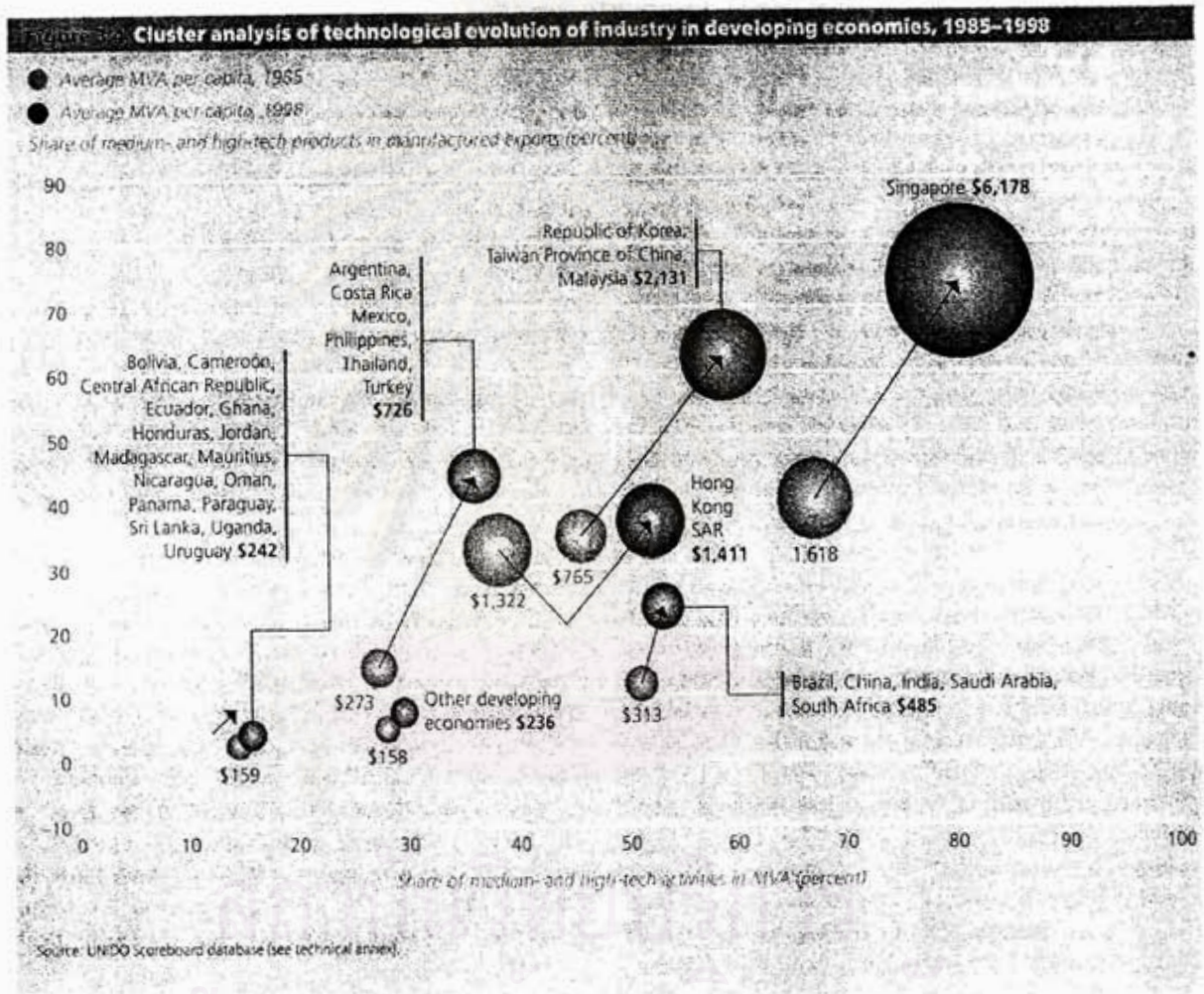


Source : UNIDO Scoreboard database (see technical annex).

**รูปที่ 2.2 Winners and losers in competitive industrial performance rankings
between 1985 (พ.ศ.2538) and 1998 (พ.ศ.2541)**

จากการศึกษาเปรียบเทียบ ปี 2538 และปี 2541 พบว่า ประเทศจีน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไอร์แลนด์ อียิปต์ และประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีผลการพัฒนาที่ดีขึ้น

เมื่อศึกษาเป็น Cluster ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มเดียวกับ อาเจนตินา เม็กซิโก คอสตาริกา ฟิลิปปินส์ และตุรกี มีค่า MVA ต่อหัวเท่ากับ 726 เหรียญสหรัฐ ในขณะที่สิงคโปร์มี MVA ต่อหัวเท่ากับ 6,178 เหรียญสหรัฐ



Source : UNIDO Scoreboard database (see technical annex).

รูปที่ 2.3 Cluster analysis of technological evolution of Industry in developing economies, 1985-1998 (พ.ศ.2538 และ 2541)

2.1.3 การพัฒนาดัชนีชี้วัดศักยภาพการแข่งขันของรายอุตสาหกรรม

จากแนวคิดการประเมินศักยภาพการแข่งขันระดับประเทศ ระดับอุตสาหกรรมโดยรวม ยังไม่สะท้อนภาพศักยภาพการแข่งขันในรายอุตสาหกรรมสาขา ดังนั้นจึงควรมีดัชนีที่สามารถประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมรายสาขา และสร้างค่าอ้างอิง (Benchmarking)

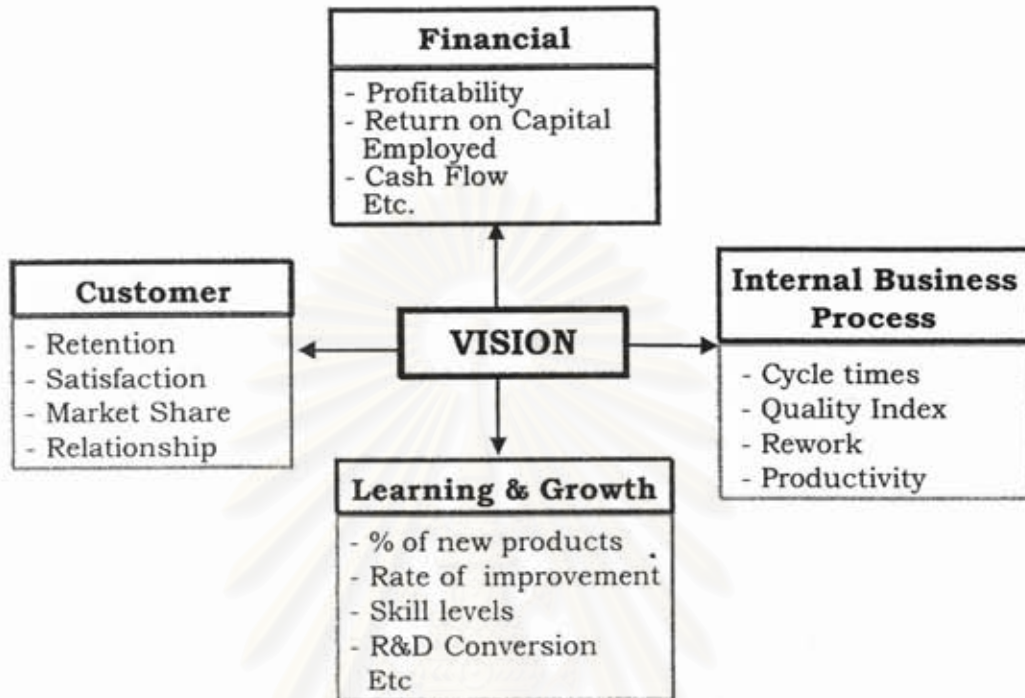
แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของรายอุตสาหกรรมจะใช้ตัวแบบของ Balanced Scorecard, KPI (Key Performance Indicator) และ Benchmarking รวมทั้งแนวคิดของ Management Cockpit มาพัฒนาตัวชี้วัด

คู่มือดัชนี (Balanced Scorecard : BSC)

BSC เป็นแนวคิดที่ Kaplan & Norton ได้พัฒนาขึ้นมาเป็นเครื่องมือการบริหารที่เป็นที่นิยมมาก BSC เป็นเครื่องมือในการบริหารองค์กรที่เชื่อมโยงการวางแผนกับการประเมินผล อีกทั้งในการประเมินผลนั้นต้องครอบคลุมการประเมินหลายๆ มิติ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสมดุลของการวัดที่คำนึงถึง Stakeholders หลายๆ กลุ่ม เช่น ต้องสมดุลการมุ่งเน้นด้านการเงินกับด้านการตลาด/ลูกค้า อีกทั้งต้องวัดครอบคลุม 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการเงิน ซึ่งเป็นการประเมินความสำเร็จด้านการเงินในการบริหารองค์กร ด้านลูกค้าเป็นการประเมินความสำเร็จขององค์กรที่บรรลุวิสัยทัศน์ ควรตอบสนองต่อตลาดอย่างไร การประเมินด้านประสิทธิภาพการบริหารงานภายในจะประเมินกระบวนการบริหารภายในองค์กรที่เป็นเลิศ และด้านการเรียนรู้ และการเติบโตจะประเมินว่าองค์กรสามารถมีศักยภาพการแข่งขันที่ยั่งยืนต้องมีการเปลี่ยนแปลง/พัฒนาอะไร ในแต่ละด้านต้องมีการพัฒนาตัวชี้วัด (KPI = Key Performance Indicators) ที่จะชี้ให้เห็นศักยภาพด้านต่างๆ จะเห็นว่าการวัด 4 ด้าน จะสะท้อนให้เห็นการประเมินศักยภาพขององค์กรที่ครอบคลุม ศักยภาพในอดีต (ด้านการเงิน) ทั้งนี้เพราะผลการดำเนินงานด้านการเงินเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วถึงรายได้ ถ้าไรแต่ไม่สะท้อนได้เพียงพอถึงศักยภาพในอนาคต ส่วนการวัดศักยภาพในปัจจุบันดูที่การประเมินด้านลูกค้า/ตลาด และประสิทธิภาพของการบริหารงานภายใน ซึ่งตัว KPI ด้านลูกค้า ได้แก่ Market Share การรักษาลูกค้าเก่าได้ (Customer Retention) KPI ด้านประสิทธิภาพการบริหารงานภายใน ได้แก่ ระยะเวลาการผลิต คุณภาพ Productivity เป็นต้น

ส่วนการวัดด้านการเรียนรู้และการเติบโต เป็นดัชนีที่ทำให้พยากรณ์ศักยภาพในอนาคตที่จะชี้ให้เห็นว่าองค์กรมีการพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพอย่างไร ตัว KPI ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทักษะของพนักงาน การพัฒนาปรับปรุงองค์กร เป็นต้น

ตัวแบบของ Kaplan & Norton แสดงดังรูปข้างล่าง

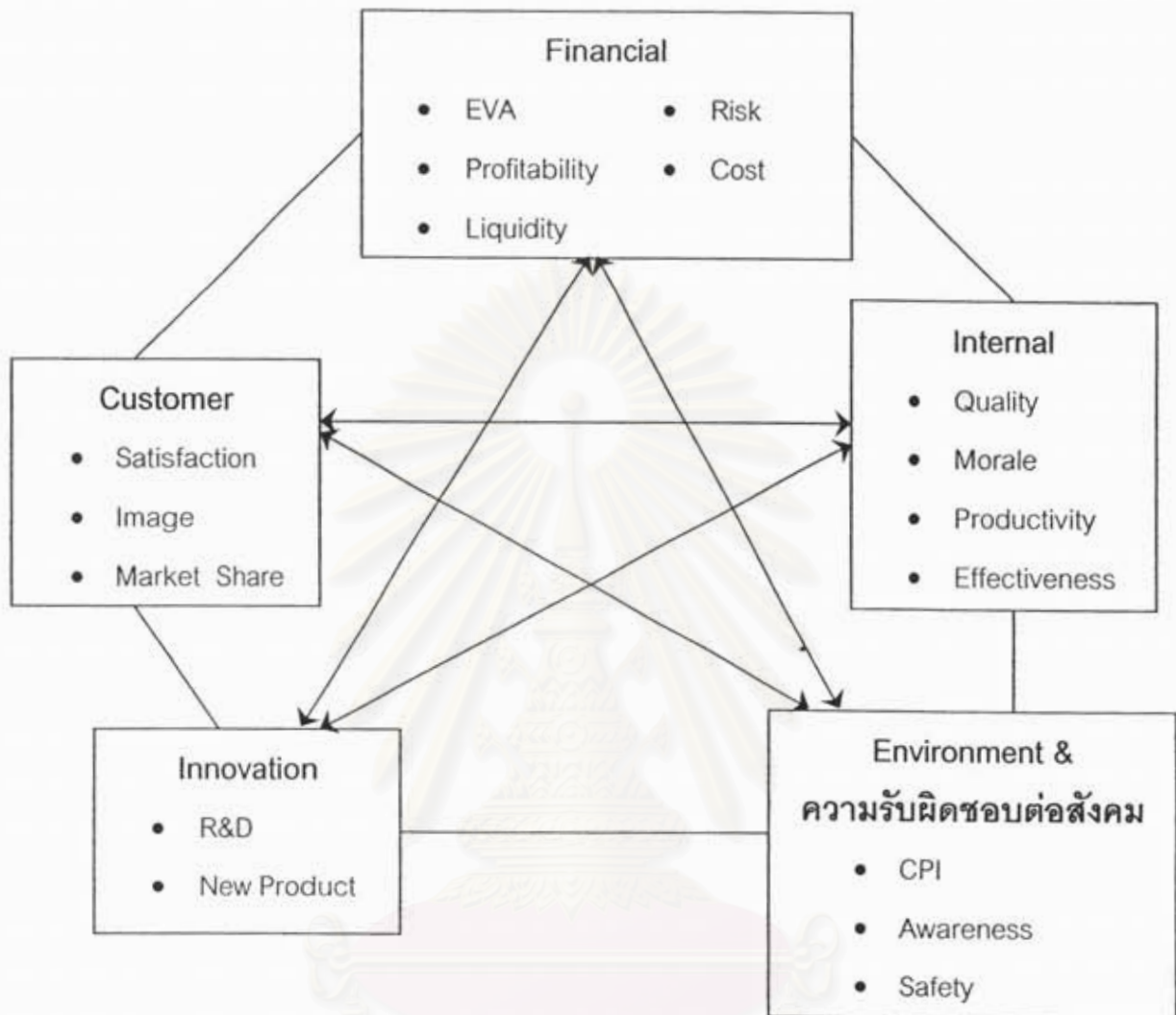


ที่มา : Kaplan & Norton

รูปที่ 2.4 ตัวแบบ Balanced Scorecard

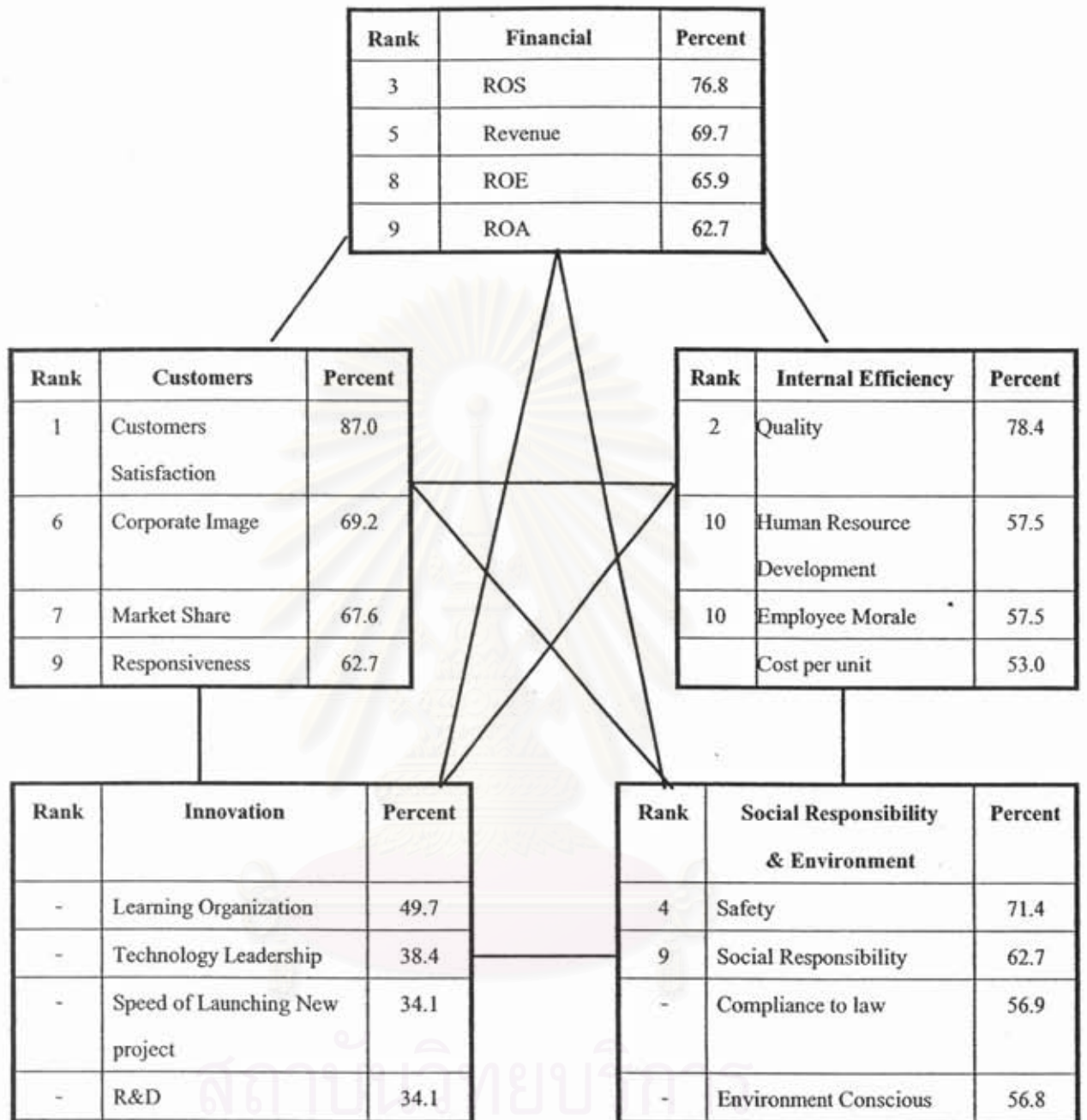
Circle of Excellence

จากการศึกษาของผู้เชี่ยวชาญจากประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกของ Asian Productivity Organization ซึ่งนักวิชาการจากประเทศต่างๆ ได้มาทำวิจัยร่วมกันด้านการประเมินผลองค์กร จากการศึกษาของผู้แทนประเทศไทยได้พัฒนาตัวแบบการประเมิน เรียกว่า Circle of Excellence (Corporate Performance Assessment : อัจฉรา จันทร์ฉาย 1999) ทั้งนี้จากสิ่งที่จะประเมินศักยภาพขององค์กรระยะยาว คือ ดัชนีด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม ตัว KPI ด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ Cleaner Production Index, Environmental Awareness, ความปลอดภัย เป็นต้น



ที่มา : Corporate Performance Assessment of Business in Thailand : 1999.

รูปที่ 2.5 ตัวอย่าง Circle of Excellence



ที่มา : Corporate Performance Assessment of Business in Thailand : 1999.

รูปที่ 2.6 Key performance Indicators used by companies in Thailand

ผลจากการสำรวจ Ten KPI ที่ผู้ประกอบการไทยใช้ในการประเมินธุรกิจ ได้แก่

อันดับ	KPI	ร้อยละที่ใช้	มิติการวัด
1	ความพึงพอใจของลูกค้า	87.0	ลูกค้า
2	คุณภาพสินค้า	78.4	การบริหารงาน
3	กำไรต่อยอดขาย	76.8	การเงิน
4	ความปลอดภัย	71.4	สิ่งแวดล้อม
5	รายได้สุทธิ	69.7	การเงิน
6	ภาพลักษณ์ขององค์กร	69.2	ลูกค้า
7	ส่วนแบ่งตลาด	67.6	ลูกค้า
8	กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	65.9	การเงิน
9	กำไรต่อสินทรัพย์	62.7	การเงิน
10	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	57.5	ประสิทธิภาพ

ที่มา : Corporate Performance Assessment : 1999

ผลจากการศึกษาจะเห็นว่า ด้าน Learning & Growth หรือนวัตกรรม ผู้ประกอบการไทย ไม่ให้ความสำคัญในการวัดไม่คิด 10 อันดับแรก ดังนั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในอนาคตได้ อย่างหนึ่ง เพราะแนวคิดในการจัดทำ BSC คือ ถ้าอยากให้อะไรเกิดต้องมีการวัดและนำผลการวัด ไปใช้

Management Cockpit

การเพิ่มศักยภาพในการตัดสินใจ โดยใช้แนวคิดของห้องปฏิบัติการทางการจัดการ (Management Cockpit) จากการค้นคิดของ Professor Patrick Georges ซึ่งเป็นสัลยกรรมผ่าตัดสมอง และมิงานอดิเรก คือ ขับเครื่องบิน ได้พัฒนาแนวคิดการสร้างองค์กรที่ชาญฉลาด (Organizational Intelligence) เพื่อให้การตัดสินใจของผู้บริหารดีขึ้น โดยห้องจะประกอบด้วย ผนัง 4 ด้าน ผนัง 3 ด้าน เป็นผนังฉนวน ในผนังฉนวน ผนังแต่ละด้านจะมีคำถามอยู่ 6 คำถาม แต่ละคำถาม จะตอบด้วย KPI 6 ตัวที่จะประเมินศักยภาพด้านต่างๆ และผนังด้านหน้าจะเป็นจอคอมพิวเตอร์ที่สามารถดึงข้อมูลจากฐานข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เจาะลึกลงไป เช่น อาจแบ่งยอดขายตามภูมิภาค เพื่อดูการเติบโตของยอดขายในภูมิภาคไหนที่มีศักยภาพ หรือขาดศักยภาพ เป็นต้น ผนังฉนวน 3 ด้าน เป็นการประเมินศักยภาพด้านต่างๆ ดังนี้

ผนังสีดำ (Black Wall)

เป็นคำถามที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน ภูเขาแห่งความสำเร็จขององค์กร และเป้าหมายตัวอย่างคำถาม เช่น ผลการดำเนินงานด้านกำไรดีหรือไม่ก็จะมี KPI ที่ใช้วัดด้านกำไร 6 ตัว

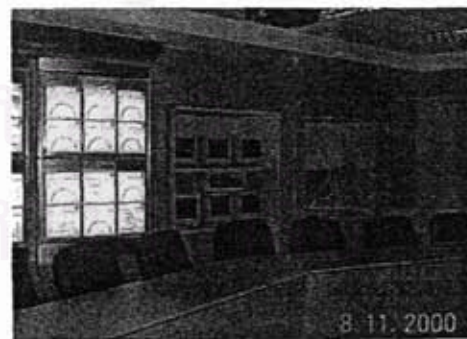
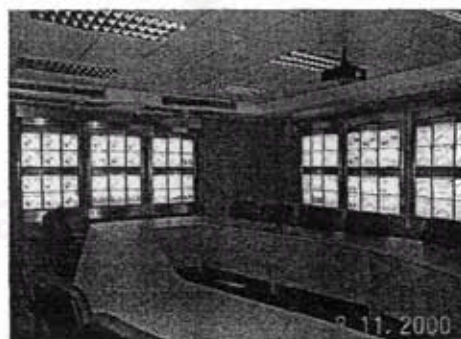
ผนังสีน้ำเงิน (Blue Wall)

เป็นคำถามที่เกี่ยวกับศักยภาพภายในองค์กรหรือทรัพยากรขององค์กร เช่นเดียวกันกับการประเมินปัจจัยภายใน (Internal Analysis) เพื่อหาจุดเด่นจุดด้อยขององค์กร (Strength & Weakness) ตัวอย่างคำถามด้านนี้ ได้แก่ คุณภาพของบุคลากรดีไหม ก็จะนำเสนอเป็น KPI 6 ตัวที่วัดคุณภาพของบุคลากร เช่น อัตราการออกจากงาน การฝึกอบรม เป็นต้น

ผนังสีแดง (Red Wall)

เป็นผนังที่เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมภายนอกเพื่อแสดงให้เห็นถึงโอกาส อุปสรรคขององค์กร เป็นการศึกษาด้านโอกาสและอุปสรรค (Opportunity & Threat)

ดังนั้น ผนังสีน้ำเงิน และสีแดงมารวมกัน คือ การทำ SWOT นั่นเอง



การสร้างค่าอ้างอิง (Benchmarking)

ในการสร้างค่าอ้างอิงเพื่อประเมินศักยภาพเป็นสิ่งจำเป็น ค่าอ้างอิงจะใช้ทั้งด้านเป็นการประเมินศักยภาพที่ผ่านมา และเป็นเป้าที่จะพัฒนาองค์กร เกณฑ์การกำหนดค่าอ้างอิง มีดังนี้

1. Internal Benchmarking

การกำหนดค่าอ้างอิงโดยใช้ข้อมูลผลจากปีที่แล้วมาเป็นค่าพื้นฐาน (Baseline) ในการกำหนด Target ในการพัฒนา การใช้ Internal Benchmarking สำหรับอุตสาหกรรม คือ เปรียบเทียบกับผลงานในปีที่แล้ว หรือไตรมาสที่แล้ว เช่น ศึกษาการเติบโตของยอดขายปีปัจจุบันกับปีที่แล้ว เป็นต้น

2. Cooperative Benchmarking

คือ การเปรียบเทียบ Best Practice กับธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมอื่นที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

3. Collaborative Benchmarking

จากการสนับสนุนของทุนงบประมาณแผ่นดิน ทางคณะผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการในการร่วมมือกันสร้างดัชนีชี้วัดและค่าอ้างอิงขึ้น คณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนา Software เพื่อให้ผู้ประกอบการคำนวณค่าต่างๆ และส่งมาให้คณะผู้วิจัยเพื่อนำผลมาประเมินเป็นภาพรวมของอุตสาหกรรม โดยไม่มีการเปิดเผยเป็นรายบริษัท

4. Competitive Benchmarking

การใช้ค่าอ้างอิงกับคู่แข่ง ในการพัฒนาองค์กรอาจต้องดูถึงตำแหน่งในการแข่งขัน และถ้าจะมีศักยภาพเหนือคู่แข่ง จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งขององค์กรโดยตรง ถ้าในระดับอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนคู่แข่งของเรา คือ ประเทศจีน มาเลเซีย ดังนั้นการประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนโดยรวม ก็ต้องเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในประเทศคู่แข่งดังกล่าว

แนวคิดการประเมินศักยภาพโดยใช้การเปรียบเทียบค่าอ้างอิง (Benchmark) ในกรณีต่างๆ มีผลดีคือ การพัฒนาองค์กรและอุตสาหกรรม ดังนี้

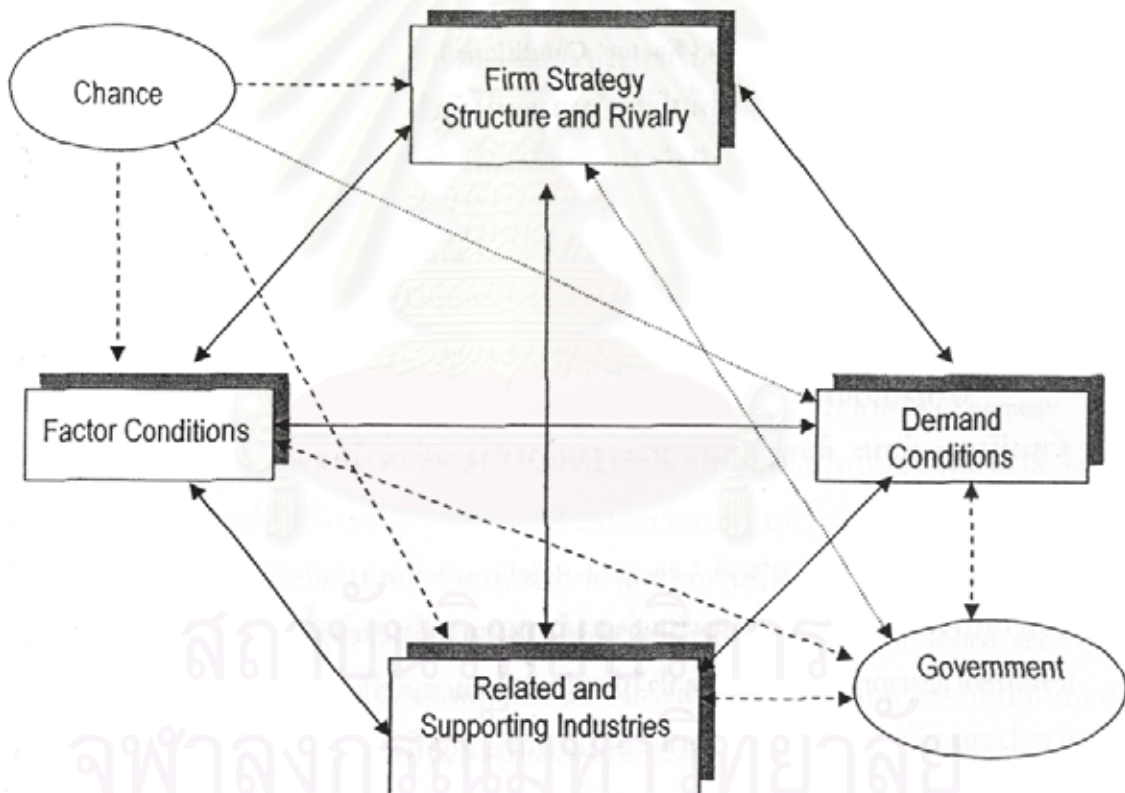
- เป็นการเร่งการพัฒนาปรับปรุง
- ชี้ให้เห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนา
- เข้าใจศักยภาพขององค์กร และ World Class Performance
- เป็นการพัฒนาศักยภาพขององค์กรอุตสาหกรรม

2.2 แนวคิดการประเมินศักยภาพการแข่งขัน

2.2.1 Diamond Model

การเปรียบเทียบศักยภาพในการแข่งขันของประเทศคู่แข่งพิจารณาปัจจัยต่างๆ ตามแนวคิด "การพิจารณาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ (The Determinants of National Competitive Advantage)" ของศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Prof. Michael E. Porter) แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ดังรูปที่ 2.7

รูปที่ 2.7 The Determinants of National Advantage



Source: Michael E. Porter

The Competitive Advantage of Nations

พอร์เตอร์ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้พิจารณาประเทศต่างๆ ว่ามีข้อได้เปรียบในการแข่งขันหรือไม่ว่า ควรพิจารณาปัจจัยต่างๆ 6 ประการของประเทศนั้น ๆ คือ

1. สภาพของปัจจัยในการผลิต (Factor Conditions)
2. สภาพของอุปสงค์ (Demand Conditions)
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and Supporting Industries)
4. กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท (Firm, Strategy, Structure and Rivalry)
5. โอกาส (Chance)
6. รัฐบาล (Government)

ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวควรพิจารณาในลักษณะต่างๆ ดังนี้ คือ

1. สภาพของปัจจัยในการผลิต (Factor Conditions)

ประเทศที่จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมใด ควรเป็นประเทศที่มีทรัพยากรภายในประเทศที่เป็นปัจจัยในการผลิต (Factor Conditions) ของอุตสาหกรรมนั้น เช่น มีที่ดิน มีเงินทุน มีโครงสร้างทางสาธารณูปโภค มีทรัพยากรธรรมชาติ และมีแรงงานที่เหมาะสมในการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมนั้นๆ นอกจากนี้ยังควรมีองค์ประกอบที่เป็นทุน (Factor of Endowment) ซึ่งประกอบด้วย

1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ที่เกี่ยวข้องกับการทำอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งในด้านปริมาณ ทักษะ ต้นทุนค่าแรง มาตรฐานการทำงานต่อชั่วโมง และจรรยาบรรณในการทำงานที่เหมาะสม

2) ทรัพยากรธรรมชาติ (Physical Resources) ที่เหมาะสมกับการทำอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมหนึ่ง โดยพิจารณาในแง่ของต้นทุนของทรัพยากรนั้นๆ ที่ถูกกว่าของประเทศอื่นๆ และมีปริมาณมากกว่า เช่น แร่ธาตุ ป่าไม้ พลังน้ำที่สามารถสร้างกระแสไฟฟ้าได้ แหล่งปลาเพื่อทำการประมง หรือสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกพืชชนิดต่างๆ

3) ทรัพยากรด้านความรู้ (Knowledge Resources) ได้แก่ การที่ประเทศนั้นมีประชากรที่เป็นนักวิทยาศาสตร์ หรือ ผู้มีความรู้ทางการตลาด หรือ ประเทศที่มีสถาบันวิจัยของรัฐ หรือมีผลการค้นคว้าวิจัยทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านการตลาดที่เป็นพื้นฐานที่ดี มีสมาคมการค้าที่มีความสามารถ เช่น ฮองกง และญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบด้านการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีข้อมูลต่างๆ และการวิจัยมากมายดำเนินการโดย Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) และญี่ปุ่น มีสมาคมการค้าคือ SOGO SHOSHA ที่เป็นผู้เก็บ

รวบรวมข้อมูลและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพและทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน

4) ทรัพยากรด้านเงินทุน (Capital Resources) จำนวนเงินทุนที่มีอยู่เพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนอุตสาหกรรมต่างๆ ในรูปลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น หนี้ที่มีประกัน (Secure Debt) หนี้ที่ไม่มีประกัน (Insecure Debt) หุ้นกู้ที่ไม่เหมาะกับการลงทุน (Junk Bond) กิจการร่วมค้า (Venture Capital)

5) สาธารณูปโภค (Infrastructure) ลักษณะของสาธารณูปโภคที่มีในประเทศทั้งด้านคุณภาพและต้นทุนของระบบการขนส่ง การไปรษณีย์ การติดต่อสื่อสาร การสาธารณสุข โรงพยาบาล ที่อยู่อาศัย สถาบันทางวัฒนธรรม ตลอดจนระบบการจ่ายเงิน การโอนเงิน

2. สภาพของอุปสงค์ (Demand Conditions)

พิจารณาจากลักษณะของอุปสงค์ของแต่ละประเทศในรูปแบบต่างๆ ดังนี้ คือ

1) องค์ประกอบของอุปสงค์ของประเทศ (Home Demand Composition) ลักษณะธรรมชาติของความต้องการซื้อสินค้าในแต่ละประเทศ จะทำให้บริษัทต่างๆ ตอบสนองความต้องการนั้น โดยการคิดค้นผลิตสินค้าใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและให้ทันกับความต้องการของลูกค้า จึงทำให้ประเทศนั้นๆ ได้เปรียบในการแข่งขันการพิจารณาสามารถแยกออกได้เป็นลักษณะต่างๆ ดังนี้ คือ

1.1 โครงสร้างความต้องการที่สามารถแบ่งเป็นส่วนตลาดได้ (Segment Structure of Demand) การที่ความต้องการในประเทศมีมากพอที่จะแบ่งเป็นส่วนตลาดได้ จะทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบประเทศอื่น เช่น ประเทศสวีเดน เป็นป่าไม้และหุบเขามาก ต้องการพัฒนาโดยการให้มีไฟฟ้าเข้าถึงทุกที่ สวีเดนจึงมีความได้เปรียบในเรื่องอุปกรณ์การส่งไฟฟ้าแรงสูง

1.2 การที่ผู้ซื้อที่มีชื่อเรียกร้องและมีความต้องการพิเศษ (Sophisticated and demanding buyer) การมีผู้ซื้อในประเทศที่มีความต้องการสูงหรือต่างไปจากประเทศอื่นเป็นพิเศษ จะทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา มีเครือข่ายถนนที่ดีมาก ทำให้คนต้องการรถที่วิ่งได้เร็ว และประหยัดน้ำมัน สหรัฐฯ จึงเป็นประเทศที่ได้เปรียบในการผลิตรถบรรทุกที่ใช้เครื่องดีเซลขนาดใหญ่กว่าประเทศอื่นๆ หรือประเทศญี่ปุ่นมีพื้นที่น้อย เนื่องจากเป็นหมู่เกาะ บ้านเรือนแออัด การใช้เครื่องปรับอากาศจำเป็นต้องมีขนาดเล็กและเสียงไม่ดัง ประเทศญี่ปุ่นจึงเป็นผู้นำในการผลิตเครื่องปรับอากาศที่เล็กและเงียบที่สุดในโลก

1.3 การพยากรณ์ความต้องการในอนาคตของลูกค้า (Anticipatory Buyer Needs)

การพยากรณ์ว่าลูกค้าจะต้องการสินค้าประเภทใดในอนาคตไว้วงหน้าจะทำให้ประเทศนั้นได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น ประเทศญี่ปุ่นคาดว่าอนาคตจะเกิดการขาดแคลนน้ำมัน และลูกค้าส่วนมากจะต้องการใช้รถที่ช่วยประหยัดน้ำมัน ญี่ปุ่นจึงพยายามศึกษาค้นคว้าและสร้างรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมันออกมาขายหลังจากเกิดการขาดแคลนน้ำมันขึ้นครั้งแรกในโลก ทำให้ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้นำในการผลิตรถที่ประหยัดน้ำมัน

2) ขนาดและลักษณะการเติบโตของอุปสงค์ (Demand Size and Pattern of Growth) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการในประเทศและทำให้บริษัทต่างๆ ส่งออกและนำเข้าสินค้าไปขายในต่างประเทศในปริมาณที่แตกต่างกัน และก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน เช่น ประเทศสวีเดนและเดนมาร์ก สวีเดน และเกาหลีใต้ มีประชากรไม่มากนักทำให้จำเป็นต้องส่งสินค้าไปขายในต่างประเทศ และแข่งขันให้ได้ในตลาดโลก หรือญี่ปุ่น มีความต้องการในประเทศด้านวิทยุโทรทัศน์มาก และแตกต่างกันไปจากประเทศอื่น ทำให้มีการพัฒนาและก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งสามารถพิจารณาได้ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1 ขนาดของความต้องการภายในประเทศ (Size of Home Demand)

ประเทศที่มีความต้องการสินค้าภายในมากพอสมควร จะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น สหรัฐฯ เป็นประเทศที่ทำเกษตรกรรมมาก มีประชากรที่มีความต้องการเครื่องมือทางการเกษตรเป็นจำนวนมาก ทำให้อุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรเครื่องมือทางการเกษตรของสหรัฐฯ ได้เปรียบในเรื่องการประหยัดจากการผลิตเป็นจำนวนมาก (Economy of Scale) และจากการเรียนรู้ในการผลิต (Learning Curve) ดังนั้นบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการขายเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรของสหรัฐฯ จึงเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีความได้เปรียบในการแข่งขันทั่วโลก เช่น บริษัท John Deere บริษัท International Harvester แต่ในประเทศไทยไม่ใคร่รู้จัก เนื่องจากสภาพของประเทศเป็นไหล่ทวีป พื้นดินมีน้ำขังเสมอ ไม่แข็ง และส่วนมากจะเป็นดินพุ่ม ทำให้ไม่เหมาะกับการใช้เครื่องจักรอุปกรณ์การเกษตรของสหรัฐฯ ซึ่งมีน้ำหนักมาก ไทยเราจึงนิยมใช้ของประเศญี่ปุ่น ซึ่งมีน้ำหนักเบาเหมาะกับสภาพพื้นที่ของไทยหรือกรณีของประเทศฟินแลนด์ เป็นประเทศที่อยู่ใกล้รัสเซีย มีการซื้อขายและขนส่งสินค้าเข้ารัสเซีย ผ่านทางฟินแลนด์มาก แต่ในช่วงฤดูหนาว ทะเลจะเป็นน้ำแข็ง ขนส่งยาก ทำให้ฟินแลนด์เป็นประเทศที่มีความสามารถในการสร้างเรือเดินสมุทรที่แล่นเจาะน้ำแข็งไปได้

2.2 จำนวนผู้ซื้อที่เป็นอิสระ (Number of Independent Buyer) การมีผู้ซื้อที่เป็นอิสระไม่ขึ้นอยู่กับตราสินค้าหรือประเทศที่ผลิตสินค้า ขอเพียงให้สินค้าเป็นที่พอใจก็พอ ทำให้สินค้าที่มีคุณภาพดีของบางประเทศสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เช่น บริษัท Honda ผลิตรถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในอากาศ ตรงตามกฎของสหรัฐฯ ทำให้ผู้ใช้ไม่ต้อง

เสียเวลาในการปรับแต่งเครื่องยนต์ เพื่อให้ผ่านการตรวจสอบควันที่ออกจากท่อไอเสียก่อนการต่อท่อเบียร์รถทุกครั้ง ทำให้ผู้ซื้อในประเทศสหรัฐฯ ที่มีความอิสระพอใจรถ Honda และนิยมให้รถ Honda มาก จนเป็นที่ติดตลาดในสหรัฐฯ แล้วจึงเข้าไปขายในประเทศญี่ปุ่นได้ดี ทั้งนี้เนื่องจากผู้ซื้อในสหรัฐฯ มีจำนวนมากและมีความเป็นอิสระในการเลือกซื้อ ถ้าผู้ผลิตสามารถมองเห็นความต้องการนี้และสร้างสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการก็สามารถขายแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอื่นๆ ได้

2.3 อัตราการเติบโตของความต้องการภายในประเทศ (Rate of Growth of Home Demand) ประเทศที่มีความต้องการสินค้าใดเติบโตเร็วมาก จะทำให้ประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันสินค้าในประเทศนั้น เช่น ญี่ปุ่นมีอัตราการเติบโตของความต้องการเหล็กมาก เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ผลิตทั้งรถยนต์ รถบรรทุก และเรือเดินสมุทร ทำให้ญี่ปุ่นซึ่งไม่มีทรัพยากรเหล็ก จะต้องพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับเหล็กขึ้นมา และได้กลายเป็นประเทศผู้นำในอุตสาหกรรมเหล็ก (Steel Industry) เนื่องจากภายในประเทศมีความต้องการใช้มากในการทำอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องกับเหล็ก

2.4 การมีความต้องการที่รวดเร็วก่อนประเทศอื่น (Early Home Demand) ทำให้ประเทศนั้นได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น สหรัฐฯ จะมีความต้องการทางด้านอาวุธเป็นจำนวนมาก ทำให้สหรัฐฯ ได้เปรียบในอุตสาหกรรมผลิตอาวุธสงคราม

2.5 ความต้องการที่อิ่มตัวเร็ว (Early Saturation) ประเทศที่มีความต้องการในอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปรวดเร็ว จะได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น เช่น อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในญี่ปุ่นจะมีการเปลี่ยนแปลงและมีการอิ่มตัวเร็วกว่าประเทศอื่นๆ เนื่องจากคนญี่ปุ่นจะเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นรูปแบบใหม่ๆ ตลอดเวลา ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในญี่ปุ่นได้เปรียบและนำหน้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากประเทศอื่นๆ

3) ความต้องการของประเทศต่างๆ ที่แผ่ไปในตลาดโลก (Internationalization of Home Demand) การที่คนของประเทศใดประเทศหนึ่งเดินทางท่องเที่ยวหรือไปพักในค้ำประเทศทั่วโลก ทำให้ประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะจะมีความต้องการกระจายแผ่ไปทั่วโลก เช่น สหรัฐฯ มีคนเดินทางและท่องเที่ยวไปในประเทศต่างๆ ทั่วโลกมาก ทำให้ McDonald's ซึ่งเป็นร้านอาหารของสหรัฐฯ ที่คนรู้ว่าไม่อร่อย (ถ้าเทียบกับอาหารของประเทศตนเอง) สามารถขยายกิจการเปิดสาขาได้ทั่วโลก เนื่องจากคนสหรัฐฯ และคนตะวันตกที่รับประทาน Hamburger เป็นอาหารหลักนิยมเดินทางไปประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ในกรณีนี้สามารถพิจารณาประเทศที่จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันได้ในลักษณะต่างๆ ดังนี้

3.1 การโยกย้ายของความต้องการซื้อไปต่างประเทศ (Mobile or Multinational Buyers) การที่คนสหรัฐฯ โยกย้ายไปท่องเที่ยว พักอาศัยหรือบริษัทของสหรัฐฯ ดำเนินกิจการในต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจของสหรัฐฯ สามารถไปดำเนินการแข่งขันได้ทั่วโลก เช่น ธุรกิจร้านอาหาร การเช่ารถ บัตรเครดิต และโรงแรมของสหรัฐฯ

3.2 การมีอิทธิพลเหนือผู้ซื้อในต่างประเทศ (Influence on Foreign Needs) การเปิดการฝึกอบรม การศึกษาหรือการให้ความช่วยเหลือต่างๆ จะทำให้ประเทศผู้ให้มอิทธิพลเหนือการซื้อของประเทศผู้รับ เช่น สหรัฐฯ เปิดการสอนให้นักเรียนต่างชาติเข้าไปเรียนเป็นจำนวนมาก หรือเปิดการฝึกฝน เช่น ฝึกแพทย์ ก็ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การแพทย์ของสหรัฐฯ ขายดีไปทั่วโลก เพราะคนทั่วไปฝึกมาจากสหรัฐฯ คู่แข่งขันกับการใช้อุปกรณ์ของสหรัฐฯ เมื่อกลับมาประเทศของคนก็จะสั่งซื้ออุปกรณ์จากสหรัฐฯ ที่คุ้นชินมาใช้ ทำให้สหรัฐฯ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

หรือในสมัยก่อนประเทศเครือจักรภพอังกฤษจะส่งคนเข้าไปศึกษาในประเทศอังกฤษ ทำให้ประเทศอังกฤษมีอิทธิพลและสามารถขายสินค้าได้ดีในประเทศที่เคยเป็นอาณานิคม เช่น อินเดีย ออสเตรเลีย มาเลเซีย เป็นต้น

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

เป็นส่วนเสริมที่สำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมของประเทศมีข้อได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบในลักษณะต่างกัน ได้แก่

1) การได้เปรียบของอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Competitive Advantage in Supplier Industries) ประเทศที่มีอุตสาหกรรมต้นน้ำที่ได้เปรียบจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมปลายน้ำที่เกี่ยวข้อง เช่น ประเทศญี่ปุ่น มีอุตสาหกรรม Machine Tool ที่นำหน้าในโลก ทำให้ญี่ปุ่นได้เปรียบในอุตสาหกรรมทางด้าน Numerical Control มอเตอร์ และส่วนประกอบเครื่องยนต์อื่นๆ

สวีเดนเคยมีความเข้มแข็งทางด้าน Fabricated steel เช่น Ball bearing และอุปกรณ์ในการตัด (Cutting tool) ทำให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในธุรกิจ Specialty Steel

อิตาลีมีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและทอง เพราะอิตาลีเป็นผู้นำของโลกในการผลิตเครื่องจักรสำหรับทำเครื่องประดับเงินและทอง และเป็นผู้นำในการผลิตเครื่องมือที่ใช้ Recycle โลหะมีค่า

2) การได้เปรียบของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Competitive Advantage in Related Industries) ส่งผลให้อุตสาหกรรมที่สืบต่อมีความได้เปรียบด้วย ดังแสดงในตารางที่ 2.13

ตารางที่ 2.13 อุตสาหกรรมสนับสนุนที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศต่างๆ

ประเทศ	อุตสาหกรรม	อุตสาหกรรมสนับสนุน
เดนมาร์ก	ผลิตภัณฑ์นม	เอนไซม์ที่ใช้ในอุตสาหกรรม
เยอรมัน	เคมีภัณฑ์	หมึกพิมพ์
อิตาลี	หลอดไฟ	เฟอร์นิเจอร์
ญี่ปุ่น	กล้องถ่ายรูป	เครื่องถ่ายภาพเอกสาร
สิงคโปร์	ท่าเรือ	การซ่อมเรือ
เกาหลี	กล้อง VCR	วิดีโอเทป
สวีเดน	เครื่องยนต์	รถบรรทุก
สวีตเซอร์แลนด์	เวชภัณฑ์	สารให้รสอาหาร (Flavoring)
อังกฤษ	เครื่องยนต์	น้ำมันหล่อลื่น
สหรัฐอเมริกา	เครื่องมือทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า	การออกใบรับรองและลิขสิทธิ์

4. กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท (Firm, Strategy, Structure and Rivalry)

ลักษณะการบริหารงาน การจัดการ และการแข่งขันของบริษัทในอุตสาหกรรมภายในประเทศเป็นพื้นฐานสำคัญที่ก่อให้เกิดการคิดค้นผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตใหม่ๆ ซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จในการแข่งขันในตลาดโลก สามารถพิจารณาได้ในลักษณะของ

1) เป้าหมาย (Goals) สามารถแบ่งได้เป็น

1.1 เป้าหมายของบริษัท (Company Goal) เช่น บริษัทในเยอรมันและสวีเดนมักตั้งเป้าหมายในระยะยาว ในขณะที่บริษัทในสหรัฐฯ จะมีเป้าหมายระยะสั้นเป็นรายไตรมาสหรือรายปี ส่วนบริษัทในอังกฤษจะคล้ายคลึงกับสหรัฐฯ แต่บริษัทในสวีเดนและญี่ปุ่นจะคล้ายคลึงกับบริษัทของเยอรมันมากกว่า

1.2 เป้าหมายส่วนบุคคล (Goals of Individuals) พิจารณาจาก ระบบการจ่ายค่าตอบแทนและคุณค่าทางสังคม มีผลต่อทัศนคติในการทำงานและแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะและการสร้างสรรค์ความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับหน่วยงาน เช่น ความมั่งคั่งเป็นแรงจูงใจที่สำคัญของชาวอเมริกามากกว่าชาวสวีเดนเนื่องจากภาษีทรัพย์สินและรายได้สูงในประเทศสวีเดนนั้นสูงมาก

1.3 อิทธิพลของความภาคภูมิใจของชาติและการจัดลำดับความสำคัญของ

เป้าหมาย (The Influence of National Prestige / Priority on goals) เช่น สหรัฐฯ จัดลำดับความสำคัญของการส่งยานอวกาศและมนุษย์อวกาศไปนอกโลกสูงมาก และมีความภูมิใจในเรื่องเกี่ยวกับความสำเร็จในเรื่องอวกาศสูงด้วยลักษณะที่ทำให้มีความมุ่งมั่นและเป็นผู้นำทางด้านนี้

2) คู่แข่งภายในประเทศ (Domestic Rivalry) ประเทศที่เป็นผู้นำในโลกมักจะมีบริษัทในประเทศที่ทำการแข่งขันอย่างเข้มข้น

สวิสเซอร์แลนด์เป็นผู้นำด้านเภสัชกรรม ประกอบด้วยบริษัทที่สำคัญในการแข่งขันได้แก่ Haffman La-Roche, Ciba-Geigy, Sandoz

เยอรมันเป็นผู้นำด้านเคมีภัณฑ์ประกอบด้วยบริษัท BASF, Hoechst, Bayer

การแข่งขันจากกิจการที่ดั่งขึ้นใหม่ เป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของสหรัฐฯ มีความก้าวหน้ามากและเกิดจากบริษัทใหม่ๆ ทั้งสิ้น

5. บทบาทของโอกาส (The Role of Chance) เกิดขึ้นในลักษณะของ

- การประดิษฐ์คิดค้นสินค้าตัวใหม่ (Act of Pure Invention) เช่น Personal Computer
- ความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยี (Major Technology Discontinuities) เช่น ทางด้าน Biotechnology และ Microelectronic
- ความไม่ต่อเนื่องของราคาวัตถุดิบ (Discontinuities in inputs cost) เช่น ราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นก่อให้เกิดโอกาสแก่ประเทศที่ขายสินค้าที่ประหยัดน้ำมัน
- การปรับเปลี่ยนของตลาดเงินหรืออัตราแลกเปลี่ยน เช่น การปรับค่าเงินปอนด์ของอังกฤษ ก่อให้เกิดโอกาสแก่ประเทศคู่แข่งและประเทศอังกฤษเอง
- ความต้องการของภูมิภาคต่างๆ หรือของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Surges of World or Regional Demand) ก่อให้เกิดโอกาส เช่น ความต้องการคอมพิวเตอร์หรืออินเตอร์เน็ต
- การตัดสินใจทางการเมืองของรัฐบาลต่างประเทศ (Political Decision by Foreign Government) เช่น การที่รัฐบาลของมาเลเซียตัดสินใจใช้นโยบายภูมิบุตร (Bhumi Bhutra Policy) คือ ผู้จะได้รับ การส่งเสริมการลงทุนต้องเป็นบุตรของภูมิภาค คือ เป็นชาวมาเลย์ และนับถือศาสนาอิสลาม ทำให้การลงทุนจากต่างประเทศไหลล้นเข้ามาในเมืองไทยอย่างมาก

6. บทบาทของรัฐบาล (The Role of Government) มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในลักษณะต่างกัน ได้แก่

- นโยบายรัฐ (Government Policy) เช่น นโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ในการเลิกทำสงครามและส่งเสริมเรื่องเศรษฐกิจ หรือการค้าทำนองนั้น ทำให้ประเทศมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการค้า
- ก่อให้เกิดความต้องการในลักษณะต่างๆ (Shaping local demand) เช่น รัฐบาลส่งเสริมการเกษตรก็จะทำให้ภายในประเทศมีความต้องการวัตถุดิบทางการเกษตร ได้แก่ ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์พืช การชลประทาน เป็นต้น
- ก่อให้เกิดมาตรฐาน (Establishing local product standard regulations) ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ
- เป็นผู้ซื้อรายใหญ่ (Major Buyer) โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวกับอาวุธยุทโธปกรณ์ เครื่องมือติดต๋อสื่อสารและโทรคมนาคม
- กำหนดลักษณะของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐบาลอุซเบกิสถานที่ ปั้นยารชุน กำหนดให้มีการค้าเสรีในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ ทำให้อุตสาหกรรมนี้เข้มแข็งและประเทศไทยสามารถเป็นผู้ผลิตรถยนต์แหล่งใหญ่ของโลกได้ในปัจจุบัน เนื่องจากมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีความพร้อม

2.2.2 Five Forces Model

เป็นการพิจารณาการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Competitive Analysis) ของศาสตราจารย์ไมเคิล อี พอร์ทเตอร์ (Michael E. Porter) แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) มาใช้ในการพิจารณา อันประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ ได้แก่

1. การแข่งขันระหว่างบริษัทในอุตสาหกรรม (Rivalry among firms in the industry)
2. ข้อจำกัดที่คู่แข่งใหม่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม (Entry Barriers)
3. สินค้าทดแทน (Substitute Product)
4. แหล่งวัตถุดิบ (Suppliers)
5. ลูกค้า (Buyers)

ปัจจัยดังกล่าว เป็นสิ่งที่บอกระดับของการแข่งขันในอุตสาหกรรมต่างๆ พอร์ทเตอร์จึงเรียกแนวคิดนี้ว่า รูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Porter Competitive Model) ซึ่งเขียนจำลองเป็นภาพได้ดังนี้ คือ

รูปที่ 2.8 รูปแบบการวิเคราะห์การแข่งขัน Five Forces Model



ที่มา : Michael E. Porter:

การแข่งขันระหว่างบริษัทในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry Among Existing Competitors)

ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันจะทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามจากการกระทำขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคา การต่อสู้ทางด้านการตลาด การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด หรือการเพิ่มการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า ถ้าสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่รุนแรง โอกาสที่องค์กรธุรกิจต่างๆ จะขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรที่มากขึ้นก็จะมีมาก โดยปกติความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้

ก.) จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Number of Competitors) จำนวนคู่แข่งในแต่ละอุตสาหกรรมรวมทั้งความแตกต่างในเรื่องของขนาดและความสามารถในการดำเนินงานของแต่ละองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมมีส่วนอย่างยิ่งในการกำหนดสภาวะการแข่งขัน อุตสาหกรรมที่มีจำนวนคู่แข่งน้อยจะมีการแข่งขันที่ไม่ค่อยรุนแรง แต่ถ้าจำนวนองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นมีจำนวนน้อยแต่มีขนาดและความสามารถในการแข่งขันที่เท่าเทียมกันก็จะก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงได้ ในขณะที่เดียวกันอุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งจำนวนมากก็มีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันอย่างรุนแรงเช่นกัน

ข.) อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม (Rate of Industry Growth) อุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดโอกาสสำหรับธุรกิจในการแข่งขันที่เติบโตตามสภาวะอุตสาหกรรมไปด้วย แต่ถ้าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมช้าหรือน้อย ย่อมส่งผลให้

ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นมีมาก เนื่องจากองค์กรธุรกิจแต่ละแห่งต่างต้องการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งของตลาดที่มีน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการใช้ทุนสูง โดยแบบถดถอย เนื่องจากในอุตสาหกรรมนี้ ถ้าองค์กรธุรกิจหนึ่งมีอัตราการใช้ทุนสูงโดยอมจะได้รับการถดถอยของอีกองค์กรธุรกิจหนึ่ง ดังนั้น อุตสาหกรรมใดที่มีอัตราการใช้ทุนสูงที่ช้าหรือถดถอย ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นก็ยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น

ค.) ความเหมือนหรือความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Product or Service Characteristics) ในอุตสาหกรรมใดๆ ถ้าสินค้าในอุตสาหกรรมนั้นมีความแตกต่างกันมาก (Product Differentiation) การแข่งขันจะไม่รุนแรงเนื่องจากผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการหรือความภักดีที่มีต่อสินค้า แต่ถ้าสินค้าไม่ค่อยมีความแตกต่างกันระหว่างแต่ละองค์กรธุรกิจ เช่น น้ำมันสำหรับเติมรถยนต์ ลูกค้าสามารถเปลี่ยนยี่ห้อของสินค้าได้ตลอดเวลา โดยมีปัจจัยที่ใช้พิจารณาขึ้นอยู่กับราคาและบริการที่แต่ละองค์กรธุรกิจนำเสนอ ดังนั้น อุตสาหกรรมที่มีความเหมือนกันหรือมีมาตรฐานเดียวกันเท่าใด การแข่งขันย่อมจะทวีความรุนแรงขึ้น

ง.) มูลค่าของต้นทุนคงที่ (Amount of Fixed Costs) ถ้าต้นทุนคงที่หรือต้นทุนที่องค์กรธุรกิจลงทุนในอุตสาหกรรมนั้นสูง องค์กรธุรกิจย่อมต้องการที่จะทำการผลิตสินค้าออกมาในปริมาณที่มาก เนื่องจากถ้าสามารถผลิตได้มากเท่าใด องค์กรธุรกิจก็สามารถที่จะกระจายต้นทุนคงที่เฉลี่ยไปตามจำนวนสินค้าที่ผลิตมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งเมื่อองค์กรธุรกิจใดในอุตสาหกรรมต่างผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก องค์กรธุรกิจใดในอุตสาหกรรมย่อมต้องหาทางในการขายสินค้าออกไปให้ได้มากที่สุด ซึ่งอาจจะใช้วิธีการลดราคาหรือเน้นการส่งเสริมการขายเพื่อขายให้ได้ปริมาณมากที่สุดโดยไม่คำนึงถึงต้นทุน เช่น ในอุตสาหกรรมการบินในอเมริกาที่มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรหรือต้นทุนคงที่เป็นจำนวนมาก (เช่น เครื่องบินโดยสาร) ทำให้องค์กรธุรกิจสายการบินในอเมริกาต่างต้องมาแข่งขันกันเองในด้านราคา อันส่งผลต่อภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

จ.) ข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรม (High Exit Barriers) ซึ่งครอบคลุมทั้งปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ กลยุทธ์ และจิตวิทยา ในอุตสาหกรรมใดที่มีข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรมสูง การออกจากอุตสาหกรรมไปย่อมทำได้ยาก ทำให้องค์กรธุรกิจจำต้องทนอยู่ในอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถให้ผลตอบแทนที่ดี ซึ่งส่งผลให้เกิดอุปทานที่มากเกินไปเกินความต้องการ อันนำไปสู่การแข่งขันกันอย่างรุนแรงในด้านราคา ซึ่งองค์กรธุรกิจต่างๆ ก็หวังเพียงแต่จะให้ขายสินค้าได้เท่านั้นโดยไม่สนใจในเรื่องของราคามากนัก เพื่อที่จะได้สามารถได้รับผลตอบแทนกลับมาบ้าง ซึ่งข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรมที่มักจะพบบ่อย ๆ ได้แก่

- การลงทุนอย่างสูงที่เกิดขึ้นในโรงงาน อุปกรณ์ เครื่องจักร เทคโนโลยี และเครื่องมือชนิดต่างๆ ที่ไม่สามารถนำไปใช้ในกิจการชนิดอื่นและไม่สามารถขายให้ผู้อื่นได้
- ต้นทุนในการออกจากอุตสาหกรรมที่สูง เช่น ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียให้กับลูกจ้างที่จะถูกปลดจากงาน
- ความรู้สึกผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรม
- เหตุผลทางด้านกลยุทธ์ เช่น ในองค์กรธุรกิจที่มีกิจการหลายประเภท โดยองค์กรธุรกิจ ก. เป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบให้กับองค์กรธุรกิจ ข. ทำให้องค์กรธุรกิจ ก. ไม่สามารถเลิกกิจการไปได้
- การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรหรือในต้นทุนคงที่ยังไม่ถึงจุดคุ้มทุน
- ความภาคภูมิใจของผู้บริหารหรือการออกจากอุตสาหกรรมจะทำให้ผู้บริหารรู้สึกเสียหน้า
- แรงผลักดันจากรัฐบาลให้ยังคงดำรงอยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ เพื่อประโยชน์ของประชาชน

ฉ.) ความแตกต่างทางพื้นฐานของกลุ่มแข่งขันในอุตสาหกรรม (Diversity of Rivals) เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่จะมีจุดกำเนิด นโยบายในการดำเนินงาน วัฒนธรรม วัตถุประสงค์และตลอดจนเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทำให้แนวความคิด ทักษะคติ พฤติกรรม ตลอดจนกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกัน ซึ่งยิ่งพื้นฐานของแต่ละองค์กรธุรกิจมีความแตกต่างกันเท่าใด ย่อมส่งผลให้สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นรุนแรงขึ้นเท่านั้น เนื่องจากองค์กรธุรกิจแต่ละแห่งมีกฎเกณฑ์หรือแนวคิดในการแข่งขันที่แตกต่างกัน อันจะส่งผลให้วิธีการในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันของแต่ละองค์กรแตกต่างกัน

ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มใหม่ (Threat of New Entrants or Potential Competitors)

คู่แข่งใหม่ ๆ ได้แก่ องค์กรธุรกิจอื่นที่ในขณะนั้นอยู่นอกอุตสาหกรรมแต่มีความสามารถและแนวโน้มที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม โดยปกติแล้วองค์กรธุรกิจเดิมที่อยู่ภายในอุตสาหกรรม จะพยายามป้องกันไม่ให้องค์กรใหม่ ๆ เข้ามาในอุตสาหกรรม เนื่องจากองค์กรใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมจะส่งผลกระทบต่อสภาวะในการแข่งขันในอุตสาหกรรมอันจะเป็นข้อจำกัดที่สำคัญต่อการดำเนินงานและการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรม เนื่องจากองค์กรใหม่ ๆ ที่เข้ามาย่อมต้องการส่วนแบ่งตลาด ซึ่งเป็นผลเสียต่อองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้ว ยกเว้นในกรณีที่ตลาดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การเข้ามาของธุรกิจใหม่ ๆ ก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง

ยิ่งขึ้น อาจมีการลดราคาสินค้าและบริการลง โดยในการตัดสินใจเข้าสู่อุตสาหกรรมขององค์กรธุรกิจใหม่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญสองประการ ได้แก่ ต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและการได้ตอบจากองค์กรธุรกิจเดิม โดยมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่สำคัญ ได้แก่

ก) การประหยัดเนื่องจากขนาด (Economies of Scale) ซึ่งโดยปกติจะมีความเกี่ยวข้องกับขนาดขององค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมแล้ว ซึ่งการได้เปรียบเนื่องจากขนาดนี้เกิดขึ้นจากต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานที่ลดลงเนื่องจากองค์กรธุรกิจมีกำลังการผลิตหรือยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น หรือส่วนลดที่เกิดขึ้นเมื่อซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก หรือการกระจายต้นทุนคงที่ตามขนาดการผลิตที่มาก หรือการได้เปรียบที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการโฆษณา ซึ่งถ้าการได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนเหล่านี้มีมากและองค์กรธุรกิจที่จะเข้ามาใหม่มีขนาดเล็ก จะก่อให้เกิดความเสียเปรียบในการที่องค์กรธุรกิจใหม่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมเนื่องจากองค์กรธุรกิจเหล่านี้จะมีต้นทุนในด้านต่างๆ ที่สูงกว่าองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมมาก่อนหน้านี้แล้ว หรือถ้าองค์กรธุรกิจที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมเป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่มาจากอุตสาหกรรมอื่น องค์กรธุรกิจเหล่านั้นก็จะยังคงมีต้นทุนที่สูงกว่าองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดิมอยู่ดี และองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมเดิมสามารถใช้มาตรการในการตอบโต้การเข้ามาขององค์กรธุรกิจใหม่ได้โดยการลดราคาของสินค้าหรือบริการลง ทำให้องค์กรธุรกิจใหม่ๆ ไม่สามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ เช่น การที่ในอดีต องค์กรธุรกิจหลายแห่ง อาทิ Xerox, GE ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดคอมพิวเตอร์เมนเฟรมได้ เนื่องจากการเสียเปรียบในแง่ของต้นทุนการผลิต การวิจัยและพัฒนา การตลาดและบริการที่ยังสู้ IBM ไม่ได้

ข) ความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Product Differentiate) องค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมอยู่แล้วจะได้เปรียบในแง่ที่ว่า มีสินค้าซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และมีลูกค้าที่ภักดีต่อสินค้าชนิดนั้นอยู่แล้ว (Brand Loyalty) ซึ่งความภักดีในสินค้านี้สามารถเกิดขึ้นมาจากการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง การปกป้องสินค้าโดยการจดทะเบียนสิทธิบัตร การมีนวัตกรรมของสินค้าใหม่ๆ การให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า การบริการหลังการขายที่เป็นเยี่ยม ความภักดีต่อสินค้านี้ทำให้องค์กรธุรกิจใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดต้องเสียค่าใช้จ่ายที่จะลบล้างข้อเสียเปรียบเหล่านี้ และเผชิญกับความยุ่งยากที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดไปจากองค์กรธุรกิจเดิม ความแตกต่างของสินค้าและบริการจะเห็นได้อย่างชัดเจนในสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ผู้บริโภคมักจะมี ความภักดีต่อยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ที่ตนเองใช้เป็นประจำอยู่แล้ว

ค) เงินลงทุน (Capital Requirements) โดยปกติองค์กรธุรกิจใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมจะต้องใช้เงินลงทุนที่สูงในหลายๆ ด้าน เช่น โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ในการผลิต การวิจัยและพัฒนา การโฆษณาและส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือจากลูกค้า ฯลฯ ซึ่ง

การใช้เงินลงทุนอย่างสูงนี้ทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานสูงตามไปด้วย ซึ่งย่อมเกิดความเสียเปรียบต่อองค์กรธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรม

ง) ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Costs) ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเมื่อเปลี่ยนการใช้สินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งเป็นอีกชนิดหนึ่ง โดยปกติลูกค้าไม่นิยมที่จะเปลี่ยนสินค้าหรือบริการที่ใช้อยู่แล้ว นอกจากธุรกิจใหม่เสนอสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้นหรือมีราคาที่ถูกลงอย่างเห็นได้ชัด ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนได้แก่ การใช้อุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ซึ่งถ้าจะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้อใหม่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในด้านอุปกรณ์และโปรแกรม เสียเวลาในการเรียนรู้หรือความไม่เข้ากันกับระบบเดิม

จ) การเข้าถึงช่องทางในการจัดจำหน่าย (Access to Distribution Channel) ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ช่องทางในการจัดจำหน่ายมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งองค์กรธุรกิจเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นจะมีการจัดตั้งช่องทางในการจัดจำหน่ายที่พร้อมอยู่แล้ว ซึ่งมักเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่ยาวนานที่มีอยู่กับผู้จัดจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง การที่องค์กรธุรกิจใหม่ที่จะเข้ามาสร้างช่องทางในการจัดจำหน่ายขึ้นมาใหม่จึงไม่ใช่เรื่องง่าย หรือถ้าจะต้องใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมที่มีอยู่แล้ว โดยจะต้องมีสิ่งจูงใจให้กับช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อที่องค์กรธุรกิจใหม่จะสามารถใช้บริการได้ เช่น ส่วนลด การโฆษณาร่วม ดังนั้น เพื่อแก้ปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ องค์กรธุรกิจหลายแห่งได้ว่าจ้างให้องค์กรธุรกิจที่มีหน้าที่ในการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียวดำเนินงานด้านการจัดจำหน่ายสินค้าเมื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมใหม่

ฉ) ต้นทุนซึ่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Cost Disadvantages Independent of Scale (Size) or Absolute Cost Advantages) องค์กรธุรกิจเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมจะมีการได้เปรียบเนื่องจากต้นทุนที่ต่ำซึ่งคู่แข่งขั้นที่เข้ามาใหม่ไม่สามารถเลียนแบบหรือทดแทนได้โดยง่าย ซึ่งการได้เปรียบในลักษณะนี้ไม่จำเป็นต้องเกิดจากการมีต้นทุนที่ต่ำเท่านั้น แต่การได้เปรียบเหล่านี้อาจจะเกิดขึ้นมาจาก ประสิทธิภาพของการอยู่ในอุตสาหกรรมมานาน ความลับทางการค้า การควบคุมแหล่งวัตถุดิบหรือแรงงาน ช่องทางในการจัดหาเงินที่มีต้นทุนที่ต่ำ เทคโนโลยีที่ได้รับการปกป้องทางลิขสิทธิ์ทำเลที่ตั้งที่ดี หรือได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น ข้อได้เปรียบของ McDonald ในด้านทำเลที่ตั้ง หรือของ Microsoft ในด้านเทคโนโลยี

ช) นโยบายของรัฐบาล (Government Policy) รัฐบาลสามารถมีส่วนช่วยในการจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมขององค์กรธุรกิจใหม่ๆ โดยการให้สัมปทานหรือสิทธิพิเศษในการดำเนินงานหรือในการแสวงหาวัตถุดิบที่มีจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนาที่รัฐบาลมีการคุ้มครองสิทธิในการดำเนินธุรกิจบางประเภท เช่น สัมปทานในด้านเครือข่ายโทรศัพท์หรือสาธารณูปโภคต่างๆ ในประเทศไทยที่เป็นการเปิดโอกาสในการเข้ามาดำเนินธุรกิจขององค์กรธุรกิจ

อื่น หรือแม้กระทั่งสัมปทานในการเก็บรังนกของบริษัทต่างๆ ที่ถึงแม้จะดูเป็นธุรกิจขนาดเล็กแต่ก็ทำรายได้มหาศาลให้กับผู้ได้รับสัมปทาน

การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ (Threat of Substitute Products or Services) ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจจะมีการแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่นที่ผลิตสินค้าที่มีลักษณะที่ทดแทนกันได้ ซึ่งอาจเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การมีสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมอื่น ย่อมก่อให้เกิดข้อจำกัดในการตั้งราคา สินค้าไม่ให้สูงเกินไปเนื่องจากลูกค้าอาจจะหันไปใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ และถ้าค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ (Switching Cost) ต่ำ ปัจจัยในด้านการใช้สินค้าทดแทนก็จะมีผลต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ซาอาจจะเป็นสินค้าทดแทนของกาแฟ ถ้ากาแฟมีราคาสูงขึ้นมากลูกค้าอาจจะเปลี่ยนหันมาดื่มชาแทน ธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าทดแทนได้ย่อมมีผลตอบแทนที่สูง เนื่องจากสามารถตั้งราคาของสินค้าได้สูง โดยไม่ต้องกลัวสินค้าทดแทน ถ้าอุตสาหกรรมใดมีสินค้าทดแทนได้ง่าย ย่อมไม่สามารถหากำไรได้มากเนื่องจากลูกค้าจะหันไปใช้สินค้าทดแทน

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ผู้ซื้อจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ถ้าผู้ซื้อ มีอำนาจต่อรองหรือมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของสินค้าและบริการให้ต่ำ หรือมีอิทธิพลในการต่อรองให้องค์กรธุรกิจเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจในแง่ต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อที่ไม่มีความเข้มแข็งหรือไม่มีอำนาจต่อรองย่อมเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมสามารถขึ้นราคาสินค้าได้โดยง่าย การที่ผู้ซื้อจะมีอำนาจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองที่ผู้ซื้อ มีต่อองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรม ตัวอย่างขององค์กรที่ผู้ซื้อ มีอำนาจต่อรองมาก ได้แก่ ชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์รถยนต์ โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะมีอำนาจในการต่อรองมากในสถานการณ์ต่อไปนี้

- ผู้ซื้อซื้อสินค้าในปริมาณที่มากเมื่อเทียบกับผลผลิตทั้งหมดขององค์กรธุรกิจ
- ผู้ผลิตแต่ละรายในอุตสาหกรรมผลิตสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างระหว่างกัน
- ต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost) ต่ำ ทำให้ผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากองค์กรธุรกิจได้โดยง่าย
- ผู้ซื้อ มีความสามารถในการเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ผลิตเอง (Backward Integration) เช่น ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่บางรายที่สามารถขยายเข้าไปเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เอง

- ผู้ซื้อที่มีข้อมูลในด้านต่างๆ อาทิ ความต้องการสินค้า ราคาตลาด ต้นทุนของผู้ผลิต มากทำให้สามารถเลือกและต่อรองกับผู้ผลิตได้
- ผู้ผลิตมีจำนวนมากแต่ผู้ซื้อมีจำนวนน้อยและมีขนาดใหญ่
- เมื่อผู้ซื้อสามารถที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตได้หลายรายในเวลาพร้อมๆ กัน

อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

ผู้ขายวัตถุดิบจะมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมเนื่องจากสามารถกำหนดให้สินค้ามีราคาสูงหรือต่ำได้ เพิ่มหรือลดคุณภาพของสินค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและกำไรขององค์กรธุรกิจ ในกรณีที่ผู้ขายมีความอ่อนแอหรือมีอำนาจต่อรองต่ำย่อมถูกผู้ซื้อกดราคาและเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นได้ โดยปกติแล้วผู้จัดหาวัตถุดิบจะมีอำนาจต่อรองมากเมื่อ

- ไม่มีสินค้าอื่นที่สามารถทดแทนได้ ผู้ซื้อไม่มีทางเลือกอื่นสำหรับการซื้อสินค้า
- อุตสาหกรรมหรือปริมาณที่ผู้ซื้อสั่งซื้อ ไม่มีความสำคัญต่อต้นทุนหรือกำไรของผู้ขายวัตถุดิบเท่าใด
- สินค้าของผู้ขายวัตถุดิบมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ซื้อ
- สินค้าของผู้ขายวัตถุดิบมีความแตกต่างระหว่างกันหรือมีต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าสูง (Switching Cost) ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถเปลี่ยนผู้จัดหาวัตถุดิบได้ง่าย
- ผู้จัดหาวัตถุดิบมีความสามารถที่จะเปลี่ยนสถานะกลายมาเป็นลูกค้าเอง (Forward Integration)
- ตลาดหรืออุตสาหกรรมของผู้ขายวัตถุดิบมีองค์กรธุรกิจใหญ่ๆ อยู่ไม่กี่องค์กรธุรกิจแต่ขายให้กับลูกค้าหลายราย

การประเมินสถานภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรม

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันแล้ว ขั้นตอนต่อไปในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม ได้แก่ การศึกษาถึงสถานภาพ (Position) ทางการตลาดและการแข่งขันขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน วิธีการหนึ่งในการศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพทางการแข่งขันได้แก่ การใช้ Strategic Group Mapping ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้ในการลดช่องว่างระหว่างการศึกษาอุตสาหกรรมทั้งหมดกับการวิเคราะห์องค์กรธุรกิจ และจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่มีองค์กรธุรกิจมารายเกินกว่าที่จะศึกษาทีละองค์กรธุรกิจ ในทางปฏิบัติองค์กรธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมมักจะมี ความแตกต่างซึ่งกันและกัน ซึ่งขึ้นกับปัจจัยต่างๆ เช่น ช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แต่ละองค์กรธุรกิจเลือกใช้ กลุ่มลูกค้าของแต่ละองค์กร

ธุรกิจ คุณภาพของสินค้า ความเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี การให้บริการแก่ลูกค้า การตั้งราคา สินค้าและบริการ นโยบายในด้านการโฆษณา เป็นต้น ดังนั้นในอุตสาหกรรมแต่ละแห่งจึงเป็นไปได้ที่จะวิเคราะห์องค์กรธุรกิจต่างๆ ตามประเภทหรือกลุ่มตามกลยุทธ์พื้นฐานที่แต่ละองค์กรธุรกิจใช้ ซึ่งจะมีกลยุทธ์แตกต่างจากองค์กรธุรกิจอื่นในกลุ่มอื่น กลุ่มขององค์กรธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์พื้นฐานเหมือนกันเรียกว่า Strategic Group

ในการวิเคราะห์ตาม Strategic Group นั้นจากจำนวนองค์กรธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม จะทำการจัดแบ่งอุตสาหกรรมออกเป็นกลุ่มๆ เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ ซึ่งในแต่ละ Strategic Group นั้นจะประกอบไปด้วยองค์กรธุรกิจคู่แข่งที่มีแนวทางในการแข่งขันและสถานภาพทางการตลาดที่คล้ายกัน องค์กรธุรกิจในแต่ละ Strategic Group อาจจะมีคุณสมบัติเหมือนกันในด้านใดด้านหนึ่ง ได้แก่ การมีสายผลิตภัณฑ์ที่มีความใกล้เคียงกัน กิจกรรมธุรกิจที่ครอบคลุมในด้านต่างๆ พอกๆ กัน เสนอบริการรวมทั้งบริการหลังการขายแก่ลูกค้าคล้ายๆ กัน พึ่งพาเทคโนโลยีชนิดเดียวกัน ขายในราคาและคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน

ในอุตสาหกรรมบางแห่งอาจจะมีแค่ Strategic Group เดียว ถ้าองค์กรธุรกิจทุกองค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้นใช้กลยุทธ์ที่เหมือนกันหมด ในขณะที่เดียวกันอุตสาหกรรมบางแห่งก็อาจจะประกอบด้วยหลาย Strategic Group ที่ใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันและมีสถานภาพทางการตลาดที่ไม่เหมือนกัน ในการวิเคราะห์ Strategic Group หรือจัดทำแผนผังของ Strategic Group นั้นจะต้อง

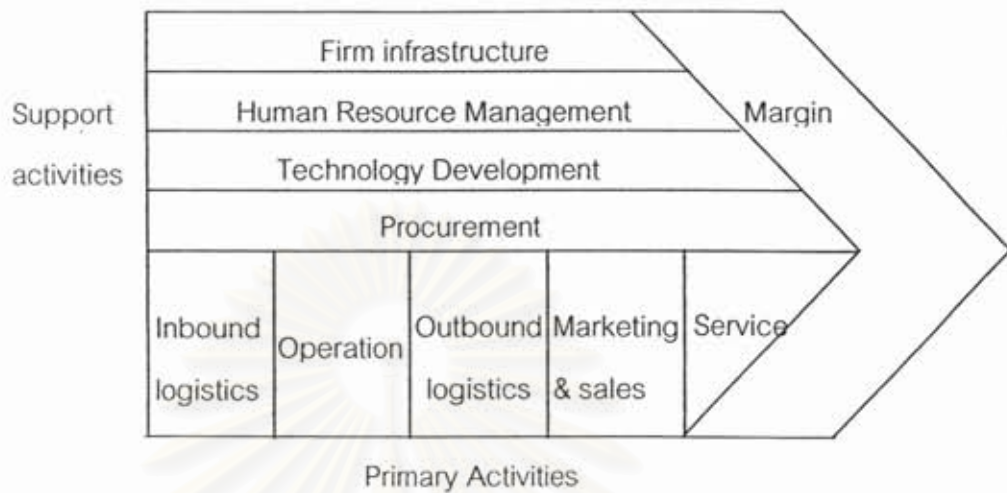
- ระบุความแตกต่างในวิธีการแข่งขันที่ทำให้แต่ละองค์กรธุรกิจมีความแตกต่างกัน ซึ่งโดยปกติปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ ราคาและคุณภาพ (สูง กลาง ต่ำ) เขตภูมิภาคที่ครอบคลุม (ท้องถิ่น ภูมิภาคระดับชาติ ระดับสากล) ลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ (กว้าง แลบ) การใช้ช่องทางในการจำหน่าย และระดับของบริการที่ให้
- สร้างแผนที่สองแกนโดยใช้ลักษณะความแตกต่างกันตามแต่ละแกน และใส่องค์กรธุรกิจตามลักษณะแต่ละประการ โดยลักษณะของแต่ละแกนจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด
- ให้องค์กรธุรกิจที่ตกอยู่ในเขตกลยุทธ์ใกล้เคียงกันเป็น Strategic Group เดียวกัน
- วาดวงกลมรอบแต่ละ Strategic Group โดยให้ขนาดของวงกลมแทนขนาดของแต่ละกลุ่มในแง่ของส่วนแบ่งของยอดขายของทั้งอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)

เป็นแนวคิดที่ Michael Porter ได้เสนอไว้ในปี ค.ศ. 1985 ในหนังสือเรื่อง Competitive Advantage โดย Porter ได้ให้ความเห็นว่าความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านี้สามารถช่วยในการลดต้นทุนให้แก่องค์กรเพื่อสำหรับองค์กรที่ใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคา หรือช่วยในการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการเพื่อให้้องค์กรสามารถใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง โดยจะต้องศึกษาและวิเคราะห์ถึง กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อศึกษาถึงการได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละองค์กร ดังนั้น Porter จึงได้เสนอแนวคิดเรื่องลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมเหล่านี้ โดยแนวคิดลูกโซ่แห่งคุณค่าได้แบ่งกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรออกเป็นประเภทต่าง ๆ โดยพิจารณาในแง่ความสำคัญต่อการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ เพื่อที่ผู้วิเคราะห์จะสามารถศึกษาถึงลักษณะความสำคัญ และความสัมพันธ์ของแต่ละกิจกรรม โดยที่ Porter ได้เสนอว่าองค์กรธุรกิจสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้โดยการดำเนินกิจกรรมเหล่านี้ในต้นทุนที่ถูกกว่าคู่แข่ง หรือก่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

ลูกโซ่แห่งคุณค่าแสดงให้เห็นถึงคุณค่าทั้งหมดที่องค์กรมอบให้แก่ลูกค้า โดยที่กิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีส่วนช่วยในการก่อให้เกิดคุณค่าของทั้งองค์กร ซึ่งคุณค่าที่เกิดขึ้นจากแต่ละกิจกรรมเป็นพื้นฐานในการสร้างคุณค่าขององค์กรให้กับลูกค้า กิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่าขึ้นภายในองค์กรสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยที่กิจกรรมหลักประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ การขายสินค้าหรือบริการนั้น การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า รวมทั้งการให้บริการหลังการขาย ในขณะที่กิจกรรมสนับสนุนหรือกิจกรรมเสริมสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของกิจกรรมหลักโดยจัดหาการสั่งซื้อวัตถุดิบ เทคโนโลยี บุคลากร รวมทั้งการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อสนับสนุนกิจกรรมหลัก การวิเคราะห์ลูกโซ่แห่งคุณค่าของแต่ละองค์กรจะช่วยให้ผู้ศึกษาทราบถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ความสามารถภายในของแต่ละองค์กรเพื่อใช้พิจารณาว่า กิจกรรมแต่ละประการขององค์กรนั้นเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน จะต้องมีการปรับปรุงในส่วนใดบ้างเพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ มีความสอดคล้องกัน รวมทั้งพิจารณาว่ากิจกรรมแต่ละประเภทก่อให้เกิดคุณค่าอย่างไร

รูปที่ 2.9 Value Chain



ที่มา : Michael E. Porter

กิจกรรมหลักภายในองค์กรประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. Inbound Logistics ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบ และ Input ต่างๆ เช่น การจัดการวัตถุดิบ การควบคุมวัตถุดิบ การบริหารคลังสินค้า การจัดทำกำหนดเวลาของรถขนส่งในการเดินทางไปกลับกับแหล่งวัตถุดิบ
2. Operations ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบต่าง ๆ เช่น การแปรรูป การประกอบ การบรรจุหีบห่อ การดูแลรักษาเครื่องจักร การทดสอบ
3. Outbound Logistics ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่เสร็จแล้ว ไปยังผู้บริโภคเช่น การจัดการคลังสินค้า การจัดการรายการเดินรถเพื่อขนส่งสินค้า
4. Marketing & Sales ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการขององค์กรธุรกิจเช่น การโฆษณา การจ้ดรายการส่งเสริมการขาย การจัดทีมงานขาย การเลือกสรรช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดราคา
5. Customer Service ได้แก่ กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าหรือบำรุงรักษาสินค้ารวมทั้งการบริการหลังการขายเช่น การติดตั้ง การซ่อมบำรุง การจัดหาอะไหล่ การอบรมการใช้สินค้า

กิจกรรมเสริมหรือกิจกรรมสนับสนุนสามารถแบ่งออกเป็น

1. Procurement ได้แก่กิจกรรมหรือหน้าที่ในการจัดหาหรือจัดซื้อ Input เพื่อเข้ามาใช้ในกิจกรรมหลังต่าง ๆ แต่ไม่ใช่กิจกรรมในการซื้อ Input เหล่านั้น ซึ่ง Input เหล่านี้ประกอบไปด้วยทั้งวัตถุดิบ เครื่องจักร เครื่องมือต่าง ๆ
2. Technology Development ได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้แก่ตัวสินค้าหรือกระบวนการเช่น กิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาและออกแบบสินค้า การเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะกับองค์กร การแสวงหาเทคโนโลยีจากแหล่งต่าง ๆ เป็นต้น
3. Human Resource Management ได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคลตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการด้านบุคลากร การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรม การบริหารเงินเดือนและค่าตอบแทน เป็นต้น
4. Firm Infrastructure ได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปในองค์กร การวางแผน การบัญชีและการเงิน เป็นต้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทที่ 3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

3.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้มีบทบาทอย่างมากในการสร้างรายได้ภายในประเทศเพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการเป็นสื่อและเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ในสังคม นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานมากทั้งทางด้านแรงงาน และการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ 3.1 มูลค่าการส่งออกและนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทย ระหว่างปี 2538-2547

หน่วย : ล้านบาท

พ.ศ.	การส่งออก (1)		การนำเข้า(2)		ดุลการค้า [(1)-(2)]	
	มูลค่า	อัตราเพิ่ม	มูลค่า	อัตราเพิ่ม	มูลค่า	อัตราเพิ่ม
2538	4,347.40	102.32	2,830.60	31.76	1,516.80	-
2539	879.80	-79.76	3,385.30	19.60	-2,505.50	-265.18
2540	1,103.40	25.41	3,423.00	1.11	-2,319.60	-7.42
2541	1,647.00	49.27	2,845.90	-16.86	-1,198.90	-48.31
2542	1,450.40	-11.94	2,435.90	-14.41	-985.50	-17.80
2543	1,638.30	12.96	2,621.70	7.63	-983.40	-0.21
2544	2,137.00	30.44	3,023.90	15.34	-886.90	-9.81
2545	2,907.20	36.04	3,463.10	14.52	-555.90	-37.32
2546	3,037.80	4.49	3,581.20	3.41	-543.40	-2.25
2547	2,715.90	-10.6	4,182.30	16.78	-1,466.40	169.86

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2548.

สถานะของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

1. การผลิต

อุตสาหกรรมการพิมพ์แหล่งผลิตกระจายในจังหวัดต่างๆ รวม 3,500 แห่ง เป็นโรงพิมพ์ ร้อยละ 65 อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง เช่น แยกสี ทำแม่พิมพ์ ทำเล่ม อापพลาสติก ฯลฯ ร้อยละ 20 ที่เหลือร้อยละ 15 เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน

การวัดความสำเร็จของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

1. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานของแต่ละประเทศ

สำหรับ โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ซึ่งได้แก่ ด้าน พลังงาน น้ำ ไฟฟ้า การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น เมื่อศึกษาโดยเปรียบเทียบ จะพบว่าการประเมินศักยภาพระหว่างประเทศด้าน โครงสร้างพื้นฐานใน พ.ศ. 2547 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 50 ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในอันดับ 1 รองลงมาเป็นผู้ปุ่น และสวิตเซอร์แลนด์ ตามลำดับ สำหรับประเทศคู่แข่งสิ่งพิมพ์รายสำคัญของไทย คือ สิงคโปร์ ได้เป็นอันดับที่ 9, ฮองกง ได้เป็นอันดับที่ 22 และจีนอยู่ในอันดับที่ 41

ตารางที่ 3.2 การประเมินศักยภาพระหว่างประเทศด้านโครงสร้างพื้นฐาน

	ประเทศ	ปี				
		2547	2546	2545	2544	2543
1	USA	1	1	1	1	1
2	Japan	2	3	6	5	3
3	Switzerland	3	2	2	3	4
4	Sweden	4	5	4	2	5
5	Denmark	5	6	5	8	7
6	Canada	6	9	7	9	11
7	Finland	7	4	3	4	2
8	Iceland	8	10	13	10	13
9	Singapore	9	12	12	14	12
10	Germany	10	8	10	6	6

ที่มา : IMD (International Institute for Management development)

ตารางที่ 3.3 การประเมินศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานในกลุ่มประเทศคู่แข่ง

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
สิงคโปร์	9	12	12	14	12
ฮ่องกง	22	25	24	24	24
มาเลเซีย	30	31	31	35	32
จีน	41	41	37	40	35
ประเทศไทย	50	49	42	46	41
อินโดนีเซีย	60	59	48	48	46

ที่มา : IMD (International Institute for Management development)

2. ปัจจัยด้านนโยบายต่างๆ ของภาครัฐที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ นโยบายด้านภาษี

การผลิตสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยในปัจจุบัน ยังต้องอาศัยการนำเข้าสินค้าประเภทเยื่อกระดาษ กระดาษ และเครื่องจักรที่ทันสมัยจากต่างประเทศ ซึ่งการนำเข้าสินค้าเหล่านี้ต้องเสียภาษีนำเข้า โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษหรือสินค้าสิ่งพิมพ์สำเร็จรูปจากต่างประเทศเสียภาษีในอัตราร้อยละ 30

นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน

การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของทางคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนยังมีข้อจำกัด โดยต้องเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินการส่งออกเป็นหลัก และต้องเป็นผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตในระบบออฟเซตเท่านั้น

ตารางที่ 3.4 การประเมินศักยภาพด้านการดำเนินงานของภาครัฐระดับประเทศต่าง

	ประเทศ	ปี				
		2547	2546	2545	2544	2543
1	Singapore	1	3	2	1	1
2	Australia	2	4	6	6	3
3	Hong Kong	3	2	3	2	2
4	Finland	4	1	1	3	8

	ประเทศ	ปี				
		2547	2546	2545	2544	2543
5	Denmark	5	6	7	13	11
6	Canada	6	12	9	9	10
7	Iceland	7	9	13	11	16
8	Chile	8	16	15	14	7
9	Luxembourg	9	5	4	4	9
10	USA	10	10	5	8	

ที่มา : IMD (International Institute for Management development)

ตารางที่ 3.5 การประเมินศักยภาพด้านการดำเนินงานของภาครัฐระดับประเทศในกลุ่มประเทศคู่แข่ง

ประเทศ	ปี				
	2547	2546	2545	2544	2543
สิงคโปร์	1	3	2	1	1
ฮ่องกง	3	2	3	2	2
มาเลเซีย	16	14	19	24	18
จีน	21	22	23	23	21
ประเทศไทย	20	18	20	27	26
อินโดนีเซีย	54	56	46	47	37

ที่มา : IMD (International Institute for Management development)

3. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของภาครัฐกิจ

ประเทศที่ศักยภาพสูงสุดด้านประสิทธิภาพของภาครัฐกิจ คือ สหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศไทย ปี 2546 อยู่อันดับที่ 28 ในปี 2547 อยู่อันดับที่ 23 ในกลุ่มประเทศคู่แข่งด้วยกัน ประเทศที่มีศักยภาพดีกว่าไทย คือ ฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย

ตารางที่ 3.6 การประเมินศักยภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) ของประเทศต่างๆ

	ประเทศ	ปี				
		2547	2546	2545	2544	2543
1	USA	1	1	1	1	1
2	Hong Kong	2	3	8	3	7
3	Zhejiang	3	43			
4	Australia	4	7	9	12	9
5	Iceland	5	8	10	6	10
6	Singapore	6	5	7	11	3
7	Taiwan	7	11	16	9	13
8	Canada	8	9	6	10	8
9	Denmark	9	12	12	15	12
10	Finland	10	2	3	4	6

ที่มา : IMD (International Institute for Management development)

ตารางที่ 3.7 การประเมินศักยภาพด้านภาคธุรกิจในกลุ่มประเทศคู่แข่ง

	2547	2546	2545	2544	2543
สิงคโปร์	6	5	7	11	3
ฮ่องกง	2	3	8	3	7
มาเลเซีย	13	18	24	31	25
จีน	35	46	38	28	27
ประเทศไทย	23	28	33	39	38
อินโดนีเซีย	58	57	49	44	43

ที่มา : IMD (International Institute for Management development)

การส่งออกสิ่งพิมพ์ของโลก

จากข้อมูลการจัดอันดับตามมูลค่าการส่งออก พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งออกสิ่งพิมพ์มากเป็นลำดับที่ 1 ของโลก รองลงมาเป็นเยอรมนี สำหรับไทยอยู่ในลำดับที่ 31 เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญในเอเชีย คือ จีน พบว่าจีนส่งออกมากเป็นลำดับที่ 10 สิงคโปร์ลำดับที่ 12

ตารางที่ 3.8 มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์ของโลก ปี 2542-2546

หน่วย : 1,000 US\$

	ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546
1	สหรัฐอเมริกา	4,578,482	4,777,545	4,800,615	4,432,443	4,606,723
2	เยอรมนี	3,623,309	3,227,005	3,521,506	3,921,575	4,472,612
3	สหราชอาณาจักร	3,021,211	2,949,856	2,825,012	3,165,556	3,738,274
4	ฝรั่งเศส	1,756,107	1,708,844	1,619,299	1,600,137	1,892,014
5	อิตาลี	1,401,766	1,383,269	1,365,834	1,435,848	1,626,168
6	แคนาดา	1,229,664	1,356,232	1,425,553	1,528,356	1,616,450
7	เบลเยียม	1,117,697	1,056,121	1,073,145	1,088,713	1,378,117
8	สเปน	1,059,486	1,059,113	1,131,320	1,136,580	1,228,434
9	เนเธอร์แลนด์	829,988	746,794	748,083	768,258	970,603
10	จีน	401,694	486,652	539,772	676,890	790,157
11	สาธารณรัฐเช็ก	288,900	276,978	339,830	428,367	651,001
12	สิงคโปร์	543,288	585,300	694,117	506,650	564,079
13	ไอร์แลนด์	245,588	191,573	226,490	302,536	507,964
14	ญี่ปุ่น	483,116	491,687	410,613	409,075	483,591
15	ออสเตรเลีย	402,055	356,155	387,764	397,734	479,048
	รวม 15 ประเทศ	20,982,351	20,653,124	21,108,953	21,798,718	25,005,235
31	ประเทศไทย	39,846	41,798	57,148	NA	78,455
	อื่นๆ	4,541,220	4,871,332	4,858,715	4,682,895	5,266,246
	โลก (142 ประเทศ)	25,563,417	25,566,254	26,024,816	26,481,613	30,349,936

ที่มา : Internation Trade Statistics, 2548.

อุตสาหกรรมสนับสนุน

อุตสาหกรรมการพิมพ์สามารถแยกออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ตามวัสดุที่พิมพ์ ได้แก่

- อุตสาหกรรมการพิมพ์ที่พิมพ์บนกระดาษ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร แคตตาล็อก โบรชัวร์ แบบฟอร์มต่างๆ การ์ด แผ่นป้าย แผ่นพับโฆษณา ปฏิทิน บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เช่น กล่อง ซอง เป็นต้น

- อุตสาหกรรมการพิมพ์บนวัสดุอื่นๆ เช่น โลหะ พลาสติก พลาสติก แก้ว ผ้า เซรามิก ไม้ ฟิล์ม ฯลฯ ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า สิ่งทอ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้สำนักงาน แผ่นซีดี บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากกระดาษ เช่น กระจกนํ้าอํลคม ขวดแก้ว ถัง ด้วย หลอดพลาสติก เป็นต้น

ดังนั้น อุตสาหกรรมสนับสนุนที่เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์สามารถดำเนินไปได้ อย่างราบรื่น จึงมีหลากหลายมาก โดยแบ่งออกเป็น

1. อุตสาหกรรมเครื่องจักรอุปกรณ์ ที่ใช้ในการพิมพ์
2. อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์ เคมีภัณฑ์ ฟิล์ม Coating กาว ฯลฯ
3. ตัวแทนจำหน่าย
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กร สมาคม หน่วยงานรัฐบาล สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา เป็นต้น

อุตสาหกรรมเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์

เครื่องจักรนับเป็นรายการลงทุนที่มีสัดส่วนที่สูงมากในอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าใช้เครื่องจักรใหม่ที่มีคุณภาพสูงจากเยอรมนี หรือญี่ปุ่น เครื่องจักรหลักๆ ที่ใช้ได้แก่ สแกนเนอร์ อิมเมจเซ็ทเตอร์ เครื่องอิงฟิล์ม เครื่องอิงเพลท เครื่องพิมพ์ระบบต่างๆ เช่น ออฟเซ็ท สกรีน กราฟวิค เฟลทโทกราฟี ดิจิตอล ฯลฯ เครื่องตัดกระดาษ เครื่องพับ เครื่องเย็บลวด เย็บก๊ เครื่องไสสันทากาว เครื่องอัดเพลท เครื่องปั๊มกล่อง เป็นต้น ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องจักร ได้แก่

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| - ราคา | - จำนวนสี |
| - ยี่ห้อ ขนาดของเครื่อง | - เครื่องใหม่ หรือ เครื่องเก่า |
| - ประสิทธิภาพของเครื่อง | - อายุใช้งาน สภาพเครื่อง |
| - คุณภาพของงาน | - การบริการหลังการขาย |
| - ฯลฯ | |

ปัจจุบันเทคโนโลยีการพิมพ์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการใช้ระบบการพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไปจากระบบดั้งเดิม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะงานพิมพ์ เช่น ออฟเซ็ท เลดเดอร์ เพรส เฟลทโทกราฟี กราฟวิค ดิจิตอล สกรีน เป็นต้น เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ก็มีการออกแบบ

ให้รองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น เครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีทั้งเครื่องจักรใหม่และเครื่องจักรใช้แล้วนำมาขายนเครื่องใหม่ เช่น เครื่อง Hiedelberg, MAN Roland, Ryobi จากเยอรมนี Misubishi จากญี่ปุ่น DOMONO จาก ประเทศอังกฤษ เป็นต้น เนื่องจากไทยยังไม่สามารถผลิตเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงๆ ได้

- เครื่องพิมพ์ระบบออฟเซต จะต้องนำเข้า 100%
- เครื่องพิมพ์ระบบกราเวียร์ มีทั้งนำเข้าและผลิตในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผลิตตามสั่ง 4-8 สี ซึ่งมีราคาต่ำกว่าเครื่องจักรนำเข้ามากถึง 4-5 เท่าตัว
- เครื่องพิมพ์ระบบเฟลกโซกราฟี มีทั้งนำเข้าและผลิตในประเทศ โดยมีการใช้เครื่องในประเทศประมาณ 50-60%
- เครื่องพิมพ์ระบบสกรีน เป็นระบบอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติ มีทั้งการนำเข้าและผลิตในประเทศ รวมทั้งมีโรงงานทั้งของไทยและโรงงานจากต่างประเทศที่สามารถผลิตและส่งออกได้ด้วย
- เครื่องพิมพ์ระบบดิจิตอล ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้า

นอกจากเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่ที่ใช้ในโรงพิมพ์แล้ว เครื่องพิมพ์ดิจิตอลขนาดเล็กทั้งเครื่องพิมพ์แบบเลเซอร์ และเครื่องพิมพ์แบบอิงเจ็ต ก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจการพิมพ์ ลักษณะพิมพ์ตามสั่งงานด่วน หรือการพิมพ์จำนวนน้อย เครื่องพิมพ์ดิจิตอลที่ใช้มากในประเทศไทย ได้แก่ Hewlett Packard, Epson, Cannon, Siemens เป็นต้น

สำหรับเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีสูง เช่น เครื่องตัดกระดาษ สามารถผลิตเองและส่งออกได้ จากสถิตินำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัด 84.42 และ 84.43 แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของอุตสาหกรรมในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา โดยในปี 2547 มีมูลค่านำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ทั้งสองรายการกว่า 7.9 พันล้านบาท เปรียบเทียบกับในปี 2545-2546 ที่มีมูลค่านำเข้ารวมประมาณ 5.6 พันล้านบาท และ 7.1 พันล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 3.9 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์

หน่วย : ล้านบาท

	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
						การนำเข้า	
พิกัด 84.42	515.33	506.81	537.44	316.14	302.19	-1.65	6.04
พิกัด 84.43	5,137.91	6,646.43	7,411.39	3,978.37	4,451.89	29.36	11.51
รวม	5,653.24	7,153.24	7,948.83	4,294.51	4,754.08	26.53	11.12
การส่งออก							
พิกัด 84.42	109.08	177.92	218.87	131.62	126.63	63.11	23.02
พิกัด 84.43	3,098.71	3,918.61	1,762.52	946.10	1,459.78	26.46	-55.02
รวม	3,207.79	4,096.53	1,981.39	1,077.72	1,586.41	27.71	-51.63

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548

“พิกัด 84.42 เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์สำหรับหล่อตัวพิมพ์ หรือเรียงพิมพ์ สำหรับเตรียม หรือทำบล็อก เพลต ลูกกลิ้ง หรือ องค์ประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการพิมพ์ รวมทั้งตัวพิมพ์ บล็อก เพลต ลูกกลิ้ง และองค์ประกอบอื่นๆที่ทำรอยพิมพ์แล้ว และบล็อก เพลต ลูกกลิ้งและหินพิมพ์ภาพที่ได้เตรียมไว้เพื่อการพิมพ์” แยกเป็นรายการย่อยๆ ได้แก่

- เครื่องจักรสำหรับเรียงพิมพ์โดยวิธีใช้แสง
- เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์สำหรับเรียงพิมพ์โดยกรรมวิธีอื่นๆ มี หรือ ไม่มีอุปกรณ์หล่อตัวพิมพ์
- เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์อื่นๆ เช่น เครื่องจักรหล่อตัวพิมพ์
- ส่วนประกอบของเครื่องจักรหรือเครื่องอุปกรณ์ข้างต้น เช่น ตัวพิมพ์ บล็อก เพลต ลูกกลิ้ง

“พิกัด 84.43 เครื่องพิมพ์ใช้สำหรับการพิมพ์ โดยวิธีใช้ตัวพิมพ์ บล็อก เพลต ลูกกลิ้ง และองค์ประกอบอื่นๆ ที่ทำรอยพิมพ์แล้ว ตามประเภทที่ 84.42 เครื่องพิมพ์แบบอิงค์เจ็ต รวมทั้งเครื่องจักรที่ใช้ประกอบการพิมพ์” แยกเป็นประเภทย่อยๆ ได้แก่

- เครื่องพิมพ์ออฟเซต
- เครื่องพิมพ์แบบเลดเดอร์เพรส

- เครื่องพิมพ์แบบแฟลชโซกราฟี
- เครื่องพิมพ์แบบกราเวีย
- เครื่องพิมพ์อื่นๆ เช่น อิงค์เจ็ต
- เครื่องจักรที่ใช้ประกอบการพิมพ์

การส่งออก

นอกจากประเทศไทยจะนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์จากประเทศต่างๆ ยังมีการส่งออกเครื่องจักรและอุปกรณ์ดังกล่าวด้วย รวมทั้งสองรายการ (พิกัด 84.42 และ 84.43) เป็นมูลค่า 3.2 พันล้านบาทในปี 2545 การส่งออกในปี 2546 ขยายตัวร้อยละ 27.71 เป็นมูลค่า ประมาณ 4,096.53 ล้านบาท และลดลงเป็นเหลือ 1,981 ล้านบาท ในปี 2547 (ขยายตัวลดลงร้อยละ 51.63) โดยที่มูลค่าส่วนใหญ่ หรือประมาณร้อยละ 88.95 เป็นการส่งออกเครื่องจักรและอุปกรณ์การพิมพ์ในพิกัด 84.43

ตารางที่ 3.10 มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ค.-ก.ค.	2548 ม.ค.-ก.ค.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. ใต้หวัน	4.59	8.85	39.04	24.47	24.99	92.81	341.13
2. ออสเตรเลีย	14.59	15.17	21.14	13.35	18.47	3.98	39.35
3. จีน	19.46	33.01	53.26	36.84	11.14	69.63	61.35
4. ฟิลิปปินส์	3.78	8.76	1.81	0.63	10.96	131.75	-79.34
5. มาเลเซีย	9.26	0.70	8.85	7.12	7.70	-92.44	1164.29
6. อินเดีย	2.86	46.09	5.18	3.05	7.41	1,511.54	-88.76
7. เยอรมนี	2.45	13.20	2.59	2.27	6.97	438.78	-80.38
8. สิงคโปร์	1.90	2.17	12.91	1.35	6.86	14.21	494.93
9. สหรัฐอเมริกา	0.32	0.55	6.27	0.03	4.33	71.88	1040.00
10. นิวซีแลนด์	1.90	6.57	11.01	1.02	4.29	245.79	67.58
อื่นๆ	47.97	42.85	56.81	41.49	23.51	-10.67	32.58
รวม	109.08	177.92	218.87	131.62	126.63	63.11	23.02

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548

ส่วนเครื่องจักรและอุปกรณ์การพิมพ์ พิกัด 84.42 ก็มีการขยายตัวในอัตราที่ค่อนข้างสูง เช่นเดียวกัน โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 218.87 ล้านบาท ในปี 2547 เพิ่มขึ้นจาก 177.92 ล้านบาทในปี ก่อน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.02 โดยมี ได้หวันและจีน เป็นตลาดหลัก

ตารางที่ 3.11 มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. ญี่ปุ่น	653.27	490.69	529.65	271.12	393.91	- 24.89	7.94
2.ฮ่องกง	56.97	61.96	116.33	82.52	285.45	8.76	87.75
3. สหราชอาณาจักร	755.33	1,942.32	254.27	83.45	233.46	157.15	-86.91
4. มาเลเซีย	527.57	438.10	408.87	231.78	184.00	- 16.96	-6.67
5. สหรัฐอเมริกา	883.09	562.06	144.67	92.54	82.58	- 36.35	-74.26
6. สิงคโปร์	23.24	47.40	109.77	71.24	73.52	103.96	131.58
7. จีน	7.15	55.92	37.39	22.04	48.64	682.10	-33.14
8. อินเดีย	1.81	12.90	6.46	3.90	31.91	612.71	-49.92
9. เยอรมนี	74.48	15.17	34.43	16.13	31.82	- 79.63	126.96
10. เวียดนาม	8.38	23.83	10.07	7.45	12.88	184.37	-57.74
อื่นๆ	107.42	268.26	110.61	63.93	81.61	149.73	-58.77
รวม	3,098.71	3,918. 61	1,762.52	946.10	1459.78	26.46	-55.02

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548

ในปี 2546 ตลาดส่งออกเครื่องพิมพ์ในพิกัด 84.43 มีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 26.46 หรือคิดเป็นมูลค่า 3,918.61 ล้านบาท และลดลงเป็น 1,762.52 ล้านบาทในปี 2547 โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 55.02 ประเทศญี่ปุ่น นับว่าเป็นตลาดหลักในการส่งออกเครื่องพิมพ์ มีมูลค่า 529.65 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 30.05 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด ตามด้วย มาเลเซีย สหราชอาณาจักร และฮ่องกง

การนำเข้า

มูลค่ารวมการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัด 84.42 มีการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 26.53 ในปี 2546 และ 11.12 ในปี 2547 โดยมีมูลค่าการนำเข้าจากเยอรมนี เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ อิตาลี และญี่ปุ่น

ตารางที่ 3.12 มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. ญี่ปุ่น	92.99	83.31	82.94	61.62	65.43	-10.41	-0.44
2. อิตาลี	30.66	44.47	90.59	52.43	39.71	45.04	103.71
3. แคนาดา	0.04	14.17	11.19	5.49	33.39	35325.00	-21.03
4. เยอรมนี	113.09	87.07	107.50	34.25	24.16	-23.01	23.46
5. จีน	21.72	18.06	37.59	20.73	22.76	-16.85	108.14
6. สหราชอาณาจักร	42.43	23.79	24.31	9.31	22.72	-43.93	2.19
7. สหรัฐอเมริกา	46.82	79.99	40.87	31.88	18.04	70.85	-48.91
8.ฮ่องกง	16.49	2.51	3.05	2.58	12.71	-84.78	21.51
9. สเปน	26.19	35.98	24.49	17.28	11.28	37.38	-31.93
10. สวิตเซอร์แลนด์	1.95	4.16	3.26	1.43	10.06	113.33	-21.63
อื่นๆ	122.95	113.30	111.65	79.14	41.93	-7.85	-1.46
รวม	515.33	506.81	537.44	316.14	302.19	-1.65	6.04

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศและจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548.

ตารางที่ 3.13 มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. เยอรมนี	1,717.67	2,009.37	3068.40	1702.03	1658.71	16.98	52.70
2. ญี่ปุ่น	1,482.83	1,996.71	1221.46	659.09	1123.73	34.66	-38.83
3. จีน	84.35	48.47	290.78	163.80	213.25	-42.54	499.92
4. สิงคโปร์	152.26	283.39	293.05	145.89	189.52	86.12	3.41
5. ไต้หวัน	564.73	431.45	530.86	268.05	188.86	- 23.60	23.04
6. อิตาลี	87.38	286.76	241.53	133.18	177.43	228.18	-15.77
7. สหรัฐอเมริกา	243.99	355.88	425.92	239.94	165.01	45.86	19.68
8. เกาหลีใต้	157.96	73.51	96.25	44.37	143.13	-53.46	30.93
9. สวิสเซอร์แลนด์	118.14	184.95	169.87	123.16	140.38	56.55	-8.15
10. สหราชอาณาจักร	164.03	273.73	228.50	129.67	136.18	66.88	-16.52
อื่นๆ	364.57	702.21	844.77	369.19	315.69	92.61	20.30
รวม	5,137.91	6,646.43	7,411.39	3,978.37	4,451.89	29.36	11.51

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548.

ประเทศเยอรมนีและญี่ปุ่นเป็นสองประเทศที่ไทยส่งเครื่องจักรเข้ามาใช้มากที่สุด คิดเป็นมูลค่าร้อยละ 57.88 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด เนื่องจากมีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือมานานว่าเป็นผู้นำในด้านคุณภาพและเทคโนโลยีการผลิต

อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ในการพิมพ์

อุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อกระดาษ

เยื่อกระดาษและกระดาษเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นหัวใจของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เนื่องจากต้นทุนสิ่งพิมพ์ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบหรือกระดาษถึงกว่าร้อยละ 50 ดังนั้นเมื่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ขยายตัวจะทำให้อุตสาหกรรมกระดาษขยายตัวไปด้วย โดยอุตสาหกรรมกระดาษเป็นอุตสาหกรรม

ที่เป็นสิ่งบ่งชี้ความเจริญก้าวหน้าทางสังคม การศึกษา การพัฒนา และการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ

เชื้อกระดาษที่ใช้ผลิตกระดาษมี 2 ชนิดคือ เชื้อกระดาษใยสั้นจากไม้เนื้อแข็ง และเชื้อกระดาษใยยาวจากไม้เนื้ออ่อน โดยกระดาษที่ผลิตจากเชื้อใยสั้นจะมีคุณภาพหรือมีความเหนียวต่ำกว่ากระดาษที่ผลิตจากเชื้อใยยาว ในประเทศไทยโดยทั่วไปสัดส่วนการใช้กระดาษจากเชื้อใยสั้นต่อกระดาษเชื้อใยยาวเป็นร้อยละ 75 : 25 ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตกระดาษของไทย เนื่องจากกระดาษที่ผลิตในไทยเกือบทั้งหมดเป็นกระดาษจากเชื้อใยสั้น ทั้งนี้เนื่องจากไทยเราผลิตได้เฉพาะเชื้อใยสั้นซึ่งใช้ไม้เนื้อแข็ง เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อน ไม้ส่วนใหญ่เป็นไม้เนื้อแข็งจึงผลิตได้แต่เชื้อใยสั้น และการใช้กระดาษส่วนใหญ่เป็นประมาณ 75% เป็นกระดาษจากเชื้อใยสั้น จึงทำให้ไทยได้เปรียบในด้านวัตถุดิบ คือ กระดาษ เนื่องจากสามารถผลิตได้เอง อย่างไรก็ตามต้นทุนการผลิตกระดาษของไทยก็ยังคงสูงกว่าคู่แข่งชั้นคืออินโดนีเซียและมาเลเซีย เนื่องจากทั้ง 2 ประเทศยังมีทรัพยากรป่าไม้อุดมสมบูรณ์ ในขณะที่ป่าไม้ของไทยถูกทำลายไปมาก ทำให้ผู้ผลิตกระดาษและเกษตรกรต้องปลูกไม้ยูคาลิปตัสเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษโดยเฉพาะ และการปลูกไม้ยูคาลิปตัสยังเป็นปัญหาที่คนไทยมองว่าเป็นการทำลายดิน จึงยังมีคนไทยจำนวนหนึ่งที่ไม่สนับสนุนนโยบายการปลูกไม้ยูคาลิปตัสเพิ่ม

ปัจจุบันไทยมีโรงงานเชื้อกระดาษ 6 แห่ง มีกำลังการผลิต 990,000 ตันต่อปี ซึ่งถ้าสามารถผลิตได้เต็มกำลังจะต้องใช้ไม้เป็นวัตถุดิบปีละประมาณ 5 ล้านตัน ซึ่งต้องปลูกส่วนป่ายูคาลิปตัสประมาณ 1.5 ล้านไร่ ขณะนี้ไทยปลูกยูคาลิปตัส 1.6-3 ล้านไร่ แต่ส่งออกเป็นชิ้นไม้สับเกินกว่า 50% ทำให้ไม้ยูคาลิปตัสยังไม่เพียงพอ นอกจากนั้นไทยยังมีโรงงานเชื้อและกระดาษ โรงงานกระดาษ โรงงานวัสดุเกี่ยวกับกระดาษทั้งสิ้น 807 แห่ง ในปี 2545 ไทยนำเข้าเชื้อกระดาษ 187.9 ล้านเหรียญสหรัฐ ส่งออก 127.9 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเชื้อใยยาวจากแคนาดา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ชิลี และสวีเดน ตามลำดับ และสามารถผลิตกระดาษได้ปีละประมาณ 2.5 ล้านตัน นอกจากนั้นยังนำเข้าเศษกระดาษปีละประมาณ 952,000 เมตริกตัน สำหรับปริมาณการใช้กระดาษของไทยเพิ่มขึ้นทุกปี แต่เมื่อเทียบกับกำลังการผลิตโดยรวมแล้ว ก็ยังมีส่วนเกินอยู่

อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีกำลังการผลิตกระดาษส่วนเกิน แต่ไทยก็ยังมีการนำเข้ากระดาษ โดยปี 2545 นำเข้า 462,000 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 เมื่อเทียบกับปี 2544

ถึงแม้จะมีโรงงานกระดาษจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง และมีเพียงร้อยละ 5 ที่เป็นผู้ผลิตที่ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ดังนั้นโรงงานส่วนใหญ่จึงใช้เครื่องจักรเก่า ทำให้คุณภาพกระดาษสู้ต่างประเทศไม่ได้ จึงมีการนำเข้ากระดาษคุณภาพดีจากต่างประเทศ

ในขณะที่มีนักลงทุนจากต่างประเทศสนใจที่จะร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์กับเอกชนไทยหลายราย และพร้อมที่จะย้ายฐานการผลิตมาที่ไทย เนื่องจากไทยมีศักยภาพทุกด้าน ทั้งด้านภูมิศาสตร์ วัตถุดิบที่มีการปลูกอุตสาหกรรมกระดาษ โรงงานผลิตเยื่อกระดาษที่ทันสมัย และโรงงานพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ขึ้นส่วนใหญ่ในประเทศร้อยละ 80 ทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี

โดยในปี 2545 ไทยส่งออกกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ 26,501 ล้านบาท และในปี 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 29,575 ล้านบาท

การที่ภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางการพิมพ์นานาชาติ ก็ควรให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมสนับสนุน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ และกระดาษ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญมากต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์ หมึกเขียน หมึกวาดภาพ

หมึกพิมพ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจโรงพิมพ์เช่นเดียวกับกระดาษ หมึกพิมพ์เป็นสารประกอบที่เกิดจากส่วนผสมของสารเคมีต่างๆ ที่มีสีที่ไม่ละลายในตัวละลายใดๆ กระจายตัวอยู่ในตัวพาที่มีลักษณะเข้มข้นหรือเหลวและมีสีหรือไม่มีก็ได้ ทำหน้าที่ถ่ายทอดภาพของต้นฉบับผ่านกระบวนการผลิต เข้าของระบบการพิมพ์ลง ไปบนวัสดุพิมพ์ ใช้ในการนำพาข่าวสาร ให้การป้องกันหรือมีผลในการตกแต่งวัสดุ ส่วนผสมของหมึกพิมพ์จะแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับ

1. ระบบการพิมพ์
2. เป็นหมึกพิมพ์สำหรับพิมพ์ระบบพิมพ์แบบป้อนแผ่น หรือป้อนม้วน
3. เป็นหมึกพิมพ์ที่ต้องการให้มีการแห้งตัวอย่างไร
4. เป็นหมึกพิมพ์สำหรับพิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์ประเภทใด ทั้งนี้วัสดุพิมพ์แต่ละประเภทมีผิวหน้าที่มีสมบัติทั้งทางเคมี และกายภาพแตกต่างกัน จึงทำให้หมึกพิมพ์ที่เหมาะสมกับการนำมาใช้พิมพ์แต่ละประเภท ต้องมีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน เพื่อให้นำไปใช้พิมพ์แล้วสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์นั้นๆ ได้
5. เป็นหมึกพิมพ์สำหรับสิ่งพิมพ์ที่มีการนำไปใช้งานอย่างไร เช่น หมึกพิมพ์สำหรับพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์อาหารต้องเป็นหมึกที่มีองค์ประกอบต่างๆ ที่ไม่มีพิษ เพราะอาจปนเปื้อนไปกับอาหารที่บรรจุอยู่และก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้ หรือ หมึกพิมพ์สำหรับพิมพ์เป็น โฆษณาหงส์ ที่ไม่ซีดกลางแจ้งก็ควรประกอบด้วยจางเร็ว เมื่อได้รับความชื้นและแสงเป็นเวลานาน

เนื่องจากอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้แบ่งระบบการพิมพ์ออกเป็น 5 ระบบ ได้แก่ ระบบเลด เอร์เพรส ระบบเพลทโซกราฟี ระบบออฟเซ็ท ระบบกราวิัวร์ และระบบซิลค์สกรีน และแต่ละระบบมีการพิมพ์ที่แตกต่างกันด้วย นอกจากนั้นวัสดุที่ใช้พิมพ์ก็เป็นข้อกำหนดที่จะทำให้ใช้หมึกพิมพ์ที่แตกต่างกัน

ปัจจุบันระบบการพิมพ์แบบออฟเซ็ท เป็นระบบที่ได้รับความนิยมมาก ในประเทศไทยมีโรงพิมพ์ที่ใช้ระบบออฟเซ็ทถึงร้อยละ 51 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต หมึกพิมพ์ที่ใช้กับระบบออฟเซ็ท มีหลายชนิด คือ offset ink airset (Glycol Bax ink), roller coating, Polynylon, Metal Decorating(Tin Plate) เป็นต้น

อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์ของไทย พบว่าส่วนหนึ่งสามารถผลิตหมึกได้เอง และส่วนหนึ่งนำเข้าจากต่างประเทศโดยเป็นการนำเข้ามากกว่าส่งออก ซึ่งหมายถึงปริมาณหมึกพิมพ์ที่ผลิตได้ภายในประเทศยังไม่เพียงพอสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมึกพิมพ์ที่มีคุณภาพ สำหรับโรงงานที่ผลิตหมึกพิมพ์มักจะนำเข้าผงหมึกมาเป็นวัตถุดิบแล้วผลิตหมึกพิมพ์ออกจำหน่าย

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกหมึกพิมพ์เป็น 425 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2545 ร้อยละ 154.92 แต่ในปี 2547 มูลค่าการส่งออกกลับลดลงเหลือ 245.01 ล้านบาท โดยมีตลาดหลัก คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม

ตารางที่ 3.14 มูลค่าการส่งออกหมึกพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. เวียดนาม	13.53	27.10	31.91	15.22	26.36	100.30	17.75
2. ฟิลิปปินส์	0.70	0.71	21.91	6.60	25.34	1.43	2985.92
3. สิงคโปร์	43.84	29.15	36.81	17.06	22.58	-33.51	26.28
4. มาเลเซีย	8.63	19.11	36.36	22.28	14.26	121.44	90.27
5. พม่า	8.79	17.62	13.07	9.46	13.12	100.46	-25.82
6. อินโดนีเซีย	7.23	2.93	11.82	8.16	9.63	-59.47	303.41
7. อินเดีย	3.50	2.78	9.63	3.10	7.67	-20.57	246.40

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
8. ชื่องกง	8.10	15.18	15.22	9.45	6.63	87.41	0.26
9. ไนจีเรีย	5.93	5.58	4.46	3.20	5.10	-5.90	-02.07
10. เฮอร์มนี่	2.87	4.09	2.97	1.27	4.21	42.51	-27.38
อื่นๆ	63.60	300.75	60.85	37.33	37.22	372.88	-79.77
รวม	166.72	425.00	245.01	133.13	172.12	154.92	-42.35

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548.

ตารางที่ 3.15 มูลค่าการนำเข้าหมีกทิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. ญี่ปุ่น	7,002.87	2934.14	2781.91	1542.18	1595.97	-58.10	-5.19
2. สิงคโปร์	3,954.52	2199.88	569.53	518.55	457.87	-44.37	-74.11
3. ไอร์แลนด์	87.05	12.70	908.79	232.37	418.80	-85.41	7055.83
4. เกาหลีใต้	380.19	394.12	479.33	254.80	252.72	3.66	21.62
5. เฮอร์มนี่	165.56	183.08	202.96	122.78	135.00	10.58	10.86
6. เปอโตริโก	4.98	193.70	617.27	569.13	128.73	3789.56	218.67
7. อิตาลี	52.77	79.82	176.68	122.38	124.45	51.26	121.35
8. สหรัฐอเมริกา	446.84	290.05	197.39	121.48	116.75	-35.09	-31.95
9. จีน	191.39	166.95	134.80	69.28	100.82	-12.77	-19.26
10. มาเลเซีย	154.02	121.81	139.72	84.02	90.04	-20.91	14.70
อื่นๆ	614.68	570.10	564.71	331.24	302.29	-7.25	-0.95
รวม	13,054.87	7,146.35	6,773.09	3,968.21	3,723.44	-45.26	-5.22

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และจากการคำนวณของคณะผู้วิจัย, 2548.

การนำเข้าหมึกพิมพ์มีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2545 มูลค่าการนำเข้าหมึกพิมพ์เป็น 13,054.87 ล้านบาท และในปี 2546 เป็น 7,146.35 ล้านบาท หรือลดลงจากปี 2545 ถึงร้อยละ 45.26

ปัจจุบันมีโรงงานหมึกพิมพ์ของไทยบางแห่งสามารถผลิตหมึกพิมพ์ได้ทุกชนิด เช่น หมึกพิมพ์ออฟเซต แอนด์ เลดเดอร์เพลท หมึกพิมพ์เว็บออฟเซต หมึกพิมพ์โค๊ดติ้ง หมึกพิมพ์กราฟเวียร์ เป็นต้น โดยมีระบบตรวจสอบคุณภาพ โดยจะทำการตรวจสอบคุณสมบัติ

1. ตรวจสอบความละเอียดของหมึก
2. ตรวจสอบความหนืด (viscosity)
3. ตรวจสอบเจดสี ซึ่งแบ่งเป็น
 - การ proof สี
 - การตรวจสอบด้วยเครื่อง Spectrophotometer
4. การตรวจสอบค่า pH
5. การตรวจสอบความต้านทานการขัดถู
6. การตรวจสอบความเงา

จากการที่ไทยต้องนำเข้าหมึกพิมพ์ปีละกว่าหมื่นล้านบาท และมีกรนำเข้าหมึกพิมพ์มากขึ้นทุกปี โดยการนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าหมึกพิมพ์ที่มีคุณภาพดี ดังนั้นถ้าประเทศไทยสามารถผลิตหมึกพิมพ์ที่มีคุณภาพดีได้มากขึ้น ลดการนำเข้า จะทำให้ต้นทุนของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ลดลง ซึ่งจะเป็นส่วนที่ช่วยให้ไทยเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ได้ในอนาคต

วัสดุอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากวัสดุหลักๆ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ เช่น กระดาษและหมึกพิมพ์แล้ว ยังมีเครื่องมืออุปกรณ์ ตลอดจนวัสดุอื่นๆ ที่ต้องใช้ประกอบในการพิมพ์อีกมาก ได้แก่ ฟิล์ม เคมีภัณฑ์ เพลท กาว Coating ฝ้ายาง ฟองน้ำ ลูกกลิ้ง ห่วง สติกเกอร์ เทปกาว กล้องขยาย เครื่องวัดสี เครื่องวัดความดำ ตลอดจนซอฟต์แวร์ต่างๆ ฯลฯ วัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ล้วนมีผลต่อคุณภาพของงานพิมพ์ทั้งสิ้น ซึ่งในรายการที่สำคัญ เช่น ฟิล์ม เพลท หรือน้ำยาต่างๆ ส่วนใหญ่ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เยอรมนี ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอเมริกา เป็นต้น แต่ก็มีโรงงานผลิตในเมืองไทยเช่นเดียวกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพในระดับรองลงไป

3.2 สภาพะการตลาดและการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ตารางที่ 3.2.1 ประเทศนำเข้าสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของโลก ปี 2542-2546

หน่วย : 1,000 US\$

	ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546
1	สหรัฐอเมริกา	3,489,022	3,870,616	3,884,082	4,143,160	4,345,575
2	สหราชอาณาจักร	2,101,728	2,008,283	2,094,879	2,351,748	2,584,600
3	แคนาดา	2,262,557	2,315,292	2,268,008	2,284,874	2,557,425
4	เยอรมนี	1,779,031	1,599,578	1,755,521	1,907,508	2,281,210
5	ฝรั่งเศส	1,802,593	1,779,246	1,639,166	1,629,970	2,031,701
6	สวีเดน	1,214,862	1,123,498	1,109,825	1,198,789	1,416,817
7	เบลเยียม	1,010,269	875,199	927,166	882,900	1,150,459
8	เม็กซิโก	953,117	1,106,809	1,075,801	1,076,977	1,088,411
9	ฮ่องกง	612,395	757,654	747,974	768,698	837,859
10	ออสเตรเลีย	725,034	617,899	645,095	658,489	827,720
11	ญี่ปุ่น	758,703	781,926	779,622	744,705	814,597
12	เนเธอร์แลนด์	709,007	636,340	617,485	654,370	808,175
13	ออสเตรีย	618,026	629,136	535,231	561,965	661,585
14	อิตาลี	608,921	596,242	591,574	619,053	639,427
15	สเปน	472,762	425,277	433,376	509,598	605,553
16	จีน	489,354	538,098	565,292	534,165	569,409
17	สาธารณรัฐเช็ก	271,521	275,814	327,281	412,858	554,242
18	รัสเซีย	230,852	296,753	368,022	372,503	476,516
19	เดนมาร์ก	404,719	330,784	354,441	366,684	458,208
20	สิงคโปร์	334,798	370,009	341,763	335,713	395,655
21	นอร์เวย์	340,362	332,288	310,206	334,655	392,935
22	สวีเดน	387,248	352,867	320,003	338,606	392,071
23	ไอซ์แลนด์	338,755	290,670	325,500	387,228	368,918
24	อินเดีย	153,395	208,115	243,580	223,499	312,309
25	โปแลนด์	304,502	263,010	267,493	285,947	305,680
26	โปรตุเกส	225,754	219,592	214,631	219,692	264,592
27	เกาหลีใต้	148,295	210,726	232,977	240,447	233,480
28	นิวซีแลนด์	216,137	189,689	177,686	183,502	232,586

	ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546
29	อังกฤษ	122,506	137,423	147,428	174,322	222,140
30	มาเลเซีย	173,314	173,850	171,340	188,655	221,691
31	ฟินแลนด์	180,646	178,242	156,752	157,727	196,218
32	อัฟริกาใต้		147,792	146,053	132,363	166,038
33	กรีซ	149,833	114,327	108,171	124,348	153,533
34	แซมเบีย	81,292	71,866	125,707	141,286	
35	S.AFR.CUS.UN					138,208
36	ประเทศไทย	95,699	93,285	108,136		123,944
37	TURKEY	74,558	88,291	89,224	104,519	116,587
38	VENEZUELA	139,099	145,083	161,120	122,977	113,200
39	PHILIPPINES	75,582	89,654	90,808	89,290	109,134
40	ROMANIA	71,347	69,877	74,640	86,567	108,235
41	LUXEMBOURG	80,658	72,626	81,352	90,356	107,954
42	NIGERIA	28,495	63,883	104,735	59,823	103,444
43	BRAZIL	257,353	250,874	215,684	143,366	100,688
44	BOTSWANA		86,907	95,676		
45	SLOVAKIA	73,297	58,274	67,931	86,367	93,237
46	MOROCCO	65,625	64,658	60,462	71,648	93,101
47	UNTD ARAB EM	48,028	64,258	68,807		
48	COLOMBIA	75,710	65,430	65,327	69,303	67,957
49	GUATEMALA	39,298	40,217	44,687	61,572	64,662
50	CHILE	69,118	68,645	69,174	60,494	62,019
	อื่นๆ	7,648,827	7,772,854	8,164,904	7,933,486	8,674,027
	โลก (174 ประเทศ)	26,862,553	26,989,134	27,377,845	27,926,290	31,449,085

ที่มา : International Trade Statistics

จากตารางที่ 3.2.1 ประเทศที่นำเข้าสิ่งพิมพ์สำคัญของโลก 50 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา เยอรมัน และฝรั่งเศส โดยมีมูลค่านำเข้า 4,345.575 2,584.600 2,557.425 2,281.210 และ 2,031.701 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

3.3 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

3.3.1 สถานะการแข่งขันระดับประเทศ

1. การประเมินปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (Assessing the Business Environment)

1.1 สถานะของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ปัจจัยการผลิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประเมินมีหลายปัจจัย อาทิเช่น วัตถุดิบ หรือทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ ความรู้และเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ โดยประเมินเงื่อนไขของแต่ละประเทศได้ดังนี้

1.1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ : วัตถุดิบ

วัตถุดิบในอุตสาหกรรมต้นทางของสิ่งพิมพ์ คือ เยื่อกระดาษ และกระดาษ ซึ่งประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ จีน และฮ่องกง มีทรัพยากรนี้ในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

ประเทศไทย ผลิตเยื่อกระดาษได้เองแต่ยังไม่เพียงพอที่จะใช้ภายในประเทศ มีแหล่งวัตถุดิบซึ่งคือพื้นที่เพาะปลูกสวนไม้โตเร็ว เพื่อผลิตเยื่อไม้สับประมาณ 3 ล้านไร่ มีเกษตรกรประมาณ 100,000 คน อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ นั้นมีโรงงาน 6 แห่ง ซึ่งผลิตเยื่อไม้สับทั้งสิ้น โดยมีกำลังผลิต (1,087,000 ตัน ต่อปี ในปี 2547) ส่วนอุตสาหกรรมกระดาษ มีโรงงานกระดาษ 60 แห่ง ซึ่งมีกำลังผลิต 3.7 ล้านตัน ต่อปีในปี 2545 นอกจากนี้ไทยยังนำเข้าเยื่อใยขาว และกระดาษจากต่างประเทศด้วย

มาเลเซีย ผลิตเยื่อกระดาษได้น้อย มีพื้นที่ปลูกป่าเศรษฐกิจจำกัด ดังนั้นจึงผลิตเยื่อกระดาษได้น้อย โดยมีโรงงานเยื่อกระดาษ 1 แห่ง กำลังการผลิต 145,000 ตันต่อปี ในส่วนของโรงงานผลิตกระดาษ และกระดาษแข็ง มีโรงงาน 20 แห่ง ซึ่งกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 1.3 ล้านตันต่อปี จากข้อมูลในปี 2547 มาเลเซียยังต้องนำเข้ากระดาษประมาณ 6.5 % ของมูลค่านำเข้าทั้งหมดในปี 2545 ดังนั้นมาเลเซียจึงไม่มีความได้เปรียบเรื่องวัตถุดิบเยื่อกระดาษ และกระดาษเมื่อเทียบกับไทย

อินโดนีเซีย ผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษได้จำนวนมาก เป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างขวางถึง 2.05 ล้านตารางกิโลเมตร และมีพื้นที่ป่าไม้ 1.4 ล้านตารางกิโลเมตรเกินครึ่งหนึ่งของพื้นที่ทั้งหมด อินโดนีเซียผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษได้จำนวนมาก โดยมีโรงงานเยื่อกระดาษ 14 โรง และผลิตเยื่อได้ ปีละ 5.6 ล้านตันต่อปี หรือมีกำลังการผลิตมากกว่าไทยมากกว่า 5 เท่า และมีโรงงานผลิต กระดาษและกระดาษแข็ง 77 แห่ง สามารถผลิตกระดาษโดยรวมได้ ปีละ 9.9 ล้านตัน ซึ่งมากกว่าประเทศไทยเกือบ 3 เท่า

สิงคโปร์ ไม่มีพื้นที่ปลูกปาล์ม ประเทศสิงคโปร์มีทรัพยากรจำกัด และไม่มีพื้นที่ปลูกปาล์ม ดังนั้นจึงต้องนำเข้ากระดาศมูลค่า 800 ล้านดอลลาร์ต่อปีมาตลอด โดยที่มูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นไม่มากคือประมาณร้อยละ 11.3 จากปี 2544 – 2547

จีน มีโรงงานเยื่อกระดาษ และกระดาษ และปลูกต้นไม้จำนวนมาก เนื่องจากประเทศจีนมีพื้นที่กว้างใหญ่ถึง 99.5 ล้านตารางกิโลเมตร และมีพื้นที่ป่าไม้ประมาณ 1.3 ล้านตารางกิโลเมตร จึงมีโรงงานเยื่อกระดาษ และกระดาษ รวมทั้งปลูกต้นไม้จำนวนมาก โดยมีโรงงานเยื่อกระดาษ 4,500 แห่ง กำลังการผลิต 20 ล้านตันต่อปี หรือมากกว่าไทยกว่า 20 เท่า และมีโรงงานกระดาษและกระดาษแข็ง 4,700 โรง กำลังการผลิต 36 ล้านตันต่อปี หรือมากกว่าประเทศไทยเกือบ 10 เท่า จีนพร้อมที่จะส่งออกกระดาษออกไปยังประเทศอื่น พร้อมทั้งป้อนอุตสาหกรรมในประเทศ

ฮ่องกง ไม่มีโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ แต่นำเข้าเยื่อกระดาษ ไม่มีทรัพยากร และไม่มีพื้นที่เพาะปลูก เนื่องจากมีพื้นที่เพียง 1,096 ตารางกิโลเมตร และมีพื้นที่ป่าไม้เพียง 120 ตารางกิโลเมตร ดังนั้นจึงไม่มีโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ แต่นำเข้าเยื่อกระดาษมาเพื่อผลิตกระดาษ และกระดาษแข็ง โดยมีโรงงานกระดาษ 2 แห่ง กำลังการผลิตทั้งหมด 200,000 ตันต่อปี จากข้อมูลปี 2547

1.1.2 ทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางกายภาพ อาทิ เครื่องจักร อุปกรณ์ และเงินทุน (Capital Resources) ประเทศทั้งหมด มีโครงสร้างของทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรทางกายภาพแตกต่างกัน โดยสรุปประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาเป็นทางการ มีความได้เปรียบทั้งความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ และทักษะทางภาษา การบริโภคสิ่งพิมพ์มีปริมาณสูง เนื่องจากประชาชนใช้ภาษาได้มากกว่า 1 ภาษา และประเทศที่เป็นศูนย์กลางของการพิมพ์ เช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง มีความได้เปรียบทางด้านทักษะของแรงงาน รวมทั้งความสามารถในทางบริหารจัดการธุรกิจ

ประเทศไทย แรงงานที่มีทักษะด้านการพิมพ์ยังไม่เพียงพอ มีแรงงานอยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ประมาณ 120,000 คน ร้อยละ 90 มีการศึกษาระดับประถมและมัธยม เรียนรู้จากการทำงาน ในปัจจุบันมีปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมืออยู่ แม้ว่าแนวโน้มความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะทำให้ความต้องการ แรงงานคนลดลง ในอนาคต ไทยยังคงต้องผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านเทคนิคการพิมพ์มากขึ้น เพื่อทำงานโดยใช้เทคโนโลยีสูงขึ้นไปในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ในส่วนของเครื่องจักรอุปกรณ์ แม้ว่าประเทศไทยจะส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ในการพิมพ์ประมาณ 4 พันล้านบาท ในปี 2546 แต่ก็ยังต้องพึ่งพาเครื่องจักรอุปกรณ์จากต่างประเทศมีเทคโนโลยีสูง โดยมีมูลค่านำเข้าประมาณ 7 พันกว่าล้านบาท ในปี 2546 เช่นกัน

มาเลเซีย แรงงานมีความสามารถทางภาษาและมีเครื่องจักรทันสมัย ทรัพยากรมนุษย์
แรงงานมีความสามารถทางภาษาอ่านออกเขียนได้ทั้งภาษาท้องถิ่น จีนและอังกฤษ และมีค่าแรงที่ไม่
สูงนัก ในส่วนของเครื่องจักรอุปกรณ์นั้น เนื่องจากรัฐบาลสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ จึงมี
เครื่องจักรทันสมัย ราคาถูกจากประเทศจีน อเมริกา และอังกฤษ

เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายให้พึ่งพาเงินลงทุนต่างประเทศน้อยลง จึงต้องหาเงินลงทุนจาก
ภายในประเทศเป็นหลัก

อินโดนีเซีย ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำมากแต่ในระดับค่าแรงที่เท่ากันความสามารถในการผลิตสูง
กว่าไทยอินโดนีเซียมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำมากคือประมาณ 0.32 เหรียญสหรัฐต่อชั่วโมง ในขณะที่
ประเทศไทยมีค่าแรงเฉลี่ยประมาณ 1.8 เหรียญสหรัฐต่อชั่วโมง แต่ทว่าในระดับค่าแรงที่เท่ากัน
ความสามารถในการผลิตของแรงงานในอินโดนีเซียสูงกว่าประเทศไทย

ในส่วนของเงินทุน (Capital Resources) ธนาคารหรือแหล่งเงินทุนในอินโดนีเซีย มีสภาพ
คล่องตัวระบบในปี 2547 อัตรา Loan / Deposit เท่ากับ 44 % และมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงประมาณ
14-15 % ต่อปี

สิงคโปร์ ค่าแรงงานสูง และทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ สิงคโปร์เป็นประเทศที่
ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญคือ นโยบายของรัฐบาล ดังนั้น
ค่าแรงงานจึงสูง สิงคโปร์มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีสูง และบริษัทในท้องถิ่นมีความ
ระมัดระวัง เรื่องการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ใช้ ส่วนด้านเงินทุน (Capital Resource) สิงคโปร์
นั้นเป็นศูนย์กลางการเงินของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้นเรื่องการลงทุนจากต่างชาติ หรือ
เงินทุน จึงเป็นเรื่องที่ไม่คิดขัด

จีน อัตราค่าแรงต่ำและนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์จากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก
เช่นเดียวกับอินโดนีเซียแรงงานในประเทศจีนมีอัตราค่าแรงต่ำ คือชั่วโมงละ 0.69 USD ทำให้
โรงงานมีต้นทุนต่ำในประเทศจีน มีการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์จากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก
และจีนยังขาดแคลนเงินทุนเนื่องจาก สิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจที่ต้องการเงินลงทุนสูง

ฮ่องกง แรงงานมีทักษะ และนำเทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ขั้นสูงมาใช้ในการผลิต
ฮ่องกงมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่คิส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาสูง พูดภาษาอังกฤษได้และเป็น
แรงงานที่มีทักษะ มีการนำเทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ ขั้นสูงมาใช้และทรัพยากรด้านทุนไม่
คิดขัด เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของเงินทุน และการเงินการธนาคารของเอเชีย และแปซิฟิก

1.1.3 ความรู้และเทคโนโลยี

ประเทศไทยมีความพร้อมเรื่องเทคโนโลยีการพิมพ์ ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา และปรับเปลี่ยนจากการใช้แรงงานคนมาเป็นดิจิทัลมากขึ้น สำหรับประเทศอื่น ๆ คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกง มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยใหม่ๆ มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยเฉพาะฮ่องกงซึ่งเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ของเอเชียแปซิฟิก ซึ่งสามารถพิมพ์งานคุณภาพสูง เนื่องจากมีระบบเรียงพิมพ์ที่มีการพัฒนาสูง การพิมพ์ การแยกสีอย่างมีระบบ และส่งงานได้ตามกำหนดเวลา ในขณะที่มาเลเซีย และสิงคโปร์ ยังมีบริษัทเล็ก ๆ ที่ยังใช้เทคโนโลยีเดิม ๆ ส่วนอินโดนีเซียไม่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี รองรับการผลิตโคของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ การผลิตส่วนใหญ่พึ่งพิงแรงงานคนมากกว่าเทคโนโลยี ทางด้านประเทศจีนก็มีการซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์จากต่างประเทศจำนวนมาก มีเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย

1.1.4 โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ

ในส่วนของสาธารณูปโภคพื้นฐาน ประเทศไทยได้มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพื่อเสริมความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมไทย และมีค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่อหน่วยต่ำกว่าประเทศจีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ประเทศไทยมีท่าอากาศยานระหว่างประเทศ 6 แห่ง ในประเทศ 26 แห่งและท่าเรือน้ำลึก 8 ท่า ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกง มีระบบสาธารณูปโภค และการขนส่งที่ดี โดยเฉพาะการขนส่งนั้นมีระบบ และทันสมัย สะดวกกว่าประเทศไทย โดยเฉพาะฮ่องกงมีท่าเรือน้ำลึกทันสมัย และพัฒนาเต็มรูปแบบ เป็นจุดศูนย์กลางกิจกรรมทางน้ำทุกประเภท ทางตอนใต้ของจีน และเป็นเมืองท่าที่คับคั่งมากที่สุดในโลก ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีระบบไฟฟ้าที่เพียงพอต่อความต้องการของประเทศ มีท่าเรือ 8 แห่ง สนามบินพร้อมรันเวย์มาตรฐาน 154 แห่ง แต่ ระบบการขนส่งทางบกภายในประเทศไม่เพียงพอกับความต้องการ และการขนส่งทางเรือมีความล่าช้า

1.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

1.2.1 อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (Related Industries)

ประเทศไทย อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยประกอบด้วย อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

อุตสาหกรรมต้นน้ำ เริ่มตั้งแต่การทำสวนไม้ไผ่เร็ว เพื่อเป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ และยังมีวัตถุดิบเป็นเศษกระดาษ Recycle

อุตสาหกรรมกลางน้ำ คือ อุตสาหกรรมกระดาษ ประกอบด้วยกระดาษกราฟท์ กระดาษพิมพ์เขียน กระดาษอนามัย กระดาษหนังสือพิมพ์ และกระดาษอื่น ๆ

อุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เช่น กล่องกระดาษ ถุงกระดาษ และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ในส่วนของจำนวนโรงงาน และแรงงานอุตสาหกรรมต้นน้ำมีแรงงานทำสวนไม้โตเร็ว ประมาณ 100,000 คน และมีโรงงานเยื่อกระดาษ 6 โรง ซึ่งมีแรงงานทั้งสิ้น 2,000 คน และผลิตแต่เยื่อไม้สั้นทั้งสิ้น อุตสาหกรรมกลางน้ำ นั้นในประเทศไทยมีโรงงานกระดาษ 60 โรงงาน และมีแรงงานรวมกันประมาณ 5,000 คน อุตสาหกรรมปลายน้ำ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีโรงงาน 575 โรง และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ มีโรงงาน 2,463 โรง และมีแรงงานทั้งสิ้นประมาณ 100,000 คน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์แสดงเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้

มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องครบถ้วนตั้งแต่ต้นน้ำ

สำหรับประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน นั้นประเทศที่มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องครบถ้วนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เช่นเดียวกับประเทศไทย มาเลเซียมีอุตสาหกรรมต้นน้ำจำนวนน้อยเพียงแค่ 1 โรงงาน เนื่องจากพื้นที่ป่าไม้มีน้อย ในขณะที่อินโดนีเซียมีโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ 14 โรง และจีนมีโรงงานเยื่อกระดาษ จำนวนมากถึง 4,500 โรง ซึ่งมีกำลังการผลิตถึง 20 ล้านตันต่อปี

ในส่วนของอุตสาหกรรมกลางน้ำ คือ อุตสาหกรรมกระดาษนั้น มาเลเซียมีโรงงานผลิตกระดาษ 20 แห่งซึ่งน้อยกว่าประเทศไทยซึ่งมี 60 แห่ง ในขณะที่อินโดนีเซียซึ่งเป็นผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่ 1 ใน 10 ของโลก มีโรงงานกระดาษถึง 77 แห่ง และจีนซึ่งเป็นประเทศใหญ่มีโรงงานกระดาษถึง 4,700 แห่ง กำลังการผลิต

ส่วนของอุตสาหกรรมปลายน้ำ มาเลเซียมีอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตไม่สูงนักที่ 5-8 % ตั้งแต่ปี 2541 แต่มีเทคโนโลยีการออกแบบ และการทำวิจัย Research และ พัฒนา Development ในขณะที่อินโดนีเซียก็มีอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ผลิตใช้ทั้งในประเทศ และส่งออก แต่ส่งออกมูลค่าไม่สูงนัก ประมาณ 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2545 และจีนมีอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีผู้ประกอบการรวมกัน 2,295 ราย มีเงินทุนมาก และเทคโนโลยีทันสมัย ซึ่งทำให้มีความได้เปรียบทางด้านคุณภาพบริการ และราคา

สิงคโปร์ และฮ่องกงมีอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับ

สิงคโปร์ ไม่มีทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลางน้ำ นำเข้ากระดาษมาใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับ ในเรื่องคุณภาพ และเทคโนโลยี และเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ระดับนานาชาติ

ฮ่องกง ไม่มีอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ แต่มีโรงงานผลิตกระดาษ และกระดาษแข็ง 2 โรง ซึ่งมีกำลังการผลิตเพียง 200,000 ตันต่อปี แต่และประเทศฮ่องกงมีอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ทันสมัย โดย

มีโรงพิมพ์เล็ก ๆ มากกว่า 5,000 แห่ง ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ และส่งออก ส่วนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ได้ขยายฐานการผลิตไปตั้งโรงงานในประเทศจีน เนื่องจากรัฐบาลมีข้อตกลงพิเศษระหว่างกัน ประเทศฮ่องกงได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีการจัดการที่มีคุณภาพ ดังนั้น อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในฮ่องกงจึงเป็นที่ยอมรับว่าคุณภาพสูงและส่งมอบได้ทันเวลา

1.2.2 อุตสาหกรรมสนับสนุน

เนื่องจากอุตสาหกรรมการพิมพ์แยกตามวัสดุที่พิมพ์เป็นการพิมพ์บนกระดาษ และวัสดุอื่น ๆ เช่น โลหะ พลาสติก แก้ว ผ้า ฯลฯ ดังนั้นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น จึงมีหลากหลาย แบ่งได้ดังนี้

- ก. อุตสาหกรรมเครื่องจักร อุปกรณ์ ที่ใช้ในการพิมพ์
- ข. อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์ เหมี่ภัณฑ์ ฟิล์ม ฯลฯ
- ค. ตัวแทนจำหน่าย
- ง. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กร สมาคม หน่วยงานรัฐบาล สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา เป็นต้น

1.3 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

1.3.1 ความต้องการสิ่งพิมพ์ในประเทศ

ประเทศไทย ความต้องการสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับต่ำ เพราะจำนวนประชากรอ่านหนังสือพิมพ์ มีเพียง 20 ล้านคน หรือ 33 % ของประชากรทั้งหมด 60 ล้านคน ปัจจัยเรื่องภาษาก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ประเทศไทยมีจำนวนหนังสือนำเข้าน้อย เมื่อเทียบกับประเทศที่มีภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการ โดยประเทศไทยมีมูลค่านำเข้าสิ่งพิมพ์ในปี 2546 เท่า 3,516 ล้านบาท (87.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) หรือ 8,317 ตัน ซึ่งมีน้ำหนัก ลดลงจากการนำเข้าปี 2545 ถึง 39 %

มาเลเซีย และ จีน มีความต้องการสิ่งพิมพ์ในประเทศสูงและนำเข้ามูลค่ามากกว่าไทย

ในมาเลเซียมีการ บริโภคกระดาษ และกระดาษแข็งสูง โดยบริโภคกระดาษ 98 กิโลกรัม ต่อคนต่อปี ในขณะที่อินโดนีเซียบริโภค 24 กิโลกรัม ต่อคนต่อปี และมีการนำเข้าสิ่งพิมพ์จากประเทศต่าง ๆ โดยหนังสือเป็นสินค้าที่มี สัดส่วนการนำเข้าสูงสุด ในปี 2545 มูลค่าการนำเข้าสิ่งพิมพ์ของมาเลเซียเท่ากับ 151.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงกว่าปี 2544 ถึง 9.5%

ประเทศจีนมีความต้องการสิ่งพิมพ์ในประเทศแบบต่อเนื่อง (Derived Demand) เนื่องจากการค่อย ๆ เพิ่มปริมาณของธุรกิจอื่น ๆ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้อ่านออกเขียนได้ การผลิตสิ่งพิมพ์ในประเทศไม่เพียงพอต้องนำเข้าจาก สหรัฐ และญี่ปุ่นมาตลอด ในปี 2546 ประเทศจีนนำเข้าสิ่งพิมพ์ มูลค่า 3,749 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อินโดนีเซีย มีความต้องการสิ่งพิมพ์ไม่มาก และนำเข้ามูลค่าน้อย

ประเทศอินโดนีเซียมีประชากรมากถึง 168 ล้านคน แต่อัตราการบริโภคกระดาษต่ำมาก เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ เช่น มาเลเซีย โดยมีอัตราการบริโภคกระดาษ 24 กิโลกรัมต่อคนต่อปี การนำเข้าสิ่งพิมพ์มีมูลค่า 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2545 ซึ่งลดลงถึง 1.3 % เมื่อเทียบกับอัตราการนำเข้าปี 2544 สิ่งนำเข้าส่วนใหญ่ คือ หนังสือ โบชัวร์ หนังสือพิมพ์ วารสาร

สิงคโปร์ และฮ่องกง มีความต้องการสิ่งพิมพ์ในประเทศอย่างต่อเนื่องและนำเข้าเพียงเล็กน้อยจากประเทศอื่น

สิงคโปร์มีอัตราการรู้หนังสือของประชาชนสูงถึง 94 % ดังนั้น การบริโภค สิ่งพิมพ์ในประเทศจึงมีอัตราที่สูง นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าสิ่งพิมพ์ จากประเทศอื่นในมูลค่าไม่มากนัก เช่น นำเข้าจากประเทศไทย ประมาณ 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2545 และลดลงเป็น 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือ 83 % ในปี 2546

ฮ่องกงมีความต้องการสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของนิตยสาร และหนังสือต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอัตราการรู้หนังสือสูงถึง 92 % และรัฐบาลสนับสนุนในเรื่องการศึกษา และการใช้ภาษาอังกฤษเป็นราชการ ความต้องการบรรจุภัณฑ์ก็มามาก เนื่องจากผู้ส่งออกสินค้าจากฮ่องกง เช่น เสื้อผ้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องประดับ

1.3.2 ลักษณะการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ประเทศไทย แนวโน้มการเจริญเติบโตของความต้องการสิ่งพิมพ์ในประเทศ เป็นไปอย่างช้า ๆ ไม่ได้มีความต้องการที่จะให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตรวดเร็วก่อนประเทศอื่น

ข้อเสนอแนะ: การเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศจะมีโอกาสเติบโตได้สูง หากมีการสนับสนุนให้เกิดความต้องการได้อย่างก้าวกระโดด เนื่องจากขนาดความต้องการของประเทศขณะนี้อยู่ในระดับต่ำ

มาเลเซีย เติบโตอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีลักษณะเป็นธุรกิจในครัวเรือน หรือธุรกิจครอบครัว โดยมี 2 ประเภท คือ การพิมพ์แบบออฟเซต (Offsets) และการพิมพ์แบบเฟล็กโซกราฟฟิค (Flexographic) ซึ่งมีประมาณ 80 % ของอุตสาหกรรม ความต้องการการพิมพ์แบบ Offsets ขึ้นอยู่กับความเติบโตของอุตสาหกรรมการพิมพ์โดยตรง ในขณะที่ความต้องการการพิมพ์แบบ Flexographic ขึ้นอยู่กับการเติบโตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมพลาสติก ซึ่งทั้งอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์มีอัตราการเจริญเติบโต เฉลี่ย 5-8 % ต่อปี มาตั้งแต่ปี 2541

สิงคโปร์ เติบโตในอัตราที่ไม่สูงนัก เนื่องจากสิงคโปร์เป็นฐานการผลิตสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะตำราเรียน หนังสือ วารสาร ซึ่งใช้ทั้งในประเทศ และส่งออก มูลค่าส่งออกสิ่งพิมพ์ในปี 2547 เท่ากับ 2,734 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยขยายตัว 4.2% จากปี 2546

จีน อุตสาหกรรมเติบโตแบบก้าวกระโดด จากนโยบายเปิดประเทศ และการเติบโตของ GDP ระดับไม่ต่ำกว่า 7% ติดต่อกันหลายปี อุตสาหกรรม และตลาดสิ่งพิมพ์เติบโตแบบก้าวกระโดด มีผู้ประกอบการจำนวนมากทั้งจากใน และต่างประเทศ

ฮ่องกง เติบโตได้ดีเพราะคุณภาพและบริการเป็นเลิศ เนื่องจากฮ่องกงมีชื่อเสียงระดับโลก ในแง่คุณภาพ ประสิทธิภาพ และการบริการที่เป็นเลิศ จัดส่งรวดเร็วและราคาแข่งขันได้ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จึงเติบโตได้ดี เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จะมีพื้นที่ในจีนจัดตั้งโรงงาน และใช้การจัดการแบบฮ่องกง ดังนั้นมูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของฮ่องกงได้ลดลง เนื่องจากลูกค้าหลักอย่างจีนสามารถผลิตได้เองในประเทศ

1.3.3 ลักษณะของตลาดในประเทศ

ประเทศไทย ไม่สามารถแบ่งส่วนการตลาด (Segment) ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากความต้องการสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยมีน้อย ทำให้ตลาดไม่สามารถแข่งขันกันจนสามารถแบ่งส่วนการตลาด (Segment) ได้อย่างชัดเจน ความต้องการของลูกค้าแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลูกค้า สถาบัน ซึ่งต้องการมาตรฐานและเทคโนโลยีการผลิตระดับสูง อีกประเภทคือ ลูกค้าครัวเรือน ซึ่งต้องสินค้าคุณภาพไม่สูง เมื่อเทียบกับสถาบัน แต่แนวโน้มความต้องการที่จะบริโภคสิ่งพิมพ์คุณภาพสูงจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้นของประชากร

มาเลเซีย นำเข้าสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มากกว่าการส่งออก ในปี 2545 มาเลเซียนำเข้าสิ่งพิมพ์ และวัตถุดิบในการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์มากกว่าการส่งออก คือนำเข้าสิ่งพิมพ์ประมาณ 152 ล้านเหรียญสหรัฐ และร้อยละ 63 เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นพับ โดยนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ 1 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด

อินโดนีเซีย และจีน มีตลาดในประเทศใหญ่เนื่องจากมีประชากรจำนวนมาก อินโดนีเซีย มีประชากร 168 ล้านคน และคนที่มีอายุมากกว่า 15 ปี อัตราการรู้หนังสือที่ 88.5% หรือ 149 ล้านคน ซึ่งถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่มากสำหรับสิ่งพิมพ์ มีการนำเข้าสิ่งพิมพ์มูลค่า 18.78 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2545 จากญี่ปุ่น สิงคโปร์ อเมริกา สินค้านำเข้าส่วนใหญ่เป็นหนังสือและโบรชัวร์ ประมาณ 34% หนังสือพิมพ์และวารสารประมาณ 19%

จีน ตลาดสิ่งพิมพ์เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด ตลาดมีขนาด 36,000 – 41,000 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีอัตราการขยายตัวประมาณ 15 - 20% ต่อปี

สิงคโปร์ เป็นฐานผลิตหนังสือ ตำรา แต่ยังนำเข้าจากประเทศอื่น เช่น ไทย จากตัวเลขสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของไทย ส่งออกไปสิงคโปร์ สิ่งพิมพ์ประเภทที่มีมูลค่ามากที่สุดที่ไทยส่งออกคือ หนังสือพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นปลิว มูลค่าประมาณ 700,000 เหรียญสหรัฐต่อในปี 2546

ฮ่องกง เป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของตลาดใหญ่ และมีการแข่งขันสูง เนื่องจากฮ่องกง เป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์แห่งใหม่ที่สำคัญ โดยมีสื่อรวม 95 สื่อ ทั้งภูมิภาค และระหว่างประเทศ ตลาด สื่อภายในประเทศก็เติบโต รวมทั้งมีการดึงสำนักพิมพ์ชั้นนำของโลกมาตั้งสำนักงานใหญ่ของ ภูมิภาคเอเชียที่ฮ่องกง ณ เดือนธันวาคม 2546 ฮ่องกงมีบริษัทการพิมพ์ที่มาลงทุนในประเทศทั้งหมด 4,236 แห่ง

1.4 บริษัทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ธุรกิจ (Context for firm Strategy and Rivalry)

1.4.1 ลักษณะของผู้อยู่ในอุตสาหกรรม

ประเทศไทย มีผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นจำนวนมากโดยแบ่งโรงพิมพ์ได้เป็น 3 กลุ่ม

- ก. กลุ่มโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ทุนมากกว่า 100 ล้านบาท มีผู้ประกอบการ 13 ราย
- ข. กลุ่มโรงพิมพ์ขนาดกลาง มีทุนประกอบการ 15-99 ล้านบาท มีผู้ประกอบการ 126 ราย
- ค. กลุ่มโรงพิมพ์ขนาดเล็ก ที่มีทุนประกอบการน้อยกว่า 15 ล้านบาท มีจำนวน 2,067 ราย

การเข้าสู่อุตสาหกรรม ในกลุ่มขนาดเล็ก เข้าง่าย เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินลงทุนมากนัก ใน ขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการมาก

มาเลเซีย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในมาเลเซียมี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว หรือทำธุรกิจในครัวเรือน โดยจะแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ตามเทคโนโลยีการพิมพ์ คือ

- ก. กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์แบบออฟเซต มีจำนวนประมาณ 20 % ของภาพรวม อุตสาหกรรม
- ข. กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์แบบ Flexography มีจำนวนประมาณ 80 % ของภาพรวม อุตสาหกรรม

สิงคโปร์ และฮ่องกง มีการลงทุนจากต่างประเทศ และการแข่งขันในระดับระหว่างประเทศ

ในสิงคโปร์ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประกอบด้วยบริษัท 500 บริษัท โดยมีบริษัทที่มีขนาดใหญ่ 20 บริษัท ขนาดกลาง 50 บริษัท บริษัทขนาดเล็กมีจำนวนมาก บริษัทขนาดใหญ่ และขนาดกลางมี การแข่งขันระดับชาติ และรับงานต่างประเทศ รวมทั้งมีส่วนร่วมในงานนิทรรศการนานาชาติต่าง ๆ

ฮ่องกง เนื่องจากฮ่องกงเป็นศูนย์กลางของสิ่งพิมพ์ มีการลงทุนในบริษัทการพิมพ์ และ

สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จากต่างประเทศ ขนาดของธุรกิจมีขนาดเล็ก และใหญ่ แต่เข้าธุรกิจได้ไม่ยาก เนื่องจากจีนเป็นแหล่งสนับสนุนที่ดีมาก เพราะมีพื้นที่ตั้ง โรงงานราคาถูกรวมทั้งค่าแรงงานต่ำ

จีน และอินโดนีเซีย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของรายใหม่ทำได้อย่างเสรี ในประเทศ

อินโดนีเซีย ผู้ประกอบ การรายใหม่สามารถเข้าอุตสาหกรรมได้อย่างเสรี เช่นเดียวกับในจีน

ในประเทศจีนปริมาณการผลิตยังไม่พอเพียงกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ แต่ก็มีข้อจำกัดในเรื่องภาษา ตัวแทน(ในประเทศจีน) ที่ไว้ใจได้

1.4.2 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (ลูกค้า)

ประเทศไทย โรงพิมพ์ขนาดเล็ก และกลางจึงต้องแข่งขันเชิงปริมาณ และผู้ซื้อสามารถต่อรองได้

ลูกค้ากลุ่มสถาบันจะใช้โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ซึ่งมีจำนวนน้อยราย และแข่งขันกันเพื่อมีส่วนแบ่งตลาด อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีไม่มากนัก แม้ว่าโรงพิมพ์แข่งขันกันเพราะจำนวน โรงพิมพ์มีน้อยราย และคุณภาพของรายใหญ่ดีกว่ารายกลาง และรายเล็ก ลูกค้ากลุ่มครัวเรือนจะไม่สนใจคุณภาพ แต่ใช้ราคาในการเปรียบเทียบเพื่อซื้อ ดังนั้น โรงพิมพ์ขนาดเล็ก และกลางจึงต้องแข่งขันเชิงปริมาณ และผู้ซื้อสามารถต่อรองได้

มาเลเซีย อำนาจต่อรองนั้นขึ้นกับจำนวนผู้ประกอบการ แนวโน้มของอุตสาหกรรมจะมุ่งไปสู่การพิมพ์แบบ Flexographic และดิจิตอล ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวนมาก แต่การพิมพ์แบบ Offsets ก็ยังคงมีความสำคัญ และเป็นที่ต้องการคาดว่าอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ในการพิมพ์แบบ Offsets คงมีไม่มากนัก ในขณะที่การพิมพ์แบบ Flexographic และดิจิตอล มีการแข่งขันกัน และมีช่องว่างให้ผู้ซื้อได้ต่อรอง

ฮ่องกง ผู้ประกอบการน่าจะมีอำนาจต่อรองต่อผู้ซื้อสูงเนื่องจากทำงานที่มีคุณภาพ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เนื่องจากธุรกิจการพิมพ์ในฮ่องกงนั้น มีเทคโนโลยีทันสมัย คุณภาพสูง และบริษัทมีการจัดการที่ดี บิดหนุน มีความชำนาญ รวมทั้งการส่งมอบที่ตรงเวลา ทำให้คาดหมายว่า ผู้ประกอบการในฮ่องกงน่าจะมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าผู้ซื้อ

1.4.3 สภาพการแข่งขัน

ประเทศไทย มีการแข่งขันอย่างรุนแรงเป็นการแข่งขันแบบกระจายตัว กลุ่มโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ 13 ราย สร้างความแตกต่าง โดยเน้นแบรนด์สินค้าเป็นหลัก และเน้นเรื่องคุณภาพของสิ่งพิมพ์ รวมทั้งการทำ Forward Integration ไปยังธุรกิจการจัดจำหน่าย (Distribution) สำหรับโรงพิมพ์ขนาดกลาง และเล็ก เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก และเน้นแต่ธุรกิจประเภทโรงพิมพ์ การแข่งขันด้านราคามีสูงมาก

มาเลเซีย การแข่งขันรวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม และซับซ้อนมากขึ้น รวมทั้ง การขนส่งที่รวดเร็ว การแข่งขันในมาเลเซียเน้นในเรื่องการออกแบบ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้น และการขนส่งที่รวดเร็วตรงเวลา และมีประสิทธิภาพถือเป็นส่วน หนึ่งของการแข่งขัน

อินโดนีเซีย มีการแข่งขันเสรี เปิดโอกาสให้นักลงทุนทั้งใน และนอกประเทศ เนื่องจากตลาด ใหญ่มาก

ตลาดสิ่งพิมพ์ของประเทศอินโดนีเซียใหญ่มาก คือ มีลูกค้าเป้าหมายถึง 149 ล้านคน (88.5 % ของประชากรทั้งหมด) ดังนั้น จึงมีการเปิดให้นักลงทุนทั้งใน และนอกประเทศเข้ามาแข่งขันกัน ใน อุตสาหกรรม

สิงคโปร์ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่แข่งขันระดับนานาชาติ ธุรกิจขนาดเล็กป้อนตลาดใน ประเทศ

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่ จะมุ่งแข่งขันในตลาดระดับนานาชาติ โดยเข้าร่วมในงาน นิทรรศการนานาชาติต่าง ๆ ในขณะที่ขนาดกลาง และเล็ก ซึ่งมีจำนวนมากผลิตป้อนตลาด ภายในประเทศ ซึ่งมีการแข่งขันสูง

จีน และฮ่องกง การแข่งขันสูงเป็นการแข่งขันระหว่างนักลงทุนในประเทศ และนักลงทุน ต่างชาติ

เนื่องจากจีนเป็นผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่อันดับ 2 รองจากอเมริกา มีการ ดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในจีน ซึ่งส่งผลให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ ใน ประเทศ และนักลงทุนต่างชาติสูงขึ้น

ในฮ่องกง ธุรกิจสิ่งพิมพ์มีการแข่งขันสูงเนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการมาก เช่น โรงพิมพ์มี มากกว่า 5,000 แห่ง และส่วนใหญ่เป็น โรงพิมพ์ขนาดเล็ก คนงานน้อยกว่า 20 คน รวมทั้งมีการ ลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการพิมพ์ เนื่องจากฮ่องกงเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ด้วย

2. โอกาสของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (The Role of Chance)

โอกาสของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ จีน และฮ่องกง นั้น พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ แหล่งวัตถุดิบในประเทศ การเพิ่มขึ้นของอัตรา การรู้หนังสือ หรืออัตราการอ่านออกเขียนได้ สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการส่งออก ความพร้อมทาง เทคโนโลยี และปัจจัยอื่น ๆ

ประเทศไทย :

โอกาสเรื่องวัตถุดิบมีวัตถุดิบ ในการทำเยื่อกระดาษ และกระดาษ เนื่องจากมีพื้นที่ป่าไม้ที่ผลิตไม้สำหรับเยื่อใยสั้น ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการทำกระดาษ ดังนั้นจึงมีโอกาที่จะลงทุนและผลิตวัตถุดิบในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์นี้ได้เพิ่มขึ้น

โอกาสที่จะเพิ่มอัตราการอ่านหนังสือ ในส่วนของอัตราการอ่านออกเขียนได้ ในปี 2543 แม้ว่าประเทศไทยมีอัตราอ่านออกเขียนได้ 93 % แต่มีอัตราการอ่านหนังสือพิมพ์ที่ต่ำเพียง 20 ล้านคนจากประชากร 60 ล้านคน หรือเพียงร้อยละ 33 จึงมีโอกาที่จะเพิ่มอัตราการอ่านหนังสือของประชากร เพื่อเพิ่มความต้องการสิ่งพิมพ์ภายในประเทศ หากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริม นอกจากนี้ไทยยังมีโอกาที่จะเพิ่มกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เพื่อการส่งออก เนื่องจากในอนาคตรัฐบาลมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสิ่งพิมพ์ และส่งออกไปยังประเทศต่างๆ

โอกาสจากความพร้อมทางด้านเทคโนโลยี ประเทศไทยมีการพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการปรับเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีมากกว่าแรงงาน รวมทั้งการนำระบบธุรกรรมทาง E-commerce มาใช้ทำให้ผู้ประกอบการพิมพ์มีความคล่องตัวในธุรกิจทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ

นโยบายการเงิน นโยบายการเงินของรัฐบาลไทยที่มีการลดค่าเงินบาท มาตั้งแต่ปี 2540 เอื้อให้สิ่งพิมพ์ไทยมีราคาถูกลงในการขายสินค้าไปต่างประเทศ

มาเลเซีย โอกาสอยู่ที่การพัฒนาระบบขนส่งที่ดีทั้งทางบก และทางน้ำ การพัฒนาระบบขนส่งที่ดีทั้งทางบกและทางน้ำ ทำให้สามารถขนส่งสินค้าภายในประเทศ และระหว่างประเทศได้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของประเทศมาเลเซียได้

นอกจากนี้มาเลเซียยังมีโอกาที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ในเรื่องของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เนื่องจากรัฐบาลส่งเสริมในเรื่องการวิจัย พัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีการกระจายสินค้า

อินโดนีเซีย มีโอกาสพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จากแหล่งวัตถุดิบจำนวนมาก อัตราการรู้หนังสือ และค่าแรงที่ต่ำ เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบ และพื้นที่ปลูกป่าไม้จำนวนมาก ทำให้อินโดนีเซียมีโอกาที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จากแหล่งวัตถุดิบนี้

นอกจากนี้อินโดนีเซียยังมีอัตราการรู้หนังสือต่ำกว่าประเทศอื่นๆ เช่น ไทย สิงคโปร์ กล่าวคืออัตราการอ่านออกเขียนได้ของอินโดนีเซีย ในปี 2545 เท่ากับ 88.5 % ในขณะที่ประเทศไทยมีอัตราการอ่านออกเขียนได้ 93 % ในปี 2543 และสิงคโปร์มีอัตราการอ่านออกเขียนได้สูงถึง 95 % ในปี 2547 ทั้งนี้หากอินโดนีเซียมีนโยบายเพิ่มอัตราการอ่านออกเขียนได้ขึ้นจะช่วยเพิ่มความต้องการ

สิ่งพิมพ์ในประเทศได้มากขึ้น ค่าจ้างแรงงานต่ำ ก็เป็นโอกาสที่จะทำให้อินโดนีเซียสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยที่สามารถผลิตสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่น รวมทั้งดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศมาลงทุนในอินโดนีเซีย

ในเรื่องของเชื้อเพลิง เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นผู้ส่งออกน้ำมันรายหนึ่งของโลก ดังนั้นจึงไม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์น้ำมัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำอุตสาหกรรม เพราะต้นทุนเชื้อเพลิงจะต่ำ และไม่ขาดแคลนเชื้อเพลิง

สิงคโปร์ มีความพร้อมทางเทคโนโลยี มีความชัดเจนเรื่องกฎหมาย และการเมืองสูง

สิงคโปร์ได้พัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ระดับนานาชาติ มีเทคโนโลยีทันสมัย และระบบดิจิทัลที่เป็นเทคโนโลยีล่าสุด ซึ่งเป็นโอกาสที่พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการ ทำให้สำนักพิมพ์ชื่อดังระดับโลกจากประเทศอื่น เลือกที่จะมีที่ทำการในสิงคโปร์

ความชัดเจนทางด้านกฎหมาย และความแน่นอนทางการเมือง เป็นโอกาสที่ช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

จีน มีวัตถุดิบจำนวนมากอัตราการอ่านออกเขียนได้ต่ำ และค่าแรงที่ต่ำ จีนมีพื้นที่กว้างขวาง และวัตถุดิบปริมาณมากสามารถพัฒนากำล้างการผลิตวัตถุดิบของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้ อัตราการอ่านออกเขียนได้ของจีน ในปี 2543 มีเพียง 84.1 % ซึ่งยังต่ำกว่าประเทศอินโดนีเซีย หากอัตราการอ่านออกเขียนได้เพิ่มขึ้น ตลาดของสิ่งพิมพ์ก็จะเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากจีนมีประชากรเป็นจำนวนมากถึง 1,285 ล้านคน เพียง 1 % มีจำนวนถึง 13 ล้านคน ยิ่งไปกว่านั้นค่าแรงที่ต่ำ ซึ่งนำไปสู่ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ทำให้จีนพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตได้

ฮ่องกง มีภูมิประเทศ และสาธารณูปโภคในการขนส่งทันสมัย และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งความพร้อมทางเทคโนโลยี และกฎหมายเกี่ยวข้องกับสื่อ และทรัพย์สินทางปัญญา ลักษณะภูมิประเทศของฮ่องกงนั้นเป็นเกาะที่มีท่าเรือน้ำลึกจำนวนมาก การขนส่งสะดวก และทันสมัยทั้งทางบก น้ำ และอากาศ เหมาะที่จะเป็นศูนย์กลางของสิ่งพิมพ์ ฮ่องกงยังมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีการพิมพ์จากประสบการณ์ และเงินลงทุนมากมายจากต่างประเทศ

นอกจากนี้ความอิสระในการแสดงออกของสื่อ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา เป็นโอกาสที่เอื้อให้ฮ่องกงจะยังคงเป็นศูนย์กลางผลิตสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สำหรับทั้งโรงพิมพ์ และนักเขียน

3. นโยบายรัฐบาล (The Role of Government)

3.1 นโยบายรัฐบาลของแต่ละประเทศที่ส่งเสริมอุตสาหกรรม

ประเทศไทย รัฐบาลมีนโยบายหลากหลายที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ดังนี้

- 3.1.1 นโยบายการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ สินสาคร โดยจัดให้เป็นนิคมอุตสาหกรรมครบวงจร หรือการรวมกลุ่ม Cluster เพื่อลดต้นทุนการผลิต
- 3.1.2 นโยบายด้านภาษีอากรเพื่อลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และลดอากรสินค้าขาออกในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
- 3.1.3 การให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จาก คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยการปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ เช่น ทำเลที่ตั้ง อัตราการส่งสินค้าออกของบริษัท
- 3.1.4 นโยบายการสร้างให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ต้องปรับตัวรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ พร้อมกับการพัฒนาฝีมือแรงงาน
- 3.1.5 นโยบายจัดให้มีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ 4 แผนงาน
- 3.1.6 นโยบายด้านการอบรมให้การศึกษา และปรับปรุงบุคลากรด้านแรงงาน โดยการขยายระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับจาก 6 ปี เป็น 9 ปี
- 3.1.7 นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมทั้งการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของกิจการ

มาเลเซียรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเรื่องเครื่องจักร การปกป้องอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และนโยบายทางด้านภาษี

รัฐบาลมาเลเซียสนับสนุนผู้ประกอบการในเรื่องการมีเครื่องจักรที่ทันสมัยราคาถูกจากประเทศต่าง ๆ และยังให้ความสำคัญในการปกป้องอุตสาหกรรมนี้ โคนกำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็น “Media Centre of Asia” และจำกัดการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้จากต่างชาติอีกด้วย ในด้านนโยบายภาษีรัฐบาลลดหย่อนภาษีขาย (Sales Tax) สำหรับกระดาษเคลือบที่นำเข้ามาลงไปถึง 10 % เนื่องจากนำเข้ากระดาษนี้ ปีละ 80,000 ตัน นอกจากนี้รัฐบาลมาเลเซียยังได้ออกกฎหมายควบคุมฉลากอาหาร ซึ่งทำให้มีความต้องการพิมพ์ฉลากในอุตสาหกรรมอาหารสูงขึ้น

อินโดนีเซีย มีนโยบายดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศมาลงทุนเพื่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่ไม่ได้ตามเป้าหมาย

เหตุผลของการที่ไม่สามารถดึงดูดเงินลงทุนได้ตามเป้าหมาย คือ ความไม่แน่นอนของกระบวนการยุติธรรม และนโยบายของภาครัฐของประเทศอินโดนีเซีย

สิงคโปร์ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านบุคคล และการสร้างบรรยากาศการสร้างผลผลิตที่ดีที่สุดในประเทศ

การให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เกิดผลทางอ้อมในด้านการบริโภค สิ่งพิมพ์ และประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากแรงงานมีทักษะสูงขึ้น รัฐ และเอกชนร่วมมือ การสร้างเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการพิมพ์นานาชาติ

จีน มีนโยบายเพิ่มอัตราการทำหนังสือพิมพ์ได้ และจัดเมืองแห่งอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อการพัฒนาอย่างรวดเร็ว

การเพิ่มจำนวน หรืออัตราการทำหนังสือพิมพ์ได้ เป็นการส่งเสริมการอ่าน และความต้องการสิ่งพิมพ์ในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ เนื่องจากมีประชากรจำนวนมาก รวมทั้งการจัดพื้นที่ด้านตะวันออกของประเทศ ให้เป็นเมืองแห่งอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ จะทำให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์พัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ฮ่องกง นโยบายเรื่องสาธารณูปโภคทันสมัย ส่งเสริมการศึกษา ข้อตกลงพิเศษกับจีน และอิสระของสื่อ

รัฐบาลฮ่องกงมีนโยบายที่จะสร้างระบบโทรคมนาคม สื่อสาร ทำเรื่อน้ำลึก สนามบินที่ทันสมัย ทำให้การติดต่อ สื่อสาร และขนส่งรวดเร็วมีประสิทธิภาพ เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของประเทศ การส่งเสริมการศึกษา และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการ ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เช่นกันที่รัฐบาลฮ่องกง และจีนมีข้อตกลงพิเศษกันเรื่องภาษี และการเข้าตลาดอย่างเสรีของบรรษัทรวมทั้งการให้อิสระเสรีแก่สื่อในการแสดงออกไม่มีการเซ็นเซอร์ ในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ทำให้มีการเปิดกว้างของการลงทุนในเรื่องสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ

3.2 นโยบายของรัฐบาลของแต่ละประเทศ ที่มีผลด้านลบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ประเทศไทย พระราชบัญญัติ และกฎระเบียบเป็นอุปสรรคต่อการนำเข้า เครื่องมือ และอุปกรณ์ และทำให้มีขั้นตอนการส่งออกมากเกินไป รวมทั้งบางครั้งมีการเก็บภาษีซ้ำซ้อน จากธุรกิจ ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อีกทั้งค่าขนส่งระหว่างประเทศของประเทศไทย มีมูลค่าสูง เนื่องจากประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าทางเรือสูงกว่าประเทศอื่น ๆ

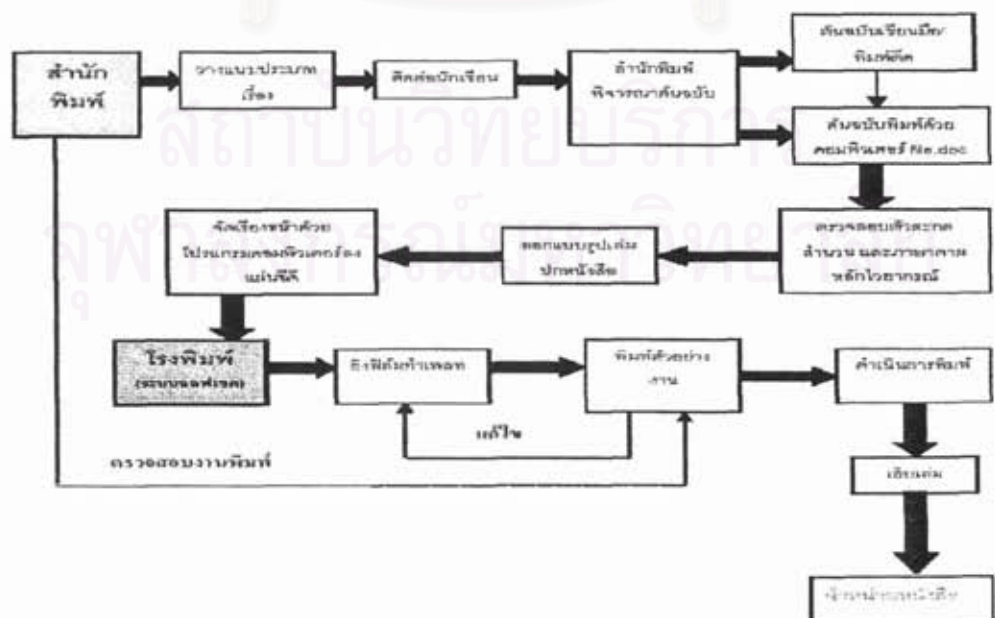
มาเลเซีย จำกัดการลงทุนจากต่างประเทศ รัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายปกป้องการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยจำกัดสัดส่วนในการลงทุนไม่ให้เกิน 30 % หากต่างประเทศต้องการลงทุน 100 % ต้องส่งออกผลิตภัณฑ์ 100 % เช่นกัน

อินโดนีเซีย นโยบายที่ไม่ชัดเจนของรัฐบาล รวมทั้งความไม่ชัดเจนของกระบวนการ ยุติธรรมเป็นอุปสรรค

ในประเทศอินโดนีเซีย ความไม่ชัดเจนของนโยบายรัฐบาล และกระบวนการยุติธรรม ทำให้ภาครัฐไม่สามารถดึงเงินลงทุนจากต่างชาติเข้าประเทศได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

3.3.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์

สินค้าหลักของธุรกิจสำนักพิมพ์ คือ หนังสือ ซึ่งแต่ละสำนักพิมพ์จะแยกกลุ่มของลูกค้าตามความชำนาญของตน เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือเรียน ตำรา หนังสือขนาดเล็ก(Pocket Book) นิตยสาร หนังสือเด็ก หนังสือนวนิยาย ศาสนา ปรัชญา เป็นต้น สินค้าอื่นๆ ได้แก่ ไปสเตอร์ โบรชัวร์ แคตตาล็อก เป็นต้น โดยธุรกิจสำนักพิมพ์จะจัดทำหนังสือ สิ่งพิมพ์ และทำการจัดจำหน่าย สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ ทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการและออกแบบศิลป์ (Art work) เช่น ออกแบบปก รูปเล่ม เป็นต้น กระบวนการการผลิตที่ต่อเนื่องจนเป็นรูปเล่มต้องอาศัยธุรกิจอื่นเข้าร่วมด้วย นับตั้งแต่ได้รับต้นฉบับจากนักเขียน สำนักพิมพ์จะจัดพิมพ์และตรวจสอบต้นฉบับ เลือกกระดาษ ออกแบบปก ออกแบบรูปเล่ม จัดเรียงหน้า ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรม Publishing, PageMaker, Photoshop และนำอาร์ตเวิร์กที่ได้นั้นส่งต่อให้โรงพิมพ์ และร้านเช่ารูปเล่ม สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่อาจผลิตได้ครบวงจร แต่กิจการขนาดย่อมลงมาอาจต้องอาศัยกิจการอื่นให้ผลิตเป็นการต่อเนื่องตามแผนภูมิต่อไปนี้



ที่มา : สถาบันพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในส่วนของการจัดจำหน่ายโดยปกติจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การจัดจำหน่ายโดยตรงไปยังร้านขายหนังสือ ซึ่งมักจะเป็นสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่มีหนังสือจำนวนมาก หรือจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่าย หรือคนกลาง

ภาพรวมของธุรกิจหนังสือ

ธุรกิจหนังสือสามารถ แบ่งออกได้ เป็น 2 กลุ่ม คือหนังสือ กับ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่นเตอร์ ได้จัดทำเอกสาร “ที่สุดในธุรกิจหนังสือ ปี 2548” และ “ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสารปี 2548 ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล” จากฐานข้อมูลซีเอ็ดยูเคชั่นเตอร์ ซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะร้านหนังสือซีเอ็ดยูเคชั่นเตอร์ ร้าน Book Variety และเครือข่ายของซีเอ็ดยูเคชั่นเตอร์ ทั้งหมดรวม 190 สาขา และ 209 จุดขายย่อย จากยอดขายประมาณ 2900 ล้านบาทในสิ้นปี 2548 ถึงแม้จะไม่ใช่อะไรข้อมูลรวมทั้งประเทศ แต่ก็ถือว่าเป็นฐานข้อมูลด้านธุรกิจหนังสือที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และสามารถแสดงให้เห็นภาพในระดับหนึ่งของธุรกิจหนังสือที่มีการเคลื่อนไหวและเติบโตในช่วงเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสถิติการออกหนังสือใหม่ในปี 2548 มีการเติบโตที่ชัดเจนมาก ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.1 แสดงสถิติการออกหนังสือใหม่

ปี	จำนวนที่ขอ ISBN(ปก)	เปลี่ยนแปลง(%)	เข้าร้านหนังสือ(ปก)	เปลี่ยนแปลง(%)	% ของจำนวนISBN	เฉลี่ยปก/วัน	ราคาปกเฉลี่ย(บาท)
2538	-	-	4,780	-	-	13.1	107.92
2539	-	-	6,470	-	-	17.7	109.37
2540	11,243	-	5,787	-	51.47	15.9	113.87
2541	6,720	(40.23)	6,157	6.4	91.62	16.9	125.38
2542	10,236	52.31	9,599	55.9	93.78	26.3	133.52
2543	12,855	25.59	8,425	(12.2)	65.54	23.1	133.46
2544	24,915	93.82	10,028	19.03	40.25	27.5	136.91
2545	28,383	13.92	10,190	1.62	35.90	27.9	138.71
2546	34,370	21.09	10,108	(0.81)	29.41	27.7	144.72
2547	24,723	(28.07)	11,103	9.84	44.91	30.4	163.22
2548	39,850	61.19	11,651	4.94	29.24	31.9	156.72

ที่มา : “ที่สุดในธุรกิจหนังสือ ปี 2548” โดยซีเอ็ดยูเคชั่นเตอร์ และจากการคำนวณของผู้วิจัย

ปกที่ขอ ISBN แต่ไม่เข้าร้านหนังสือ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือภายในของหน่วยราชการ ต่างๆ หนังสือเรียน และหนังสืองานศพ เป็นต้น ในบรรดาหนังสือใหม่ที่จะออกในปี 2548 หมวดวรรณกรรมมีหนังสือออกใหม่มากที่สุดเช่นเดียวกับในปี 2547 แต่หมวดที่มีอัตราการเติบโตของการออกหนังสือใหม่สูงสุดคือหมวดศาสนาและปรัชญา ต่างจากในปี 2547 ที่หมวดคู่มือเรียน-สอบ มีอัตราการออกหนังสือใหม่สูงสุด อย่างไรก็ตามในขณะที่ยปี 2548 หมวดคู่มือเรียน-สอบมีการออกหนังสือใหม่ลดลง ร้อยละ 4.4 สืบเนื่องมาจากในปี 2547 มีหนังสือเกี่ยวกับการเตรียมสอบออกมา มากเพื่อเตรียมตัวสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยวิธีใหม่ในปี 2548 หมวดหนังสือที่มีการออกหนังสือใหม่มากที่สุด 4 อันดับแรก ในปี 2548 ไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2547 ส่วนอันดับที่ 5 ในปี 2547 เป็นหมวดกฎหมาย-สัญญา-ภาษี และอันดับ 6 เป็นหมวดบริหารธุรกิจ โดยแสดงตัวเลขจำนวนปกและอัตราการเติบโต เปรียบเทียบระหว่างปี 2547-2548 ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.2 แสดงหมวดการออกหนังสือใหม่สูงสุด

อันดับ	ชื่อหมวด	จำนวนปก		อัตราการเติบโต(%)	
		2548	2547	2548	2547
1	วรรณกรรม	2,468	2,363	4.4	10.9
2	คู่มือเรียน-สอบ	2,103	2,204	(4.4)	76.3
3	หนังสือเด็ก	1,391	1,332	4.4	(13.4)
4	ศาสนา-ปรัชญา	776	494	57.1	20.2
5	บริหารธุรกิจ	469	472	(0.6)	(4.3)

ที่มา: “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548” โดยซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าในจำนวนปกที่ออกใหม่มีสัดส่วนหนังสือแปลมากขึ้น สูงสุดคือ หมวดวรรณกรรมที่มีหนังสือแปลประมาณร้อยละ 8.2 ในปี 2548 จากร้อยละ 7.5 ในปี 2547 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 17.1 แต่หนังสือแปลที่มีอัตราการเติบโตสูงมากได้แก่ หนังสือในหมวดศาสนา-ปรัชญาและหนังสือเด็กที่มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 125.9 และ 75.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามหนังสือแปลในสองหมวดนี้มีสัดส่วนไม่มากนักเมื่อเทียบกับหนังสือที่ออกใหม่ในหมวดนั้นๆ กล่าวคือคิดเป็นประมาณร้อยละ 0.52 และ 2.23 ตามลำดับ

ในส่วน of หนังสือพิมพ์และนิตยสารนั้น จากเอกสาร “ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสารปี 2548 ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล” หนังสือพิมพ์และนิตยสารมีจำนวน 1043 ชื่อ ทั้งนี้ ไม่รวมนิตยสารที่ออกเฉพาะกิจ การ์ตูน เพลง และ หอย แต่ที่มียอดขายปรากฏชัดเจนมีจำนวน 697

ชื่อ สูงกว่าปี 2547 ที่มี 649 ชื่อ และเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทย 37 ชื่อ ในปี 2548 มีนิตยสารออกใหม่ 96 ชื่อ เพิ่มจากปี 2547 ซึ่งมี 85 ชื่อ

หนังสือพิมพ์อาจจัดแบ่งเป็น 6 ประเภท ซึ่งซีเอ็นบีค ได้จัดอันดับจำนวนขายโดยใช้ยอดขายเฉลี่ย ไตรมาสสุดท้ายของปี 2548 ตารางต่อไปนี้ แสดงหนังสือพิมพ์ที่มียอดขายอันดับ 1 ประเภทต่างๆ ในปี 2548 เปรียบเทียบกับอันดับที่ได้ในปี 2547 เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 3.3.3 แสดงหนังสือพิมพ์ที่มียอดขายอันดับ 1 ประเภทต่างๆ ในปี 2548

ประเภท	หนังสือพิมพ์	อันดับในปี 2547
1. หนังสือพิมพ์รายวัน	ไทยรัฐ	1
2. หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน	ผู้จัดการรายวัน	3
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ละ 2 ฉบับ	ฐานเศรษฐกิจ	1
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์	ผู้จัดการรายสัปดาห์	1
5. หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน	สตาร์ซอกเกอร์	1
6. หนังสือพิมพ์บันเทิง	สยามบันเทิง	-
	Maya Channel	1

ที่มา: สรุปจาก “ที่สุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2548 ในเขตกทม.และปริมณฑล” ซีเอ็นบีคเซ็นเตอร์

จากตารางข้างต้นพบว่าใน หนังสือพิมพ์ 6 ประเภท มี 5 ประเภทที่อันดับ 1 ในปี 2548 ไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากปีก่อน ยกเว้นหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันที่หนังสือผู้จัดการรายวันมียอดขายเป็นอันดับ 1 จากที่เคยอยู่ในอันดับที่ 3 ในปี 2547 และหนังสือสยามบันเทิง ซึ่งหนังสือพิมพ์ที่มียอดขายสูงเป็นอันดับ 1 ไม่แตกต่างกันนักกับอันดับ 2 กล่าวคือยอดขายหนังสือพิมพ์อันดับ 2 ในแต่ละประเภทจะคิดเป็นประมาณร้อยละ 75.1-85.0 ของหนังสือพิมพ์ที่อยู่อันดับ 1

ในส่วนของนิตยสารจัดแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ ถึง 23 ประเภท ซึ่งเป็นการจัดเฉพาะประเภทที่คนทั่วไปสนใจหรือมีการแข่งขันกันสูง และมีจำนวนมากพอที่จะแสดงถึงการเติบโตของภาพรวม ซึ่งซีเอ็นบีค ได้จัดอันดับจำนวนขายโดยใช้ยอดขายสุทธิเฉลี่ย ไตรมาสสุดท้ายของปี 2548 นิตยสารที่ขายดีที่สุด 10 อันดับแรก ซึ่งจะเห็นว่า 5 ใน 10 หัว ที่ขายดีเป็นนิตยสารหัวนอก ได้แก่ CLEO, ทวีพูล, อสท. Gossip star, Spicy คู่สร้าง คู่สม, ELLE, FHM, seventeen และ Cosmopolitan

ปี 2548 มีนิตยสารออกใหม่ 96 ปก แบ่งตามประเภทดังนี้

- นิตยสารวาไรตี้ผู้หญิง บ้านเทิงคารา และการศึกษา 8 ปก
- นิตยสารท่องเที่ยว และรถยนต์ 7 ปก
- นิตยสารเกี่ยวกับสินค้าไฮเทค 6 ปก
- วาไรตี้วัยรุ่นผู้หญิง และธุรกิจการตลาด 4 ปก
- พัฒนาการเด็กเล็ก คอมพิวเตอร์ อาหารและสุขภาพ 3 ปก
- อื่นๆ อีก 35 ปก

นิตยสารออกใหม่ที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ คั้งตัว, Maxim, first mobile next, Real Parenting, Goto, Wallpaper, Mother & Baby, In magazine, ชุบชีพ, Harper's BAZAAR ซึ่งนิตยสาร 5 ใน 10 มาจากนิตยสารหัวนอก เช่นกัน

ตารางต่อไปนี้ แสดงหนังสือที่มียอดขายอันดับ 1 ประเภทต่างๆ ในปี 2548 เปรียบเทียบกับอันดับในปี 2547 ซึ่งส่วนใหญ่แล้วยังคงยึดครองยอดขายอันดับ 1 ไว้ได้อย่างต่อเนื่อง ยกเว้น นิตยสารธุรกิจการเงินการลงทุน ที่นิตยสาร Money & Wealth ซึ่งเป็นของตลาดหลักทรัพย์ และ SME ซึ่งครองราย ที่มียอดขายจากอันดับ 3 ขึ้นมาเป็นอันดับ 1 รวมทั้งนิตยสารคั้งตัวที่เพิ่งออกฉบับแรกเมื่อต้นปี 2548 สามารถมียอดขายขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ได้ นอกจากนั้นก็มิตยสาร Advance Thailand Geographic และ นิตยสารครัว ที่ขยับจากอันดับ 2 ขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในปี 2548

ตารางที่ 3.3.4 แสดงนิตยสารที่มียอดขายอันดับ 1 ประเภทต่างๆ ในปี 2548

ประเภท	นิตยสาร	อันดับในปี 2547
1. วิเคราะห์ข่าวรายสัปดาห์	มติชนสุดสัปดาห์	1
2. ธุรกิจการตลาด/การขาย	Brand Age	1
3. ธุรกิจการเงินการลงทุน	Money & Wealth	3
4. ผู้ประกอบการรายย่อย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SME ซึ่งครองราย ▪ คั้งตัว 	3 -
5. ธุรกิจการบริหาร/จัดการ	ผู้จัดการรายเดือน	1
6. คอมพิวเตอร์	PC Today	1
7. สินค้าไฮเทค	First Mobile	1
8. รถยนต์	XO Autosport	1
9. ท่องเที่ยว	อสท.	1

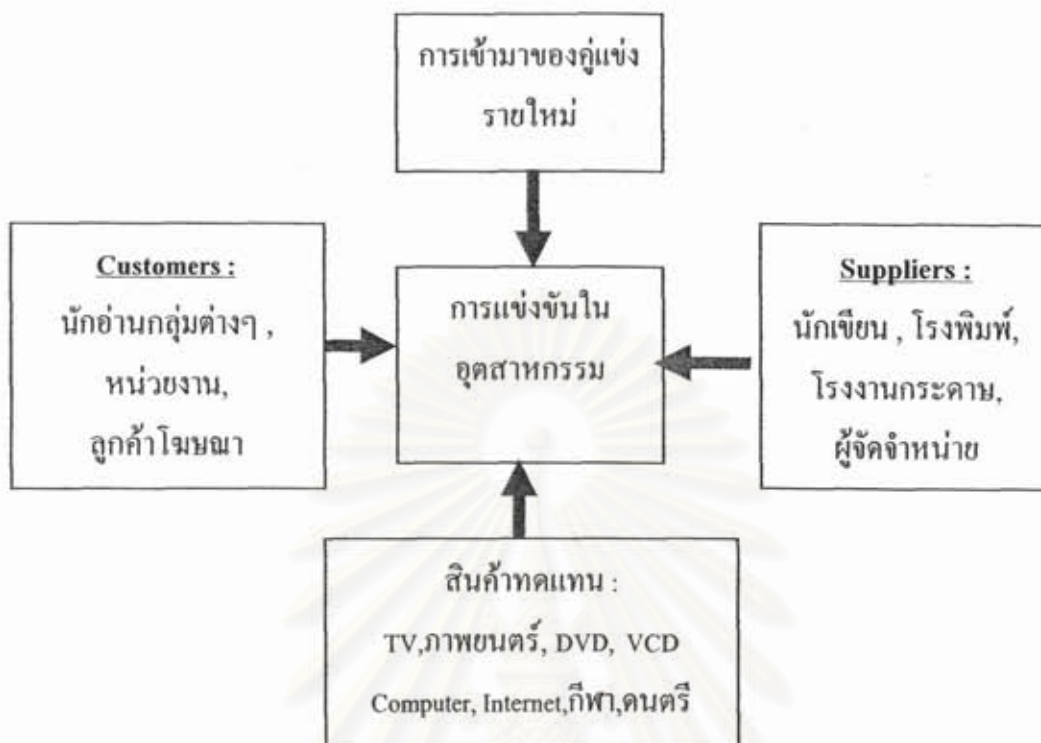
ประเภท	นิตยสาร	อันดับในปี 2547
10. สารคดี	Advance Thailand Geographic	2
11. บ้านและการตกแต่ง	บ้านและสวน	1
12. พัฒนาการเด็กเล็ก	Modern Mom	1
13. อาหารและสุขภาพ	Gourmet & Cuisine	1
14. สุขภาพและความงาม	Slimming	1
15. เมนูอาหารทั่วไป	ครัว	2
16. วาไรตี้สำหรับผู้ชาย	FHM	1
17. วาไรตี้สำหรับวัยรุ่นผู้หญิง	SPICY	1
18. วาไรตี้สำหรับผู้หญิง	CLEO	1
19. วาไรตี้และสาระบันเทิง	A Day	1
20. บันเทิงภาพยนตร์.	Starpics	1
21. บันเทิงดาราทีวี	ทีวีพูล	1
22. บันเทิงประสบการณ์ชีวิตรัก	คู่สร้าง คู่สม	1
23. แฟชั่นผมและความงาม	HAIR	1

ที่มา : สรุปรจาก “ที่สุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2548 ในเขตกทม.และปริมณฑล”
ซีอีคบุ๊กเซ็นเตอร์

ในขณะที่ยอดขายอันดับ 1 และอันดับ 2 ของหนังสือพิมพ์ประเภทต่างๆ ไม่ทิ้งห่างกันมากนัก แต่ในนิตยสารหลายประเภทที่ยอดขายของนิตยสารอันดับ 1 ทิ้งห่างจากอันดับ 2 เท่าตัวและบางประเภททิ้งห่างหลายเท่าตัว เช่น นิตยสารท่องเที่ยว นิตยสารบันเทิงประสบการณ์ชีวิตรัก หรือ แฟชั่นผมและความงาม เป็นต้น

อย่างไร แสดงให้เห็นว่านิตยสารประเภทเหล่านี้มีผู้นำ(Leader) ที่โดดเด่น แต่การแข่งขันอาจจะสูงมากในกลุ่มผู้ตาม(Followers)

ในการพิจารณาภาวะการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์สามารถใช้ตัวแบบ 5 Forces ของ ไมเคิล อี.พอร์เตอร์ ได้ดังนี้



1) การแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในที่นี้จะศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อถึงสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม ได้แก่

1.1 จำนวนคู่แข่ง ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ประมาณ 500 ราย ในจำนวนนี้ 412 ราย เป็นสมาชิกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่จัดตั้งในรูปแบบของบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลประมาณ 350 ราย ในจำนวนนี้เป็นสำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดใหญ่ประมาณ 200 ราย ขนาดเล็กประมาณ 150 ราย นอกจากนั้นยังเป็นสำนักพิมพ์ที่เป็นบุคคลธรรมดา ที่ผลผลิต ไม่แน่นอน

- สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ สำนักพิมพ์ประเภทนี้มีโรงพิมพ์ รวมทั้งร้านจำหน่ายหนังสือของตนเองเช่น สำนักพิมพ์ดอกหญ้า ควงกมล ซีเอ็ดฯ เป็นต้น
- สำนักพิมพ์ขนาดกลาง บางสำนักพิมพ์อาจมีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง หรือจัดจำหน่ายเอง แต่ส่วนใหญ่ยังขาดร้านจำหน่าย
- สำนักพิมพ์ขนาดเล็ก เป็นสำนักพิมพ์ที่ไม่มีทั้งโรงพิมพ์ และร้านหนังสือของตนเอง เนื่องจากขาดเงินทุนหรือเพิ่งเริ่มต้นธุรกิจนี้

(ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. อุตสาหกรรมวรรณศิลป์.ปีที่1,ฉบับที่2 ,2540)

สำนักพิมพ์ที่ไม่มีโรงพิมพ์ของตัวเอง จะทำหน้าที่จัดทำต้นฉบับด้านเนื้อหาสาระและรูปแบบการพิมพ์เพียงอย่างเดียว กล่าวคือทำงานก่อนพิมพ์(Pre-Printing) ต่างๆ ได้แก่ การ

บรรณาธิการ เรียงพิมพ์ พิสูจน์อักษร จัดหาภาพประกอบ ออกแบบอาร์ตเวิร์ก จัดรูปเล่ม แยกสี แต่งภาพและประกอบหน้าด้วยคอมพิวเตอร์ จัดยกคอมพิวเตอร์ และปรุฟสีดิจิตอล ส่วนสำนักพิมพ์ ที่มีโรงพิมพ์ของตัวเอง เมื่อเสร็จงานก่อนพิมพ์ จะส่งโรงพิมพ์ ซึ่งจะทำหน้าที่ 2 ขั้นตอนหลัก คือ กระบวนการพิมพ์(Printing) ได้แก่ การแยกสี ทำฟิล์ม ทำเพลท พิมพ์งานตัวอย่างให้เจ้าของ Approve จัดพิมพ์ และ กระบวนการหลังพิมพ์ (Post Printing) คือ การเข้าเล่มและบรรจุหีบห่อ

ในแต่ละปีสำนักพิมพ์ต่างๆ จะมีสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด ถ้าพิจารณาจากจำนวนปกหนังสือใหม่ ในปี 2548 พบว่า สำนักพิมพ์ 5 อันดับแรกที่มีหนังสือออกใหม่มากที่สุดมีจำนวนใกล้เคียงกันมาก แต่เนื่องจากสำนักพิมพ์ธรรมสภาเป็นหนังสือธรรมะ-ศาสนา และสำนักพิมพ์แม็ค เป็นหนังสือบทเรียนและคู่มือในการเรียนวิชาต่างๆ ซึ่งราคาปกไม่สูง ดังนั้นเมื่อจัดอันดับตามมูลค่าปกรวมแล้ว ทั้งสองสำนักพิมพ์นี้จะไม่ติด 5 อันดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 3.3.5 และ 3.3.6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.5 แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีหนังสือออกใหม่ส่งเข้าร้านหนังสือมากที่สุดในปี 2548

อันดับ	สำนักพิมพ์	จำนวนปก	มูลค่าปกรวม(บาท)	ราคาเฉลี่ย(บาท)
1	สยามอินเตอร์บุ๊ค	258	44,052	170.74
2	อมรินทร์พริ้นติ้ง	254	54,291	213.74
3	ธรรมสภา	249	16,115	64.72
4	เนชั่นบุ๊คส์	245	36,232	147.89
5	แม็ค	242	17,623	72.82

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548” โดยซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

ตารางที่ 3.3.6 แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีมูลค่าราคาปกรวมของหนังสือออกใหม่มากที่สุดในปี 2548

อันดับ	สำนักพิมพ์	มูลค่าปกรวม (บาท)	จำนวนปก	ราคาเฉลี่ย(บาท)
1	อมรินทร์พริ้นติ้ง	54,291	254	213.74
2	สยามอินเตอร์บุ๊ค	44,052	258	170.74
3	เนชั่นบุ๊คส์	36,232	245	147.89
4	มติชน	35,936	214	167.93
5	นานมีบุ๊คส์	34,930	219	159.5

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548” โดยซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

เนื่องจากแต่ละปกหนังสือใหม่ที่ออกมานั้น มีจำนวนจัดพิมพ์ไม่เท่ากัน และมีการตอบรับจากลูกค้าต่างกันจึงควรพิจารณาจำนวนเล่มที่ขายได้และมูลค่ายอดขายของหนังสือใหม่ประกอบด้วย ดังแสดงในตารางที่ 3.3.7 และ ตารางที่ 3.3.8

ตารางที่ 3.3.7 แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีจำนวนเล่มขายของหนังสือออกใหม่มากที่สุด

อันดับ	สำนักพิมพ์	หนังสือออกใหม่(ปก)
1	บันลือสาส์น	71
2	แจ่มใส	148
3	ซีเอ็ด	127
4	นานมีบุ๊คส์	219
5	เนชั่นบุ๊คส์	245
6	สยามอินเตอร์บุ๊คส์	258

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548” โดยซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

ตารางที่ 3.3.8 แสดงสำนักพิมพ์ ที่มีมูลค่ายอดขายของหนังสือออกใหม่มากที่สุด.

อันดับ	สำนักพิมพ์	หนังสือออกใหม่(ปก)
1	นานมีบุ๊คส์	219
2	แจ่มใส	148
3	ซีเอ็ด	127
4	สยามอินเตอร์บุ๊คส์	258
5	อมรินทร์พริ้นติ้ง	254
6	เนชั่นบุ๊คส์	245

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548” โดยซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

1.2 การเติบโตของอุตสาหกรรม

จากการมองภาพรวมของธุรกิจหนังสือ ในด้านต่างๆ เช่น จำนวนการใช้กระดาษ จำนวนปกหนังสือใหม่ การเพิ่มขึ้นของรายได้ / กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ จำนวนประชากรและจำนวนนักเรียนที่เพิ่มสูงขึ้น สามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้น

- จำนวนการใช้กระดาษในเมืองไทยซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่บ่งชี้ถึงการเติบโตของอุตสาหกรรม

- จำนวนปกหนังสือ/นิตยสารใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากการที่หนังสือบางประเภทมีปกใหม่ๆ เพิ่มขึ้นแต่ยอดขายของปกเดิมไม่ได้ลดลง
- การขยายตัวของรายได้ของธุรกิจในอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณา

หนังสือพิมพ์ จำนวน 87 กิจการ และอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ จำนวน 3,286 กิจการ ที่มีอยู่ในฐานข้อมูล Business On Line (BOL) สรุปข้อมูลปี 2545 เปรียบเทียบกับปี 2547 ดังนี้

ตารางที่ 3.3.9 แสดงข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์

	ปี 2545	ปี 2547	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนกิจการ	87	87	-
จำนวนกิจการที่ทำกำไร	39	40	+ 2.6
รายได้(ล้านบาท)	12,728	14,330	+ 12.6
สินทรัพย์รวม(ล้านบาท)	16,565	18,697	+ 12.9
กำไรสุทธิ(ล้านบาท)	1,069	1,577	+ 42.5

ตารางที่ 3.3.10 แสดงข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์

	ปี 2545	ปี 2547	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนกิจการ	3,478	3,286	-5.5
จำนวนกิจการที่ทำกำไร	1,828	2,070	+ 13.3
รายได้(ล้านบาท)	53,481	66,560	+ 24.5
สินทรัพย์รวม(ล้านบาท)	45,239	55,706	+ 23.1
กำไรสุทธิ(ล้านบาท)	4,685	3,425	- 26.9

- จำนวนประชากรของไทยเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในวัยเรียน หากประชากรในวัยอื่นๆ ที่ไม่ใช่วัยเรียนก็เป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญของหนังสือ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร เช่นกัน จากข้อมูลประมาณการจำนวนประชากร ปี 2548-2554 จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่า ในระยะ 5 ปี จากนี้ไปจำนวนประชากรรวมจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปี ละ 0.68% โดยประชากรในวัยเรียนจะลดลง แต่ประชากรในวัยทำงานและวัยเกษียณจะสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูก้าไม่ขยายตัว ดังนั้นควรเน้นการเพิ่มความหลากหลายในตัวสินค้า และกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ

ตารางที่ 3.3.11 แสดงประมาณการจำนวนประชากร 2549-2554

หน่วย : พันคน

อายุ(ปี)	2549	2550	2551	2552	2553	2554	% เติบโต เฉลี่ย/ปี
0-4	4,997	4,984	4,744	4,759	4,824	4,831	(0.66)
5-14	10,375	10,306	10,240	10,168	10,090	10,032	(0.66)
15-24	10,979	10,904	10,831	10,763	10,695	10,644	(0.61)
25-59	32,374	32,834	33,262	33,648	33,982	34,347	1.22
60	6,745	6,910	7,113	7,352	7,638	7,858	3.3
รวม	65,470	65,938	66,190	66,690	67,230	67,712	0.68

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ประมาณการจำนวนประชากรในวัยเรียนจะลดลง แต่เมื่อเปรียบเทียบตัวเลขอัตราส่วนของนักเรียนต่อประชากรจากข้อมูลสถิติประชากรวัยเรียน ปีการศึกษา 2544-2546 และสถิติการศึกษาของประเทศไทย ปีการศึกษา 2546-2547 จากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ(สคช) พบว่าถึงแม้จำนวนประชากรในวัยเรียนจะลดลงแต่จำนวนนักเรียนกลับเพิ่มขึ้น เนื่องจากสัดส่วนของเด็กที่เข้าสู่ระบบการเรียนมีสูงขึ้น ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.12 แสดงอัตราส่วนนักเรียนต่อประชากร ปีการศึกษา 2544-2547

	ระดับการศึกษา				
	ก่อนประถมศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อุดมศึกษา 1	รวม (ล้านคน)
อายุ	3-5	6-11	12-17	18-21	3-21
ปี 2544					
ประชากร	2.821 ล้านคน	5.750 ล้านคน	5.577 ล้านคน	4.16 ล้านคน	18.308
นักเรียน	2.706 ล้านคน	6.056 ล้านคน	4.061 ล้านคน	1.13 ล้านคน	13.953
% นร./ปชก.	95.94	105.32	72.82	27.23	76.21
ปี 2545					
ประชากร	2.682 ล้านคน	5.792 ล้านคน	5.562 ล้านคน	4.07 ล้านคน	18.106
นักเรียน	2.682 ล้านคน	6.097 ล้านคน	3.925 ล้านคน	1.16 ล้านคน	13.864
% นร./ปชก.	100	106.24	70.58	28.50	76.57
ปี 2546					
ประชากร	2.987 ล้านคน	5.808 ล้านคน	5.736 ล้านคน	4.077 ล้านคน	18.608
นักเรียน	2.620 ล้านคน	6.066 ล้านคน	4.115 ล้านคน	1.202 ล้านคน	14.003
% นร./ปชก.	87.7	104.4	71.7	29.5	75.2 5
ปี 2547					
ประชากร	2.991 ล้านคน	5.801 ล้านคน	5.772 ล้านคน	3.939 ล้านคน	18.504
นักเรียน	2.467 ล้านคน	5.968 ล้านคน	4.285 ล้านคน	1.291 ล้านคน	14.011
% นร./ปชก.	82.48	102.9	74.24	32.77	75.72

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ(สกศ)

นอกจากนั้น อัตราการรู้หนังสือของคนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไปที่สามารถอ่านออกเขียนได้ในระยะ 13 ปี ที่ผ่านมา(ปี 2533-2546) มีจำนวนสูงขึ้น รวมทั้งการประชาชนไทยมีศักยภาพสูงขึ้นโดยพิจารณาจากดัชนีการพัฒนามนุษย์ของไทย(Human Resource Development Index-HDI) ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ ในปี 2546 ดัชนี HDI ของไทยอยู่ในอันดับที่ 73 จาก 177 ประเทศ แสดงแนวโน้มว่าประชากรไทยมีศักยภาพในการแสวงหาความรู้จากการอ่านได้มากขึ้น

ตารางที่ 3.3.13 แสดงอัตราการรู้หนังสือ และ ดัชนีการพัฒนามนุษย์ของไทย

	2528	2533	2538	2543	2546
อัตราการรู้หนังสือ	NA	92.4	NA	92.6	92.6
HDI	0.678	0.714	0.749	NA	0.778

ที่มา : <http://hdr.undp.org>.

นอกจากนั้นยังมีปัจจัยบวกด้านต่างๆ ที่ส่งผลถึงแนวโน้มการขยายตัวของตลาดอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ได้แก่ การทำ FTA จะทำให้วัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการพิมพ์มีราคาถูกลง การที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Printing Hub แทนสิงคโปร์ นโยบายของรัฐในการสนับสนุนให้เด็กรักการอ่าน ความร่วมมือระหว่างกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากับสหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ไทยในการจัดตั้งระบบการรวมกลุ่มทางการค้า(Trading Cluster) เป็นต้น

อย่างไรก็ตามปัจจัยลบต่างๆ ก็มีบทบาทในการชะลอการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เช่น ราคาน้ำมัน ภาวะการขาดแคลนกระดาษในบางช่วง ความไม่แน่นอนอันเนื่องมาจากสถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

1.3 โครงสร้างการแข่งขัน

บริษัทผู้ผลิตสิ่งพิมพ์รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ปี 2547 (รวมสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท) อันดับ 1 คือบริษัท วัชรพล จำกัด รายได้รวม 4,762 ล้านบาท รองลงมาคือ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) รายได้รวม 3,030 ล้านบาท อันดับ 3 คือ บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) รายได้รวม 2,856 ล้านบาท

ตารางที่ 3.3.14 แสดงข้อมูลบริษัทที่ผลิตสิ่งพิมพ์รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทยปี 2547 (รวมทุกประเภท)

อันดับ	ชื่อบริษัท	รายได้ปี 2547:ลบ.	% การเติบโต จากปี 2546	อันดับใน 1000 บริษัทแรกที่มีรายได้สูงสุดของประเทศไทย				ที่มาของรายได้หลัก
				2547	2546	2545	2544	
1	วัชรพล จำกัด	4,762	12.4	375	375	396	347	ไทยรัฐ
2	เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด(มหาชน)	3,030	9.0	598	578	695	880	คมชัดลึก,Nation, Biz week/ผู้ผลิตหนังสือ/โรงพิมพ์/รายการโทรทัศน์/วิทยุ
3	ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	2,856	17.6	628	662	695	880	ร้านหนังสือ/ผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิตหนังสือ/การจัดงาน/ค่ายเยาวชน
4	สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	2,456	13.9	722	727	713	639	เคลินิวส์

อันดับ	ชื่อบริษัท	รายได้ปี 2547:อน.	% การเติบโต จากปี 2546	อันดับใน 1000 บริษัทแรกที่มีรายได้ สูงสุดของประเทศไทย				ที่มาของรายได้ หลัก
				2547	2546	2545	2544	
5	โพสต์พับลิชซิ่ง จำกัด(มหาชน)	1,759	24.1	938	978	-	-	Bangkok Post/ Post Today
6	สยามสปอร์ต ซินดิ เคท จำกัด(มหาชน)	1,629	32.7	-	-	-	-	นสพ./นิตยสาร ด้านกีฬา
7	มติชนจำกัด(มหาชน)	1,620	5.0	-	-	-	901	มติชน/ข่าวสด/ ประชาชาติธุรกิจ/ ผู้ผลิต/ผู้จัด จำหน่ายหนังสือ
8	อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชซิ่งจำกัด (มหาชน)	1,332	16.3	-	-	-	-	ผู้ผลิตนิตยสาร/ หนังสือ/โรงพิมพ์/ รายการโทรทัศน์/ จัดงาน/ท่องเที่ยว/ อบรม

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2548 ในเขตกทม.และปริมณฑล” ซีเอ็ดบู๊ตซ์เซ็นเตอร์

อย่างไรก็ตามผู้จัดพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง และมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท มีพนักงานไม่เกิน 100 คน และมีผู้อถือหุ้นเป็นคนไทย

1.4 ลักษณะของสินค้าและบริการ

สินค้าของธุรกิจสำนักพิมพ์ได้แก่ หนังสือเล่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โปสเตอร์ โบรชัวร์ แคตตาล็อก ฯลฯ ซึ่งแต่ละสำนักพิมพ์มีการแบ่งหมวดหมู่ย่อยลงไปตามลักษณะของสินค้า เช่น สำนักพิมพ์ผู้จัดการมีการแบ่งประเภทหนังสือออกเป็น 29 หมวด ศูนย์หนังสือจุฬาฯ แบ่งหนังสือเป็น 7 หมวดใหญ่ และ ประมาณ 50 หมวดย่อย เน้นชั้นบู๊ค แบ่งเป็น 17 หมวด หนังสือพิมพ์และวารสารก็มีการจัดแบ่งหมวดหมู่เช่นเดียวกันเป็นการแยกลักษณะของสินค้าให้เด่นชัดยิ่งขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์ธุรกิจ หนังสือพิมพ์กีฬา นิตยสารวิเคราะห์ เศรษฐกิจ นิตยสารการเงิน/การลงทุน นิตยสารคอมพิวเตอร์ เป็นต้น แต่ละสำนักพิมพ์จะมีจุดเด่นและความเชี่ยวชาญในหนังสือต่างกัน เช่น

- สำนักพิมพ์บัณฑิตสาส์น และ สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ จะเน้นผลิตหนังสือการ์ตูน

- สำนักพิมพ์อักษรภาพออร์คิดส์ เน้นหนังสือเด็กที่สร้างเสริมการเรียนรู้
- สำนักพิมพ์บ้านวรรณกรรมและสำนักพิมพ์เพื่อนดี เน้นผลิตหนังสือนวนิยาย
- สำนักพิมพ์แม่ค เน้นบทเรียน หนังสือคู่มือการเรียน
- สำนักพิมพ์สารคดี ผลิตหนังสือแนวความรู้ทั่วไป การท่องเที่ยว และสารคดี
- สำนักพิมพ์แสงดาว-สร้อยทอง เน้นหนังสือแนววงจ้อย โหราพยากรณ์ ประวัติพระ
- สำนักพิมพ์แสงแดด สร้างจุดขายจากแนวหนังสือประเภทอาหาร
- สำนักพิมพ์เคล็ด ไทย-สยาม เน้นผลิตหนังสือแนวความรู้ที่มีเนื้อหาสาระหนัก เช่น ปรัชญา ศาสนา สารคดี ประวัติศาสตร์ เรื่องสั้น
- สำนักพิมพ์คมบาง ผลิตหนังสือแนวนวนิยาย วรรณกรรมคลาสสิก และบทกวี
- สำนักพิมพ์ไซไหม ผลิตหนังสือแนวบทกลอนสำหรับวัยรุ่น ,หนังสือสำหรับเด็ก
- สำนักพิมพ์ซีเอ็ด เน้นผลิตหนังสือแนวความรู้ทางเทคโนโลยี และความล้ำสมัย
- สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช ผลิตหนังสือแบบเรียน ตำราเรียน วรรณกรรมเยาวชน
- สำนักพิมพ์ต้นอ้อ ,สำนักพิมพ์ผีเสื้อ ,สำนักพิมพ์ชมรมเด็ก ผลิตวรรณกรรมเยาวชน เป็นต้น

ทั้งนี้สำนักพิมพ์อาจมีหนังสือ ประเภทอื่นเสริมด้วยเพื่อความหลากหลายของสินค้า ในขณะที่กิจการขนาดใหญ่ เช่น บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง จำกัด(มหาชน) ซึ่งจัดพิมพ์นิตยสารหลายประเภท เช่น แพรว, บ้านและสวน, WE, ชีวจิต, National Geographic ฯลฯ จะแยกสำนักพิมพ์ออกจากกันรวม 12 สำนักพิมพ์ เพื่อแต่ละสำนักพิมพ์จะได้มุ่งเน้นเฉพาะประเภทไป

ดังนั้น สินค้าในแต่ละกลุ่มจะไม่มี ความแตกต่างกันมากนัก จึงต้องใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของเนื้อหาสาระ ด้านรูปเล่ม เทคนิคการพิมพ์ การใช้วัสดุอุปกรณ์บริการ และช่องทางการจัดจำหน่าย

ในปี 2548 จากฐานข้อมูลของซีเอ็ดบุ๊คส์ หนังสือขายดี 10 อันดับแรก เป็นของ 7 สำนักพิมพ์ และ 5 เล่มเป็นหนังสือด้านธรรมะ ส่วนหนังสือพิมพ์ และนิตยสารได้แสดงไว้แล้วในตารางที่ 3.3.3 และ 3.3.4 ซึ่งแสดงเฉพาะหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่มีจำนวนขายเป็นอันดับ 1 ในแต่ละประเภท ข้อมูลอันดับรองๆ ลงไปสามารถดูได้จาก WWW.Sc-Ed.com

ตารางที่ 3.3.15 หนังสือที่มีจำนวนเล่มขายมากที่สุด ในปี 2548

อันดับ	ชื่อหนังสือ	สำนักพิมพ์	ผู้จัดจำหน่าย	ราคา
1	แฮร์รี่พอร์ดเตอร์ เล่ม 6	นานมีบุ๊คส์	นานมีบุ๊คส์	395
2	เกิดแต่กรรม แม่ชีชนพร 2	มีเดีย ออฟ มีเดียส์	ซีเอ็ด	160
3	เกิดแต่กรรม แม่ชีชนพร	มีเดีย ออฟ มีเดียส์	ซีเอ็ด	160
4	เข้มทิศชีวิต	วงกลม	ซีเอ็ด	195
5	คู่มือ Window XP ฉบับสมบูรณ์	โปรวิชั่น	ดวงกมลสมัย	199
6	เสียดายคนตายไม่ได้อ่าน	ดีเอ็มจี	ไคเร็กซ์มีเดีย	235
7	คู่มือสอบใบขับขี่ฯ	ซีเอ็ด	ซีเอ็ด	49
8	พระราชอำนาจ	-	เค.เค.พับลิชซิ่ง	115
9	หม่า มุกแป๊ก	เวิร์กพอยท์	ซีเอ็ด	150
10	เกิดแต่กรรม แม่ชีชนพร 3	มีเดีย ออฟ มีเดียส์	ซีเอ็ด	160

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548 ” ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

1.5 ข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรม(Exit Barriers)

ในการออกจากธุรกิจสำนักพิมพ์มีข้อจำกัดไม่มากนัก เนื่องจากธุรกิจสำนักพิมพ์ไม่จำเป็นต้องลงทุนในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือ เทคโนโลยีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก นอกจากนั้น ถ้าต้องการเลิกกิจการ ก็สามารถขายอุปกรณ์ที่ใช้ให้กับผู้อื่นได้ไม่ยาก อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ทำธุรกิจสำนักพิมพ์มักจะเข้ามาในธุรกิจนี้ด้วยความรักหนังสือ หรือรับช่วงธุรกิจครอบครัว จึงมีความผูกพัน ทำให้ไม่ยอมเลิกกิจการต่างๆ ที่ไม่ทำกำไรเท่าที่ควร

นอกจากนั้นในกิจการที่มีโรงพิมพ์ของตัวเอง ซึ่งงานหลักที่ป้อนเข้าโรงพิมพ์มาจากสำนักพิมพ์ของกิจการ หากสำนักพิมพ์หยุดดำเนินงานจะกระทบสถานะของโรงพิมพ์ จึงจำเป็นต้องทำกิจการต่อไป

1.6 ความแตกต่างทางพื้นฐานของกลุ่มคู่แข่งในอุตสาหกรรม(Diversity of Rivals)

คู่แข่งในธุรกิจสำนักพิมพ์มีพื้นฐานแตกต่างกัน ทั้งในด้านขนาดและ ความรู้ ประสบการณ์ และเหตุผลในการตั้งสำนักพิมพ์ เช่น

- ตั้งสำนักพิมพ์ในลักษณะ Forward Integration กล่าวคือมีโรงพิมพ์อยู่แล้ว แต่งานที่เข้ามาไม่แน่นอน หรือไม่เต็มกำลังการผลิต ถ้ามีปกหนังสือของตัวเองจะป้อนงานให้โรงพิมพ์ได้สม่ำเสมอ
- เกิดจากความสนใจในบางเรื่อง เช่น สุขภาพ การทำอาหาร การแต่งบ้าน ศาสนา การ์ตูน ไอที ฯลฯ
- เกิดจากการรวมตัวกันทำกิจกรรมบางอย่างแล้วต่อยอดโดยการจัดพิมพ์หนังสือ เช่น ทำธุรกิจสอนกวดวิชา ต้องจัดทำเอกสารที่ใช้สอน จึงพัฒนาจัดพิมพ์จำหน่าย
- สำนักพิมพ์ต่างประเทศเข้ามาดำเนินการ
- สืบทอดธุรกิจครอบครัว

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้สำนักพิมพ์ต่างๆ จะมีพื้นฐานแตกต่างกัน แต่ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ซึ่งนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการรวมกลุ่มกันค่อนข้างดี โดยมีสหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ที่ประกอบด้วย 7 สมาคม และ 2 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่

- สมาคมการพิมพ์ไทย
- สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย
- สมาคมการพิมพ์สกรีนไทย
- สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย
- สมาคมส่งเสริมวิชาชีพการพิมพ์
- สมาคมผู้ผลิตกล่องและกระดาษลูกฟูกไทย
- สมาคมแยกสีแม่พิมพ์เพื่ออุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย
- กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาษ
- ชมรมการจัดพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

เมื่อต้นปี 2548 ได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในการจัดตั้งระบบการรวมกลุ่มทางการค้า(Trading Cluster) เพื่อสร้างเสริมประโยชน์ให้กับกลุ่มธุรกิจ และยังก่อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม เศรษฐกิจโดยรวม นับเป็นการจัดตั้งคลัสเตอร์ทางการค้าแห่งแรกของประเทศไทยอย่างเป็นทางการ นอกจากนั้น สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ดังนั้น ปัจจัยในด้านความแตกต่างทางพื้นฐานของสำนักพิมพ์ไม่มีผลต่อสภาวะการแข่งขันมากนัก

สรุป

ธุรกิจสำนักพิมพ์มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากจำนวนหนังสือใหม่ที่เข้าร้านหนังสือมีมาก จากตัวเลขตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา มีหนังสือใหม่เข้าร้านปีละประมาณ 10,000 - 11,000 ปก เฉลี่ยแต่ละวันมีหนังสือใหม่ออกวางตลาดประมาณ 27-30 ปก สำนักพิมพ์ต่างๆ จึงต้องแข่งขันกันหาต้นฉบับด้วยการติดตามผลงานของนักเขียนที่น่าสนใจทั้งนักเขียนไทย และนักเขียนต่างชาติ รวมไปถึงการแข่งขันพิมพ์หนังสือตามกระแสนิยมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจในเวลานั้น เช่น หนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ ชีวิต สีนามิ หนังสือด้านอาหาร การลดน้ำหนัก หลักธรรมในการดำเนินชีวิต หนังสือชีวิตประสบการณ์ของนักแสดง เป็นต้น ซึ่งก็ต้องยอมรับว่า ทุกสำนักพิมพ์สามารถผลิตหนังสือทำนองเดียวกันได้ แต่ต่างกันที่รูปแบบการนำเสนอ ลักษณะรูปเล่ม และคุณภาพการจัดพิมพ์ ดังนั้นสำนักพิมพ์จึงจำเป็นต้องมีหนังสือใหม่ออกมาอย่างสม่ำเสมอ หรือนำหนังสือเก่ามาปรับเนื้อหา หรือรูปแบบปกใหม่ ทั้งต้องมีระบบการจัดจำหน่าย ตลอดจนการโฆษณา ส่งเสริมการจำหน่ายที่ดีเพื่อจะไม่ต้องรับภาระและความเสี่ยงจากการมีสินค้าค้างสต็อกจำนวนมาก

2) การเข้ามาสู่ธุรกิจผู้จัดพิมพ์ของกลุ่มรายใหม่

ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโต เนื่องจากภาครัฐผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการพิมพ์นานาชาติ ทั้งยังมีนโยบายเน้นการพัฒนาศักยภาพของประชากร โดยการให้ความรู้ และส่งเสริมการศึกษาภาคบังคับที่สูงขึ้น ทำให้จำนวนของผู้ต้องการบริโภคหนังสือทุกประเภทเพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นหนังสือเชิงวิชาการที่ให้ความรู้ด้านต่างๆ เช่น การตลาด บริหารธุรกิจ การเงิน ภาษา คอมพิวเตอร์ เกร็ดความรู้ การพัฒนาตนเอง ความสวยความงาม สุขภาพ ฯลฯ แนวบันเทิง เช่น บทกวี นวนิยาย ดารา การ์ตูน เรื่องสั้น เรื่องแปล วรรณกรรมเยาวชน เป็นต้น ถึงแม้จะเป็นการเติบโตที่เป็นไปอย่างช้าๆ มิได้ก้าวกระโดด แต่ก็ยังมีโอกาสสำหรับผู้ต้องการทำธุรกิจสำนักพิมพ์ที่จะแทรกเข้ามาได้ ถ้าพยายามมองหาตลาดที่ยังมีช่องว่างอยู่ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันก็มีสำนักพิมพ์อยู่เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ผู้ประกอบการสำนักพิมพ์รายใหม่ต้องสร้างความแปลกใหม่ ที่สำคัญต้องเข้าใจว่าผู้อ่านมีจุดประสงค์เพื่อแสวงหาความรู้ และความบันเทิง จึงต้องผลิตหนังสือที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ มีวิธีการนำเสนอ และลักษณะรูปเล่มที่ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน มิฉะนั้นจะแข่งขันกับสำนักพิมพ์เก่าได้ยาก เนื่องจากผู้อ่านบางส่วนยังยึดติดกับชื่อของสำนักพิมพ์อยู่

คุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับผู้ที่จะทำธุรกิจสำนักพิมพ์

- รักการอ่านหนังสือ
- มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตหนังสือ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน
- มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ มานำเสนออยู่เสมอ
- เข้าใจในศิลปะพอสมควร เพื่อสามารถออกแบบปก อาร์ตเวิร์ก เลือกใช้วัสดุพิมพ์ วางรูปเล่ม ฯลฯ ให้เหมาะสม และดึงดูดใจลูกค้า
- มีความรู้และความเข้าใจด้านกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ และด้านภาษี
- มีเครือข่ายในแวดวงการทำหนังสือ หรือเครือข่ายของวงการอื่นๆ ที่รู้กระแสดังกล่าว
- มีเงินทุนจำนวนหนึ่ง สำหรับใช้จ่ายในระยะแรกก่อนที่จะมีรายได้จากการจำหน่ายหนังสือ
- มีทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ และมีทีมงานที่ดี

2.1 การประหยัดเนื่องจากขนาดการผลิต(Economy of Scale)

ในการพิมพ์หนังสือหรือสิ่งพิมพ์ใดๆ จะมีค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าลิขสิทธิ์ จัดทำต้นฉบับ Artwork ค่าฟิล์ม ค่าเพลท เป็นต้น และค่าใช้จ่ายแปรได้ ได้แก่ ค่ากระดาษ หมึกพิมพ์ ค่าแรง ค่าเย็บเล่ม เป็นต้น ดังนั้นถ้าพิมพ์จำนวนน้อยจะมีต้นทุนต่อเล่มสูง ยิ่งพิมพ์จำนวนมากขึ้นเท่าใด ก็จะเฉลี่ยค่าใช้จ่ายคงที่ออกไป ทำให้ต้นทุนต่อเล่มลดต่ำลง โดยทั่วไปสำนักพิมพ์มักจะพิมพ์หนังสือในแต่ละครั้งประมาณ 2,000-3,000 เล่ม เพราะคุ้มกับค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ และยอดขายขั้นต่ำไม่ควรต่ำกว่า 60% ของจำนวนพิมพ์ทั้งหมด เนื่องจากต้นทุนการผลิตหนังสือต่อปกจะอยู่ระหว่าง 5 หมื่นบาทขึ้นไป (เล่มบาง) จนกระทั่งถึงหนึ่งแสนบาท (เล่มหนา) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ ค่ากระดาษ ค่าลิขสิทธิ์ และการตั้งราคาหน้าปก ซึ่งส่วนใหญ่จะ ตั้งราคา 3.5 - 4 เท่าของต้นทุน

2.2 ความแตกต่างของสินค้าและบริการ(Product Differentiate)

ดังได้กล่าวในหัวข้อที่ 1.4) ว่า หนังสือที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรือประเภทเดียวกัน อาจมีแนวทางที่ไม่แตกต่างกันนัก แต่สำนักพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักพิมพ์ที่จะเข้ามาใหม่ จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพ เนื้อหาสาระ รูปเล่ม และการนำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจจาก

ผู้อ่าน นอกจากนั้นการจับทิศทางของตลาดได้ถูก และรวดเร็ว ก็จะได้เปรียบคู่แข่งในการออกหนังสือใหม่ ทำให้มีเวลาในการติดต่อผู้เขียนที่มีคุณภาพ

การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การจัด Event Marketing, การส่งชื่อทาง Internet, บริการจัดส่ง และการทำ CRM(Customer Relationship Management) ก็เป็นอีกหลายๆ ทางในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจสำนักพิมพ์

2.3 เงินลงทุน(Capital Requirement)

เงินลงทุนที่ใช้ในการตั้งธุรกิจสำนักพิมพ์ เริ่มตั้งแต่ 500,000 – 1,000,000 บาท โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- เงินลงทุนในการตกแต่งสำนักงาน เครื่องใช้ อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น
- เงินทุนหมุนเวียน ที่ต้องเตรียมไว้ใช้จ่ายในช่วงเริ่มต้นกิจการก่อนที่จะมีรายได้เข้ามา ได้แก่ ค่าเช่าสำนักงาน เงินเดือน ค่าจ้างโรงพิมพ์ ค่าลิขสิทธิ์ต้นฉบับ ซึ่งมักจะต้องจ่ายเมื่อพิมพ์งาน ค่าจัดจำหน่าย ค่ากระดาษซึ่งต้องสต็อกไว้ล่วงหน้า เนื่องจากมีความผันผวนสูง ยิ่งสำนักพิมพ์มีหนังสือออกใหม่หลายปก ก็จะต้องสำรองเงินหมุนเวียนในส่วนนี้ไว้สูง ทั้งนี้อาจสูงถึงร้อยละ 75-80 ของเงินลงทุนทั้งหมด

2.4 ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost)

ในด้านค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้าของธุรกิจสำนักพิมพ์ จะไม่เห็นชัดเจนนัก และมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสินค้า ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม หรือนิตยสาร ลูกค้านักพิมพ์ที่เป็นหนังสือพิมพ์และนิตยสาร แยกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มผู้อ่าน การไม่เปลี่ยนสินค้าไม่ใช่เป็นเพราะมีค่าใช้จ่าย แต่ส่วนใหญ่เป็นเพราะมีความภักดีต่อตราสินค้า ดิคนักเขียน ดิคคอลัมน์ ดิครูปเล่ม เป็นต้น
- กลุ่มลูกค้าโฆษณา ซึ่งประกอบด้วยบริษัทห้างร้านที่ต้องการซื้อพื้นที่โฆษณาของคนและบริษัทตัวแทนโฆษณา กลุ่มนี้อาจมีการเปลี่ยนไปโฆษณาหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารฉบับอื่นได้ ถ้ามีข้อเสนอที่ดีกว่า โดยอาจจะมีค่าใช้จ่ายในด้านการทำบล็อกใหม่ อย่างไรก็ตามลูกค้ามักจะคำนึงถึงคุณภาพเป็นอันดับแรก

ในส่วนของหนังสือเล่มลูกคือผู้อ่านซึ่ง สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ง่าย เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมาก และมีสินค้าออกใหม่เฉลี่ยวันละ 27-30 ปก โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า

2.5 การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย (Access to Distribution Channel)

สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่จะทำการจัดจำหน่ายเอง เนื่องจากมีสินค้าจำนวนมาก และมีเครือข่ายพร้อมอยู่แล้ว แต่สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีเงินทุนไม่มากรวมทั้งสำนักพิมพ์รายใหม่มักจะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือว่าจ้างบริษัททำการจัดจำหน่ายให้ ยกเว้นจะมีธุรกิจอื่นที่เชื่อม โขงกันสามารถเอื้อประโยชน์กันได้ ทำให้จัดจำหน่ายเองในต้นทุนที่ยอมรับได้

2.6 ต้นทุนที่ไม่สามารถลดเลียนแบบได้ (Cost Disadvantage of Scale or Absolute Cost Advantage)

สำนักพิมพ์บางรายทำธุรกิจมาเป็นเวลานาน มีประสบการณ์และสั่งสมชื่อเสียงจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า จะไม่มีค่าใช้จ่ายสูงมากในการหาลูกค้าใหม่หรือนักเขียน สำหรับผู้ประกอบการใหม่อาจเสียเปรียบในการผลิตเพื่อจำหน่ายที่มีขนาดที่จะได้รับการประหยัดที่เกิดจากขนาดพิมพ์ และจำหน่ายได้ ทำให้ต้นทุนต่อเล่มสูงกว่าผู้ประกอบการเดิม

สรุป

ข้อจำกัดในการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่มีไม่มากนัก ในส่วนของเงินลงทุนนั้นไม่สูงมากนัก ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายด้านทำเลที่ตั้งสำนักงานและจำนวนเงินทุนหมุนเวียน ถ้าต้องซื้ออาคารสำนักงานก็ต้องใช้เงินทุนสูงกว่าเช่า อย่างไรก็ตามทำเลที่ตั้งสำนักพิมพ์ไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญ เพราะไม่จำเป็นต้องอยู่ในย่านธุรกิจ และไม่ต้องลงทุนตกแต่งสำนักงานเพื่อรับลูกค้ามากนัก โดยเฉพาะถ้าเป็นสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก มักจะต้องเป็นฝ่ายออกไปพบลูกค้า นอกจากนั้นการจัดพิมพ์หนังสือมีการประหยัดจากขนาดการผลิต และเป็นการผลิตที่มีรอบเวลาการผลิตที่ค่อนข้างนาน กว่าที่จะจัดจำหน่ายและได้ผลตอบแทนเข้ามา บางครั้งใช้เวลาหลายเดือน ซึ่งระหว่างคั้งนั้นจะมีเงินทุนจำนวนหนึ่งที่จมอยู่ในส่วนนี้ คั้งนั้น ผู้ที่จะเข้ามาในธุรกิจสำนักพิมพ์จะต้องมีการบริหารจัดการด้านการเงินที่ดี เพื่อไม่ให้เงินหมุนเวียนติดขัด

กล่าวได้ว่าคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ไม่ยาก แต่การจะดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดได้นั้น จะต้องใช้ความพยายาม ความอดทน และความสามารถในการนำเสนอสิ่งที่แตกต่าง และบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

3) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

หนังสือแต่ละเล่มแต่ละประเภทมีกลุ่มลูกค้าต่างกัน จึงมีความต้องการ มีพฤติกรรมในการบริโภค และการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน สำนักพิมพ์จึงต้องวิเคราะห์ เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้อ่าน เพื่อจะได้ผลิตสินค้าตรงตามความต้องการ ทั้งในด้านคุณภาพ ขนาด รูปเล่ม และราคา

3.1 ผู้ซื้อที่เป็นนักอ่านกลุ่มต่างๆ

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อเหล่านี้จะแตกต่างกันระหว่างผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม และนิตยสาร

- ผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากสินค้ามีความแตกต่างกันน้อย
 - ผู้ซื้อนิตยสาร มีอำนาจต่อรองต่ำ สำนักพิมพ์สามารถกำหนดราคาได้ เนื่องจากลูกค้ามีความภักดีในตราสินค้า และสินค้ามีความแตกต่างกันถึงแม้จะเป็นนิตยสารประเภทเดียวกันก็ตาม
 - ผู้ซื้อหนังสือเล่ม มีอำนาจต่อรองสูงในประเด็นที่สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ง่าย
- เนื่องมาจากมีสินค้าให้เลือกมาก โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า และในการตัดสินใจซื้อผู้ซื้อมักพิจารณาคุณภาพ ได้แก่ เนื้อหา รูปเล่ม คุณภาพการจัดพิมพ์ และราคา

3.2 ลูกค้าโฆษณา

ผู้ซื้อโฆษณาในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ มีอำนาจต่อรองสูง การขายจะขายผ่านพนักงานขายให้แก่บริษัทตัวแทนโฆษณา ที่ดำเนินการซื้อพื้นที่ลงโฆษณาให้บริษัทห้างร้านที่เป็นลูกค้า หรือขายให้แก่บริษัทห้างร้านที่ต้องการซื้อพื้นที่ลงโฆษณาโดยตรง แต่ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารฉบับที่ยอดขายสูง คิดตลาด อำนาจต่อรองของลูกค้าจะลดลง

4) อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

4.1 นักเขียน

ต้นฉบับจากนักเขียนนับเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ที่จะส่งผลถึงคุณภาพของหนังสือ สำนักพิมพ์ต้องมีการวางแผนเลือกแนวหนังสือที่จะผลิต เลือกนักเขียนหรือนักแปล แล้วทำการติดต่อ เจรจากกลงเรื่องค่า ลิขสิทธิ์ ซึ่งโดยปกติจะไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของราคาปก คูณด้วยจำนวนพิมพ์ และทำสัญญา อำนาจต่อรองของนักเขียน/นักแปลขึ้นอยู่กับความมีชื่อเสียง ของนักเขียน/นักแปล แต่ละท่าน และเรื่องที่กำลังอยู่ในความนิยมของตลาดในขณะนั้น โดยรวมแล้วนับว่านักเขียนมีอำนาจต่อรองเหนือสำนักพิมพ์

จากฐานข้อมูลซีเอ็ดบุ๊กส์เซ็นเตอร์ ซึ่งไม่รวมหนังสือการ์ตูน คู่มือการเรียน-สอบ และ พจนานุกรม ระบุว่านักเขียน/นักแปลไทยที่มียอดขายหนังสือเป็นจำนวนเล่มและเป็นจำนวนเงินมากที่สุด ในปี 2548 คือ บุรพา ผดุงไทย และสุมาลี บำรุงสุข ดังแสดงในตารางที่ 3.3.16 และ 3.3.17

ตารางที่ 3.3.16 นักเขียน/นักแปลไทยที่มีจำนวนเล่มขายมากที่สุด

อันดับ	อันดับปี 2547	นักเขียน/นักแปล	ผลงานโดดเด่น
1	-	บุรพา ผดุงไทย	เกิดแต่กรรม แม่ชีชนพร 1-3
2	-	สุมาลี บำรุงสุข	แฮร์รี่พอร์ดเตอร์
3	1	เบญจวรรณ์	คู่มือสู้ชีวิต ให้กำลังใจในการดำเนินชีวิต เทคนิคการประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง
4	-	ฐิตินาถ ณ พัทลุง	เข้มทิศชีวิต
5	-	สมปอง กงนิ่ม	ใช้รถอย่างคุ้มค่า

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548 ” ซีเอ็ดบุ๊กส์เซ็นเตอร์

ตารางที่ 3.3.17 นักเขียน/นักแปลไทยที่มียอดขาย(จำนวนเงิน)มากที่สุด

อันดับ	อันดับปี 2547	นักเขียน/นักแปล	ผลงานโดดเด่น
1	-	สุมาลี บำรุงสุข	แฮร์รี่พอร์ดเตอร์
2	5	บุรพา ผดุงไทย	เกิดแต่กรรม แม่ชีชนพร 1-3
3	-	ฐิตินาถ ณ พัทลุง	เข้มทิศชีวิต
4	-	คังคณ	เสียดายคนตายไม่ได้อ่าน เตรียมเสบียงไว้ เลี้ยงตัว
5	-	RABBIT	ห้วยโมขแห่งบารามาส(วรรณกรรมแปล)

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548 ” ซีเอ็ดบุ๊กส์เซ็นเตอร์

นอกจากจะพิจารณาจากจำนวนขายทั้งในส่วนที่เป็นจำนวนเล่มและเป็นจำนวนเงินแล้ว ควรคำนึงถึงระยะเวลาที่มีหนังสือขายคิดอันดับด้วย พบว่านักเขียน/นักแปลที่มีรายการหนังสือคิดอันดับอยู่ใน 20 อันดับที่ขายดีสูงสุด ในปี 2548

ตารางที่ 3.3.18 นักเขียน/นักแปลไทยที่มีรายการหนังสือคิดใน 20 อันดับขายดีมากที่สุด

อันดับ	นักเขียน/นักแปล	นามปกกา	จำนวนรายการ	สำนักพิมพ์
1	อำนาจ ภิรมย์อนุกุล	น.นพรัตน์	17	สยามอินเตอร์ บุ๊คส์
2	บุรพา ผดุงไทย	-	6	มีเดีย ออฟ มี เดียส์
3	ไพบูลย์ ปิตะเสน	-	5	สยามอินเตอร์ บุ๊คส์
4	ทีมงาน ESRI(Thailand)	-	4	ซีเอ็ด
	พระอาจารย์วัชรพันธ์ ชุตินิโณ	ชุตินิโณ	4	ไข่มุก

ที่มา : “ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548 ” ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

4.2 โรงพิมพ์

โรงพิมพ์ เป็นผู้ให้บริการพิมพ์เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้แก่ งานพิมพ์เอกสาร หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ โบชัวร์ โปสเตอร์ ใบเสร็จ แบบฟอร์ม กระดาษหัวจดหมาย ของจดหมาย ก่อ่ง ฉลาก สติกเกอร์ ปฏิทิน การ์ดและนามบัตร เป็นต้น ผู้ว่าจ้างพิมพ์อาจจะเป็น บุคคลธรรมดา สำนักพิมพ์ บริษัทห้างร้านเอกชน หรือหน่วยงานของรัฐ ปัจจุบันมีโรงพิมพ์เป็น จำนวนมากกว่า 2000 ราย ทำให้มีการแข่งขันสูง โรงพิมพ์หลายแห่งจึงพยายามขยายบริการให้ครบ วงจร โดยให้บริการในด้านการออกแบบ ให้คำปรึกษาและจัดทำ Artwork การเลือกวัสดุพิมพ์ จัดทำ ดันฉบับ และตัวอย่างชิ้นงานให้ลูกค้าตรวจสอบ เมื่อเป็นที่พอใจแล้ว จึงทำการจัดพิมพ์ เย็บเล่ม และบรรจุหีบห่อ โรงพิมพ์ขนาดใหญ่อาจจะดำเนินงานเองทั้งหมด แต่โรงพิมพ์ขนาดเล็กซึ่งมีอยู่ เป็นจำนวนมาก จะไม่มีบริการเรื่องการออกแบบ เมื่อได้ต้นฉบับจากลูกค้าจะจัดจ้างร้านแยกสี ชิงฟิล์มทำเพลท แล้ว โรงงานจะจัดพิมพ์ แล้วส่งร้านเย็บเล่ม ดังนั้นสำนักพิมพ์ต้องเลือกโรงพิมพ์ที่ เหมาะสม มีคุณภาพตามที่ต้องการ

โดยทั่วไปแล้วโรงพิมพ์ไม่มีอำนาจต่อรองกับสำนักพิมพ์มากนัก เนื่องจากมีการแข่งขันสูง และสำนักพิมพ์ที่มีศักยภาพมีโอกาสที่จะขยายขอบข่ายเข้ามาในธุรกิจโรงพิมพ์ได้ ถึงแม้จะต้องใช้ เงินลงทุนค่อนข้างสูงก็ตาม

4.3 ผู้ผลิตกระดาษ

กระดาษเป็นวัตถุดิบหลักของการผลิตสิ่งพิมพ์ โดยคิดเป็นต้นทุนกว่าร้อยละ 50 กระดาษที่ใช้มีทั้งกระดาษปอนด์ กระดาษอาร์ต กระดาษปรีฟ กระดาษถนอมสายตา และกระดาษแข็งทำปก ปัจจุบันมีโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ 6 แห่งและโรงงานผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่น้อยราย ที่สำคัญ ได้แก่ บริษัทไทยเปเปอร์ ในกลุ่มปูนซิเมนต์ไทยและบริษัทในกลุ่มแคว้นซ้อะโกร ซึ่งบริษัทเหล่านี้มีอำนาจต่อรองค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่ราคากระดาษสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากราคาน้ำมัน

ตารางที่ 3.3.19 แสดงตัวอย่างราคากระดาษ

หน่วย : บาท

ลำดับ	รายการ	ราคากลาง/รีม
1	กระดาษปอนด์ขาวพิเศษ 60 แกรม ขนาด 24 x 35 นิ้ว	608.83.
2	กระดาษปอนด์ขาวพิเศษ 70 แกรม ขนาด 24 x 35 นิ้ว	690.15
3	กระดาษปอนด์ขาวพิเศษ 60 แกรม ขนาด 31x 43 นิ้ว	966.21
4	กระดาษปอนด์ขาวพิเศษ 70 แกรม ขนาด 31x 43 นิ้ว	1,094.61
5	กระดาษอาร์ตด้านสีขาว 130 แกรม ขนาด 31 x 43 นิ้ว	2,182.80
6	กระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า 210 แกรม ขนาด 31 x 43 นิ้ว	3,864.84
7	กระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า 230 แกรม ขนาด 31 x 43 นิ้ว	4,232.92

ที่มา : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.4 ผู้จัดจำหน่าย

เมื่อสำนักพิมพ์รับหนังสือจากโรงพิมพ์มาแล้ว ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารจะทำการจัดจำหน่ายผ่านทางเอเจนต์หรือสายส่ง เพื่อกระจายสินค้าออกไปตามร้านหนังสือหรือแผงหนังสือในเขตกรุงเทพ ปริมณฑลและต่างจังหวัดให้ทั่วถึง แต่ถ้าเป็นหนังสือเล่ม จะใช้พนักงานขายเป็นผู้ติดต่อลูกค้า ทั้งนี้พนักงานขายจะต้องออกเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี คอยเช็คยอดสินค้า ให้คำแนะนำลูกค้าในการวางสินค้า จัดร้าน และวางบิลเก็บเงิน การฝากขายนั้นจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณร้อยละ 30-40 ของยอดขาย

แต่ถ้าสำนักพิมพ์ไม่ทำการจัดจำหน่ายเอง จะว่าจ้างบริษัทผู้จัดจำหน่ายดำเนินการให้ก็ได้ ผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่จะมีธุรกิจสำนักพิมพ์อยู่แล้ว จากนั้นจึงขยายธุรกิจไปข้างหน้า(Forward Integration) เป็นบริษัทผู้จัดจำหน่าย หรือบางบริษัทมีร้านหนังสือ แล้วมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจัดจำหน่าย จึงทำ Backward Integration โดยตั้งบริษัทจัดจำหน่ายหนังสือขึ้น บริษัทผู้จัดจำหน่ายมีเอเจนต์และสายส่งอยู่แล้ว มีเครือข่ายร้านหนังสือและแผงหนังสือต่างๆ อยู่แล้ว ทำให้ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าต่ำกว่าสำนักพิมพ์ดำเนินการเอง รวมทั้งการค่าใช้จ่ายในการฝากขายร้านหนังสือจะคิดจากผู้จัดจำหน่ายในอัตราที่ต่ำกว่าคิดจากสำนักพิมพ์ นอกจากนี้บริษัทผู้จัดจำหน่ายจะมีความชำนาญพื้นที่ และมีช่องทางการกระจายสินค้าที่หลากหลาย เช่น ใช้ระบบสมาชิก ใช้หน่วยขายเคลื่อนที่ไปตามหน่วยงานต่างๆ เช่น ศูนย์การค้า มหาวิทยาลัย โรงเรียน หรือตามงานต่างๆ ใช้การขายตรง ใช้ Direct Mail ใช้ E-Commerce โดยจัดทำ Website ของบริษัทเพื่อจำหน่ายหนังสือผ่าน Internet

ตารางที่ 3.3.20 แสดงผู้จัดจำหน่ายหนังสือที่มีหนังสือออกใหม่เป็นจำนวนปกมากที่สุด

อันดับ	ผู้จัดจำหน่าย	อันดับปีก่อน	จำนวนปก		มูลค่าปกรวม(บาท)		ราคาปกเฉลี่ย (บาท)
			2548	2547	2548	2547	
1	บมจ.ซีเอ็ดยูเคชั่น	1	1,138	1,040	206,022	197,154	181.04
2	อมรินทร์บุ๊กเซ็นเตอร์	4	932	513	172,157	92,726	184.72
3	บจก.ชนบรรณปิ่นเกล้า	2	652	650	97,989	92,991	150.29
4	บจก.เคล็ดไทย	3	630	616	95,715	95,699	151.93
5	ศูนย์หนังสือจุฬาฯ	-	406	309	90,997	69,025	224.13

ที่มา: "ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548" ซีเอ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์

ตารางข้างต้นแสดงบริษัทผู้จัดจำหน่ายที่มีจำนวนปกสินค้าออกใหม่มากที่สุด 5 อันดับแรก ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะมีผลงานคิดอันดับเช่นเดียวกับปีก่อน ยกเว้นศูนย์หนังสือจุฬาฯที่เพิ่งคิดอันดับ 5 ในปีนี้ ด้วยอัตราการเติบโตของจำนวนหนังสือใหม่ประมาณร้อยละ 31

ส่วนบริษัทผู้จัดจำหน่ายหนังสือที่มียอดขาย(จำนวนเงิน) สูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2547 และ 2548 ก็คือบริษัทซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด(มหาชน) บริษัทอมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ บริษัทดวงกมลสมัย บริษัทนานมีบุ๊คส์ และบริษัทเคล็ดไทย จำกัด

โดยปกติเมื่อวางจำหน่ายหนังสือไปแล้วเป็นเวลา 3-6 เดือน ผู้จัดจำหน่ายจะเก็บเงินจากร้านหนังสือ และนำส่งสำนักพิมพ์ จากนั้นหากยังมียอดขายต่อเนื่อง ผู้จัดจำหน่ายจะชำระเงินให้แก่สำนักพิมพ์เป็นงวดๆ เช่น 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี เป็นต้น

อำนาจต่อรองของผู้จัดจำหน่ายต่อสำนักพิมพ์จะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับ คุณภาพหนังสือเป็นที่ต้องการของตลาดมากน้อยเพียงใด จำนวนปกหนังสือและความสัมพันธ์ของสำนักพิมพ์กับผู้จัดจำหน่าย อย่างไรก็ตามผู้จัดจำหน่ายมีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นยอดขายของหนังสือและมีความใกล้ชิดกับลูกค้า ทำให้ทราบข้อมูลความต้องการ ความพอใจ ไม่พอใจ และพฤติกรรมต่างๆ ของลูกค้าได้เร็ว ซึ่งถ้าสำนักพิมพ์มีการทำงานที่ใกล้ชิดกับผู้จัดจำหน่ายก็จะสามารถปรับปรุงสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งวางกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

5) สินค้าทดแทน (Treat of Substitute Product or Services)

สินค้าที่จะมาทดแทนหนังสือ นั้น สามารถแยกได้เป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งคือสินค้าที่ให้เนื้อหาสาระเหมือนกันแต่เปลี่ยนรูปแบบ จากหนังสือเป็นผ่านสื่อประเภทอื่น ได้แก่ Computer, Internet, E-book, วิดีโอ, เทป, ซีดี ฯลฯ และเป็นลักษณะ On-Demand กล่าวคือสามารถหยิบใช้ได้เมื่อต้องการ เช่นเดียวกับหนังสือที่หยิบอ่านเมื่อใดก็ได้ที่ต้องการ สินค้าทดแทนที่ให้เนื้อหาสาระเช่นเดียวกับหนังสือแต่มิได้เป็นลักษณะ On-Demand คือ รายการวิทยุ โทรทัศน์ ที่ต้องฟัง/ดู ตามเวลาที่กำหนด สินค้าทดแทนอีกส่วนหนึ่งคือ สินค้าที่ใช้เวลาของลูกค้าแทนการอ่านหนังสือ เช่น การเล่นเกม ออกกำลังกาย เล่นดนตรี ชมภาพยนตร์ สังสรรค์กับเพื่อนหรือครอบครัว หรือทำงานอดิเรกอื่นๆ เป็นต้น จึงนับได้ว่าสินค้าที่จะทดแทนหนังสือนั้นมีมาก

สรุปสถานะการแข่งขันในธุรกิจสำนักพิมพ์

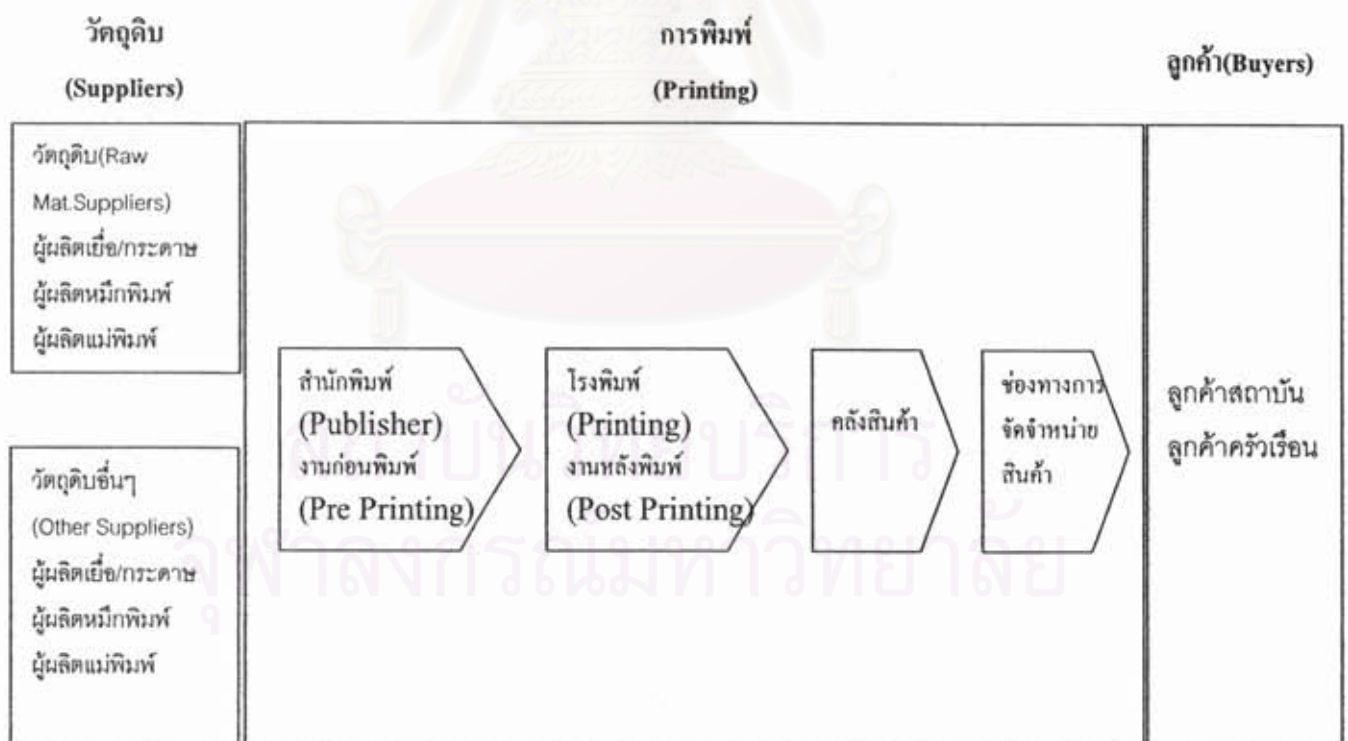
	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแข่งขัน
1. การแข่งขันในปัจจุบัน	
- จำนวนคู่แข่ง	มากมาย ส่วนใหญ่เป็นสำนักพิมพ์ขนาดเล็กที่ไม่มีโรงพิมพ์ และไม่มีบริษัทจัดจำหน่ายของตัวเอง
- การเติบโตของอุตสาหกรรม	มีการเติบโต แต่ในอัตราที่ค่อนข้างช้า กว่าที่ควรจะเป็น
- โครงสร้างการแข่งขัน	มีการแข่งขันสูง โดยเน้นที่การสร้างตราสินค้า รวมทั้งคุณภาพของหนังสือ เพื่อสร้างความแตกต่าง สำนักพิมพ์ที่มีศักยภาพมักจะขยายตัวไปเป็นผู้จัดจำหน่ายหนังสือด้วย
- การออกจากอุตสาหกรรม	ทำได้ง่าย
- ลักษณะสินค้าและบริการ	สินค้าหลักคือหนังสือ ซึ่งมีขอบเขตเนื้อหาที่กว้างขวางมาก สำนักพิมพ์จำเป็นต้องออกหนังสือปกใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- ความแตกต่างทางพื้นฐานของคู่แข่ง	มีความแตกต่างกันมาก ทำให้การแข่งขันสูง
2. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	
- การประหยัดเนื่องจากขนาดการผลิต	ในการพิมพ์หนังสือธรรมดาที่ต้นทุนไม่สูงจะต้องพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 2000-3000 เล่ม แต่ถ้าเป็นหนังสือที่ใช้กระดาษ หมึกพิมพ์ คุณภาพดี ภาพสีสวยงาม ต้องพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 10,000 เล่มจึงจะประหยัด
- ความแตกต่างของสินค้าและบริการ	สำนักพิมพ์ต้องเน้นความแตกต่างในด้านการสร้างตราสินค้า
- เงินลงทุน	ไม่สูงมาก ทำให้คู่แข่งใหม่เข้ามาได้ง่าย ส่งผลให้การแข่งขันสูง
- ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า	ไม่มี ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย
- การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย	สำนักพิมพ์รายใหม่มักต้องอาศัยบริษัทผู้จัดจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าให้ทั่วถึง
3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	
- ผู้ซื้อที่เป็นนักอ่านทั่วไป	ผู้ซื้อหนังสือพิมพ์และหนังสือเล่ม มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมาก และไม่มี ความแตกต่าง ส่วนหนังสือเล่มถึงแม้เนื้อหาจะมีความแตกต่างกัน แต่มีสินค้าที่สามารถทดแทน

	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแข่งขัน
	กัน ได้มาก ผู้ซื้อสินค้า ไม่มีอำนาจต่อรองมากนัก เนื่องจากมีความภักดีในตราสินค้า และลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้า
- ผู้ซื้อโฆษณา	มีอำนาจต่อรองสูง
4.อำนาจต่อรองของ Suppliers	
- นักเขียน/นักแปล	มีอำนาจต่อรองเหนือสำนักพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเขียน/นักแปลที่มีชื่อเสียง มีผลงานที่มีคุณภาพ หรือคิดตลาดอยู่แล้ว
- โรงพิมพ์	ไม่มีอำนาจต่อรองกับสำนักพิมพ์ เนื่องจากมีจำนวน โรงพิมพ์จำนวนมาก ทำให้การแข่งขันระหว่างกันสูง เว้นเสียแต่จะมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่คู่แข่งไม่มี
- ผู้ผลิตกระดาษ	มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากมีผู้ผลิตรายใหญ่น้อยราย
- ผู้จัดการจำหน่าย	มีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากให้บริการในการกระจายสินค้าโดยมีเครือข่ายเอเจนต์และสายส่งที่ชำนาญ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย
5. สินค้าทดแทน	มีมากทั้งทางตรงและทางอ้อม
สรุป	ธุรกิจสำนักพิมพ์มีการแข่งขันสูง เนื่องจากคู่แข่งปัจจุบันมีจำนวนมาก การเข้าสู่ธุรกิจสามารถทำได้ง่าย แต่จำเป็นต้องมีเงินทุนพอสมควร เพราะในการจัดพิมพ์หนังสือต้องพิมพ์จำนวนมากพอจึงจะประหยัด นอกจากนั้นอำนาจต่อรองทั้งจากผู้ซื้อและจาก Suppliers ค่อนข้างสูง ทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีโอกาสทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจ มีการเติบโต และมีการสนับสนุนจากรัฐในการผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการพิมพ์ มีการสร้างนิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์สินค้า และมีความพยายามในการเพิ่มการบริโภคหนังสือและสิ่งพิมพ์ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อีกทั้งยังมีการรวมตัวกันจัดตั้งคลัสเตอร์ทางการค้าขึ้น

3.3.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของธุรกิจโรงพิมพ์

โรงพิมพ์ เป็นผู้ให้บริการผลิตสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้แก่ งานพิมพ์เอกสาร หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ โบชัวร์ โปสเตอร์ ใบเสร็จ แบบฟอร์ม กระดาษห้วงคหมาข ของจดหมาย กล่อง ฉลาก สติกเกอร์ ปฏิทิน การ์ดและนามบัตร เป็นต้น ผู้ว่าจ้างพิมพ์อาจจะเป็นบุคคลธรรมดา สำนักพิมพ์ บริษัทห้างร้านเอกชน หรือหน่วยงานของรัฐ ธุรกิจโรงพิมพ์เป็นธุรกิจขั้นกลางน้ำ ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ต่อเนื่องจากธุรกิจสำนักพิมพ์ ซึ่งจะรับผิดชอบกระบวนการก่อนพิมพ์ (Pre Press) ส่วนโรงพิมพ์จะดำเนินงานในส่วนการพิมพ์ ซึ่งมีระบบการพิมพ์ต่าง ๆ กัน เช่น ระบบเลด เตอร์เพรส ระบบออฟเซต หรือ ระบบสกรีน เป็นต้น และงานหลังพิมพ์ คือ การจัดรูปเล่ม ใสกาเวเลือบหรืออบพลาสติก ปั้น ปรุ และบรรจุหีบห่อ

โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์



ที่มา : วารสารส่งเสริมวิชาการพิมพ์ 2546

โรงพิมพ์จะมีบทบาทเป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้า โดยไม่มีสินค้าเป็นของตนเอง แต่จะผลิตตามคำสั่งของลูกค้าซึ่งส่วนหนึ่งเป็นสถาบัน หมายถึง หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน บริษัท

โฆษณา บริษัทห้างร้านต่างๆ รวมทั้งสำนักพิมพ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สินค้าที่ส่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร รายงานประจำปี แคตตาล็อก แบบฟอร์ม ของจดหมาย กระดาษจดหมาย แผ่นพับ กล่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ลูกค้ายกกลุ่มนี้มักให้ความสนใจในด้านคุณภาพเป็นสำคัญ ลูกค้ายกอีกส่วนหนึ่งเป็นบุคคลทั่วไป ที่ส่งพิมพ์งานจำนวนไม่มาก จำพวกบัตรเชิญ นามบัตร หนังสือวารสาร เป็นต้น ลูกค้ายกกลุ่มนี้มักจะสนใจในด้านราคา

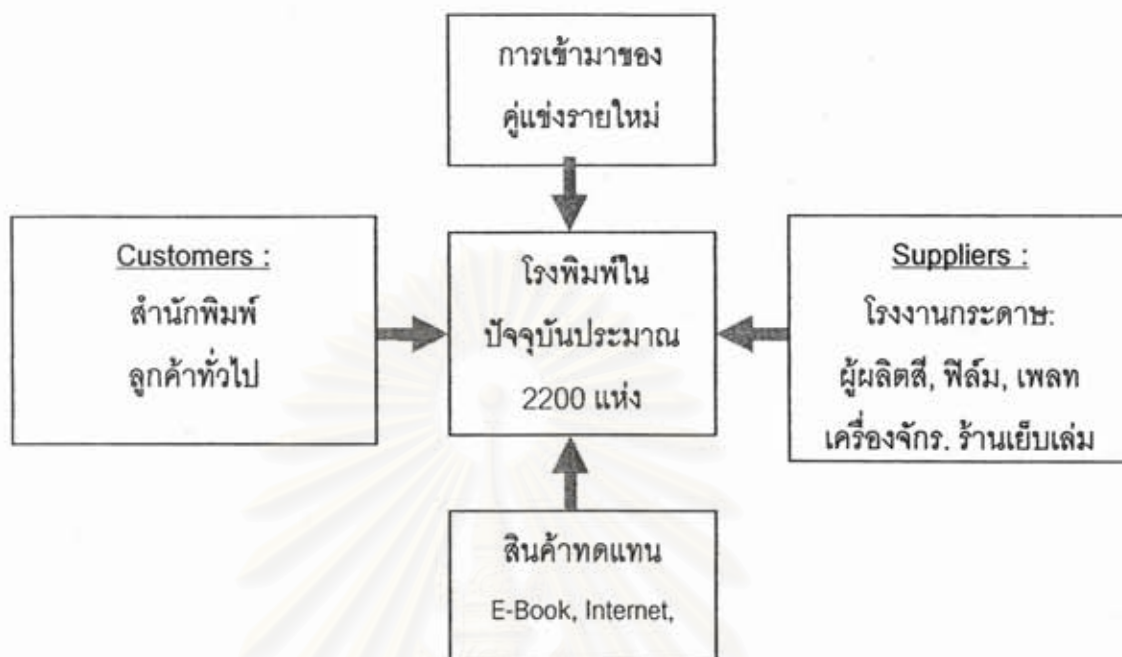
สถิติการจดทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรม ข้อมูล ณ สิ้นปี 2548 จัดทำเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2549 โดยกลุ่มสารสนเทศอุตสาหกรรม สำนักเทคโนโลยีและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมประเภทที่ 41 มีโรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จดทะเบียนทั้งสิ้น จำนวน 2,180 ราย ประกอบด้วย อุตสาหกรรมประเภท 4101 คือ โรงงานที่ทำธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์ต่างๆ 2,047 ราย และประเภท 4102 คือ โรงงานผลิตหรือซ่อมแม่พิมพ์ ทำเพลท แยกสี รวมทั้งทำชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่างๆ จำนวน 133 ราย (ตัวเลขนี้เฉพาะกิจการที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมเท่านั้น ยังมีกิจการอีกจำนวนมากที่เป็นกิจการในครัวเรือนและไม่ได้จดทะเบียนโรงงาน) มีจำนวนเงินลงทุนรวมประมาณ 49,000 ล้านบาท คนงานประมาณ 49,000 คน และมีจำนวนแรงงานรวม 215,806 แรงงาน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.21 แสดงข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานฯ

	ประเภท 4101	ประเภท 4102	รวม
จำนวนโรงงาน	2047	133	2180
เงินลงทุน(ล้านบาท)	44,418.8	4,674.8	49,093.6
คนงานรวม(คน)	44,689	4,588	49,277
แรงงานรวม	183,462	32,344	215,806

ที่มา : สรุปจากข้อมูล สำนักเทคโนโลยีและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม

ในการพิจารณาสถานะการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์สามารถใช้ตัวแบบ 5 Forces ของ ไมเคิล อี.พอร์เตอร์ ได้ดังนี้



3.3.3.1 การแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในที่นี้จะศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อสถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม ได้แก่

3.3.3.1.1 จำนวนคู่แข่ง

ธุรกิจโรงพิมพ์แยกตามขนาดเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และ ขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นโรงพิมพ์ขนาดเล็กคือประมาณร้อยละ 95 ราย ทำให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันสูง ปัจจุบันโรงพิมพ์หลายแห่งจึงพยายามขยายบริการให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยให้บริการในด้านการออกแบบ ให้คำปรึกษาและจัดทำ Artwork การเลือกวัตถุดิบ จัดทำต้นฉบับ และตัวอย่างชิ้นงานให้ลูกค้าตรวจสอบ เมื่อเป็นที่พอใจแล้ว จึงทำการจัดพิมพ์ เย็บเล่ม และบรรจุหีบห่อ โรงพิมพ์ขนาดใหญ่อาจจะดำเนินงานเองทั้งหมด แต่โรงพิมพ์ขนาดเล็กซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก จะไม่มีบริการเรื่องการออกแบบ หรือเย็บเล่ม เมื่อได้ต้นฉบับจากลูกค้าจะจัดจ้างร้านแยกสี ยิงฟิล์มทำเพลท แล้วโรงงานจะจัดพิมพ์ แล้วส่งร้านเย็บ

โรงพิมพ์ขนาดเล็ก ทุนประกอบการต่ำกว่า 15 ล้านบาท จำนวน 1944 โรง หรือร้อยละ 95 ของจำนวนโรงพิมพ์ทั้งหมด

โรงพิมพ์ขนาดกลาง ทุนประกอบการ 15-99 ล้านบาท จำนวน 78 โรง หรือร้อยละ 3.8 ของจำนวนโรงพิมพ์ทั้งหมด

โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ทุนประกอบการ 100 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 25 โรง หรือร้อยละ 1.2 ของจำนวนโรงพิมพ์ทั้งหมด

โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ที่มียอดขายได้คิดอันดับสูงสุด 1000 บริษัทแรกของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นโรงพิมพ์ที่มีหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเป็นของตนเอง ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.22 แสดงข้อมูลบริษัทที่ผลิตสิ่งพิมพ์รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ปี 2547 (รวมทุกประเภท)

อันดับ	ชื่อบริษัท	รายได้ปี 2547:ลบ.	% การเติบโต จากปี 2546	อันดับใน 1000 บริษัทแรกที่มีรายได้สูงสุดของประเทศไทย				ที่มาของรายได้หลัก
				2547	2546	2545	2544	
1	วัชรพล จำกัด	4,762	12.4	375	375	396	347	ไทยรัฐ
2	เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด(มหาชน)	3,030	9.0	598	578	695	880	คมชัดลึก,Nation, Biz week/ผู้ผลิตหนังสือ/โรงพิมพ์/รายการ โทรทัศน์/วิทยุ
3	ซีอี๊ดคูเอชั่นจำกัด (มหาชน)	2,856	17.6	628	662	695	880	ร้านหนังสือ/ผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิตหนังสือ/การจัดงาน/ค่ายเยาวชน
4	สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	2,456	13.9	722	727	713	639	เดลินิวส์
5	โพสต์พับลิชซิ่ง จำกัด(มหาชน)	1,759	24.1	938	978	-	-	Bangkok Post/ Post Today
6	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน)	1,629	32.7	-	-	-	-	นสพ./นิตยสารด้านกีฬา
7	มติชนจำกัด(มหาชน)	1,620	5.0	-	-	-	901	มติชน/ข่าวสด/ประชาชาติธุรกิจ/ผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายหนังสือ
8	อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชซิ่งจำกัด (มหาชน)	1,332	16.3	-	-	-	-	ผู้ผลิตนิตยสาร/หนังสือ/โรงพิมพ์/รายการโทรทัศน์ /จัดงาน/ท่องเที่ยว/อบรม

ที่มา : "ที่สุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2548 ในเขตกทม.และปริมณฑล" ซีอีคียูเคชั่นเคเตอร์

3.3.3.1.2 การเติบโตของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตตามสภาวะของเศรษฐกิจ เนื่องจากสิ่งพิมพ์จะเข้าไปมีส่วนในอุตสาหกรรมอื่นๆ เกือบทุกอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นแคตตาล็อก โบรชัวร์ แผ่นพับหรือป้ายโฆษณา แบบฟอร์ม เอกสารต่างๆของบริษัท รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการที่รัฐบาลมีนโยบายที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยผ่านโครงการต่าง ยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันให้ไทยเป็นครัวของโลก คีทรอยด์ออฟเอเชีย กรุงเทพมหานคร เมืองแห่งชั้น ศูนย์การศึกษานานาชาติ หรือเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้กระตุ้นการเติบโตของธุรกิจโรงพิมพ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนั้นธุรกิจสิ่งพิมพ์ จะเติบโตในอัตรา 1.5-2 เท่าของการเติบโตของ GDP ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมาณว่าเศรษฐกิจในปี 2549 จะขยายตัวอยู่ระหว่างร้อยละ 4.5-5.5 จึงคาดว่าในปี 2549 น่าจะเติบโตในอัตราประมาณร้อยละ 6.75-11

ตารางที่ 3.3.23 แสดงอัตราการขยายตัวของ GDP ของไทย

	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549*
การขยายตัวของ GDP(%)	4.8	2.2	5.3	6.9	6.4	4.5	4.5-5.5

ที่มา : earthtrend.wri.org

* ข้อมูลประมาณการของสนง.คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 6 มีค.

2549

ในด้านจำนวน โรงงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม 2180 ราย เป็นโรงงานที่เปิดใหม่ในปี 2548 จำนวน 96 ราย รวมเงินลงทุน ประมาณ 5,100 ล้านบาท คนงานใหม่รวม 2,862 คน และมีจำนวนแรงงานของโรงงานใหม่รวม 18,597 แรงม้า ตารางต่อไปนี้จะแสดงจำนวนโรงงานที่เปิดใหม่ในระยะ 9 ปี ที่ผ่านมาถึง 678 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.1 ของโรงงานทั้งหมดในอุตสาหกรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าจำนวน 1 ใน 3 ของโรงงานทั้งหมด ตั้งขึ้นในระยะ 9 ปีที่ผ่านมา นอกจากนั้นจำนวนเงินลงทุน จำนวนคนงาน และจำนวนแรงงานของโรงงานที่เปิดในทศวรรษนี้ คิดเป็นสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลโรงงานทั้งหมด แสดงว่าในช่วงทศวรรษนี้มีการขยายตัวในด้านจำนวน โรงงานในอุตสาหกรรมนี้ค่อนข้างมาก

ตารางที่ 3.3.24 แสดงจำนวนโรงงานสิ่งพิมพ์ที่เปิดใหม่ ปี 2540-2548

ปี	จำนวนโรงงาน เปิดใหม่	เงินลงทุน (ล้านบาท)	คนงาน	จำนวนแรงงาน
2540	83	3,452	3,038	17,904
2541	49	6,536	1,449	4,706
2542	53	555	898	5,305
2543	57	1,262	1,321	6,315
2544	91	2,369	2,717	12,329
2545	73	3,868	2,318	13,003
2546	78	2,130	1,906	12,286
2547	98	3,223	2,783	21,731
2548	96	5,100	2,862	18,597
รวม	678	28,496	19,292	112,176
% ของโรงงาน ทั้งหมด	31.1	58.0	39.2	51.9

ที่มา : สรุปจากข้อมูล สำนักเทคโนโลยีและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม

การเติบโตของอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษและกระดาษ เป็นปัจจัยหนึ่งที่บ่งชี้ถึงการเติบโตของธุรกิจโรงพิมพ์ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2548 มีปริมาณการผลิตเยื่อกระดาษประมาณ 226,354 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 จากไตรมาสก่อน และผลิตกระดาษประเภทต่างๆ เป็นจำนวน 670,204 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 จากไตรมาสก่อน เนื่องจากใกล้เทศกาลคริสต์มาส ปีใหม่ และตรุษจีน ที่ความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น บัตรอวยพร ปฏิทิน สมุดบันทึก หนังสือ กระดาษห่อของขวัญ และบรรจุภัณฑ์ จะเพิ่มสูงขึ้นมาก ผู้ผลิตต่างขยายการผลิตเพื่อรองรับความต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อไปอีกในช่วงไตรมาสแรกของปี 2549 เนื่องจากกระทรวงการคลังจะประกาศลดอัตราภาษีและยกเว้นอากรศุลกากร โดยปรับปรุงโครงสร้างอัตราภาษีสิ่งพิมพ์ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ประมาณเดือนมกราคม 2549 เพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีองค์ความรู้ที่มีราคาถูก ต้นทุนต่ำ และเป็นศูนย์กลาง การพิมพ์ในภูมิภาคอาเซียน

ตารางที่ 3.3.25 ปริมาณการผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษ ปี 2548

หน่วย : ตัน

ปริมาณการผลิต	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 4 เทียบกับ 3	ไตรมาส 3 เทียบ 2
เยื่อกระดาษ	237,257.0	230,345.8	212,584.8	226,354.2	6.5	- 7.7
กระดาษ	698,976.0	698,642.1	666,602.4	670,204.8	0.5	- 4.6
กระดาษพิมพ์เขียน	119,808.8	122,112.4	120,681.7	120,973.8	0.2	- 1.2
กระดาษแข็ง	57,209.2	57,371.3	52,871.6	50,307.8	- 4.8	- 7.8
กระดาษกราฟ/ลูกฟูก	500,311.9	497,760.2	474,587.0	480,510.1	1.2	- 4.6
อื่นๆ*	21,646.1	21,398.2	18,462.1	18,413.1	- 0.3	- 13.7

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษ จำนวน 75 โรงงาน

* อื่นๆ เช่น กระดาษอนามัย กระดาษเช็ดหน้า กระดาษต่อเนื่อง กระดาษไหว้เจ้า

นอกจากนั้น จากสถิติอัตราการบริโภคกระดาษของไทยและของโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งบ่งชี้ได้ระดับหนึ่งว่า อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีโอกาสขยายตัวได้อีก ข้อมูลในตารางต่อไปนี้ แสดงจำนวนการบริโภคกระดาษ ที่ประกอบด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษพิมพ์ กระดาษเขียน กระดาษบรรจุภัณฑ์ กระดาษชำระ กระดาษอนามัย และ Paper board โดยแสดงตัวเลขการบริโภคกระดาษรวมของโลก ของประเทศไทย และ อัตราการบริโภคกระดาษต่อคนต่อปี

ตารางที่ 3.3.26 แสดงจำนวนการบริโภคกระดาษ(Paper and Paper board consumption)

	2542	2543	2544	2545	2546	2547
จำนวนรวม(ล้านเมตริกตัน)						
โลก	319.818	324.662	322.892	324.368	328.765	335.106
ไทย	1.851	1.984	2.050	1.916	2.892	2.892
อัตราการบริโภค (กก/คน/ปี)						
โลก	53.23	53.35	52.4	52.0	52.07	52.45
ไทย	30.43	32.3	33.06	30.61	45.8	45.4

ที่มา : earthtrends.wri.org

อุตสาหกรรมกระดาษเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นสิ่งบ่งชี้ความเจริญก้าวหน้าทางสังคม การศึกษา การพัฒนา และการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะสะท้อนถึงการขยายตัวของ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เช่นกัน

3.3.3.1.3 โครงสร้างการแข่งขัน

จากการที่มีโรงพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็กเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันสูง เมื่อพิจารณาจากกลยุทธ์ทางการตลาด 4 P พบว่า โรงพิมพ์จะเน้นด้านราคา(Price) และคุณภาพของ สินค้าและบริการ(Product and Services) มากกว่าในด้านที่ตั้ง(Place) และ การโฆษณาส่งเสริมการ จำหน่าย(Promotion) ในด้านการตั้งราคาจะไม่แตกต่างกันมากนัก และในกลุ่ม โรงพิมพ์ขนาดเล็ก จะมีการแข่งขันรุนแรงในด้านนี้สูง โรงพิมพ์ขนาดกลางจะมุ่งเน้นด้านคุณภาพงานพิมพ์มากขึ้น และใช้การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้คำปรึกษาแนะนำ ในด้านงานก่อนพิมพ์ สร้างความ ประทับใจด้วยบริการที่รวดเร็วตรงเวลา ส่วนโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย สามารถสร้างความแตกต่างในด้านสินค้า รับงานที่มีปริมาณมาก รวมทั้งให้บริการอื่นๆ ที่ครบ วงจรในด้านการหาลูกค้าโรงพิมพ์มักจะใช้พนักงานขายออกพบลูกค้าสถาบัน ได้แก่หน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสำนักพิมพ์ต่างๆ เพราะจะมีจำนวนพิมพ์มากกว่าลูกค้าบุคคล ทั่วไป คำนึงถึงคุณภาพมากกว่าราคา และมีโอกาสที่จะได้งานที่ประจำต่อเนื่อง

3.3.3.1.4 ลักษณะของสินค้าและบริการ

ผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ จำแนกเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ได้ 4 ประเภท คือ

- สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ วารสาร นิตยสารหรือสิ่งพิมพ์ชนิดเล่ม
- สิ่งพิมพ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณา เช่น ตัวอย่างสินค้า แผ่นพับ โบรชัวร์ รวมถึง เอกสารที่ใช้ในสำนักงาน เช่น กระดาษจดหมาย ซองจดหมาย แบบฟอร์ม ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น
- สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในเทศกาลต่าง ๆ เช่น บัตรอวยพร ปฏิทิน เป็นต้น
- สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่อยู่บรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ

ซึ่งโรงพิมพ์แต่ละแห่งจะมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป เนื่องจากเทคโนโลยีการพิมพ์มี ความแตกต่างกัน

3.3.3.1.5 ข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรม(Exit Barriers)

ธุรกิจโรงพิมพ์โดยเฉพาะโรงพิมพ์ขนาดใหญ่มีการลงทุนสูง และส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในเครื่องจักรซึ่งเป็นเครื่องจักรเฉพาะในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ การจะปรับใช้ผลิตสิ่งอื่นค่อนข้างยาก การออกจากอุตสาหกรรมสำหรับโรงพิมพ์ขนาดใหญ่จึงทำได้ยาก เป็นผลให้การแข่งขันมีความรุนแรง แต่สำหรับโรงพิมพ์ขนาดกลางและเล็กซึ่งใช้เงินลงทุนไม่มาก การเลิกกิจการสามารถทำได้ง่ายกว่า แต่ในทางกลับกันจากการที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากในการเปิดโรงพิมพ์ขนาดกลางถึงเล็ก ทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ง่าย ดังแสดงในตัวเลขการเปิดโรงพิมพ์ใหม่เฉลี่ยปีละประมาณ 63 โรง ทำให้มีการแข่งขันสูง

3.3.3.1.6 ความแตกต่างทางพื้นฐานของกลุ่มคู่แข่งในอุตสาหกรรม(Diversity of Rivals)

คู่แข่งในธุรกิจโรงพิมพ์ในแต่ละกลุ่ม คือ โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และโรงพิมพ์ขนาดเล็ก มีพื้นฐานไม่แตกต่างกันมาก ทำให้การแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง

3.3.3.2 การเข้ามาของกลุ่มรายใหม่

จากการที่สิ่งพิมพ์เป็นสินค้าสิ้นเปลือง ต้องผลิตเพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลาและยังมีแนวโน้มเติบโตเป็นลำดับ ทำให้มีผู้เห็นโอกาสในการทำธุรกิจโรงพิมพ์ อย่างไรก็ตามผู้ที่จะทำธุรกิจนี้จำเป็นต้องมีความรู้ ความชำนาญ หรือประสบการณ์ในด้านเทคโนโลยีการพิมพ์โดยเฉพาะ จึงจะสามารถแข่งขันได้ เป็นปัจจัยที่สกัดคู่แข่งใหม่ได้ระดับหนึ่ง แต่ในปัจจุบันมี สถานศึกษาที่เปิดสอนวิชาด้านการพิมพ์โดยเฉพาะ ทั้งสถาบันการศึกษาของรัฐ ระดับ ปวช. ปวส. และระดับปริญญาตรี รวมทั้งหลักสูตรอบรมด้านการพิมพ์โดยหน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ศูนย์ฝึกอบรมเทคโนโลยีการพิมพ์แห่งชาติ ศูนย์ฝึกอบรมการพิมพ์แห่งกรุงเทพฯ สถาบันอุตสาหกรรม สมาคม ชมรม ต่างๆ เป็นการเพิ่มพูนความรู้ให้กับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอยู่แล้วและผู้ที่มีสนใจจะเข้ามาเริ่มธุรกิจด้านการพิมพ์ ด้วย

3.3.3.2.1 การประหยัดเนื่องจากขนาดการผลิต(Economy of Scale)

ในการพิมพ์หนังสือหรือสิ่งพิมพ์ใดๆ จะมีค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าลิขสิทธิ์ จัดทำต้นฉบับ Artwork ค่าฟิล์ม ค่าเพลท เป็นต้น และค่าใช้จ่ายแปรได้ ได้แก่ ค่ากระดาษ หมึกพิมพ์ ค่าแรง ค่าเย็บเล่ม เป็นต้น ดังนั้นถ้าพิมพ์จำนวนน้อยจะมีต้นทุนต่อเล่มสูง ยิ่งพิมพ์จำนวนมากขึ้นเท่าใด ก็จะเฉลี่ยค่าใช้จ่ายคงที่ออกไป ทำให้ต้นทุนต่อเล่มลดต่ำลง โดยทั่วไปสำนักพิมพ์มักจะพิมพ์หนังสือในแต่ละครั้งประมาณ 2,000-3,000 เล่ม เพราะคุ้มกับค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ และขอขยายขั้นต่ำ ไม่

ควรต่ำกว่า 60% ของจำนวนพิมพ์ทั้งหมด เนื่องจากต้นทุนการผลิตหนังสือต่อปกจะอยู่ระหว่าง 5 หมื่นบาทขึ้นไป (เล่มบาง) จนกระทั่งถึงหนึ่งแสนบาท(เล่มหนา) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ ค่ากระดาษ ค่าลิขสิทธิ์ และการตั้งราคาหน้าปก ซึ่งส่วนใหญ่จะ ตั้งราคา 3.5-4 เท่าของต้นทุน

3.3.3.2.2 ความแตกต่างของสินค้าและบริการ(Product Differentiate)

สินค้าและบริการของโรงพิมพ์ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่ความแตกต่างจะอยู่ที่คุณภาพของสินค้าคือสิ่งพิมพ์ต่างๆ คุณภาพของงานพิมพ์ขึ้นอยู่กับการใช้วัสดุที่แตกต่างกัน เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ใช้ต่างกัน ทักษะและประสบการณ์ของช่างพิมพ์ ส่วนบริการที่ให้แก่ลูกค้านั้นบางโรงพิมพ์มีบริการที่ครบวงจรคือให้คำปรึกษา ทำการออกแบบศิลป์ ยิงฟิล์ม ทำเพลท จัดพิมพ์ รวมทั้งจัดส่งด้วย นอกจากนั้นความเร็วในการพิมพ์งาน ก็เป็นสร้างความแตกต่างได้เป็นอย่างดี

3.3.3.2.3 เงินลงทุน (Capital Requirement)

เงินลงทุนในการตั้งโรงงานจะแตกต่างกันตามขนาดและลักษณะของกิจการ จากข้อมูลการตั้งโรงพิมพ์ขนาดเล็ก จากข้อมูลสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เฉลี่ยการลงทุนเริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจโรงพิมพ์ สามารถแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ตกแต่งอาคาร เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน โทรศัพท์ โทรสาร คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ แสแกนเนอร์ เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น ประมาณร้อยละ 7
- เครื่องมือเครื่องจักร และอุปกรณ์สำหรับการให้บริการ ร้อยละ 79 ประกอบด้วย เครื่องพิมพ์ออฟเซต เครื่องตัดกระดาษ เครื่องเย็บกระดาษ เป็นต้น
- เงินทุนหมุนเวียน ประมาณร้อยละ 14 ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุสำหรับบริการลูกค้า เงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า เป็นต้น

อัตราผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจโรงพิมพ์จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ขนาดของธุรกิจ ความสามารถในการบริหารธุรกิจและภาวะการแข่งขัน เป็นต้น

3.3.3.2.4 ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost)

ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้านี้มีไม่มากนัก ส่วนใหญ่สิ่งที่ลูกค้าคำนึงถึง คือคุณภาพของงานพิมพ์ ความรวดเร็ว ตรงเวลา และบริการต่างๆ และจากการที่จำนวนโรงพิมพ์มีมากมาย จะมีโรงพิมพ์บางกลุ่มที่มีคุณภาพและบริการ ใกล้เคียงกัน ลูกค้าจึงมีทางเลือกมาก และสามารถเปลี่ยนโรงพิมพ์ได้ตามต้องการลูกค้าที่เป็นสำนักพิมพ์มักจะใช้บริการโรงงานมากกว่า 1 แห่ง เพื่อความสะดวก ยืดหยุ่น และรองรับความต้องการได้หลากหลาย รวมทั้งในกรณีเร่งด่วน

3.3.3.2.5 การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย (Access to Distribution Channel)

จากการที่ลูกค้าของโรงพิมพ์แยกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ลูกค้าสถาบัน และลูกค้าบุคคลทั่วไป การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มแรกจะต้องใช้การขายตรง กล่าวคือพนักงานขายเข้าพบลูกค้า สำนักพิมพ์ บริษัทต่างๆ หรือหน่วยงานราชการ ดังนั้นโรงพิมพ์ที่มีเครือข่ายตามสถาบันดังกล่าวย่อมได้เปรียบ นอกเหนือจากความสามารถของพนักงานขาย ซึ่งโรงพิมพ์เก่าจะมีฐานลูกค้าอยู่แล้ว โรงพิมพ์ใหม่จึงต้องใช้ความพยายามในการเจาะกลุ่มลูกค้า ให้ลูกค้าได้ลองใช้บริการ และต้องสร้างความเชื่อมั่นในด้านของบริการและคุณภาพสินค้าให้ได้เพื่อจะได้ทำธุรกิจร่วมกันต่อไป ธุรกิจโรงพิมพ์จึงไม่ค่อยเน้นเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แต่จะเน้นการขายตรงและให้ลูกค้าบอกต่อๆ มากกว่า ส่วนลูกค้ากลุ่มที่สองนั้น ส่วนหนึ่งจะได้ข้อมูลโรงพิมพ์จากหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ หรือการแนะนำจากบุคคลอื่น หรือเป็นลูกค้าที่อยู่ใกล้เคียงกับที่ตั้งโรงพิมพ์ อย่างไรก็ตาม โรงพิมพ์จะมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มแรกเป็นหลัก

3.3.3.2.6 ต้นทุนที่ไม่สามารถลดออกเลียนแบบได้ (Cost Disadvantage of Scale or Absolute Cost Advantage)

ต้นทุนส่วนหนึ่งมาจากความชำนาญงานและประสบการณ์ของช่าง ซึ่งโรงงานเก่าจะได้เปรียบ ส่วนโรงงานที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถผลิตงานพิมพ์ที่คุณภาพได้มาตรฐาน มีระบบอัตโนมัติ ทำให้มีความสม่ำเสมอในด้านคุณภาพ ใช้แรงงานคนน้อยลง รวมทั้งมีกำลังการผลิตสูง จะได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต แต่ต้องลงทุนเครื่องมือเครื่องจักรมาก ทำให้คู่แข่งที่จะเข้ามาในส่วนนี้น้อยลง

3.3.3.3 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ผู้ซื้อในที่นี้ หมายถึง หน่วยงานราชการ เอกชน บริษัทห้างร้านและสำนักพิมพ์ต่างๆ ที่ต้องการพิมพ์หนังสือ วารสาร รายงานประจำปี แคตตาล็อก โฆษณา แผ่นพับ เอกสารสำนักงาน ฯลฯ รวมทั้งบุคคลทั่วไป ที่ต้องการพิมพ์ นามบัตร การ์ด หนังสือ ฯลฯ ซึ่งสามารถเลือกโรงพิมพ์ตามที่ต้องการ เนื่องจากโรงพิมพ์มีจำนวนมาก ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบคุณภาพ ราคาและบริการของโรงพิมพ์ต่างๆ และคัดเลือกโรงพิมพ์ที่ต้องการได้ นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการที่ลูกค้าจะเปลี่ยนโรงพิมพ์มีน้อย ส่วนใหญ่เป็นค่าออกแบบ หรือค่าเสียเวลารวมทั้งความเสี่ยงจากการเปลี่ยนจากโรงพิมพ์ที่เคยใช้บริการไปโรงพิมพ์แห่งใหม่ แต่โดยรวมแล้วกล่าวได้ว่าลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูงกว่าโรงพิมพ์ ถึงแม้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะไม่สนใจที่จะทำ Backward Integration คือจัดตั้งโรงพิมพ์เอง เนื่องจากต้องใช้งบลงทุนสูง และต้องมีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านงานพิมพ์ ก็ตาม ก็ไม่ช่วยให้อำนาจต่อรองของโรงพิมพ์สูงขึ้นแต่อย่างใด เนื่องจากมีโรงพิมพ์เป็นจำนวนมากให้ลูกค้าเลือก

3.3.3.4 อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

ผู้ขายวัตถุดิบอาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กระดาษ หมึกพิมพ์ เครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์ วัสดุอื่นๆ แต่ที่สำคัญมากที่สุด คือผู้ผลิตกระดาษ เนื่องจากเป็นวัตถุดิบหลักของโรงพิมพ์ โรงงานกระดาษและเยื่อกระดาษที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ข้อมูล ณ สิ้นปี 2548 มี 105 โรง เป็นโรงงานผลิตเยื่อ กระดาษ 14 ราย รวมทั้งเยื่อจากชานอ้อย จากกระดาษสา และจากเศษกระดาษ โรงงานผลิตกระดาษสา 23 ราย กระดาษอนามัย/กระดาษชำระ 8 ราย เป็นโรงงานกระดาษประเภทอื่นๆ ได้แก่ กระดาษกราฟท์ กระดาษพิมพ์เขียน กระดาษแข็ง กระดาษกล่อง กระดาษหนังสือพิมพ์ ฯลฯ อีกประมาณ 60 โรง โดยกระดาษกราฟท์มีส่วนการผลิตสูงสุด ข้อมูลปริมาณการผลิตกระดาษ (Paper and Paper Board) ซึ่งรวมกระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษพิมพ์ กระดาษเขียน กระดาษบรรจุภัณฑ์ กระดาษชำระ กระดาษอนามัย และ Paper board ระหว่างปี 2542-2547 มีแนวโน้มสูงขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 3.3.27 แสดงปริมาณการผลิตกระดาษ หน่วย : ล้านเมตริกตัน

	2542	2543	2544	2545	2546	2547
Newsprint	0.118	0.120	0.122	0.126	0.120	0.120
Print & Printing paper Products	0.612	0.548	0.638	0.638	0.920	0.920
Other paper and Paper board	1.702	1.642	1.681	1.680	2.38	2.38
Total	2.434	2.312	2.445	2.444	3.42	3.42

ที่มา : Faostat.org

โดยบริษัทผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่ในประเทศไทยได้แก่

บริษัท	ผลิตภัณฑ์หลัก
บริษัทอุตสาหกรรมกระดาษกราฟไทย จำกัด	กระดาษกราฟที่ทำหิวกล่อง ลอนลูกฟูก ดุงหลายชั้น แกนกระดาษ
บริษัทสยามกราฟอุตสาหกรรม	กระดาษกราฟที่ทำหิวกล่อง ลอนลูกฟูก ดุงหลายชั้น แกนกระดาษ
บริษัทปิโตรเคมีแปเปอร์อินดัสตรี จำกัด	กระดาษกราฟ
บริษัทแอดวานซ์ อะ โกร จำกัด	กระดาษพิมพ์เขียน เคลือบผิว ไม่เคลือบผิว กระดาษชนิดพิเศษ
บริษัทผลิตภัณฑ์กระดาษไทย	กระดาษพิมพ์เขียนเคลือบผิว ไม่เคลือบผิว กระดาษชนิดพิเศษ
บริษัทยูเนี่ยนแปเปอร์อินดัสตรี	กระดาษแข็งและกระดาษกล่องเคลือบ กระดาษทำแผ่นยิบซัม
บริษัทแพนเอเชียแปเปอร์ จำกัด	กระดาษหนังสือพิมพ์
บริษัทคิมเบอร์ลีด้าก	กระดาษชำระ กระดาษเช็ดหน้า ฯลฯ

สำหรับปริมาณการใช้กระดาษของไทยเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อเทียบกับกำลังการผลิตโดยรวมแล้วก็ยังมีส่วนเกินอยู่ แต่เนื่องจากโรงงานส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็กและขนาดกลาง มีเพียงร้อยละ 5 ที่ผู้ผลิตที่ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ดังนั้น คุณภาพกระดาษผู้ต่างประเทศไม่ได้ จึงมีการนำเข้ากระดาษคุณภาพดีจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การนำเข้ากระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษในไตรมาสที่ 1-4 ปี 2548 มีมูลค่าไม่สูงขึ้นมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสองไตรมาสหลังมีอัตราการขยายตัวลดลงต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ผลิตในประเทศสามารถผลิตกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษสนองตอบความต้องการของผู้ใช้ ในประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกระดาษพิมพ์เขียนและกระดาษกราฟท์

ตารางที่ 3.3.28 การนำเข้าเยื่อกระดาษและเศษกระดาษ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ สิ่งพิมพ์

หน่วย : ล้านบาทสหรัฐ

ผลิตภัณฑ์	ปี 2548				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 4 เทียบ ไตรมาส 3	ไตรมาส 3 เทียบ ไตรมาส 2
เยื่อกระดาษและ เศษกระดาษ	97.6	113.1	82.9	84.5	1.9	-26.7
กระดาษและ ผลิตภัณฑ์กระดาษ	222.0	265.7	223.0	221.5	-0.7	-16.1
สิ่งพิมพ์	29.7	32.5	31.0	33.9	9.3	-4.6

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรม

ศุลกากร

นอกจากจะนำเข้ากระดาษคุณภาพดีจากต่างประเทศแล้วไทยยังส่งออกกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษไปต่างประเทศด้วย ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ มาเลเซีย จีน และ เวียดนาม โดยมีมูลค่าการส่งออกกระดาษพิมพ์เขียนมากที่สุด

ตารางที่ 3.3.29 การส่งออกกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ หนังสือและสิ่งพิมพ์

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ผลิตภัณฑ์	ปี 2548				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 4 เทียบ ไตรมาส 3	ไตรมาส 3 เทียบ ไตรมาส 2
กระดาษและ ผลิตภัณฑ์กระดาษ	210.8	253.8	221.0	227.9	3.1	- 12.9
หนังสือและ สิ่งพิมพ์	30.6	27.5	33.1	23.0	- 30.5	20.4

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรม
ศุลกากร

กรณีโรงงานกระดาษขนาดใหญ่ที่มีสินค้าคุณภาพสูง ซึ่งมีจำนวนไม่กี่รายจะมีอำนาจ
ต่อรองสูง แต่ถ้ากระทรวงการคลังจะดำเนินการประกาศลดอัตราอากรและยกเว้นอากรศุลกากร
โดยปรับปรุงโครงสร้างอัตราอากรสิ่งพิมพ์ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อให้
มีต้นทุนสิ่งพิมพ์ที่ถูกลง การนำเข้ากระดาษคุณภาพสูงจากต่างประเทศจะมีมากขึ้น แต่ในกรณี
โรงงานกระดาษขนาดเล็กที่ผลิตสินค้าคุณภาพปานกลางถึงต่ำ ซึ่งมีจำนวนมาก รายสินค้าจะไม่
แตกต่างกันมากนัก และโรงพิมพ์ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า นอกจากนี้จะต้องสร้าง
ความสัมพันธ์ทางการค้ากับรายใหม่ นอกจากนั้นโอกาสที่ผู้ผลิตกระดาษจะผันตัวเองมาทำธุรกิจ
โรงพิมพ์(Forward Integration) ก็มีไม่มาก เนื่องจากต้องใช้เงินทุนและความรู้ความชำนาญในด้าน
งานพิมพ์ ดังนั้นโดยรวมแล้วอำนาจต่อรองของผู้ผลิตกระดาษอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบอื่นๆ เช่น หมึกพิมพ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจ
โรงพิมพ์เช่นเดียวกับกระดาษ อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์ของไทย สามารถผลิตได้เองส่วนหนึ่งซึ่ง
ส่วนใหญ่เป็นหมึกพิมพ์พื้นฐาน แต่ยังไม่เพียงพอสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
หมึกพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงและหมึกพิมพ์ชนิดพิเศษหรือหมึกพิมพ์ชนิดพิเศษต่างๆ จึงต้องนำเข้าจาก
ต่างประเทศโดยเป็นการนำเข้ามากกว่าส่งออก ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา
และยุโรป

นอกจากนี้ยังมีเครื่องมืออุปกรณ์ ตลอดจนวัสดุอื่นๆ ที่ต้องใช้ประกอบในการพิมพ์อีก
มาก ได้แก่ ฟิล์มเคมีภัณฑ์ เพลท กาว Coating ฝ้ายาง ฟองน้ำ ลูกกลิ้ง ห่วง สติกเกอร์ เทปกาว
กล่องขยายเครื่องวัดสี เครื่องวัดความดำ ตลอดจนซอฟต์แวร์ต่างๆ วัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ล้วนมีผลต่อ

คุณภาพของงานพิมพ์ทั้งสิ้น ซึ่งในรายการที่สำคัญ เช่น ฟิล์ม เพลท หรือ น้ำยาต่างๆ ส่วนใหญ่ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้นแต่ก็มีโรงงานผลิตในเมืองไทยเช่นเดีวกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ จะมีคุณภาพในระดับรองลงไป อย่างไรก็ตาม วัสดุส่วนใหญ่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน หรือมีผู้จำหน่ายหลายราย ในส่วนนี้โรงพิมพ์จะมีอำนาจต่อรองสูงกว่า

3.3.3.5 สินค้าทดแทน (Treat of Substitute Product or Services)

สินค้าทดแทนของธุรกิจโรงพิมพ์ ส่วนหนึ่งคือ เทคโนโลยีด้าน E- book ,แทนที่จะเป็นการพิมพ์ลงกระดาษ ก็ใช้บันทึกลงในแผ่น ซีดีรอม เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และ Internet ทำให้คนเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้โดยไม่ต้องหาจากหนังสือ เช่น สารานุกรม หรือ พจนานุกรม แผ่นที่โฆษณา แคตตาล็อกสินค้า ต่างๆ

นอกจากนี้ปัจจุบันมีการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปในการพิมพ์ออกมาใช้ ประกอบกับเทคโนโลยีของเครื่องพิมพ์ขนาดเล็กตามสำนักงานก็ก้าวหน้าขึ้นมาก สามารถผลิตงานพิมพ์บางอย่างที่ใช้จำนวนน้อยๆ ได้อย่างมีคุณภาพใกล้เคียงกับโรงพิมพ์

สรุปสถานะการแข่งขันในธุรกิจโรงพิมพ์

	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแข่งขัน
1. การแข่งขันในปัจจุบัน	
- จำนวนคู่แข่ง	มีมากมาย ส่วนใหญ่เป็นโรงพิมพ์ขนาดกลางและเล็กที่ให้บริการเฉพาะด้านการพิมพ์เท่านั้น โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ซึ่งมีจำนวนน้อยรายจะให้บริการงานก่อนพิมพ์ด้วย
- การเติบโตของอุตสาหกรรม	มีการเติบโตตามการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยในปี 2549 คาดว่าอัตราการเติบโตจะอยู่ระหว่างร้อยละ 7-11
- โครงสร้างการแข่งขัน	มีการแข่งขันที่รุนแรง โดยโรงพิมพ์ขนาดเล็กและกลางจะเน้นด้านราคาและบริการ รวมทั้งความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่วนโรงงานขนาดใหญ่จะเน้นคุณภาพ บริการที่ครบวงจรและความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การออกจากอุตสาหกรรม	สำหรับ โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ทำได้ยากเนื่องจากในการเริ่มกิจการมีเงินลงทุนสูง เวลาคืนทุนนาน ในขณะที่โรงพิมพ์ขนาดกลางและเล็กจะออกจากอุตสาหกรรมได้

	ง่ายกว่า
- ลักษณะสินค้าและบริการ	ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมมีมาตรฐานคุณภาพไม่สูงมาก แต่ยังมีความหลากหลายให้ทำธุรกิจได้อีก
2. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	
- การประหยัดเนื่องจากขนาดการผลิต	ในการพิมพ์งานต่างๆ จะมีต้นทุนคงที่ประเภท Set up Cost ต่างๆ จึงมีจำนวนพิมพ์ที่จะประหยัด เช่น หนังสือธรรมดาจะต้องพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 2000-3000 เล่ม หนังสือที่ใช้กระดาษ หมึกพิมพ์คุณภาพดี ภาพสีสวยงาม ต้องพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 10,000 เล่มจึงจะประหยัด
- ความแตกต่างของสินค้าและบริการ	โรงพิมพ์ต้องสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ จึงจะสามารถแข่งขันได้
- เงินลงทุน	ในการตั้งโรงพิมพ์ขนาดเล็กและขนาดกลางใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ทำให้คู่แข่งใหม่เข้ามาได้ง่าย เฉลี่ยประมาณปีละกว่า 60 ราย ส่งผลให้การแข่งขันสูง ส่วนโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ต้องใช้เงินลงทุนสูงกว่า 100 ล้านบาท
- ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า	ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้าต่ำลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้โรงพิมพ์อื่นได้ง่าย
- การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย	โรงพิมพ์ จะใช้พนักงานขายออกพบลูกค้าสถาบัน รวมทั้งการแนะนำจากลูกค้าเก่า
3. อำนาจต่อรองของลูกค้า	
ลูกค้าสถาบัน และลูกค้าครัวเรือนทั่วไป	ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากมีจำนวนโรงพิมพ์ให้คัดเลือกมาก และมีค่าใช้จ่ายต่ำในการเปลี่ยนโรงพิมพ์
4. อำนาจต่อรองของ Suppliers	
ผู้ผลิต/จำหน่ายกระดาษ หมึกพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์อื่นๆ	ผู้ผลิต/จำหน่ายกระดาษมีอำนาจต่อรองปานกลาง ในขณะที่ผู้ผลิต/จำหน่ายวัสดุอื่นๆ มีอำนาจต่อรองต่ำกว่าโรงพิมพ์
5. สินค้าทดแทน	E-Book , Internet เทคโนโลยีในการพิมพ์จำนวนน้อยในสำนักงานทั้ง Software, Hardware

สรุป	ธุรกิจโรงแรมที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากคู่แข่งปัจจุบันมีจำนวนมาก และใช้เงินลงทุนไม่มากนักสำหรับโรงแรมที่มีขนาดเล็ก มาตรฐานการผลิตของโรงแรมที่มีขนาดกลางและเล็กส่วนใหญ่ค่อนข้างต่ำและจำเป็นต้องพัฒนาเพื่อให้แข่งขันได้ โดยหาสินค้าและบริการที่แตกต่าง พยายามเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่มีอยู่ ส่วนโรงแรมที่มีขนาดใหญ่จะมุ่งเน้นคุณภาพของงานพิมพ์ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ มาใช้ และบริการที่ครบวงจร
------	--



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทที่ 4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดัชนีชี้วัดศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม

4.1 ผลการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ

จากการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิโดยแจก Software และแบบจัดทำดัชนีและค่าอ้างอิงให้กับผู้ประกอบการ ผลการสำรวจมีดังนี้

ข้อมูลกิจการ

ลักษณะของกิจการ

กิจการที่ตอบแบบสอบถามเป็นกิจการโรงพิมพ์ ร้อยละ 54.55 เป็นสำนักพิมพ์ ร้อยละ 25.00 ผู้จัดทำหน้าร้อยละ 25.45 และผู้ประกอบการพิมพ์สกรีน ร้อยละ 9.09

ประเภทของสินค้า

ประเภทสินค้า ร้อยละ 87.50 เป็นสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 27.50 เป็นพิมพ์สกรีน

ทุนจดทะเบียน

ทุนจดทะเบียนที่ต่ำกว่า 5 ล้านบาทร้อยละ 48.84 ทุนจดทะเบียน 10-20 ล้าน ร้อยละ 6.98 ทุนจดทะเบียน 25-50 ล้าน ร้อยละ 16.28 ทุนจดทะเบียน 55-100 ล้าน ร้อยละ 16.28 มากกว่า 100 ล้าน ร้อยละ 11.63

อายุกิจการ

อายุกิจการ มากกว่า 30 ปี ร้อยละ 26.67 อายุกิจการ 11-30 ปี ร้อยละ 44.44 อายุต่ำกว่า 10 ปี ร้อยละ 28.89

จำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงานมากกว่า 220 คน ร้อยละ 29.27 พนักงาน 108-164 คนร้อยละ 19.51 พนักงาน 55-97 คน ร้อยละ 21.95 และพนักงานน้อยกว่า 50 คน ร้อยละ 29.27

กิจการมีหุ้นส่วนกับต่างประเทศ

จากการสอบถามการมีหุ้นส่วนกับต่างประเทศ ผลการสำรวจพบว่า ร้อยละ 93.33 ไม่มีหุ้นส่วนกับต่างประเทศ ร้อยละ 6.67 มีหุ้นส่วนกับต่างประเทศ

มูลค่ายอดขายปี 2547

มูลค่ายอดขายที่มากกว่า 200 ล้านบาท มีร้อยละ 22.73 มูลค่ายอดขาย 100-200 ล้านบาท ร้อยละ 22.73 มูลค่ายอดขาย 51-100 ล้านบาท ร้อยละ 20.45 มูลค่ายอดขาย 26-50 ล้านบาท ร้อยละ 9.09 มูลค่ายอดขายต่ำกว่า 25 ล้านบาท ร้อยละ 25.00

อัตราการเติบโตของยอดขาย ปี 2547

เมื่อสอบถามอัตราการเติบโตของยอดขายเมื่อเทียบกับปี 2546 เติบโตสูงขึ้นมีจำนวนร้อยละ 65.38 เติบโตเท่ากับปี 2546 ร้อยละ 23.08 ค้อยกว่าปี 2546 ร้อยละ 11.54

สัดส่วนการขาย

ทุกกิจการมียอดขายในประเทศ โดยขายในประเทศอย่างเดียว ร้อยละ 67.44 มีการส่งออกต่างประเทศ ร้อยละ 32.56

ประเทศที่ส่งออก

ประเทศที่ส่งออกส่วนใหญ่ ได้แก่ เอเชีย ร้อยละ 84.71 ส่งออกไปยุโรป ร้อยละ 21.43 และส่งออกไปสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 14.29

ตารางที่ 4.1.1 ข้อมูลของกิจการ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะของกิจการ	(n=44)	
▪ โรงพิมพ์	24	54.55
▪ สำนักพิมพ์	11	25.00
▪ ผู้ประกอบการพิมพ์สกรีน	4	9.09
▪ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์	5	11.36
▪ ผู้จัดจำหน่าย	9	20.45
▪ ร้านหนังสือ	3	6.82
▪ อื่น ๆ	3	6.82

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
2. ประเภทของสินค้า	(n=40)	
▪ สิ่งพิมพ์ (n=38)	35	87.50
❖ หนังสือพิมพ์	10	26.32
❖ โบรชัวร์	17	44.74
❖ แก๊ตตาล็อก	12	31.58
❖ บรรจุภัณฑ์	12	31.58
❖ นิตยสาร	10	26.32
❖ ฟอร์มธุรกิจ	8	21.05
❖ โปสเตอร์	13	34.21
❖ หนังสือทั่วไป	21	55.26
▪ พิมพ์สกรีน (n=25)	11	27.50
❖ ของขวัญ	2	8.00
❖ ของเล่น	1	4.00
❖ ฉลากสินค้า	5	20.00
❖ เซรามิก-แก้ว	-	-
❖ บรรจุภัณฑ์	3	12.00
❖ บัตรพลาสติก (CREDIT CARD)	2	8.00
❖ ป้ายสัญญาณ	1	4.00
❖ ป้ายชื่อ	1	4.00
❖ ผ้า	3	12.00
❖ แผงวงจรไฟฟ้า	1	4.00
❖ แผ่นซีดี	2	8.00
❖ เมมเบรนสวิช	1	4.00
❖ สิ่งพิมพ์-สื่อโฆษณา	4	16.00
❖ อุปกรณ์กีฬา	1	4.00
❖ อุปกรณ์ไฟฟ้า	1	4.00

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
❖ อุปกรณ์รถยนต์	2	8.00
3. ทุนจดทะเบียน		
▪ 50,000-704,554 บาท	5	11.63
▪ 1-5 ล้านบาท	16	37.21
▪ 10-20 ล้านบาท	3	6.98
▪ 25-50 ล้านบาท	7	16.28
▪ 55-100 ล้านบาท	7	16.28
▪ 101-345 ล้านบาท	4	9.30
▪ 1,008 ล้านบาท	1	2.33
รวม	43	100.00
4. อายุกิจการ		
▪ ต่ำกว่า 5 ปี	4	8.89
▪ 5-10 ปี	9	20.00
▪ 11-20 ปี	11	24.44
▪ 21-30 ปี	9	20.00
▪ มากกว่า 30 ปี (31-72 ปี)	12	26.67
รวม	45	100.00
5. จำนวนพนักงานทั้งสิ้นของกิจการ		
▪ 3-50 คน	12	29.27
▪ 55-97 คน	9	21.95
▪ 108-164 คน	8	19.51
▪ 220-485 คน	10	24.39
▪ 700-1,744 คน	2	4.88
รวม	41	100.00

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
6. กิจกรรมมีหุ้นส่วนรวมทุนกับต่างประเทศหรือไม่		
▪ ไม่มี	42	93.33
▪ มีสัดส่วนผู้ร่วมทุนต่างชาติ (14%, 43%, 49%)	3	6.67
รวม	45	100.00
7. มูลค่ายอดขายปี 2547		
▪ ต่ำกว่า 25 ล้านบาท	11	25.00
▪ 26-50 ล้านบาท	4	9.09
▪ 51-100 ล้านบาท	9	20.45
▪ 100-200 ล้านบาท	10	22.73
▪ มากกว่า 200 ล้านบาท (429-826 ล้านบาท)	10	22.73
รวม	44	100.00
8. อัตราการเติบโตของยอดขายในปี พ.ศ. 2547 (Min= 1%, Max = 40% , Mean =17.41 % , SD = 12.68%)		
▪ คีขึ้นจากปี พ.ศ. 2546	17	65.38
▪ เติบโตเทียบเท่ากับปี พ.ศ. 2546	6	23.08
▪ ค้อยกว่าปี พ.ศ. 2546	3	11.54
รวม	26	100.00
9. สัดส่วนการขาย	(n=43)	
▪ ในประเทศ	43	100.00
❖ 80-90%	3	6.98
❖ 94-99.9%	11	25.58
❖ 100%	29	67.44
▪ ต่างประเทศ	14	32.56
❖ 0.15-5%	10	71.43
❖ 6-10%	3	21.43

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
❖ 20%	1	7.14
10. มีสัดส่วนการขายในต่างประเทศ ระบุประเทศ	(n=14)	
▪ เอเชีย (ได้แก่ กัมพูชา, พม่า, ลาว, เวียดนาม, อินโดนีเซีย, จีน, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ญี่ปุ่น, อินเดีย, ปากีสถาน และบังกลาเทศ)	12	85.71
▪ ยุโรป (ได้แก่ เยอรมัน)	3	21.43
▪ สหรัฐอเมริกา	2	14.29

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2 ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ศักยภาพทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในที่นี้จะนำข้อมูลที่ได้จากฐานข้อมูลของ Business On Line (BOL) ซึ่งได้เรียงลำดับกิจการที่เป็นบริษัทและห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลทั้งหมดที่จดทะเบียนและยื่นงบการเงินที่กระทรวงพาณิชย์สำหรับปี 2546-2547

จากการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัย ได้เลือก 10 อันดับแรกของรายได้ สินทรัพย์รวมและกำไร โดยแยกตามอุตสาหกรรมย่อยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2.1 อุตสาหกรรมและจำนวนกิจการที่นำมาวิเคราะห์

อุตสาหกรรม	จำนวนกิจการ	จำนวนที่มีกำไร
1. การพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	87	40
2. การพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ซึ่งมีใช้หนังสือพิมพ์	3,670	2,070
3. โรงพิมพ์	794	451
4. บริการการพิมพ์ คมงาน เย็บสมุด พันท์สี	496	285

ในการวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดทางการเงินของแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเปรียบเทียบได้นำกิจการที่มีผลกำไร 10 อันดับแรก และนำดัชนีชี้วัดทางการเงินที่คำนวณโดย Business On Line (BOL) ซึ่งเก็บไว้ในฐานข้อมูล ข้อจำกัดของข้อมูลดังกล่าวบางกิจการมีข้อมูลสิ้นสุดปี 2546 แต่ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลสิ้นสุดปี 2547 อัตราส่วนทางการเงินและสูตรที่ใช้คำนวณมีดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.2 สูตรที่ Business on Line ใช้คำนวณดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน

1. สภาพคล่อง Liquidity Ratios	
สินทรัพย์หมุนเวียน/หนี้สินหมุนเวียน (เท่า)	สินทรัพย์หมุนเวียน / หนี้สินหมุนเวียน
อัตราส่วนทุนหมุนเร็ว (เท่า)	(สินทรัพย์หมุนเวียน-สินค้าคงเหลือ) / หนี้สินหมุนเวียน
2. ประสิทธิภาพ Efficiency Ratios	
อัตรากาารหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	ขาย / สินทรัพย์รวม
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	(ลูกหนี้การค้า / ขาย) X 360
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	ขาย / ลูกหนี้การค้า
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	(สินค้าคงเหลือ / ต้นทุนขาย) X 360
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	ต้นทุนขาย / สินค้าคงเหลือ
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	(เจ้าหนี้การค้า / ต้นทุนขาย) X 360
3. สมรรถภาพในการทำกำไร Profitability Ratios	
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	(ขาย - ต้นทุนขาย) / ขาย X 100
อัตรากำไรสุทธิ (%)	(กำไรสุทธิ / ขาย) X 100
อัตรากำไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	[(กำไรสุทธิ + ภาษีเงินได้) / สินทรัพย์รวม] X 100
อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	(กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น) X 100
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (%)	(กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวม) X 100
4. โครงสร้างเงินทุน Leverage Ratios	
หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม (%)	(หนี้สิน / สินทรัพย์รวม) X 100
หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	(หนี้สิน / ส่วนของผู้ถือหุ้น) X 100
ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	(ทุนจดทะเบียน / สินทรัพย์รวม) X 100
ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	(ส่วนของผู้ถือหุ้น/ สินทรัพย์รวม) X 100
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	(กำไรสุทธิ + ดอกเบี้ยจ่าย + ภาษีเงินได้) / ดอกเบี้ยจ่าย
5. การเจริญเติบโต Growth Ratios	
อัตราการเพิ่มของยอดขาย (%)	(ขาย - ขายปีก่อน) X 100
อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิ (%)	[(กำไรสุทธิ - กำไรสุทธิปีก่อน) / กำไรสุทธิปีก่อน] X 100
อัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม (%)	[(สินทรัพย์รวม - สินทรัพย์รวมปีก่อน) / สินทรัพย์รวมปีก่อน] X 100

4.2.1 ความหมายของดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน

ด้านสภาพคล่อง

สภาพคล่อง คือ ความสามารถในการจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินงานอย่างไม่มีอุปสรรค โดยเฉพาะทางด้านการชำระหนี้ที่เกิดจากการดำเนินงานซึ่งส่วนใหญ่เป็นหนี้สินระยะสั้น ดัชนีที่บ่งชี้สภาพคล่องของกิจการ ได้แก่

อัตราส่วนทุนหมุนเวียน เป็นอัตราที่แสดงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นประมาณภายใน 1 ปี เพื่อให้ทราบว่ากิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนเป็นกี่เท่าของหนี้สินหมุนเวียน แสดงว่ากิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอในการจ่ายชำระหนี้สินระยะสั้นหรือไม่

$$\text{อัตราส่วนทุนหมุนเวียน} = \text{สินทรัพย์หมุนเวียน} / \text{หนี้สินหมุนเวียน} \quad [\text{เท่า}]$$

ถ้าอัตราส่วนทุนหมุนเวียนมีค่าตั้งแต่ 1 เท่าขึ้นไป แสดงว่ากิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนพอในการจ่ายชำระหนี้ระยะสั้น แต่ถ้ามีค่ามากเกินไปอาจแสดงว่ากิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากเกินไปจนอาจเกิดปัญหาการดำเนินงานที่นำไปสู่การขาดประสิทธิภาพ เช่น การลงทุนระยะยาว เป็นต้น

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนหมุนเร็วหรืออย่างถึงแก่น หรือ **อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว**

เช่นเดียวกับอัตราส่วนทุนหมุนเวียนในการวัดสภาพคล่องของกิจการ ในการชำระหนี้ระยะสั้น แต่ส่วนที่เป็นสินทรัพย์หมุนเวียนมีสินทรัพย์บางรายการที่อาจมีการหมุนเวียนที่ไม่รวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าคงเหลือเมื่อเทียบกับ เงินสด ตัวเงินรับ หรือลูกหนี้ ดังนั้นอัตราส่วนทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่นสินทรัพย์หมุนเวียนจึงไม่นำสินค้าคงเหลือมารวมด้วย คำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่น} = (\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้าคงเหลือ}) / \text{หนี้สินหมุนเวียน} \quad [\text{เท่า}]$$

ด้านประสิทธิภาพ

คือ การพิจารณาถึงประสิทธิภาพของการใช้สินทรัพย์และทรัพยากรต่างๆ ของกิจการในการดำเนินงานเพื่อสร้างกำไรให้แก่กิจการ ซึ่งดัชนีชี้วัดด้านกิจกรรมมีดังนี้

อัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์ เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของกิจการ หากอัตราส่วนนี้สูงแสดงว่ากิจการมีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่กิจการ นั่นคือกิจการมีความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ดี ในทางกลับกันหากอัตราส่วนต่ำแสดงว่ากิจการมีการบริหารสินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ไม่ดี ซึ่งอัตราส่วนนี้คำนวณได้จาก

$$\text{อัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์} = \text{ขาย} / \text{สินทรัพย์รวม} \quad [\text{เท่า หรือ รอบ}]$$

ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย เป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถเรียกเก็บเงินชำระหนี้จากลูกหนี้ได้ในหนึ่งรอบ หรือเป็นระยะเวลาที่ถือบัญชีลูกหนี้จนกว่าจะได้รับชำระหนี้ หากรับชำระได้เร็วหรือเวลาที่เป็นลูกหนี้อยู่ในสถานะสั้นแสดงว่ากิจการมีประสิทธิภาพคล่องในการดำเนินงาน อัตราส่วนนี้คำนวณได้จาก

$$\text{ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย} = (\text{ลูกหนี้การค้า} / \text{ขาย}) \times 360 \quad [\text{วัน}]$$

อัตรากำไรหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า เป็นอัตราส่วนแสดงความสัมพันธ์ระหว่างยอดขายและยอดลูกหนี้การค้า ตัวเฉลี่ย อธิบายได้ว่ายอดขายที่เกิดขึ้นเป็นยอดขายเชื่อเท่าไร หรือมียอดลูกหนี้เป็นเป็นเท่าไรของยอดขาย หากอัตราส่วนนี้ต่ำแสดงว่าการขายเป็นการขายเชื่อน้อย หรือลูกหนี้มีการจ่ายชำระ ดังนั้นเป็นการหมุนเวียนลูกหนี้ที่ดีซึ่งแสดงว่ากิจการมีประสิทธิภาพคล่องที่ดี อัตราส่วนนี้คำนวณได้จาก

$$\text{อัตรากำไรหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า} = \text{ขาย} / \text{ลูกหนี้การค้า} \quad [\text{เท่า}]$$

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย เป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถขายสินค้าได้หรือเป็นระยะเวลาที่สินค้าอยู่ในสต็อกจนกว่าจะถูกขายออกไป หากสินค้าขายได้เร็วหรือเวลาที่อยู่ในสต็อกสั้นแสดงว่ากิจการมีประสิทธิภาพคล่องในการดำเนินงาน อัตราส่วนนี้คำนวณได้จาก

$$\text{ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย} = (\text{สินค้าคงเหลือ} / \text{ต้นทุนขาย}) \times 360 \quad [\text{วัน}]$$

อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ เป็นอัตรการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือเพื่อทราบถึงความคล่องตัวของสินค้าว่ามีอัตราในการจำหน่ายเร็ว หรือช้า อย่างไรในรอบหนึ่งปี หากอัตราส่วนนี้สูงแสดงว่ากิจการมีความคล่องตัวของสินค้าสูง ก็สามารถจำหน่ายสินค้าออกไปได้หลายรอบ หรือจำหน่ายสินค้าได้เร็ว อัตราส่วนนี้คำนวณได้จาก

$$\text{อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ} = \text{ต้นทุนขาย} / \text{สินค้าคงเหลือ} \quad [\text{เท่า หรือ รอบ}]$$

ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย เป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถจ่ายเงินชำระหนี้เจ้าหนี้การค้าได้ในหนึ่งรอบ หรือเป็นระยะเวลาที่ถือบัญชีเจ้าหนี้เงินกว่าจะมีการจ่ายชำระหนี้ หากจ่ายชำระได้เร็วหรือเวลาที่เป็นเจ้าหนี้ อยู่ในระยะสั้นแสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องในการดำเนินงาน อัตราส่วนนี้คำนวณได้จาก

$$\text{ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย} = (\text{เจ้าหนี้การค้า} / \text{ต้นทุนขาย}) \times 360 \quad [\text{วัน}]$$

ด้านสมรรถภาพในการทำกำไร

ดัชนีชี้วัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ได้แก่ ความสามารถในการใช้สินทรัพย์ คุณภาพของค่าขายที่ก่อให้เกิดกำไร ผลตอบแทนจากการลงทุนของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น และความสามารถในการจัดการทรัพยากรบุคคลในกำทำกำไร ดัชนีชี้วัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่เลือกใช้ประกอบด้วย

อัตรากำไรขั้นต้น เป็นตัวเลขแสดงว่ายอดกำไรขั้นต้นซึ่งคำนวณจากยอดขายหักต้นทุนขาย เป็นอัตราร้อยละเท่าไรของค่าขายก่อนหักค่าใช้จ่าย คำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น} = (\text{ขาย} - \text{ต้นทุนขาย}) / \text{ขาย} \times 100 \quad (\%)$$

อัตรากำไรสุทธิ เป็นตัวเลขแสดงยอดกำไรสุทธิว่าเป็นร้อยละเท่าไรของค่าขายก่อนหักค่าใช้จ่าย คำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ} = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{ขาย}) \times 100 \quad (\%)$$

อัตรากำไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด เป็นตัวเลขแสดงยอดกำไรสุทธิก่อนหักภาษีเงินได้ว่าเป็นร้อยละเท่าไรของสินทรัพย์รวม คำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{อัตรากำไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด} = [(\text{กำไรสุทธิ} + \text{ภาษีเงินได้}) / \text{สินทรัพย์รวม}] \times 100 \quad (\%)$$

อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดกำไรที่เป็นผลได้ ของกิจการว่าเป็นร้อยละของการลงทุนทางการเงินของกิจการซึ่งเป็นทรัพยากรเข้าของการดำเนินงาน เป็นการวัดอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นได้ลงทุนในกิจการ คำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น} = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}) \times 100 \quad (\%)$$

อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (Return on Assets : ROA) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการใช้สินทรัพย์เพื่อทำกำไรให้แก่กิจการ คำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์} = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100 \quad (\%)$$

ด้านโครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนคือ ส่วนที่เป็นทุนของกิจการ โครงสร้างเงินทุนประกอบด้วยหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น และอาจมีสัดส่วนของเงินทุนมากกว่าหนี้สิน หรือหนี้สินมากกว่าเงินทุนก็เป็นไปได้ ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวแสดงถึงความเสี่ยงในการดำเนินงานของกิจการ ดัชนีชี้วัดด้านโครงสร้างเงินทุนประกอบด้วย

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio : D/E) เป็นอัตราส่วนที่แสดงสัดส่วนของหนี้สินว่าเป็นกี่เท่าของทุน จากสมการทางการบัญชีที่อธิบายรายการในงบดุล คือ สินทรัพย์ เท่ากับ หนี้สินบวกส่วนของผู้ถือหุ้น [Assets = Liabilities(Debts)-Equities] ถ้ามองในด้าน โครงสร้างของเงินทุนอาจกล่าวได้ว่า สินทรัพย์ที่มีอยู่ในกิจการ ส่วนหนึ่งเป็นของส่วนที่เป็นหนี้สิน และอีกส่วนหนึ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนถ้ามีมากกว่า 1 แสดงว่ากิจการมีหนี้สินมากกว่าส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งมี

จำนวนมากแสดงว่ากิจการมีความเสี่ยงมากเพราะมีหนี้สินมาก กิจการอาจต้องแก้ปัญหาในการระดมทุนจาก ส่วนของผู้ถือหุ้น เช่น การออกหุ้นทุนให้ใหม่ผู้มารลงทุนเพิ่ม เป็นต้น

หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม เป็นอัตราส่วนที่แสดงสัดส่วนของหนี้สินว่าเป็นร้อยละเท่าไรของสินทรัพย์รวม ถ้ามีค่าเท่ากับร้อยละ 100 แสดงว่าหนี้สินรวมเท่ากับสินทรัพย์รวม ถ้าน้อยกว่าร้อยละ 100 เช่น ร้อยละ 80 แสดงว่าหนี้สินรวมมีน้อยกว่าสินทรัพย์รวมแสดงว่ากิจการยังมีสินทรัพย์รวมคงเหลือหลังจากหักหนี้สิน แล้วถึงร้อยละ 20 เป็นต้น และในทางตรงกันข้าม ถ้ามีมากกว่าร้อยละ 100 เช่น ร้อยละ 130 แสดงว่ากิจการมี หนี้สินรวมสูงกว่าสินทรัพย์รวมถึง ร้อยละ 30 เป็นต้น

$$\text{หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม} = (\text{หนี้สิน} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100 \quad (\%)$$

หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นตัวเลขแสดงสัดส่วนร้อยละว่าหนี้สินเป็นร้อยละเท่าไรของส่วนของผู้ถือหุ้น คำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น} = (\text{หนี้สิน} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}) \times 100 \quad (\%)$$

ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด เป็นตัวเลขแสดงสัดส่วนร้อยละว่าทุนจดทะเบียนเป็นร้อยละเท่าไรของสินทรัพย์รวม คำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด} = (\text{ทุนจดทะเบียน} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100 \quad (\%)$$

ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด เป็นตัวเลขแสดงสัดส่วนร้อยละว่าส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นร้อยละเท่าไรของสินทรัพย์รวม คำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด} = (\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100 \quad (\%)$$

กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย เป็นตัวเลขแสดงว่ากิจการมีกำไรสุทธิเพียงพอที่จะจ่ายดอกเบี้ยได้กี่เท่า โดยคำนวณจากกำไรสุทธิก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ และหารด้วยดอกเบี้ยจ่ายดังสูตรต่อไปนี้

$$\text{กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย} = (\text{กำไรสุทธิ} + \text{ดอกเบี้ยจ่าย} + \text{ภาษีเงินได้}) / \text{ดอกเบี้ยจ่าย}$$

(เท่า)

4.2.2 ผลการประเมินศักยภาพด้านการเงินจากข้อมูลทศัญฉุคิ

1. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์

1.1 รายได้ (ตารางที่ 4.2.3)

ปี 2546-47 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ซึ่งจำนวนบริษัทที่มีข้อมูลทั้งหมด 87 กิจการ มีรายได้รวม 14,999 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีกิจการที่มีรายได้สูงสุด 10 อันดับแรกประมาณร้อยละ 96 ของรายได้ทั้งหมด แสดงว่าส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่อยู่ที่กิจการใน 10 อันดับแรก ส่วนบริษัทอื่นๆ อีก 77 กิจการมีรายได้รวมประมาณร้อยละ 4 คือรวมเท่ากับ 669 ล้านบาท บริษัทที่มีรายได้สูงสุด 2 อันดับแรกคือบริษัท วัชรพล จำกัด มีรายได้เท่ากับ 4,762 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 32 และอันดับที่สองคือ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีรายได้ เท่ากับ 3,030 ล้านบาทหรือร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมด

1.2 สินทรัพย์รวม (ตารางที่ 4.2.4)

จำนวนสินทรัพย์รวมทั้งหมดซึ่งเท่ากับ 18,697 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีสินทรัพย์สูงสุด 10 อันดับแรกมีสินทรัพย์รวมถึงประมาณร้อยละ 97 กิจการที่เหลือ 77 กิจการมีสินทรัพย์รวม 557 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 3 บริษัทที่มีสินทรัพย์รวมสูงสุด 2 อันดับแรกคือบริษัท วัชรพล จำกัด มีสินทรัพย์รวมถึง 6,422 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 34.35 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด อันดับที่สองคือ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จำนวน 6,367 ล้านบาทซึ่งเท่ากับร้อยละ 34.05 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด

1.3 กำไรสุทธิรวม (ตารางที่ 4.2.5)

กิจการที่มีกำไรทั้งหมด 40 กิจการมีกำไรสุทธิรวมเท่ากับ 1,577 ล้านบาทซึ่งมีบริษัทที่มีผลกำไรสูงสุด 10 อันดับแรกมีกำไรรวมประมาณ 1,564 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 99.14 ของกำไรทั้งหมดส่วนลำดับที่เหลือ 30 กิจการมีกำไรรวม 14 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 0.86 แสดงว่ากิจการ 10 อันดับแรกสามารถทำกำไรสูงกว่า 30 กิจการที่มีอันดับรองลงมา กิจการที่มีกำไรสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งได้แก่บริษัท วัชรพล จำกัด มีกำไรสูงสุดถึง 1,045 ล้านบาทหรือประมาณ ร้อยละ 66 อันดับที่สองคือบริษัท โปสด์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน) มีกำไร 194 ล้านบาทหรือร้อยละ 12 ของกำไรทั้งหมด ส่วนมีกำไรสูงสุดเป็นอันดับ 3 คือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีกำไรเท่ากับ 114 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 7 ของกำไรทั้งหมด

1.4 ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน (ตารางที่ 4.2.6)

1. สภาพคล่อง

อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ จะเห็นว่าบริษัท วัชรพล จำกัดที่เป็นกิจการที่มีกำไรสูงสุดจะมีสภาพคล่องมากที่สุดโดยวิเคราะห์จากอัตราสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน มีถึง 4.42 เท่าและอัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว 3.88 เท่าเมื่อเทียบกับระดับรองลงมา คือ บริษัท โปสด์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน) มีอัตราเท่ากับ 1.7 เท่าและ 0.94 เท่าตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์อัตราโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 1.56 เท่าและ 1.40 เท่าตามลำดับ นับว่ากิจการโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกมีสินทรัพย์และสินทรัพย์ชนิดหมุนเร็วที่ไม่รวมสินค้าคงเหลือมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน แสดงว่ามีสภาพคล่องพอสมควร

2. ประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางด้านการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของกิจการ อัตราการหมุนของสินทรัพย์โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 1.19 เท่า แสดงว่ากิจการในอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์มีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่กิจการดีพอสมควร

ทางด้านการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ โดยระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยใช้เวลา 97.46 วัน หรืออัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า 5.34 รอบหรือเท่านี้บ่งชี้ว่าค่อนข้างนานเมื่อเทียบกับบริษัท วัชรพล จำกัดที่เป็นกิจการที่มีกำไรสูงสุดอันดับหนึ่งจะมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยและอัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้าเท่ากับ 25.92 วันและ 13.89 เท่าตามลำดับ ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยซึ่งเป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถขายสินค้าได้หรือเป็นระยะเวลาที่สินค้าอยู่ในสต็อกจนกว่าจะถูกขายออกไปโดยเฉลี่ยของ 10

อันดับแรกเท่ากับ 45.63 วัน และเมื่อพิจารณาอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ กิจกรรมที่มีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือสูงสุดคือ บริษัท ธารพระจันทร์ จำกัด เท่ากับ 23,026 เท่า แสดงว่ามีสินค้าคงเหลือน้อยมากเมื่อเทียบกับต้นทุนขาย

ทางด้านการบริหารเจ้าหนี้โดยวิเคราะห์จากระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของกิจการ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดเท่ากับ 65.2 วัน แสดงว่ากิจการสามารถจ่ายเงินชำระหนี้เจ้าหนี้การค้าได้ในหนึ่งรอบหรือเป็นระยะเวลาที่ถือบัญชีเจ้าหนี้เงินกว่าจะมีการจ่ายชำระหนี้ 65 วันการจ่ายชำระได้เร็วหรือเวลาที่เป็นเจ้าหนี้อยู่ในระยะสั้นแสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องในการดำเนินงาน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือแก่เจ้าหนี้การค้า ตัวอย่างเช่น กิจกรรมที่มีกำไรสูงสุดอันดับหนึ่งคือบริษัท วัชรพล จำกัดมีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย 23 วัน เป็นต้น

3. สมรรถภาพในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมด อัตรากำไรสุทธิของส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ แสดงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ กิจกรรมที่มีกำไรสูงสุดอันดับหนึ่งคือบริษัท วัชรพล จำกัดมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับ ร้อยละ 46.07 อัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 22.04 อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมดเท่ากับ ร้อยละ 23.64 อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 20.12 และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 16.28 สูงเมื่อเทียบกับอัตราเฉลี่ยของกิจการ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดซึ่งเท่ากับร้อยละ 41.17 9.84 14.04 18.51 และ 10.95 ตามลำดับ

4. โครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนประกอบด้วยส่วนที่เป็นทุนของกิจการหรือส่วนของผู้ถือหุ้น และหนี้สิน โครงสร้างเงินทุนอาจมีส่วนของผู้ถือหุ้นมากกว่าหนี้สิน หรือหนี้สินมากกว่าเงินส่วนของผู้ถือหุ้น และแสดงถึงสัดส่วนของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์รวมด้วย จากอัตราส่วนทางการเงินจะเห็นว่ากิจกรรมที่มีกำไรเป็นอันดับหนึ่งคือ บริษัท วัชรพล จำกัด มีอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 19.11 หมายความว่าในจำนวนสินทรัพย์ 100 บาทเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นเพียง 19.11 บาท นอกนั้นเป็นของผู้ถือหุ้นน้อยกว่า 80 บาท โดยดูจากอัตราทุนจดทะเบียนต่อสินทรัพย์ทั้งหมดซึ่งเท่ากับร้อยละ 80.89 และสอดคล้องกับส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์ทั้งหมดซึ่งเท่ากับร้อยละ 62.29 และถ้าพิจารณาถึงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย สามารถวิเคราะห์ได้จากกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อดอกเบี้ยจ่ายซึ่งของบริษัท วัชรพล จำกัดเท่ากับ 47.06 เท่าของดอกเบี้ยจ่าย ในทำนองเดียวกัน สำหรับกิจกรรมที่มีกำไรสูงสุดเป็นอันดับสอง คือ บริษัท โปสดี พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) จะมีสัดส่วน

ของหนี้สินสูงกว่าแต่ส่วนใหญ่ของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ใช่หนี้สิน แสดงว่าโครงสร้างของเงินทุนค่อนข้างเป็นที่น่าพอใจ

5. การเจริญเติบโต แม้ว่าบริษัท วัชรพล จำกัดที่เป็นกิจการที่มีกำไรเป็นอันดับหนึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าอัตราการเจริญเติบโตจะดีน้อยกว่ากิจการที่มีกำไรเป็นอันดับสองคือบริษัท โพลีplast พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบจากอัตราการเพิ่มของยอดขาย อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิ และอัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม บริษัท วัชรพล จำกัด มีอัตราทั้ง 3 ร้อยละ 12.87 -10.39 และ13.15 ตามลำดับ แต่บริษัท โพลีplast พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) มีอัตราทั้ง 3 ร้อยละ 23.29 87.47 และ20.28 ตามลำดับ ดังนั้นถ้าบริษัท โพลีplast พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)มีอัตราการเจริญเติบโตสูงกว่าอย่างสม่ำเสมอ อาจเป็นกิจการที่มีผลกำไรสูงสุดได้ในอนาคต

ตารางที่ 4.2.3 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ (เรียงตาม : รายได้)

อันดับ	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท วัชรพล จำกัด	4,761,709,735.56	31.75
2	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	3,029,900,889.00	20.20
3	บริษัท สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	2,456,236,084.85	16.38
4	บริษัท โพลีplast พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,759,091,152.00	11.73
5	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	1,494,298,028.00	9.96
6	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	372,519,077.84	2.48
7	บริษัท ริคเตอร์ส ไคเจสท์ (ประเทศไทย) จำกัด	200,985,674.00	1.34
8	บริษัท สยามรัฐ จำกัด	96,020,498.01	0.64
9	บริษัท หนังสือพิมพ์สากล จำกัด	95,513,735.86	0.64
10	บริษัท หนังสือพิมพ์แนวหน้า จำกัด	63,251,683.87	0.42
รวม 10 อันดับแรก		14,329,526,558.99	95.54
รวม 77 อันดับหลัง		669,484,221.97	4.46
รวม 87 กิจการ		14,999,010,780.96	100.00

รายได้อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์2546-47



- รวม 10 อันดับแรก
- รวม 77 อันดับหลัง

รายได้สูงสุด 10 อันดับแรก

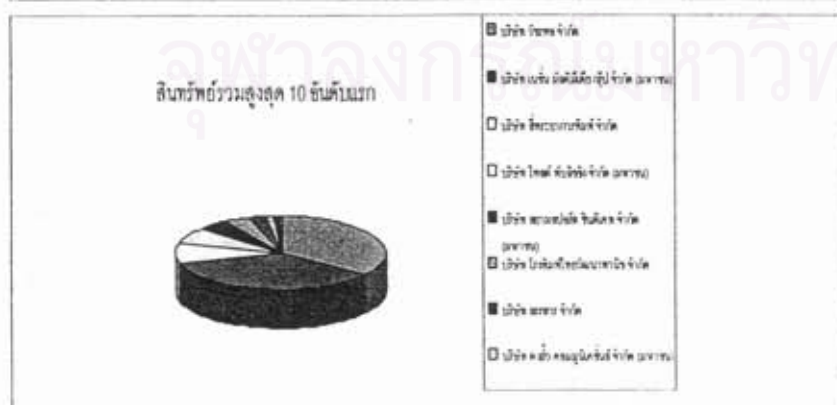


- บริษัท วัฒนกิจ จำกัด
- บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สี่นครายการพิมพ์ จำกัด
- บริษัท โกลด์ พันธิง จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สยามเอสอีที ซีนีเคส จำกัด (มหาชน)
- บริษัท โรตีมทิลโยธวัฒนาพาณิชย์ จำกัด
- บริษัท รัตนศาสตร์ โดเมนส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท สยามรัฐ จำกัด
- บริษัท หนึ่งสี่สิบห้า จำกัด
- บริษัท หนึ่งสี่สิบห้าแรมห้า จำกัด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.4 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ (เรียงตาม : สินทรัพย์)

อันดับ	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท วัชรพล จำกัด	6,421,869,895.38	34.35
2	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	6,366,668,433.00	34.05
3	บริษัท สีพระยาการพิมพ์ จำกัด	1,594,886,117.49	8.53
4	บริษัท โปสทัค แพคเกจจิง จำกัด (มหาชน)	1,337,245,086.00	7.15
5	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	851,461,005.00	4.55
6	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	678,764,001.39	3.63
7	บริษัท สรรสาร จำกัด	424,747,142.54	2.27
8	บริษัท ดงฮั่ว คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน)	201,401,574.68	1.08
9	บริษัท สยามรัฐ จำกัด	142,541,711.10	0.76
10	บริษัท ริดเดอร์ส ไคเจสท์ (ประเทศไทย) จำกัด	120,081,006.00	0.64
รวม 10 อันดับแรก		18,139,665,972.58	97.02
รวม 77 อันดับหลัง		557,233,755.52	2.98
รวม 87 กิจการ		18,696,899,728.10	100.00



ตารางที่ 4.2.5 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ (เรียงตาม : กำไร)

อันดับ	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท วัชรพล จำกัด	1,045,200,305.05	66.26
2	บริษัท โฟสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	194,188,375.00	12.31
3	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	113,558,667.00	7.20
4	บริษัท สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	82,961,641.25	5.26
5	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	81,658,513.00	5.18
6	บริษัท ริดเดอร์ส โคเจสต์ (ประเทศไทย) จำกัด	28,805,902.00	1.83
7	บริษัท ธารพระจันทร์ จำกัด	7,412,638.95	0.47
8	บริษัท ดงฮั่ว คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน)	4,566,536.37	0.29
9	บริษัท เทลคอม เจอร์นัล จำกัด	3,124,022.17	0.20
10	บริษัท ชังแซพส์ แอ็ดเวอ์โทซิ่ง เอเจนซี จำกัด	2,282,362.86	0.14
รวม 10 อันดับแรก		1,563,758,963.65	99.14
รวม 77 อันดับหลัง		13,625,604.69	0.86
รวม 87 กิจการ		1,577,384,568.34	100.00

กำไรอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณา
หนังสือพิมพ์ 2546-47



■ รวม 10 อันดับแรก
■ รวม 30 อันดับหลัง

กำไรสูงสุด 10 อันดับแรก



■ บริษัท วัชรพล จำกัด
■ บริษัท โฟสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)
■ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
■ บริษัท สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด
■ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
■ บริษัท ริดเดอร์ส โคเจสต์ (ประเทศไทย) จำกัด
■ บริษัท ธารพระจันทร์ จำกัด
■ บริษัท ดงฮั่ว คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
■ บริษัท เทลคอม เจอร์นัล จำกัด
■ บริษัท ชังแซพส์ แอ็ดเวอ์โทซิ่ง เอเจนซี จำกัด

ตารางที่ 4.2.6 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
งวดบัญชี	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	30.6.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	
บริษัท	วิจิตร จำกัด	โกลด์ทิม ดิไซน์ จำกัด (มหาชน)	เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	สีพระยา การพิมพ์ จำกัด	สยามสปอร์ต จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)	วีดิทัศน์ เจดับ (ประเทศ ไทย) จำกัด	อีอาร์ พระจันทร์ จำกัด	ลุงอ้วนคอม มิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน)	เทอดคอม เจอรมือ จำกัด	อังกะพจน์ แม็คเกอร์ไทย ซึ่งเอเชนรี่ จำกัด	เฉลี่ย
1. สภาพคล่อง Liquidity Ratios											
สินทรัพย์หมุนเวียน/หนี้สินหมุนเวียน (เท่า)	4.42	1.7	0.96	1.02	1.68	0.87	1.22	0.93	0.37	2.67	1.58
อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	3.88	0.94	0.91	0.84	1.6	0.77	1.22	0.78	0.37	2.67	1.40
2. ประสิทธิภาพ Efficiency Ratios											
อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ (เท่า)	0.74	1.27	0.44	1.51	1.64	1.63	N/A	0.22	2.31	0.94	1.19
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	25.92	59.1	N/A	64.01	87.52	63.75	N/A	132.87	118.7	227.81	97.46
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	13.89	6.09	N/A	5.62	4.11	5.65	N/A	2.71	3.03	1.58	5.34
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	64.87	106.89	28.63	28.37	7.08	55.24	0.02	118.12	1.47	N/A	45.63
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	5.55	3.37	12.57	12.69	50.83	6.52	23026.28	3.05	244.94	N/A	2,596.20
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	22.54	27.27	66.97	48.74	20.17	164.19	N/A	27.54	121.22	88.15	65.20
3. สมรรถภาพในการทำกำไร Profitability Ratios											
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	46.07	42.2	47.56	41.99	23.07	67.8	N/A	34.4	40.52	26.88	41.17

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
งวดบัญชี	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	30.6.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	
บริษัท	วิซราท จำกัด	โพสท์ ทับ ลิชชี จำกัด (มหาชน)	เมชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	สี่พระยา การพิมพ์ จำกัด	สยามสปอร์ต อินดิวเทีย จำกัด (มหาชน)	วีดีโอ ซิตี้ เจสซ่า (ประเทศ ไทย) จำกัด	ซาร พระจันทร์ จำกัด	คังฮิวคอมมู นิตี้ จำกัด (มหาชน)	เทสทอม เจอรินัล จำกัด	อังกะพาส์ แอดิแควร์ไท อิงเอเจนซี่ จำกัด	เฉลี่ย
อัตราค่าไรสุทธิ (%)	22.04	11.4	4.01	3.44	5.85	14.75	N/A	10.24	9.14	7.65	9.84
อัตราค่าไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	23.64	18.89	2.72	8.34	11.78	34.24	7.48	2.27	21.13	9.89	14.04
อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	20.12	20.51	5.26	8.56	14.67	113.3	13.47	3.3	-34.72	20.65	18.51
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (%)	16.28	14.52	1.78	5.2	9.59	23.99	7.48	2.27	21.13	7.22	10.95
4. Leverage Ratios											
หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม (%)	19.11	29.21	66.1	39.26	34.63	78.83	44.43	31.26	160.85	65.05	56.87
หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	23.63	41.25	195.02	64.64	52.98	372.29	79.95	45.48	-264.33	186.12	79.70
ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	62.29	37.76	39.27	52.35	44.63	18.32	60.58	59.58	136.61	9.49	52.09
ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	80.89	70.79	33.9	60.74	65.37	21.17	55.57	68.74	-60.85	34.95	43.13
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	47.06	3383.36	1.93	60.37	4.41	N/A	62.29	4.61	4.98	N/A	446.13
5. การเจริญเติบโต Growth Ratios											
อัตราการเพิ่มของยอดขาย (%)	12.87	23.29	11.85	14.01	20.47	-12.93	-100	-9.91	-28.96	-36.16	10.55
อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิ (%)	-10.39	87.47	-24.77	-73.07	62.58	-21.87	414.5	-59.66	981.77	64.81	142.14
อัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม (%)	13.15	20.28	1.41	13.88	-2.71	-26.02	43.7	-3.82	-5.41	-28.59	2.59

2. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์

2.1 รายได้ (ตารางที่ 4.2.7)

ปี 2546-47 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ มีจำนวนบริษัทที่มีข้อมูลทั้งหมด 3,286 กิจการ มีรายได้รวม 66,560 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีรายได้สูงสุด 10 อันดับแรกประมาณร้อยละ 22 ของรายได้ทั้งหมดคือมีรายได้ 14,519 แสดงว่า ส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่กระจายไปกลุ่มบริษัทอื่นๆ อีก 3,276 กิจการซึ่งมีรายได้รวมประมาณร้อยละ 78 คือรวมเท่ากับ 52,041 ล้านบาท บริษัทที่มีรายได้สูงสุด 2 อันดับแรกคือบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) มีรายได้เท่ากับ 2,856 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 4 และอันดับที่สอง คือ บริษัท โพลัส แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) มีรายได้เท่ากับ 1,759 ล้านบาทหรือร้อยละ 3 ของรายได้ทั้งหมด

2.2 สินทรัพย์รวม (ตารางที่ 4.2.8)

จำนวนสินทรัพย์รวมทั้งหมดซึ่งเท่ากับ 55,706 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีสินทรัพย์สูงสุด 10 อันดับแรกมีสินทรัพย์รวม 11,198 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 20 กิจการที่เหลือ 3,660 กิจการมีสินทรัพย์รวม 44,508 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 80 ของจำนวนสินทรัพย์รวมทั้งหมด อันดับแรกที่มีสินทรัพย์สูงสุดคือบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) มีสินทรัพย์รวมถึง 1,465 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 2.63 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด อันดับที่สองคือ บริษัท สดาร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน) มีสินทรัพย์รวมจำนวน 1,453 ล้านบาทซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.61 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด

2.3 กำไรสุทธิรวม (ตารางที่ 4.2.9)

กิจการที่มีกำไรทั้งหมด 2,070 กิจการมีกำไรรวมเท่ากับ 3,425 ล้านบาทซึ่งมีบริษัทที่มีผลกำไรสูงสุด 10 อันดับแรกมีกำไรรวม 1,131 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 33 ของกำไรทั้งหมด ส่วนลำดับที่เหลือมี 2,060 กิจการมีกำไรรวม 2,295 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 67 แสดงว่า กิจการ 10 อันดับแรกสามารถทำกำไรสูงกว่า 2,060 กิจการที่มีอันดับรองลงมาหรือเท่ากับประมาณหนึ่งในสามของกำไรรวม กิจการที่มีกำไรสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งได้แก่บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) มีกำไรสูงสุดถึง 218 ล้านบาทหรือประมาณ ร้อยละ 6.36 ส่วนอันดับที่สองคือบริษัท โพลัส แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) มีกำไร 194 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.67 ของกำไรทั้งหมด

2.4 ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน (ตารางที่ 4.2.10)

1. สภาพคล่อง

อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ บริษัท อินเทล การ์ด อินค์สทรีส์จำกัดที่เป็นกิจการที่มีกำไรสูงสุดอันดับที่ 9 จะมีสภาพคล่องมากที่สุดโดยวิเคราะห์จาก อัตราสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน มีถึง 4.62 เท่าและอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว 3.78 เท่าเมื่อเทียบกับกิจการที่มีกำไรสูงสุดอันดับที่ 1 คือ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) มีอัตราเท่ากับ 1.74 เท่าและ 1.27 เท่าตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์อัตราโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 2.03 เท่าและ 1.53 เท่าตามลำดับ นับว่ากิจการโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกมีสินทรัพย์และสินทรัพย์ชนิดหมุนเร็วที่ไม่รวมสินค้าคงเหลือมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน แสดงว่ามีสภาพคล่องพอสมควรเช่นเดียวกัน

2. ประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางด้านการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของกิจการในอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ดูจากอัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 1.33 เท่า แสดงว่ามีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อให้เกิดรายได้แก่กิจการ โดยเฉลี่ยดี

ทางด้านการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ โดยระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยใช้เวลา 62 วัน หรืออัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า 9.32 รอบหรือเท่านี้บ่งชี้ว่าค่อนข้างนานเมื่อเทียบกับบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกิจการที่มีกำไรสูงสุดอันดับ 4 จะมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยและอัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้าเท่ากับ 10.64 วันและ 33.84 เท่าตามลำดับซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีที่สุดในอุตสาหกรรมเดียวกัน ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยซึ่งเป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถขายสินค้าได้หรือเป็นระยะเวลาที่สินค้าอยู่ในสต็อกจนกว่าจะถูกขายออกไป โดยเฉลี่ยของ โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 51.85 วัน และมีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือเฉลี่ยเท่ากับ 12.03 เท่า กิจการที่มีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือสูงสุดคือ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 50.83 เท่า แสดงว่ามีสินค้าคงเหลือน้อยมากเมื่อเทียบกับต้นทุนขายโดยมีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยเร็วมากคือ 7.08 วัน แสดงว่ามีประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงเหลือ

ทางด้านการบริหารเจ้าหนี้การจ่ายชำระได้เร็วหรือเวลาที่เจ้าหนี้อยู่ในระยะสั้นแสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องในการดำเนินงาน โดยวิเคราะห์จากระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของกิจการ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด 45 วัน แสดงว่ากิจการสามารถจ่ายเงินชำระหนี้เจ้าหนี้การค้าได้ในหนึ่งรอบ หรือเป็นระยะเวลาที่ถือบัญชีเจ้าหนี้จนกว่าจะมีการจ่ายชำระหนี้ 45 วัน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือแก่เจ้าหนี้การค้า

3. สมรรถภาพในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ แสดงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ กิจการในอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรกของการทำกำไรสูงสุดโดยเฉลี่ยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ 26.07 อัตรากำไรสุทธิ เท่ากับร้อยละ 13.02 อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 18.92 อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 24.32 และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 15.01 นับว่าอยู่ในเกณฑ์น่าพอใจ

4. โครงสร้างเงินทุน

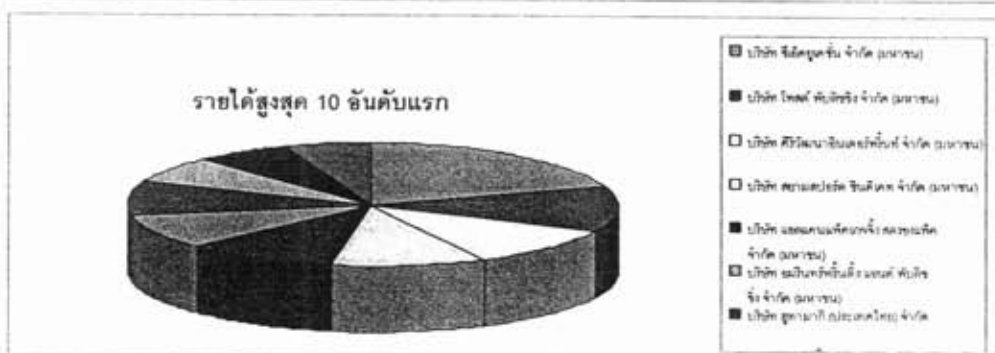
โครงสร้างเงินทุนที่ประกอบด้วยส่วนที่เป็นทุนของกิจการหรือส่วนของผู้ถือหุ้น และหนี้สิน โครงสร้างเงินทุนอาจมีสัดส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้น มากกว่าหนี้สิน หรือหนี้สินมากกว่าเงินส่วนของผู้ถือหุ้น และแสดงถึงสัดส่วนของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์รวมด้วย จากอัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ จะเห็นว่ากิจการที่มีกำไรเป็นอันดับ 9 คือ บริษัท อินเทล การ์ด อินค์สทรีส์ จำกัดมีอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นต่ำสุดคือร้อยละ 14.79 และอัตราดังกล่าวเฉลี่ย 10 กิจการที่มีกำไรสูงสุดเท่ากับร้อยละ 32.88 แสดงว่าจำนวนหนี้สินรวมมีจำนวนไม่เกินสินทรัพย์รวม กิจการมีความสามารถในการชำระหนี้ ในทำนองเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์ทั้งหมดซึ่งเท่ากับร้อยละ 67.12 และถ้าพิจารณาถึงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยโดยวิเคราะห์ได้จากกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อดอกเบี้ยจ่ายเท่ากับ 633.06 เท่าของดอกเบี้ยจ่าย แสดงว่าโครงสร้างของเงินทุนค่อนข้างเป็นที่น่าพอใจ

5. การเจริญเติบโต

อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ โดยเฉลี่ยมีการเจริญเติบโตพอสมควรกิจการที่มีกำไรเป็นอันดับ 10 อันดับแรกมีอัตราการเพิ่มของยอดขายเฉลี่ยคือร้อยละ 16.50 ของยอดขายปีก่อน อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 50.11 และอัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม เท่ากับ ร้อยละ 9.76 แสดงว่ามีอัตราการเจริญเติบโตพอสมควร

ตารางที่ 4.2.7 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียงตาม : รายได้

ลำดับที่	ชื่อกิจการ	จำนวนเงิน	%
1	บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	2,856,340,432.37	4.29
2	บริษัท โพลัส พับลิชซิง จำกัด (มหาชน)	1,759,091,152.00	2.64
3	บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,542,342,619.00	2.32
4	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	1,494,298,028.00	2.25
5	บริษัท แอลแคนแพ็คเกจจิง สดรองแพ็ค จำกัด (มหาชน)	1,457,806,932.00	2.19
6	บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน)	1,331,936,904.91	2.00
7	บริษัท สุทามากิ (ประเทศไทย) จำกัด	1,275,688,637.00	1.92
8	บริษัท สตาร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,008,281,783.00	1.51
9	บริษัท คาด้า โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	960,355,445.00	1.44
10	บริษัท ไทย บริดิช ซีทีเอวริตี้ พริ้นติ้ง จำกัด (มหาชน)	833,076,110.00	1.25
รวม 10 อันดับแรก		14,519,218,043.28	21.81
รวม 3,276 อันดับหลัง		52,040,629,860.95	78.19
รวม 3,286 กิจการ		66,559,847,904.23	100.00



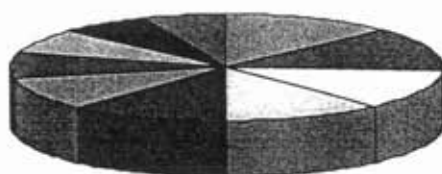
ตารางที่ 4.2.8 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์
เรียงตาม : สินทรัพย์

ลำดับที่	ชื่อกิจการ	จำนวนเงิน	%
1	บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	1,464,887,734.01	2.63
2	บริษัท สตาร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,452,488,149.00	2.61
3	บริษัท สิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,351,914,164.00	2.43
4	บริษัท โพลัส พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	1,337,245,086.00	2.40
5	บริษัท แอลแคนแพ็คเกจจิ้ง สตรองแพ็ค จำกัด (มหาชน)	1,333,699,263.00	2.39
6	บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	1,107,807,428.20	1.99
7	บริษัท สุทามาภิ (ประเทศไทย) จำกัด	869,488,411.00	1.56
8	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	851,461,005.00	1.53
9	บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด	721,068,904.79	1.29
10	บริษัท ไทย บริติช ซีเคียวริตี้ พริ้นติ้ง จำกัด (มหาชน)	708,153,939.00	1.27
รวม 10 อันดับแรก		11,198,214,084.00	20.10
รวม 3,660 อันดับหลัง		44,507,641,516.36	79.90
รวม 3,670 กิจการ		55,705,855,600.36	100.00

สินทรัพย์รวมอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์
โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 2546-47



สินทรัพย์รวมสูงสุด 10 อันดับแรก

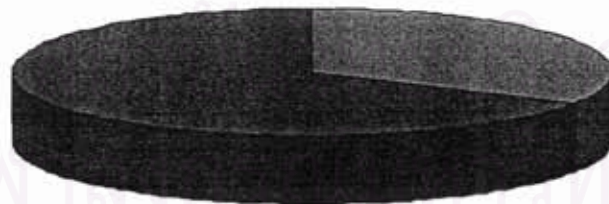


- บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สตาร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท โพลัส พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- บริษัท แอลแคนแพ็คเกจจิ้ง สตรองแพ็ค (มหาชน)
- บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สุทามาภิ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด

ตารางที่ 4.2.9 อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียงตาม : กำไร

ลำดับที่	ชื่อกิจการ	จำนวนเงิน	%
1	บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	217,694,958.72	6.36
2	บริษัท โพลัส พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	194,188,375.00	5.67
3	บริษัท คาด้า โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	129,674,771.00	3.79
4	บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	116,961,603.90	3.41
5	บริษัท เอส. แพ็ค แอนด์ พรินท์ จำกัด (มหาชน)	115,053,811.48	3.36
6	บริษัท ไทย บริติช ซีเรียวิตี้ พริ้นติ้ง จำกัด (มหาชน)	96,156,713.00	2.81
7	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	81,658,513.00	2.38
8	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจริญทองการพิมพ์	67,677,464.43	1.98
9	บริษัท อินเทล การ์ด อินคัสทรีส์ จำกัด	58,167,617.00	1.70
10	บริษัท สหกิจบรรจุกัมภ์ จำกัด	53,276,663.46	1.56
รวม 10 อันดับแรก		1,130,510,490.99	33.01
รวม 2,060 อันดับหลัง		2,294,696,156.59	66.99
รวม 2,070 กิจการ		3,425,206,647.58	100.00

กำไรอุตสาหกรรมกรพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 2546-47



กำไรสูงสุด 10 อันดับแรก



ตารางที่ 4.2.10 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	เฉลี่ย
งวดบัญชี	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	
บริษัท	อมรินทร์พริ้น ติ้ง แอนด์ พับ ดิจิจัล จำกัด (มหาชน)	โพสต์พับ ดิจิจัล จำกัด (มหาชน)	คาค้าโปร ดักซ์ ทอป ปิ้ง ฟอรัม จำกัด	ซีเอ็ด ชูเคชั่น จำกัด (มหาชน)	เอส.แพ็ค แอนด์ พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	ไทย บริกซ์ ซี เคียวริตี้ พริ้น ติ้ง จำกัด (มหาชน)	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	ชงก. เหริมยู ทองการ พิมพ์	อินเทล การ์ด อินดีสทริบิว ชั่น จำกัด	สหกิจ นรรจ ภัณฑ์ จำกัด	
1. สภาพคล่อง Liquidity Ratios											
สินทรัพย์หมุนเวียน/หนี้สินหมุนเวียน (เท่า)	1.74	1.7	2.16	0.96	2.43	2.41	1.68	2.01	4.62	0.58	2.03
อัตราส่วนหมุนหมุนเร็ว (เท่า)	1.27	0.94	1.26	0.7	2.09	1.51	1.6	1.72	3.78	0.38	1.53
2. ประสิทธิภาพ Efficiency Ratios											
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.9	1.27	1.67	2.56	1.06	1.17	1.64	1.07	0.77	1.21	1.33
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	82.69	59.1	20.46	10.64	52.96	50.36	87.52	95.07	103.76	59.84	62.24
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	4.35	6.09	17.6	33.84	6.8	7.15	4.11	3.79	3.47	6.02	9.32
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	60.35	106.89	63.59	27.89	25.88	74.27	7.08	44.24	70.8	37.48	51.85
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	5.97	3.37	5.66	12.91	13.91	4.85	50.83	8.14	5.08	9.6	12.03
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	68.28	27.27	21.36	78.64	9.66	38.71	20.17	73.81	48.48	59.62	44.60
3. สมรรถภาพในการทำกำไร Profitability Ratios											
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	36.09	42.2	30.76	30.09	13.95	28.2	23.07	23.21	18.27	14.84	26.07
อัตรากำไรสุทธิ (%)	16.6	11.4	13.52	4.13	16.65	11.64	5.85	11.77	28.45	10.16	13.02
อัตรากำไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	19.98	18.89	32.09	15.08	17.99	17.71	11.78	18.24	21.83	15.64	18.92
อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	18.67	20.51	30.27	22.71	22.07	16.92	14.67	19.32	25.62	52.47	24.32
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (%)	14.86	14.52	22.53	10.56	17.72	13.58	9.59	12.62	21.83	12.31	15.01

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	เฉลี่ย
งวดบัญชี	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	
บริษัท	อมรินทร์พริน คิง แอนคัล ทัป ดิซิจิง จำกัด (มหาชน)	โพสท์ ทัป ดิซิจิง จำกัด (มหาชน)	คาค้า ไปร คักส์ ทอป บิง ทอร์ม จำกัด	ซีอีล ยูเครน จำกัด (มหาชน)	เอส. แพ็ค แอนคัล พรินท์ จำกัด (มหาชน)	ไทย บริติช ซี เคียววีที พริน ติ้ง จำกัด (มหาชน)	สยามสปอร์ต จีนเคี.กา จำกัด (มหาชน)	หอก หรือญ ทองดาว พิมพ์	อินเทอ การ์ด อินคัสทรีส์ จำกัด	สหกิจ นรรจุ ภัณฑ์ จำกัด	
4. Leverage Ratios											
หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม (%)	20.42	29.21	25.57	53.5	19.73	19.75	34.63	34.69	14.79	76.54	32.88
หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	25.66	41.25	34.36	115.08	24.58	24.61	52.98	53.12	17.36	326.26	71.53
ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	13.65	37.76	17.38	31.43	46.2 *	15.53	44.63	5.59	33.77	46.21	29.22
ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	79.58	70.79	74.43	46.5	80.27	80.25	65.37	65.31	85.21	23.46	67.12
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	1583.86	3383.36	178.67	700.47	27.77	231.13	4.41	36.37	177.66	6.94	633.06
5. การเจริญเติบโต Growth Ratios											
อัตราการเพิ่มของยอดขาย (%)	25.86	23.29	64.46	19.22	10.26	8.61	20.47	13.56	-24.23	3.47	16.50
อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิ (%)	10.77	87.47	124.94	-25.34	64.2	31.41	62.58	31.13	-85.66	199.63	50.11
อัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม (%)	19.3	20.28	17.61	0.24	6.75	9.75	-2.71	23.05	-16.99	20.34	9.76

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. อุตสาหกรรมโรงพิมพ์

3.1 รายได้ (ตารางที่ 4.2.11)

อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ซึ่งจำนวนบริษัทที่มีข้อมูลทั้งหมด 794 กิจการ กิจการที่มีรายได้ที่มีข้อมูล 719 กิจการ มีรายได้รวม 13,043 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีกิจการที่มีรายได้สูงสุด 10 อันดับแรกรวม 4,808 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 37 ของรายได้ทั้งหมด แสดงว่าเป็นส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ถึงประมาณ 1 ใน 3 ของรายได้รวม รายได้ที่กระจายไปกลุ่มบริษัทอื่นๆ อีก 709 กิจการมีรายได้รวมประมาณร้อยละ 63 คือรวมเท่ากับ 8,235 ล้านบาท บริษัทที่มีรายได้สูงสุด 2 อันดับแรก คือ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) มีรายได้เท่ากับ 1,274 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 10 และอันดับที่สอง คือ บริษัท จันทพาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด มีรายได้ เท่ากับ 1,061 ล้านบาทหรือร้อยละ 8ของรายได้ทั้งหมด

3.2 สินทรัพย์รวม (ตารางที่ 4.2.12)

จำนวนสินทรัพย์รวมทั้งหมดของ 794 กิจการมีจำนวนรวมเท่ากับ 13,956 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีสินทรัพย์สูงสุด 10 อันดับแรกมีสินทรัพย์รวมประมาณร้อยละ 47 กิจการที่เหลือ 784 กิจการมีสินทรัพย์รวม 7,373 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 53 อันดับแรกที่มีสินทรัพย์สูงสุดคือบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)มีสินทรัพย์รวมถึง 1,828 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 13 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด อันดับที่สองคือ บริษัท จันทพาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด มีสินทรัพย์รวมจำนวน 1,163 ล้านบาทซึ่งเท่ากับร้อยละ 8 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด

3.3 กำไรสุทธิรวม (ตารางที่ 4.2.13)

กิจการโรงพิมพ์ที่มีกำไรทั้งหมด 451 กิจการมีกำไรรวมเท่ากับ 788 ล้านบาทซึ่งมีบริษัทที่มีผลกำไรสูงสุด 10 อันดับแรกมีกำไรรวมถึง 434 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 55 ของกำไรทั้งหมด ส่วนกิจการที่มีกำไรที่เหลือ 441 กิจการมีกำไรรวม 354 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 45 ของกำไรทั้งหมด แสดงว่ากิจการ 10 อันดับแรกสามารถทำกำไรสูงกว่ากิจการอันดับรองลงมาเป็นอย่างมาก กิจการที่มีกำไรสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งได้แก่บริษัท จันทพาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด มีกำไรสูงสุดถึง 129 ล้านบาทหรือประมาณ ร้อยละ 16 อันดับที่สองคือบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) มีกำไร 103 ล้านบาทหรือร้อยละ 13 ของกำไรทั้งหมด

3.4 ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน (ตารางที่ 4.2.14)

1. สภาพคล่อง

ในอุตสาหกรรมโรงพิมพ์แม้ว่า บริษัท จันทพาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด เป็นกิจการที่มีกำไรสูงสุดแต่มีสภาพคล่องน้อยที่สุดที่สุดโดยวิเคราะห์จากอัตราสินทรัพย์หมุนเวียนค่อนหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งเท่ากับ 0.65 เท่าและอัตราส่วนทุนหมุนเร็ว 0.42 เท่าเมื่อเทียบกับ เมื่อวิเคราะห์อัตรา

โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกซึ่งเท่ากับ 3.08 เท่าและ 2.69 เท่าตามลำดับ แสดงว่ากิจการที่ทำกำไรสูงสุดอาจยังขาดสภาพคล่องเนื่องจากมีการระดมทุน โดยเฉพาะจากการสร้างหนี้มากทำให้จำนวนหนี้สินสูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมและสินทรัพย์หมุนเร็ว กิจการที่มีสภาพคล่องสูงสุดในจำนวนกิจการที่มีกำไรสูงสุด 10 อันดับแรกคือ อันดับที่ 9 บริษัท เอช.ที.แอนด์ ที.คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีสินทรัพย์และสินทรัพย์ชนิดหมุนเร็วที่ไม่รวมสินค้างเหลือมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนถึงกว่า 11 เท่า แสดงว่ามีสภาพคล่องดีกว่ากิจการอื่นๆ ซึ่งมีอัตราเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 เท่าและ 2.69 เท่าตามลำดับ

2.ประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางด้านการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของกิจการอุตสาหกรรมโรงพิมพ์อัตรากาไรสุทธิของสินทรัพย์โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดเท่ากับ 1.37 เท่า แสดงว่ากิจการในอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดมีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้อยู่ในเกณฑ์ดีพอสมควร

ทางด้านการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ บริษัท จันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด กิจการที่มีกำไรสูงสุดอันดับที่ 1 มีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยใช้เวลา 82 วัน หรือ อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า 4.38 รอบหรือเท่าซึ่งใกล้เคียงกับบริษัท อมรินทร์พรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) อุตสาหกรรมโรงพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ที่มีกำไรสูงสุดอันดับหนึ่งจะมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยและอัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้าเท่ากับ 82.69 วันและ 4.35 เท่าตามลำดับ ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยซึ่งเป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถขายสินค้าได้หรือเป็นระยะเวลาที่สินค้าอยู่ในสต็อกจนกว่าจะขายออกไปโดยเฉลี่ยของโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 45.47 วัน บริษัท เอช.ที.แอนด์ ที.คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีระยะเวลาขายสินค้าน้อยที่สุด คือ 7 วันและมีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือสูงที่สุดคือเท่ากับ 51.39 เท่าหรือรอบ แสดงว่ามีสินค้าคงเหลือน้อยมากเมื่อเทียบกับต้นทุนขาย

ทางด้านการบริหารเจ้าหนี้โดยวิเคราะห์จากระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของกิจการ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดเท่ากับ 49 วัน แสดงว่ากิจการสามารถจ่ายเงินเงินชำระหนี้เจ้าหนี้การค้าได้ในหนึ่งรอบ การจ่ายชำระได้เร็วหรือเวลาที่เป็นเจ้าหนี้อยู่ในระยะสั้นแสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องในการดำเนินงาน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือแก่เจ้าหนี้การค้า

3. สมรรถภาพในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ แสดงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ กิจการที่มีกำไรสูงสุด 10 อันดับโดยเฉลี่ยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ

28.49 อัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 11.25 อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 22.04 อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 98.03 และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 16.40 นับว่าอยู่ในเกณฑ์ดี

4. โครงสร้างเงินทุน

จากอัตราส่วนทางการเงินจะเห็นว่ากิจการที่มีกำไรเป็นอันดับ 9 คือ บริษัท เอช.ที.แอนด์ ที. คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีอัตรานี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 7.32 แสดงว่ามีหนี้สินน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนสินทรัพย์ ในทำนองเดียวกันกับอัตรานี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นซึ่งเท่ากับร้อยละ 7.9 แต่เมื่อพิจารณาอัตราทุนจดทะเบียนต่อสินทรัพย์ทั้งหมดซึ่งเท่ากับร้อยละ 0.81 อาจพิจารณาได้ในประเด็นที่ว่า กิจการมีสินทรัพย์เป็นจำนวนมากและเมื่อเทียบกับทุนจดทะเบียนแล้ว ทุนที่จดทะเบียนมีจำนวนน้อยมาก แสดงว่าสินทรัพย์ ส่วนใหญ่มาจากการดำเนินงานและบางส่วนจากการกู้ยืมเงินมากกว่าการลงทุนด้วยหุ้นทุน และการที่ส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์ทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 92.68 อาจพิจารณาได้ว่า ในสินทรัพย์รวมมีส่วนของผู้ถือหุ้นซึ่งประกอบด้วยหุ้นทุนและกำไรสะสมสูง

5. การเจริญเติบโต

บริษัท จันวาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นกิจการที่มีกำไรเป็นอันดับหนึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายและการเจริญเติบโตหรือการเพิ่มของสินทรัพย์รวมเท่ากับร้อยละ 83.3 และ 44.8 ตามลำดับนับว่าสูงกว่าอัตราในค่าเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดซึ่งอัตราเฉลี่ยซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 27.43 และ 12.02 ตามลำดับ แต่เมื่อวิเคราะห์อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิซึ่งบริษัท จันวาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด มีอัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิร้อยละ 71.89 แม้ว่าจะน้อยกว่าค่าเฉลี่ยซึ่งเท่ากับร้อยละ 81.20 แต่ก็นับได้ว่ามีอัตราการเจริญเติบโตของระดับกำไรสูงเป็นที่น่าพอใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.11 อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ เรียงตาม : รายได้

อันดับที่	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)	1,274,468,141.56	9.77
2	บริษัท จันทพาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด	1,060,759,464.00	8.13
3	บริษัท เอสเอ็นพี เอสปริ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	596,389,395.00	4.57
4	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	372,519,077.84	2.86
5	บริษัท ไทย เอฟพีซี จำกัด	366,769,864.18	2.81
6	บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากี โปสต์ จำกัด	265,268,703.00	2.03
7	บริษัท พรินเทกลิเจนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	256,972,508.00	1.97
8	บริษัท ทีทีเอ็น เฟล็กซ์แพค จำกัด	229,424,310.51	1.76
9	บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด	193,765,579.69	1.49
10	บริษัท พงษ์วรินทร์การพิมพ์ จำกัด	192,435,576.57	1.48
รวม 10 อันดับแรก		4,808,772,620.35	36.87
รวม 709 อันดับหลัง		8,234,568,578.55	63.13
รวม 719 กิจการ		13,043,341,198.90	100.00

รายได้อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 2546-47



รวม 10 อันดับแรก
 รวม 709 อันดับหลัง

รายได้สูงสุด 10 อันดับแรก



บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)
 บริษัท จันทพาณิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด
 บริษัท เอสเอ็นพี เอสปริ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด
 บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
 บริษัท ไทย เอฟพีซี จำกัด
 บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากี โปสต์ จำกัด
 บริษัท พรินเทกลิเจนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 บริษัท ทีทีเอ็น เฟล็กซ์แพค จำกัด
 บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด
 บริษัท พงษ์วรินทร์การพิมพ์ จำกัด

ตารางที่ 4.2.12 อุตสาหกรรมโรงพิมพ์

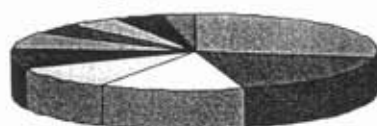
เรียงตาม : สินทรัพย์

อันดับ	บริษัท	สินทรัพย์	%
1	บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)	1,827,813,673.88	13.10
2	บริษัท จันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด	1,162,619,677.00	8.33
3	บริษัท ทีทีเอ็น เฟล็กซ์แพค จำกัด	841,478,283.10	6.03
4	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	678,764,001.39	4.86
5	บริษัท เอสเอ็นพี เอสปริ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	567,070,758.00	4.06
6	บริษัท วงตะวัน จำกัด	445,562,052.12	3.19
7	บริษัท ไทยเมโทรมีเดียกรุ๊ป จำกัด	309,226,587.32	2.22
8	บริษัท ไทย เอฟพีซี จำกัด	299,659,104.55	2.15
9	บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด	260,703,785.95	1.87
10	บริษัท พรินท์เทลลิเจนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	189,672,493.00	1.36
รวม 10 อันดับแรก		6,582,570,416.31	47.17
รวม 784 อันดับหลัง		7,373,469,958.67	52.83
รวม 794 กิจการ		13,956,040,374.98	100.00

สินทรัพย์รวมอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 2546-47



สินทรัพย์รวมสูงสุด 10 อันดับแรก

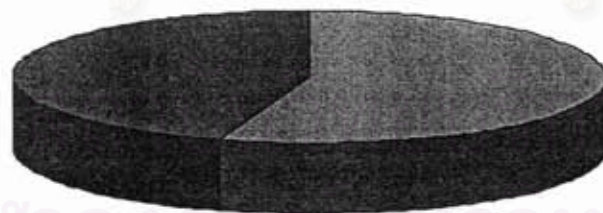


ตารางที่ 4.2.13 อุตสาหกรรมโรงพิมพ์

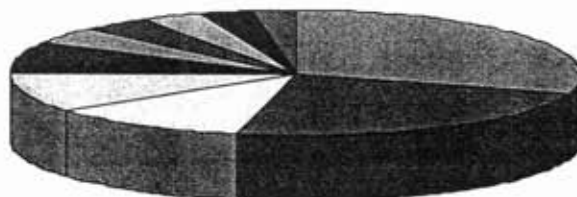
เรียงตาม : กำไร

อันดับ	บริษัท	กำไร	%
1	บริษัท จันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด	129,037,063.00	16.37
2	บริษัท มดิชน จำกัด (มหาชน)	103,032,636.50	13.07
3	บริษัท ไทย เอฟพีซี จำกัด	48,757,188.08	6.19
4	บริษัท เอสเอ็นที เอสปริ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	45,306,012.00	5.75
5	บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โปสต์ จำกัด	34,954,078.00	4.43
6	บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โปสต์-เอชพี จำกัด	18,262,330.00	2.32
7	ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี เอ็น ที อินเตอร์พริ้นท์	16,238,253.52	2.06
8	บริษัท พรินเทอริเจเนซ (ประเทศไทย) จำกัด	15,871,585.00	2.01
9	บริษัท เอช.ที.แอนด์ ที.คอร์ปอเรชั่น จำกัด	11,517,895.25	1.46
10	บริษัท เพอร์เฟกต์ พรินท์ แอนด์ แอ็คเวอร์ไทซิง จำกัด	11,331,316.96	1.44
รวม 10 อันดับแรก		434,308,358.31	55.09
รวม 441 อันดับหลัง		353,985,175.76	44.91
รวม 451 กิจการ		788,293,534.07	100.00

กำไรอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 2546-47



กำไรสูงสุด 10 อันดับแรก



ตารางที่ 4.2.14 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
งวดบัญชี	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	31.12.2546	31.12.2547	
บริษัท/หุ้นส่วน	ฉนวนฉนวน ซีเคียวริตี้ พรีนัทคิง จำกัด	มดิสม จำกัด (มหาชน)	ไทย เอฟ ทีซี จำกัด	เอสเอ็มที เอ็กซ์เซล (ประเทศ ไทย) จำกัด	สาเขต พิธิป ปาร์ค โทสต์ จำกัด	สาเขต พิธิป ปาร์ค โทสต์ เอเชียที จำกัด	หจก. วิวัฒน์ ที อิน คอร์พ ริษัท	พรีมเทคซี เจนซ์ (ประเทศ ไทย) จำกัด	เอช.ที.แอนด์ ที.เคอร์ ปอเรชั่น จำกัด	เทอร์พอร์ท พรีนัท แอนด์ แอ็คเซอร่าท ซิ่ง จำกัด	เฉลี่ย
1. สภาพคล่อง Liquidity Ratios						-เอซีที					
สินทรัพย์หมุนเวียนหนี้สินหมุนเวียน (เท่า)	0.65	5.28	1.81	2.34	2.38	3.12	1.43	0.79	11.27	1.72	3.08
อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	0.42	4.04	1.26	1.73	2.25	2.96	1.24	0.41	11.02	1.52	2.69
2. ประสิทธิภาพ Efficiency Ratios											
อัตรากาหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.9	0.66	1.22	1.02	2.04	2.32	1.6	1.29	1.22	1.46	1.37
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	82.23	71.31	62.7	146.94	90.11	98.33	1.83	56.4	165.94	54.16	83.00
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	4.38	5.05	5.74	2.45	4	3.66	196.52	6.38	2.17	6.65	23.70
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	74.69	82.05	58.73	86.2	11.65	11.66	20.52	83.55	7	18.65	45.47
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	4.82	4.39	6.13	4.18	30.9	30.87	17.54	4.31	51.39	19.31	17.38
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	63.61	12.58	64.27	50.04	36.75	40.58	48.7	77.94	12.56	84.25	49.13
3. สมรรถภาพในการทำกำไร Profitability Ratios											
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	30.24	26.79	19.18	21.84	44.62	36.31	42.44	23.89	23.94	15.65	28.49
อัตรากำไรสุทธิ (%)	12.29	8.56	13.37	7.8	13.9	13.61	22.7	6.48	7.57	6.26	11.25

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
งวดบัญชี	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	31.12.2546	31.12.2547	
บริษัท/ห้างหุ้นส่วน	จันทฉิมชัย ซีเคียวริตี้ พรินทร์ตั้ง จำกัด	มดิชน จำกัด (มหาชน)	ไทย เอท พีซี จำกัด	เอตเอ็นที เอ็กซ์ (ประเทศ ไทย) จำกัด	ฮาเซท ฟิลิป ปากี โพลด์ จำกัด	ฮาเซท ฟิลิป ปากี โพลด์- เอซีที จำกัด	หจก. วี เอ็ม ที อินเตอร์ท ริ่ง	พรีนเทอริ เจนซ์ (ประเทศ ไทย) จำกัด	เฮ.ที.แอนด์ ที.เคอร์ ปอเรชั่น จำกัด	เพอร์เฟกต์ พรินท์ แอนด์ แอ็ดเวอร์ไท ซิง จำกัด	เฉลี่ย
อัตรากำไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	15.97	7.32	16.27	8.52	41.56	44.19	51.55	8.37	13.15	13.46	22.04
อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	30.42	6.18	26.13	12.34	39.18	45.37	53	738.1	10.01	19.54	98.03
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (%)	11.1	5.64	16.27	7.99	28.38	31.55	36.25	8.37	9.28	9.14	16.40
4. Leverage Ratios											
หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม (%)	63.51	8.83	37.72	35.24	27.57	30.47	31.6	98.87	7.32	53.22	39.44
หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	174.07	9.68	60.57	54.41	38.06	43.82	46.2	8720.67	7.9	113.78	926.92
ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	12.04	13.4	9.34	38.8	20.3	17.27	6.7	24.25	0.81	6.3	14.92
ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	36.49	91.17	62.28	64.76	72.43	69.53	68.4	1.13	92.68	46.78	60.57
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	13.11	169.5	18.53	9.43	198,377.68	N/A	61.67	3.75	N/A	70.57	24,840.53
5. การเจริญเติบโต Growth Ratios											
อัตราการเพิ่มของยอดขาย (%)	83.3	5.39	2.57	7.48	16.55	26.46	69.77	23.61	2.65	36.49	27.43
อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิ (%)	71.89	-36.92	4.67	246.62	-6.93	26.44	122.56	354.39	1.24	28.08	81.20
อัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม (%)	44.8	1.27	10.67	-6.44	-13.4	24.06	21.58	12.29	11.36	13.97	12.02

4. อุตสาหกรรมการบริการการพิมพ์ คูมงาน เย็บสมุด เพ้นท์สี

4.1 รายได้ (ตารางที่ 4.2.15)

อุตสาหกรรมการบริการการพิมพ์ คูมงาน เย็บสมุด เพ้นท์สี ซึ่งจำนวนบริษัทที่มีข้อมูลทั้งหมด 428 กิจการ มีรายได้รวม 7,616 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีกิจการที่มีรายได้สูงสุด 10 อันดับแรกถึง 3,471 ล้านบาท ประมาณร้อยละ 46 ของรายได้ทั้งหมด แสดงว่าเป็นส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มบริษัทอื่นๆ อีก 418 กิจการมีรายได้รวมประมาณร้อยละ 54 คือมีรายได้รวมเท่ากับ 4,145 ล้านบาท บริษัทที่มีรายได้สูงสุด 2 อันดับแรก คือ บริษัท ไฮ-เทค เปเปอ์ จำกัด มีรายได้เท่ากับ 848 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 11ของรายได้ทั้งหมด และอันดับที่สอง คือ บริษัท แอลคอตแอนด์โก จำกัด มีรายได้ เท่ากับ 678 ล้านบาทหรือร้อยละ 9 ของรายได้ทั้งหมด

4.2 สินทรัพย์รวม (ตารางที่ 4.2.16)

อุตสาหกรรมการบริการการพิมพ์ คูมงาน เย็บสมุด เพ้นท์สี จำนวนสินทรัพย์รวมทั้งหมดของกิจการที่มีข้อมูล 469 กิจการ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 6,531 ล้านบาท ในจำนวนนี้บริษัทที่มีสินทรัพย์สูงสุด 10 อันดับแรกมีสินทรัพย์รวมประมาณร้อยละ 43 ส่วนกิจการที่เหลือ 459 กิจการมีสินทรัพย์รวม 3,701 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 57 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด อันดับแรกที่มีสินทรัพย์สูงสุดคือบริษัท ไฮ-เทค เปเปอ์ จำกัดมีสินทรัพย์รวมถึง 1,059 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 16 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด อันดับที่สองคือ บริษัท ต.กิจวิบูลย์เทรดดิ้ง จำกัด มีสินทรัพย์รวมจำนวน 275 ล้านบาทซึ่งเท่ากับร้อยละ 4 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด

4.3 กำไรสุทธิรวม (ตารางที่ 4.2.17)

กิจการที่มีกำไรมีทั้งหมด 285 กิจการมีกำไรรวมเท่ากับ 311 ล้านบาทซึ่งมีบริษัทที่มีผลกำไรสูงสุด 10 อันดับแรกมีกำไรรวม 118 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 38 ของกำไรทั้งหมดส่วนลำดับที่เหลือ 275 กิจการมีกำไรรวม 193 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 62 แสดงว่ากิจการ 10 อันดับแรกสามารถทำกำไรสูงกว่า 275 กิจการที่มีอันดับรองลงมา หรือเป็น 1 ใน 3 ของกำไรทั้งหมด กิจการที่มีกำไรสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งได้แก่บริษัท แม็กซ์เวล อินค์สตรี จำกัดมีกำไรสูงสุดถึง 41 ล้านบาทหรือประมาณ ร้อยละ 13 อันดับที่สองคือบริษัท สาลี พรินท์ดิ้ง จำกัดมีกำไร 17 ล้านบาทหรือร้อยละ 5 ของกำไรทั้งหมด

4.4 ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงิน (ตารางที่ 4.2.18)

1. สภาพคล่อง

จะเห็นว่าอุตสาหกรรมการบริการการพิมพ์ คูมงาน เย็บสมุด เพ้นท์สีเมื่อวิเคราะห์อัตราโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด จะมีสภาพคล่องโดยวิเคราะห์จากอัตราสินทรัพย์หมุนเวียน

ต่อหนี้สินหมุนเวียนเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 เท่าและอัตราส่วนทุนหมุน 2.85 เท่าซึ่งห่างหุ้นส่วนจำกัด สแตนคาร์คพอยล์ที่มีกำไรสูงอันดับ 9 มีอัตราดังกล่าวสูงถึง 30.42 เท่าและ 14.39 เท่าตามลำดับ นับว่ากิจการ โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกที่มีอัตราดังกล่าวมากกว่า 1 เท่า คือ มีสินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ชนิดหมุนเร็วที่ไม่รวมสินค้างเหลือมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน แสดงว่ามีสภาพคล่อง

2. ประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางด้านการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของกิจการ อัตราการหมุนของสินทรัพย์โดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 1.07 เท่า แสดงว่ากิจการใน อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คูมงาน เย็บสมุด เพนท์สีที่มีกำไรสูง 10 อันดับแรกมีประสิทธิภาพในการ ใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ดีพอสมควร

ทางด้านการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ โดยระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยใช้เวลา 77.25 วัน หรือ อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า 5.24 รอบหรือเท่ากับก่อนข้างนาน ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย ซึ่งเป็นระยะเวลาที่กิจการสามารถขายสินค้าได้หรือเป็นระยะเวลาที่สินค้าอยู่ในสต็อกจนกว่าจะถูก ขายออกไปโดยเฉลี่ยของ 10 อันดับแรกเท่ากับ 94.22 วัน แสดงว่าอาจมีสินค้างเหลือมากเมื่อเทียบกับต้นทุนขาย

ทางด้านความสามารถในการชำระเจ้าหนี้โดยวิเคราะห์จากระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของ กิจการ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดเท่ากับ 88.45 วัน แสดงว่ากิจการสามารถจ่ายเงินเงินชำระหนี้ เจ้าหนี้การค้าได้ในหนึ่งรอบ หรือเป็นระยะเวลาที่ถือบัญชีเจ้าหนี้เงินกว่าจะมีการจ่ายชำระหนี้ 88 วัน นับว่าก่อนข้างนานเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น การจ่ายชำระได้ช้าหรือเวลาที่เป็นเจ้าหนี้อยู่ใน ระยะเวลาอาจแสดงว่ากิจการไม่มีสภาพคล่องในการดำเนินงาน ไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือแก่ เจ้าหนี้การค้า แต่ถ้ามองในทางตรงข้าม อาจเป็นแง่ดีที่กิจการสามารถประวิงเวลาการจ่ายชำระหนี้ ได้ ทำให้กิจการ ไม่ต้องเร่งหาเงินหรือสินทรัพย์หมุนเวียนมาชำระหนี้ และอาจเป็นเพราะกิจการเป็น ที่น่าเชื่อถือที่เจ้าหนี้ยอมให้จ่ายชำระหนี้ช้าได้(เจ้าหนี้ในอุดมคติ)

3. สมรรถภาพในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมด อัตรา ผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ แสดงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ กิจการที่มีกำไรสูงสุดอันดับหนึ่งคือบริษัท แม็กซ์เวล อินดัสตรี จำกัด มีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ 42.93 อัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 34.67 อัตรากำไรก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์ทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 24.09 อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 40.63 และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 24.09 นับว่ามีอัตราที่สูงเมื่อเทียบกับอัตราเฉลี่ย

ของกิจการ 10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุดซึ่งเท่ากับร้อยละ 32.01 11.12 15.21 21.43 และ 11.25 ตามลำดับ ซึ่งอัตราดังกล่าวเป็นที่น่าพอใจ

4. โครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนประกอบด้วยส่วนที่เป็นทุนของกิจการหรือส่วนของผู้ถือหุ้น และหนี้สิน จากอัตราส่วนทางการเงินจะเห็นว่ากิจการที่มีกำไรสูง 10 อันดับแรกโดยเฉลี่ยมีอัตราหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมร้อยละ 46.70 อัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 154.01 อัตราทุนจดทะเบียนต่อสินทรัพย์ทั้งหมดซึ่งเท่ากับร้อยละ 27.72 และอัตราส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์ทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 53.30 จะเห็นว่า กิจการในอุตสาหกรรมนี้กิจการที่มีกำไรสูงสุด 10 อันดับแรกมีภาระหนี้สินค่อนข้างสูงแต่ถ้าพิจารณาถึงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย สามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสูงโดยดูจากกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อดอกเบี้ยจ่ายเท่ากับ 202.89 เท่าของดอกเบี้ยจ่าย แสดงว่าโครงสร้างของเงินทุนแม้ว่าจะมีหนี้สินมากแต่มีกำไรเพียงพอในการจ่ายดอกเบี้ย

5. การเจริญเติบโต

อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คมงาน เย็บสมุด เพนท์สี โดยเฉลี่ยมีการเจริญเติบโตพอสมควรกิจการที่มีกำไรเป็นอันดับ 10 อันดับแรกมีอัตราการเพิ่มของยอดขายเฉลี่ยคือร้อยละ 15.84 ของยอดขายปีก่อน และอัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิเฉลี่ยค่อนข้างสูงเกือบเป็นสองเท่าของปีก่อน คือ เท่ากับร้อยละ 198.19 และอัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม เท่ากับ ร้อยละ 10.84 แสดงว่ามีอัตราการเจริญเติบโตดีพอสมควร โดยเฉพาะการเจริญเติบโตของกำไรที่เป็นที่น่าพอใจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.15 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนท์
สี เรียงตาม : รายได้

อันดับ	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ จำกัด	847,938,248.00	11.13
2	บริษัท แอลคอตทแอนด์โก จำกัด	677,834,917.69	8.90
3	บริษัท ต. กิจวิบูลย์เทรดดิ้ง จำกัด	663,123,037.17	8.71
4	บริษัท โซดิก เอ็นจิเนียริง เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด	407,398,065.00	5.35
5	บริษัท ฟู่ซุ่น สติ๊กเกอร์ จำกัด	225,600,379.76	2.96
6	บริษัท เอ็ม.พี.ลักซ์.ยู.วี จำกัด	154,416,144.81	2.03
7	บริษัท พี เอ็ม ซี การ์คส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	134,226,433.82	1.76
8	บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด	126,625,054.00	1.66
9	บริษัท แม็กซ์เวล อินดัสตรี จำกัด	122,131,890.52	1.60
10	บริษัท แอนวิล (ไทย) จำกัด	111,329,206.00	1.46
	รวม 10 อันดับแรก	3,470,623,376.77	45.57
	รวม 418 อันดับหลัง	4,144,915,707.97	54.43
	รวม 428 กิจการ	7,615,539,084.74	100.00

รายได้อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน
เย็บสมุด เพนท์สี 2546-47



รวม 10 อันดับแรก
รวม 418 อันดับหลัง

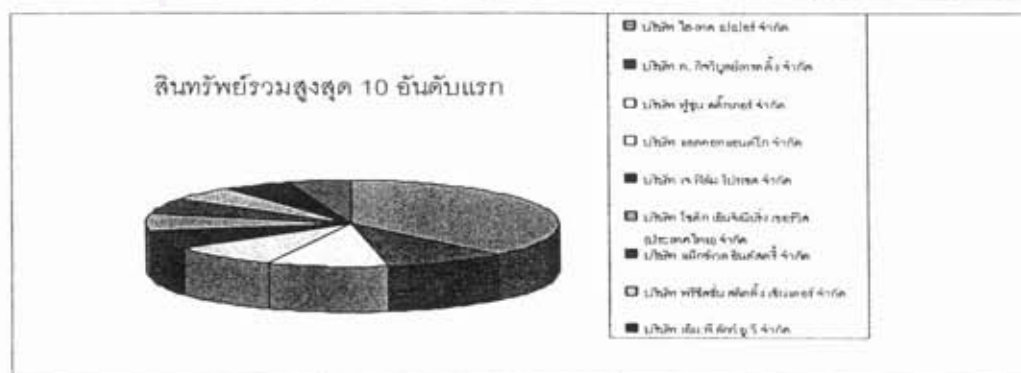
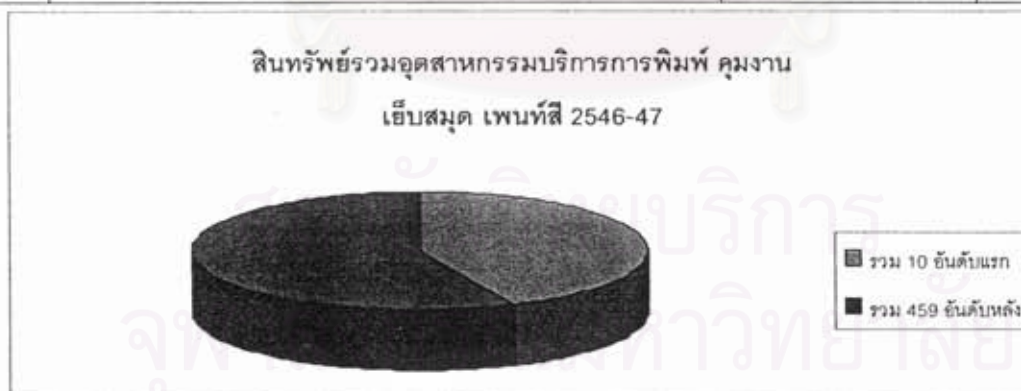
รายได้สูงสุด 10 อันดับแรก



บริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ จำกัด
บริษัท แอลคอตทแอนด์โก จำกัด
บริษัท ต. กิจวิบูลย์เทรดดิ้ง จำกัด
บริษัท โซดิก เอ็นจิเนียริง เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท ฟู่ซุ่น สติ๊กเกอร์ จำกัด
บริษัท เอ็ม.พี.ลักซ์.ยู.วี จำกัด
บริษัท พี เอ็ม ซี การ์คส์ (ไทยแลนด์) จำกัด
บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด

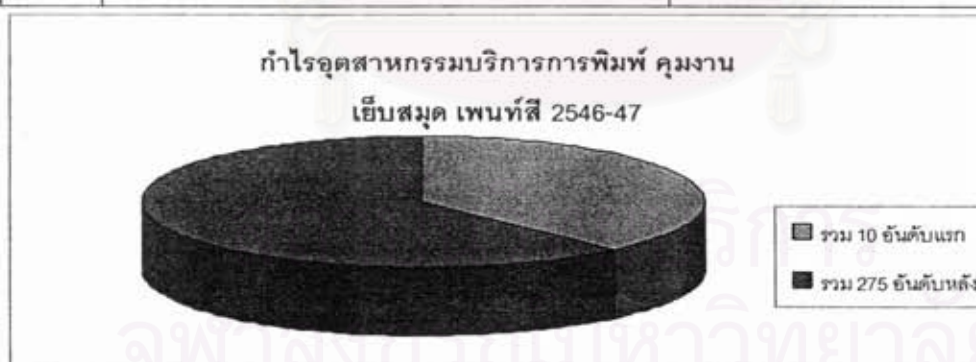
ตารางที่ 4.2.16 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนท์สี
เรียงตาม : สินทรัพย์

อันดับ	บริษัท	สินทรัพย์	%
1	บริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ จำกัด	1,059,277,021.00	16.22
2	บริษัท ด. กิจวิบูลย์เทรดดิ้ง จำกัด	274,943,677.82	4.21
3	บริษัท ฟู่ซุ่น สติ๊กเกอร์ จำกัด	270,135,994.01	4.14
4	บริษัท แอลคอตทแอนด์โก จำกัด	235,874,858.99	3.61
5	บริษัท เจ.ฟิล์ม โปรเซส จำกัด	193,160,465.14	2.96
6	บริษัท โซดิก เอ็นจิเนียริ่ง เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด	188,397,432.00	2.88
7	บริษัท แม็กซ์เวล อินค์สตรี จำกัด	168,770,355.51	2.58
8	บริษัท พรินซ์ซัน สติคคิง เซ็นเตอร์ จำกัด	148,845,822.74	2.28
9	บริษัท เอ็ม.พี.ลักซ์.ยู.วี จำกัด	145,446,472.39	2.23
10	บริษัท สาลี พรินท์คิง จำกัด	145,179,234.00	2.22
	รวม 10 อันดับแรก	2,830,031,333.60	43.33
	รวม 459 อันดับหลัง	3,701,173,875.98	56.67
	รวม 469 กิจการ	6,531,205,209.58	100.00



ตารางที่ 4.2.17 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เย็บสมุด เพนท์สี
เรียงตาม : กำไร

อันดับ	บริษัท	กำไร	%
1	บริษัท แม็กซ์เวล อินค์สครี่ จำกัด	40,652,195.48	13.08
2	บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด	16,855,003.00	5.42
3	บริษัท พรินซ์ชั่น สติคคิง เซ็นเตอร์ จำกัด	15,206,908.21	4.89
4	บริษัท ทลาสิคสแกน จำกัด	7,271,966.21	2.34
5	บริษัท กนกศิลป์ (ไทยแลนด์) จำกัด	6,979,695.68	2.25
6	บริษัท ไอออน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	6,940,988.29	2.23
7	บริษัท แสงอินเตอร์ลามิเนท จำกัด	6,411,663.50	2.06
8	บริษัท พี เอ็ม ซี การ์ดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	6,130,151.59	1.97
9	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สแตนคาร์ดฟอยล์	5,966,223.23	1.92
10	บริษัท ฟู้ซัน สติกเกอร์ จำกัด	5,898,362.40	1.90
	รวม 10 อันดับแรก	118,313,157.59	38.06
	รวม 275 อันดับหลัง	192,562,428.76	61.94
	รวม 285 กิจการ	310,875,586.35	100.00



ตารางที่ 4.2.18 อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คมงาน เย็บสมุด เพนท์สี10 อันดับแรกที่มีกำไรสูงสุด

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	เฉลี่ย
งวดบัญชี	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	31.10.2546	
บริษัท/ห้างหุ้นส่วน	แม็กซ์แวด อินส์สกรี จำกัด	ซาอี พรินท์ติ้ง จำกัด	ทรีซีซีซี สติกคิง เซ็นเตอร์ จำกัด	ทอสติก อนกน จำกัด	กนกศิลป์ (ไทย แอนด์) จำกัด	ไอออน อินเตอร์ ไทย จำกัด	แสง อินเตอร์ มิเนท จำกัด	พีเอ็มซี กรุ๊ป (ไทย แอนด์) จำกัด	ทอณ. สแกนคาร์ด ทอณ.	ฟูจัน สติกเกอร์ จำกัด	
1. สภาพคล่อง Liquidity Ratios											
สินทรัพย์หมุนเวียน/หนี้สินหมุนเวียน (เท่า)	1.74	1.26	0.39	1.4	1.32	2.91	0.72	0.92	30.42	3.95	4.60
อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	1.04	0.84	0.38	1.4	2.26	2.91	0.66	0.84	14.39	1.07	2.58
2. ประสิทธิภาพ Efficiency Ratios											
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.69	0.87	0.63	1.65	1.45	1.42	0.98	0.98	1.15	0.84	1.07
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	146.53	61.42	38.98	21.1	49.02	104.51	115.3	76.86	88.61	70.19	77.25
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	2.46	5.86	9.24	17.06	7.34	3.44	3.12	4.68	4.06	5.13	6.24
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	218.88	57.24	1.82	N/A	4.95	N/A	20.44	16.05	143.72	290.68	94.22
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	1.64	6.29	198.15	N/A	72.77	N/A	17.61	22.43	2.5	1.24	40.33
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	258.49	30.23	12.81	102.57	83.77	26.76	316.08	54.36	7.72	94.31	88.45
3. สมรรถภาพในการทำกำไร Profitability Ratios											
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	42.93	38.43	34.38	51.3	31.89	45.63	21.69	26.67	13.54	13.61	32.01
อัตรากำไรสุทธิ (%)	34.67	13.35	8.74	7.48	6.5	20.52	6.32	4.57	6.45	2.61	11.12

อันดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	เฉลี่ย
งวดบัญชี	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2547	31.12.2546	31.12.2546	31.10.2546	
บริษัท/ห้างหุ้นส่วน	แม็กซ์แวล อินคัสตรี จำกัด	ธานี พรีมิ่ง จำกัด	พริษฐ์ชน สติติง เซ็นเตอร์ จำกัด	กอดิสิก สแกน จำกัด	กนกศิลป์ (ไทย แลนด์) จำกัด	ไอออน เอ็นเตอร์ ไพรซ์ จำกัด	แสง อินเตอร์ลา มินท์ จำกัด	พีเอ็มซี การ์ดส์ (ไทย แลนด์) จำกัด	ทอก. สมเคนคาร์ด พอยต์	ฟูซัน สติ๊กทอรี่ จำกัด	
อัตรากำไรก่อนหักภาษี/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	24.09	15.65	7.93	17.64	15	42.34	9.21	6.45	10.58	3.17	15.21
อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	40.63	22.6	27.72	19.57	12.76	38.96	22.6	9.38	7.58	12.51	21.43
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (%)	24.09	11.61	5.53	12.33	9.46	29.22	6.2	4.49	7.39	2.18	11.25
4. Leverage Ratios											
หนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม (%)	40.71	48.62	80.05	37.01	25.87	25	72.56	52.15	2.47	82.54	46.70
หนี้สินรวม/ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	68.66	94.64	401.15	58.75	34.9	33.33	264.47	108.98	2.53	472.73	154.01
ทุนจดทะเบียน/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	23.7	37.2	7.79	45.01	40.66	42.1	17.41	36.59	11.15	15.55	27.72
ส่วนของผู้ถือหุ้น/สินทรัพย์ทั้งหมด (%)	59.29	51.38	19.95	62.99	74.13	75	27.44	47.85	97.53	17.46	53.30
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี/ดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	31.93	7.15	3.08	N/A	1169.08	278.72	115.1	6.05	N/A	12.02	202.89
5. การเจริญเติบโต Growth Ratios											
อัตราการเพิ่มของยอดขาย (%)	29.27	20.83	-0.51	1.11	12.08	70.32	6.52	23.86	-17.84	12.79	15.84
อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิ (%)	61.13	-23.9	-50.93	12.97	3.2	106.26	1781.74	77.34	-15.75	29.85	198.19
อัตราการเพิ่มของสินทรัพย์รวม (%)	13.5	-2.3	19.45	6.53	9.1	46.9	7.05	7.43	3.92	-3.23	10.84

ศักยภาพทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์รวมในตลาดหลักทรัพย์ 2545

การวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถการแข่งขันทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์ ได้เลือกดัชนีชี้วัด เป็นการประเมินศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจทางการเงินของอุตสาหกรรม ดัชนีชี้วัดที่ใช้ ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร สภาพคล่องทางการเงิน โครงสร้างเงินทุน กิจกรรมการดำเนินงาน และศักยภาพด้านกระแสเงินสด ที่มีรายละเอียดดังนี้

ดัชนีชี้วัดด้านกำไร

- กำไรต่อสินทรัพย์รวม (Rate of return on assets หรือ ROA)
- กำไรต่อยอดขาย (Rate of return on sales หรือ ROS)
- กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Rate of return on equity หรือ ROE)

ดัชนีชี้วัดด้านสภาพคล่อง

- อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio)
- อัตราส่วนทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่น (Quick Ratio)

ดัชนีชี้วัดด้านโครงสร้างเงินทุน

- อัตราหนี้สินต่อทุน (Debt : Equity or D/E ratio)

ดัชนีชี้วัดด้านกิจกรรม

- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์
- อัตราการหมุนเวียนของสินค้า
- ระยะเวลาการถือสินค้า
- อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้

อัตราส่วนงบกระแสเงินสด

- การประเมินความสามารถในการชำระหนี้และสภาพคล่อง
- อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย
- อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายคืนหนี้
 - อัตราส่วนการชำระหนี้สินระยะยาว
- อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายเงินปันผล
- อัตราส่วนวัดความสามารถในการลงทุนในสินทรัพย์ฝ่ายทุน
 - รายจ่ายลงทุนในสินทรัพย์ฝ่ายทุน
 - อัตราส่วนการลงทุน / การจัดหาเงิน
- ความเพียงพอของกระแสเงินสด

การประเมินคุณภาพกำไร

- คุณภาพของค่าขาย
- คุณภาพของกำไร

การวัดผลตอบแทนที่เป็นเงินสด /ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- อัตราส่วนกระแสเงินสดต่อค่าขาย
- อัตราผลตอบแทนกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์
- อัตราผลตอบแทนที่เป็นเงินสดต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

การวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถการแข่งขันทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้นำข้อมูลจากงบการเงินเฉพาะของบริษัทและข้อมูลอื่นทำการคำนวณตามสูตรคำนวณที่กล่าวข้างต้น เนื่องจากบริษัทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีจำนวนน้อย ได้เลือกกิจการที่มีข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์ปี 2545 มาจำนวน 9 บริษัท เป็นบริษัทที่มีผลกำไร 7 บริษัท มีผลขาดทุน 2 บริษัท โดยทำการคำนวณจากข้อมูลในงบการเงินเฉพาะของบริษัทแล้วหาค่าเฉลี่ย (Average) รวม 2 บริษัท นำมาเปรียบเทียบกับ 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีผลกำไร 7 บริษัทและกลุ่มที่มีผลขาดทุน 9 บริษัทจากตารางดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.2.19 ต่อไปนี้ เป็นสรุปผลการวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้านกำไร

สมรรถภาพในการดำเนินงาน โดยรวมซึ่งวิเคราะห์จากอัตรากำไรต่อสินทรัพย์รวม อัตรากำไรต่อยอดขาย อัตรากำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ (ROA) รวม โดยเฉลี่ยร้อยละ 6.142 บริษัทที่มีกำไรมีอัตราร้อยละ 9.082 เป็นที่น่าพอใจ ทั้งอัตรากำไรต่อยอดขายและอัตรากำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งเฉลี่ยรวมเท่ากับร้อยละ 5.911 และ 11.87 ตามลำดับ

ด้านสภาพคล่อง

จากอัตราส่วนทุนหมุนเวียนคือสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนและอัตราส่วนทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่หนี้ที่ไม่มีสินค้ำคงเหลือรวมอยู่ในสินทรัพย์หมุนเวียน จะเห็นว่ามีความมากกว่า 1 เท่า แสดงว่ากิจการยังมีสภาพคล่องพอสมควรและอยู่ในเกณฑ์ดีในปี 2545 และเมื่อพิจารณาจาก

อัตราทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่นต่ำเฉลี่ยซึ่งเท่ากับ 1.904 1.818 และ 2.207 เท่าตามลำดับกิจการ โดยรวม กิจการที่มีกำไรและกิจการที่มีผลขาดทุน แสดงว่าแม้จะมีสินค้าคงเหลือมากเมื่อตัดรายการสินค้าคงเหลือออกอัตราทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่นมีค่าเกิน 1 เท่าแสดงว่ากิจการยังคงมีสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจในระยะสั้นได้

ด้านโครงสร้างทุน

โครงสร้างทุนยังแสดงว่ามีหนี้สินมากกว่าทุนเล็กน้อย คือเท่ากับ 1.17 เท่า แสดงว่าส่วนแบ่งในสินทรัพย์ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนของหนี้สิน ดังนั้นกิจการมีความเสี่ยงในด้านของโครงสร้างทางการเงิน

ด้านกิจกรรม

ในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญคือการบริหารทรัพยากรหรือการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลพอสมควร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากต้องจัดสรรสินทรัพย์สำหรับภาระหนี้สินที่ต้องชำระ อย่างไรก็ตามการบริหารสินค้าคงเหลือไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูปที่ถือว่ามีประสิทธิภาพคือเฉลี่ยประมาณ 59-60 วัน แต่กิจกรรมการบริหารลูกหนี้ที่มีประสิทธิภาพคือการเร่งรัดการชำระหนี้จากลูกหนี้ให้เร็วที่สุด ยังมีความสามารถน้อย

การบริหารเงินสด

งบกระแสเงินสดเป็นงบที่แสดงการหมุนเวียนของกระแสเงินสดถึงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินสด ซึ่งตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนบังคับให้บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ต้องจัดทำและเปิดเผยงบกระแสเงินสดและถือเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน แต่กิจการที่ไม่ใช่บริษัทมหาชนได้รับยกเว้น เนื่องจากผู้บริหารของกิจการที่ไม่ใช่บริษัทมหาชนเป็นจำนวนมากได้คำนึงถึงประโยชน์ของงบกระแสเงินสดจึงมีการจัดทำงบกระแสเงินสดอย่างแพร่หลายพอสมควรและควรสนับสนุนให้มีการจัดทำมากขึ้นเพราะงบกระแสเงินสดเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ

จากการวิเคราะห์จะเห็นว่ามีการมีกระแสเงินสดในการชำระดอกเบี้ย และเงินปันผลสูง แต่คุณภาพของค่าขายและคุณภาพของกำไรก่อนหักค่า คือร้อยละ 1 แสดงว่ากำไรและค่าขายก่อให้เกิดกระแสเงินสดต่ำ ประสิทธิภาพในการบริหารเงินสดอาจมีปัญหา

ตารางที่ 4.2.19 ดัชนีชี้วัดสมรรถภาพทางการเงินอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2545

ดัชนีชี้วัดด้านกำไร	2545เฉลี่ย n=9	2545กำไร n=7	2545ขาดทุน n=2
1. กำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA) = %	6.142	9.082	-4.147
2. กำไรต่อยอดขาย (ROS) = %	5.911	10.223	-9.181
3. กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) = %	11.870	17.830	-8.989
ดัชนีชี้วัดด้านสภาพคล่อง			
1. อัตราส่วนหมุนเวียน (Current Ratio)	2.439	2.344	2.771
2. อัตราส่วนหมุนเวียนอย่างถึงแก่น (Quick Ratio) = เท่า	1.904	1.818	2.207
ดัชนีชี้วัดด้านโครงสร้างเงินทุน			
1. D/E ratio (หนี้สิน : ทุน)	1.170	1.141	1.270
ดัชนีชี้วัดด้านกิจกรรม			
1. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ = รอบ	0.916	1.048	0.455
2. อัตราการหมุนเวียนของสินค้า =	8.754	9.973	4.488
3. ระยะเวลาการถือสินค้า =	59.702	51.976	86.745
4. อัตราการหมุนเวียนของลูกค้า =	7.698	8.721	4.116
อัตราส่วนงบกระแสเงินสด			
▮ การประเมินความสามารถในการชำระหนี้และสภาพคล่อง			
1.1 อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	5890.227	7573.447	-1.041
1.2 อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายคืนหนี้			
1.2.1 อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายคืนหนี้	0.319	0.431	-0.073
1.3. ความสามารถในการจ่ายเงินปันผล			
1.3.1 อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายเงินปันผล	1.494	1.921	0.000
1.4. อัตราส่วนวัดความสามารถในการลงทุนในสินทรัพย์ฝ่ายทุน			
1.4.1 รายจ่ายลงทุนในสินทรัพย์ฝ่ายทุน	0.353	0.768	-1.100
1.4.2 อัตราส่วนการลงทุน / การจัดหาเงิน	0.364	0.767	-1.048

ดัชนีชี้วัดด้านกำไร	2545เฉลี่ย n=9	2545กำไร n=7	2545ขาดทุน n=2
1.5. ความเพียงพอของกระแสเงินสด	-0.522	-0.563	-0.379
การประเมินคุณภาพกำไร			
2.1 คุณภาพของค่าขาย	0.968	0.976	0.940
2.2 คุณภาพของกำไร	0.975	1.458	-0.714
การวัดผลตอบแทนที่เป็นเงินสด / ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
3.1 อัตราส่วนกระแสเงินสดต่อค่าขาย	0.075	0.125	-0.097
3.2 อัตราผลตอบแทนกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์	0.138	0.182	-0.018
3.3 อัตราผลตอบแทนที่เป็นเงินสดต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.221	0.318	-0.115

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 การจัดทำค่าอ้างอิง

4.3.1 การจัดทำดัชนีชี้วัดตามแนวคิด Balanced Scorecard

ผลจากการสำรวจเพื่อจัดทำดัชนีชี้วัดและค่าอ้างอิงตามเกณฑ์ Balanced Scorecard ที่มีการวัดทั้งหมด 4 มิติ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านประสิทธิภาพ การบริหารงานภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ผลเป็นดังนี้

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของกิจการ	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
ด้านการเงิน		
1. กำไรสุทธิต่อยอดขาย	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$	10.30 %
2. อัตรากำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย	$\left[\frac{\text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุน}}{\text{ยอดขาย}} \right] \times 100$	23.97 %
3. อัตราการเติบโตของรายได้	$\left[\frac{\text{ยอดขายปี 2547} - \text{ยอดขายปี 2546}}{\text{ยอดขายปี 2546}} \right] \times 100$	18.52 %
4. อัตราการเติบโตของรายได้ในช่องทางการจำหน่ายเดิม (ลูกค้าเดิม)	$\frac{\text{ยอดขายปี 2547 ของลูกค้าเดิมปี 2546} - \text{ยอดขายปี 2546}}{\text{ยอดขายปี 2546}} \times 100$	16.50 %
5. กำไรต่อทรัพย์สิน (ROA)	$\left[\frac{\text{กำไร}}{\text{สินทรัพย์รวม}} \right] \times 100$	22.48 %
6. อัตราค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม	$\left[\frac{\text{ค่าเสื่อมราคา}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$	6.59 %
7. อัตราค่าแรงต่อต้นทุน	$\left[\frac{\text{ค่าแรง}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$	18.03 %
8. อัตราวัตถุดิบต่อต้นทุน	$\left[\frac{\text{มูลค่าวัตถุดิบ}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$	55.69 %
9. อัตราต้นทุนด้านขนส่งหรือ โลจิสติก	$\left[\frac{\text{ต้นทุนค่าขนส่ง}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$	5.13 %
10. โครงสร้างทางการเงิน	$\left[\frac{\text{เงินกู้}}{\text{สินทรัพย์รวม}} \right] \times 100$	27.90 %
11. ระยะเวลาเก็บหนี้	$\frac{\text{ลูกหนี้โดยเฉลี่ย}}{\text{ยอดขาย (เชื่อ) ต่อวัน}}$	58.59 วัน

กำไรต่อยอดขาย (ROS = Return On Sales)

ค่าเฉลี่ยที่ได้ ร้อยละ 10.30 คือความว่าทุก 100 บาท ที่ขายสินค้าไป ทำกำไรได้ 10.30 บาท ตัวเลขยิ่งสูงแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรได้ดี

อัตรากำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย

ค่าเฉลี่ยที่ได้เท่ากับ ร้อยละ 23.97 คือความว่าทุก 100 บาทที่ขายสินค้าไปทำกำไรเบื้องต้นได้ ร้อยละ 23.97 ถ้ากิจการใดทำได้สูงกว่าค่าอ้างอิง แสดงว่ากิจการนั้นผลการดำเนินงานด้านกำไรขั้นต้นดี

อัตรากำไรสุทธิของรายได้

เป็นการประเมินอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยของอุตสาหกรรมค่าที่ได้สูงร้อยละ 18.52 เป็นค่าอ้างอิง ถ้ากิจการใดมีอัตรากำไรสุทธิสูงกว่านี้ แสดงว่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม

อัตรากำไรสุทธิของรายได้ในช่องทางการจำหน่ายเดิม

เป็นการวัดอัตรากำไรสุทธิของรายได้ในช่องทางเดิม เพื่อควบคุมแนวโน้ม ค่าที่ได้ร้อยละ 16.50 เป็นค่าอ้างอิง ถ้าผู้ประกอบการรายใดมีค่าสูงกว่านี้ แสดงว่ามีผลการดำเนินงานดี

กำไรต่อสินทรัพย์ (ROA = Return On Asset)

เป็นอัตราส่วนที่วัดประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ แสดงให้เห็นว่าทุก 100 บาท ที่ลงในสินทรัพย์ก่อให้เกิดกำไรเท่าไร ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมได้ร้อยละ 22.48 ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการมีอัตราส่วนสูงกว่านี้ แสดงว่าเป็นผลกำไรต่อสินทรัพย์ดี

อัตรากำไรต่อราคาต่อต้นทุนรวม

ค่าอ้างอิงได้เท่ากับ ร้อยละ 6.59 แสดงให้เห็นถึงค่าเสื่อมราคา ที่เป็นการลงทุนในเครื่องจักรอุปกรณ์และคิดเป็นค่าเสื่อมราคาออกมา ค่าใช้จ่ายนี้เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ อัตราส่วนสูง แสดงว่ามีเครื่องจักรอุปกรณ์สูง อัตราส่วนต่ำ อาจเป็นไปได้ที่เครื่องจักรอุปกรณ์มานานคิดเป็นค่าเสื่อมราคาเกือบหมดแล้ว

อัตรากำไรต่อต้นทุนรวม

แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนของกำไรต่อต้นทุนรวม เพื่อสามารถเป็นข้อมูลอ้างอิงในการดูศึกษาโดยสร้างต้นทุนค่าเฉลี่ยที่ได้เท่ากับ ร้อยละ 18.03

อัตรากำไรต่อต้นทุนรวม

ค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมเท่ากับ ร้อยละ 55.69 เพื่อดูโครงสร้างของต้นทุน

อัตรากำไรต่อต้นทุนรวม

ค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมเท่ากับ ร้อยละ 5.13 เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนต้นทุนค่าขนส่ง

โครงสร้างทางการเงิน

เพื่อแสดงโครงสร้างทางการเงินว่า แหล่งที่มาของเงินทุนที่ลงในสินทรัพย์มาจากแหล่ง
เจ้าหนี้เท่าไร ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 27.90 ซึ่งตัวเลขแสดงให้เห็นความเสี่ยง
ทางการเงินที่ใช้แหล่งจากเจ้าหนี้สูง เนื่องจากมีภาระผูกพันต้องชำระดอกเบี้ยและเงินต้น

ระยะเวลาการเก็บหนี้

เพื่อแสดงให้เห็นถึงว่าจำนวนวันในการเก็บหนี้เฉลี่ย 58.59 วัน ตัวเลขต่ำ แสดงว่าสามารถ
เก็บหนี้ได้เร็วขึ้น

ด้านลูกค้า

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของกิจการ	สูตร	ผลการดำเนินงาน ปี 2547
ด้านลูกค้า		
1. ความพึงพอใจของลูกค้า	จากการสำรวจ	2.34
2. อัตราการร้องเรียนของลูกค้า	$\frac{\text{จำนวนลูกค้าที่ร้องเรียน}}{\text{จำนวนลูกค้าทั้งหมด}}$	0.10 %
3. จำนวนลูกค้าทั้งหมด/เฉลี่ยต่อกิจการ		58 ราย
4. อัตราการรักษาลูกค้าเก่า	$\frac{\text{จำนวนลูกค้าปี 2546 ที่ซื้อปี 2547}}{\text{จำนวนลูกค้าที่เคยซื้อทั้งหมดในปี 2546}} \times 100$	82.63 %
5. อัตราการเติบโตของลูกค้าใหม่ปี 2547	$\frac{\text{ลูกค้าปี 2547} - \text{ลูกค้าปี 2546}}{\text{ลูกค้าปี 2546}}$	2.13 %
6. ยอดขายต่อลูกค้า	$\frac{\text{ยอดขาย}}{\text{จำนวนลูกค้าที่มีการใช้บริการทั้งหมด}}$	1,696,867.72 บาท/คน
7. ยอดขายต่อพนักงาน	$\frac{\text{ยอดขาย}}{\text{จำนวนพนักงานทั้งหมด}}$	1,473,472.11 บาท/คน
8. สัดส่วนยอดขายต่างประเทศต่อยอดรวม	$\frac{\text{ยอดขายต่างประเทศ}}{\text{ยอดขายทั้งหมด}} \times 100$	6.61 %

ความพึงพอใจของลูกค้า

การสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ประกอบการควรมีการสำรวจความ
พึงพอใจของลูกค้า เพื่อสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ในอนาคต

อัตราการร้องเรียนของลูกค้า

ค่าอ้างอิงที่ได้เท่ากับร้อยละ 0.10 % ตัวเลขที่ต่ำ แสดงว่าสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้

จำนวนลูกค้าทั้งหมด

เพื่อใช้ประเมินจำนวน 58 ราย เพื่อดูปริมาณลูกค้าของแต่ละกิจการ

อัตราการรักษาลูกค้าเก่า

ค่าอ้างอิงเฉลี่ยของอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 82.62 ตัวเลขสูง แสดงว่ากิจการสามารถรักษาลูกค้าเก่าได้ดี

อัตราการเติบโตของลูกค้าใหม่ปี 2547

อัตราการเติบโตของลูกค้าเป็นค่าที่แสดงให้เห็นความสามารถในการหาลูกค้าใหม่ ค่าอ้างอิงในปัจจุบันเท่ากับร้อยละ 2.13

ยอดขายต่อลูกค้า

แสดงให้เห็นถึงมูลค่าที่ขายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า 1 ราย ค่าอ้างอิงที่ได้มีค่าเท่ากับ 1,696,867.72 บาท ต่อลูกค้า 1 ราย

ยอดขายต่อพนักงาน

แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของพนักงาน ค่าอ้างอิงที่ได้ พนักงานขาย 1 ราย สร้างยอดขาย 1,473,471.11 บาท/คน/ปี

สัดส่วนยอดขายต่างประเทศต่อยอดขายรวม

แสดงให้เห็นการขยายต่างประเทศมากแค่ไหนเมื่อเทียบกับยอดขายรวม ปัจจุบันส่งออกเพียง 6.61%

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของกิจการ	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
ด้านประสิทธิภาพการบริหาร		
1. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ	19.08 วัน
2. ระยะเวลาการออกแบบ	เวลาออกแบบ	12.39 วัน
3. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	$\frac{\text{ค่าตอบแทนพนักงาน} \times 100}{\text{รายได้}}$	14.86 %
4. ค่าขนส่งและบริหารคลังสินค้าต่อรายได้	$\frac{\text{ค่าขนส่งและบริหารคลังสินค้า} \times 100}{\text{รายได้}}$	2.74 %
5. ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขาย	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายทางการตลาด} \times 100}{\text{รายได้}}$	8.80 %
6. ผลผลิตต่อคน	$\frac{\text{ผลผลิต(บาท)}}{\text{จำนวนพนักงาน}}$	768,261.69 บาท/คน/ปี
7. อัตราของเสีย	$\frac{\text{มูลค่าของเสีย}}{\text{มูลค่าการผลิต}} \times 100$	5.32 %

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของกิจการ	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
8. คุณภาพของสินค้าตามข้อกำหนดของลูกค้า	$\frac{\text{มูลค่าสินค้าตามข้อกำหนด}}{\text{มูลค่าสินค้าที่ผลิตทั้งหมด}} \times 100$	116.45 %
9. คุณภาพของบริการ		<ul style="list-style-type: none"> ▪ สูง % ▪ กลาง %
10. อัตราการใช้กำลังการผลิต	$\frac{\text{มูลค่าที่ผลิต}}{\text{มูลค่าที่สามารถผลิตได้}} \times 100$	83.10 %
11. ระยะเวลาเฉลี่ยในการส่งมอบสินค้า	ตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า จนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า	8.97 วัน
12. % การจัดส่งของทันเวลา	$\frac{\text{มูลค่าที่ส่งของได้ทันเวลา}}{\text{มูลค่าที่สั่งซื้อ/ ทำทั้งหมด}} \times 100$	90.64 %

ระยะเวลาการผลิต

ค่าอ้างอิงระยะเวลาการผลิตใช้เวลา 19.08 วัน นับจากรับงานผลิตเร็ว

ระยะเวลาการออกแบบ

ระยะเวลาการออกแบบมีค่าอ้างอิง 12.39 วัน

อัตราค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้

อัตราค่าตอบแทนของพนักงานต่อรายได้ค่าอ้างอิงของอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 14.86

ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขาย

อัตราค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 8.80

ผลผลิตต่อคน

ผลผลิตต่อคน ค่าอ้างอิงของอุตสาหกรรมเท่ากับ 768,231.69 บาท/คน/ปี

อัตรานองเสีย

ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม ร้อยละ 5.32 ถ้ากิจการใดสามารถลดมูลค่าของเสียได้ต่ำกว่าค่าอุตสาหกรรมแสดงว่ามีประสิทธิภาพที่ดี

คุณภาพของสินค้าตามข้อกำหนด

แสดงให้เห็นถึงกิจการสามารถผลิตได้ตามข้อกำหนดของลูกค้าหรือไม่ ค่าปัจจุบัน กิจการทำได้ดีกว่าค่ากำหนดมีค่าอ้างอิงร้อยละ 116.45%

คุณภาพของบริการ

ผลการสำรวจพบว่าคุณภาพบริการระดับสูงมีกิจการทำได้ร้อยละ 50 ของกิจการที่ตอบทั้งหมดและทำได้ระดับปานกลางร้อยละ 50.00

อัตราการใช้จ่ายการผลิต

อัตราการใช้จ่ายการผลิต ทำได้ร้อยละ 83.10 อัตราการใช้จ่ายการผลิตสูง แสดงว่ามีประสิทธิภาพที่สูง

ระยะเวลาและวันในการส่งมอบสินค้า

ระยะเวลาเฉลี่ยในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าเฉลี่ย 8.97 วัน

% การจัดส่งสินค้าได้ทันเวลา

ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมได้ร้อยละ 90.64 ตัวเลขสูงแสดงว่ากิจการมีความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตามเวลา

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของกิจการ	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
ด้านการเรียนรู้และการเติบโต		
1. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับอบรม/ พัฒนา		13.94 วัน
2. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อต้นทุนรวม (ค่าฝึกอบรม)	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร}}{\text{ต้นทุนรวม}} \times 100$	2.86 %
3. การนำระบบสารสนเทศมาใช้		<ul style="list-style-type: none"> ▪ ทุกระบบ 23.81 % ▪ มีบางระบบ 69.05 % ▪ ไม่มี 7.14 %
4. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี		<ul style="list-style-type: none"> ▪ สูง 21.95 % ▪ กลาง 68.29 % ▪ ต่ำ 9.76 %
5. การพัฒนาปรับปรุงด้านต่างๆ ในองค์กร		<ul style="list-style-type: none"> ▪ เปลี่ยนแปลงมาก 37.50 % ▪ มีบ้าง 60.00 % ▪ ไม่มี 2.50 %
6. มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547	$\left[\frac{\text{มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ปี 2547}}{\text{มูลค่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดปี 2547}} \right] \times 100$	17.47 %
7. อัตราการออกจากงาน	$\frac{\text{จำนวนพนักงาน ที่ออกจาก งาน}}{\text{จำนวนพนักงาน ทั้งหมด}} \times 100$	13.03 %

จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรมพัฒนา

แสดงให้เห็นถึงกิจการได้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างน้อยเพียงใด ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมเท่ากับ 13.94 วัน

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อต้นทุนรวม

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อค่าใช้จ่ายรวมเท่ากับร้อยละ 2.86

การนำระบบสารสนเทศมาใช้

เพื่อประเมินการพัฒนาด้านสารสนเทศสไปไซในองค์กร มีผู้ประกอบการที่ใช้ทุกระบบมี ร้อยละ 23.81 บางระบบร้อยละ 69.08 และไม่ได้ใช้ร้อยละ 7.14

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี

การนำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการ มีระดับสูงร้อยละ 21.95 ระดับปานกลาง ร้อยละ 68.29 และระดับต่ำ ร้อยละ 9.76

การพัฒนาปรับปรุงด้านต่างๆ

มีการพัฒนาปรับปรุงมากร้อยละ 37.50 มีพัฒนาบ้าง ร้อยละ 60.00 ไม่ได้มีการพัฒนา ร้อยละ 2.50

มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547

มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547 ค่าเฉลี่ยร้อยละ 17.47 แสดงให้เห็นด้านนวัตกรรมนอก ผลิตภัณฑ์

อัตราการออกจากงาน

ค่าอ้างอิงของการออกจากงาน ร้อยละ 13.03 ตัวเลขที่ต่ำแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาพนักงานไว้ในองค์กร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3.2 การจัดทำดัชนีชี้วัดตามแนวคิด Management Cockpit

การจัดทำดัชนีชี้วัดความสำเร็จจะนำเสนอในผนังถาวร 3 ผนัง ได้แก่ ผนังสีฟ้า ผนังสีแดง และผนังสีดำ โดยผนังสีฟ้า มีคำถามดังนี้

1. ประสิทธิภาพเราดีไหม?
2. เรา Responsive ไหม?
3. เราบริหารแบบมืออาชีพหรือเปล่า?
4. บุคลากรของเราดีไหม?
5. คุณภาพของเราดีไหม?
6. การพัฒนาองค์กร

ผนังสีแดงมีคำถามดังนี้

1. สภาวะอุตสาหกรรมผลกระทบจากปัจจัยมหภาค
2. KBE = Knowledge Based Economy
3. Supply Condition
4. ศักยภาพการแข่งขัน
5. สภาวะการแข่งขัน
6. สภาวะการตลาด

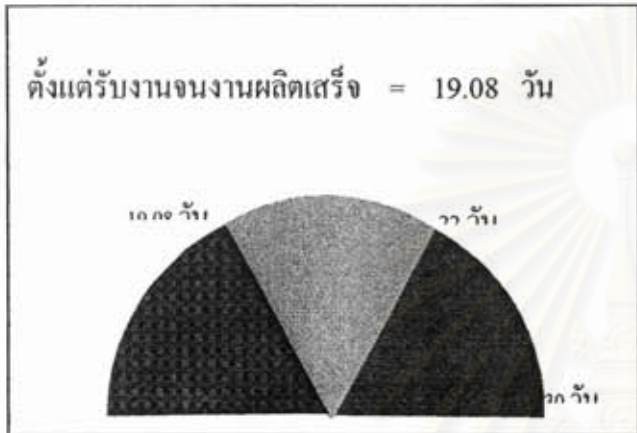
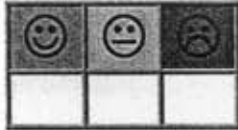
ผนังสีดำมีคำถามดังนี้

1. กำไรของเราดีไหม?
2. รายได้ของเราดีไหม?
3. สินทรัพย์ของเราเท่าไร?
4. เราควบคุมต้นทุนได้ไหม?
5. ความเสี่ยงของเราดีไหม?
6. เราเติบโตดีไหม?

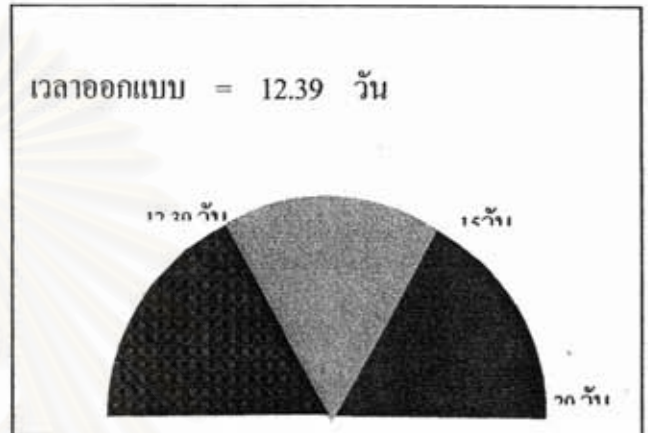
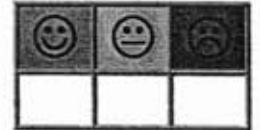
BLUE WALL

ประสิทธิภาพของเราดีไหม?

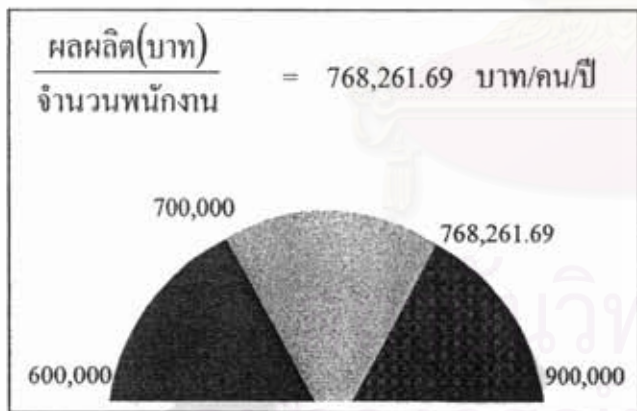
ระยะเวลาการผลิต



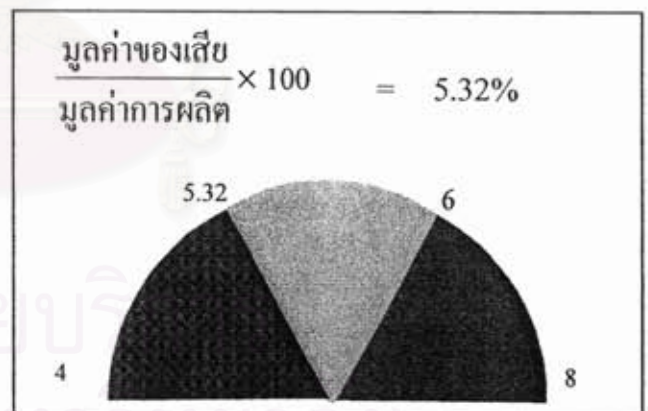
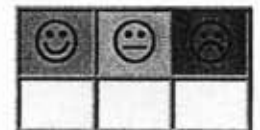
ระยะเวลาการออกแบบ



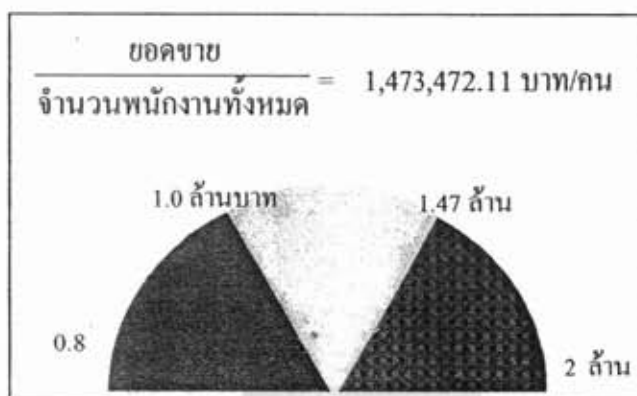
ผลผลิตต่อคน



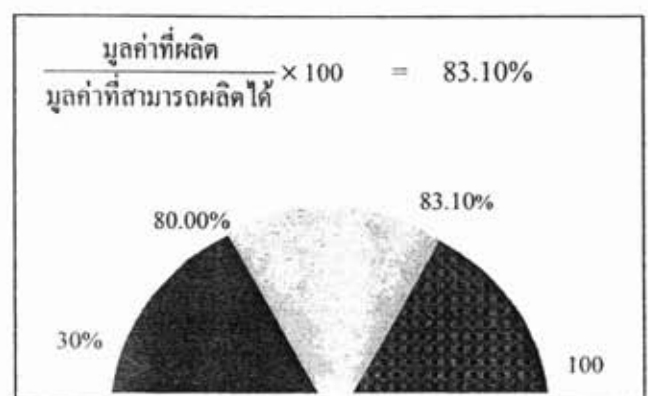
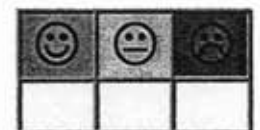
อัตราของเสีย



ยอดขายต่อพนักงาน



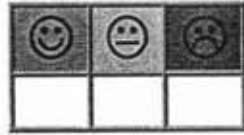
อัตราการใช้กำลังการผลิต



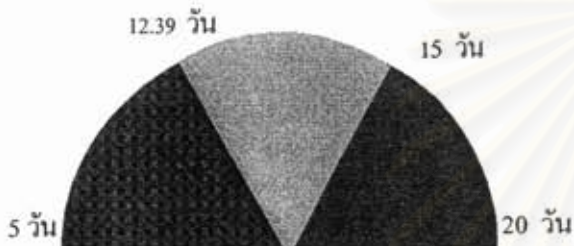
BLUE WALL

เรา Responsive ไหม ?

ระยะเวลาการออกแบบ



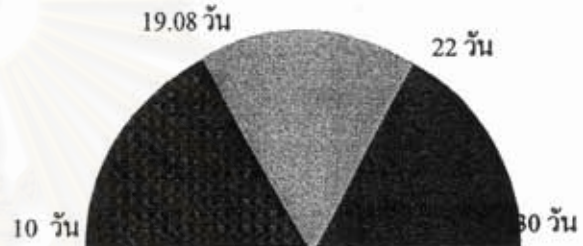
เวลาออกแบบ = 12.39 วัน



ระยะเวลาการผลิต



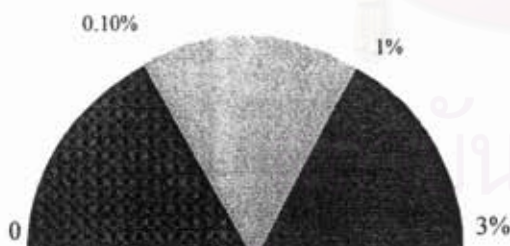
ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน



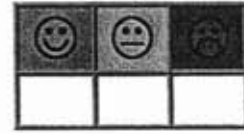
อัตราการร้องเรียนลูกค้า



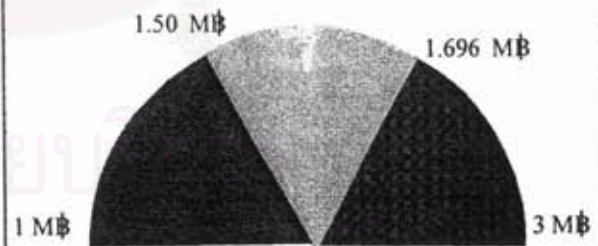
$\frac{\text{จำนวนลูกค้าที่ร้องเรียน}}{\text{จำนวนลูกค้าทั้งหมด}} = 0.10\%$



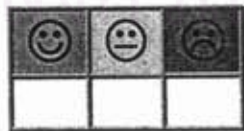
ยอดขายต่อลูกค้า



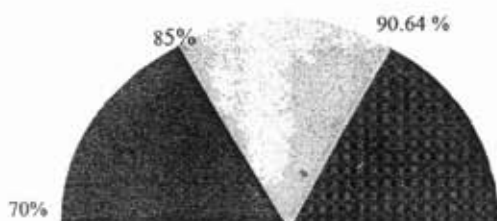
$\frac{\text{ยอดขาย}}{\text{จำนวนลูกค้าที่มีการใช้บริการทั้งหมด}} = 1,696,867.72 \text{ บาท/คน}$



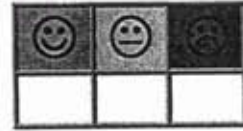
% การจัดส่งของได้ทันเวลา



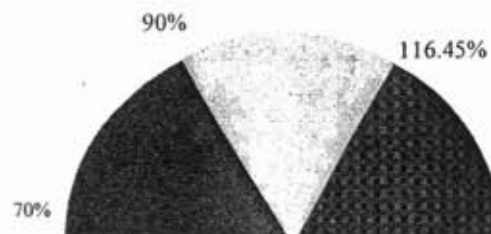
$\frac{\text{มูลค่าที่ส่งของได้ทันเวลา}}{\text{มูลค่าที่สั่งซื้อ/ ทำทั้งหมด}} \times 100 = 90.64\%$



คุณภาพสินค้าตามข้อกำหนด

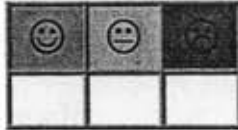


$\frac{\text{มูลค่าสินค้าตามข้อกำหนด}}{\text{มูลค่าสินค้าที่ผลิตทั้งหมด}} \times 100 = 116.45\%$

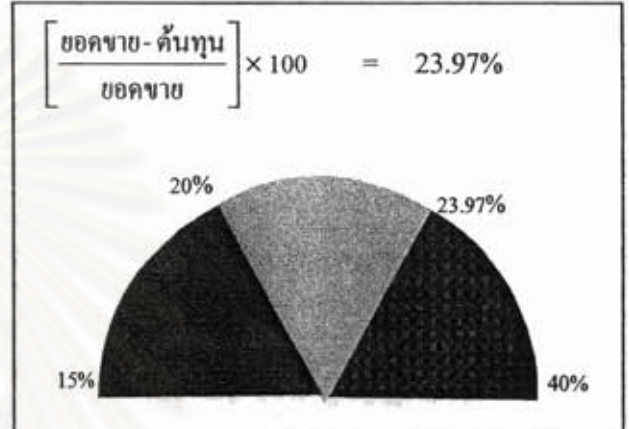
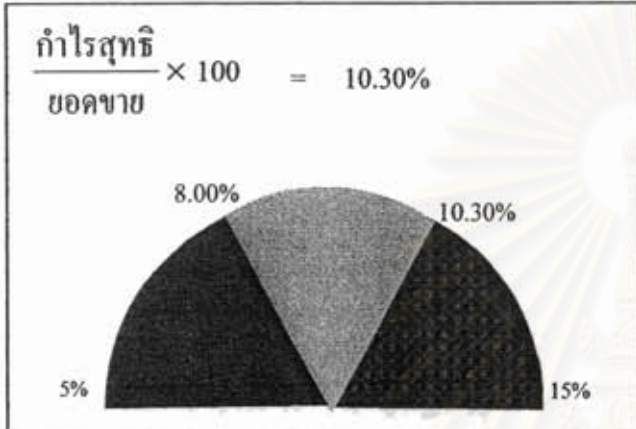
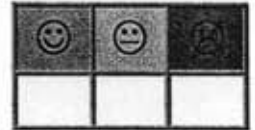


เราบริหารแบบมีอาชีพหรือเปล่า ?

กำไรต่อยอดขาย



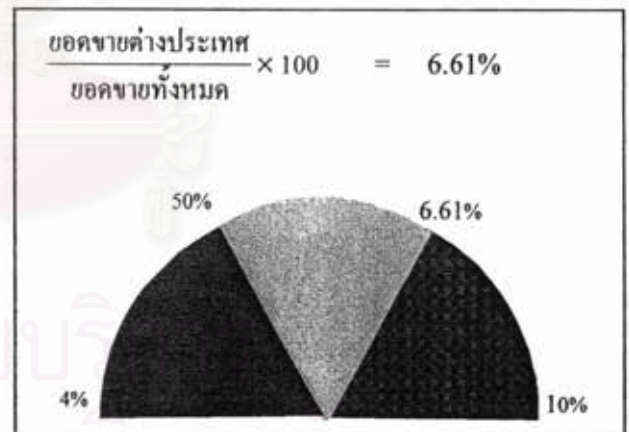
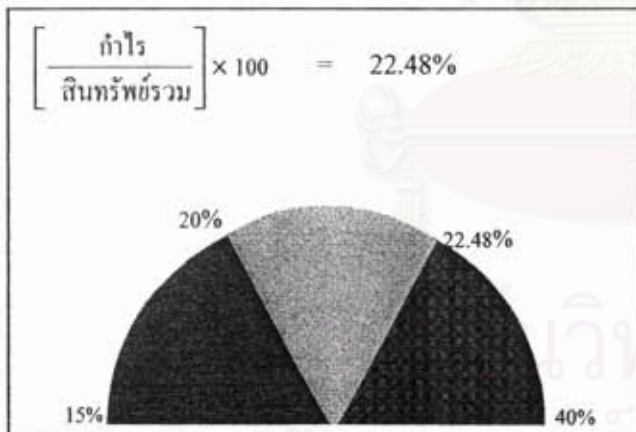
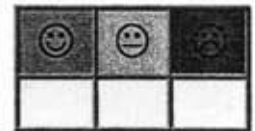
อัตรากำไรเบื้องต้น



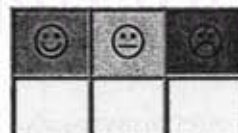
กำไรต่อสินทรัพย์



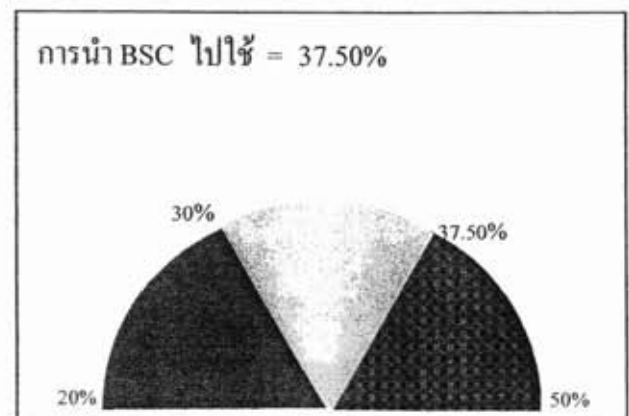
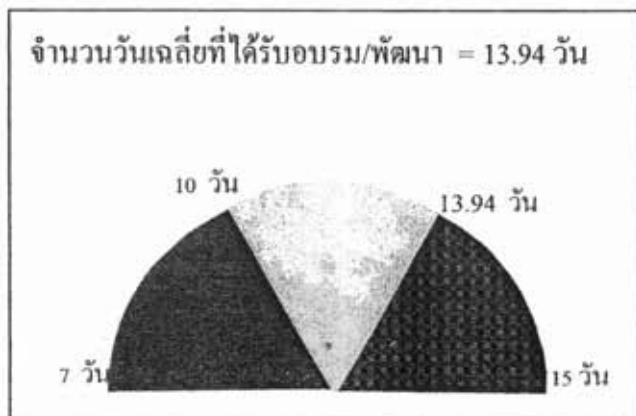
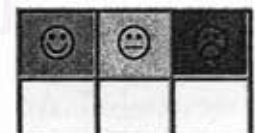
สัดส่วนยอดขายต่างประเทศ



จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการ
อบรม/พัฒนา



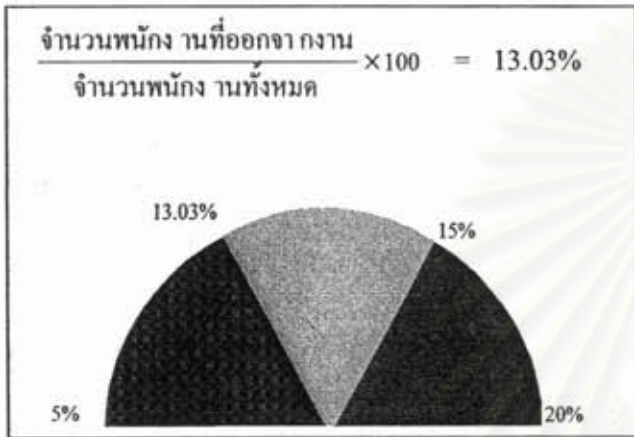
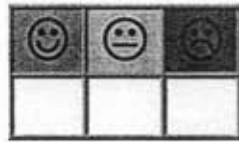
การนำ BSC ไปใช้



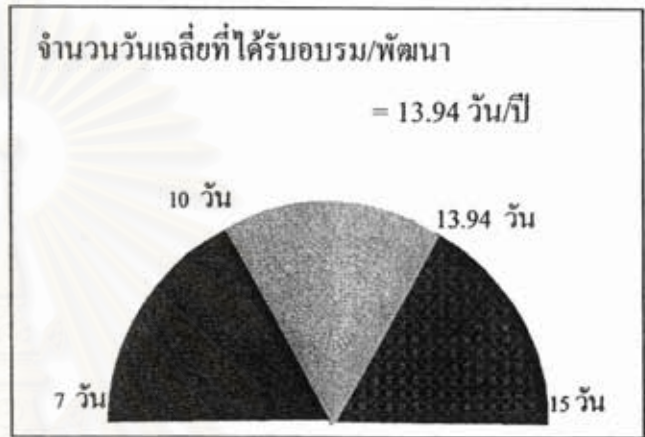
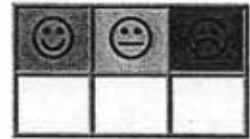
BLUE WALL

บุคลากรของเราดีไหม ?

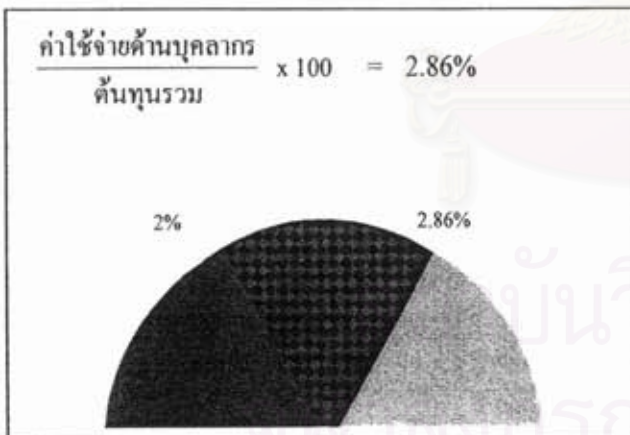
อัตราการออกจากงาน



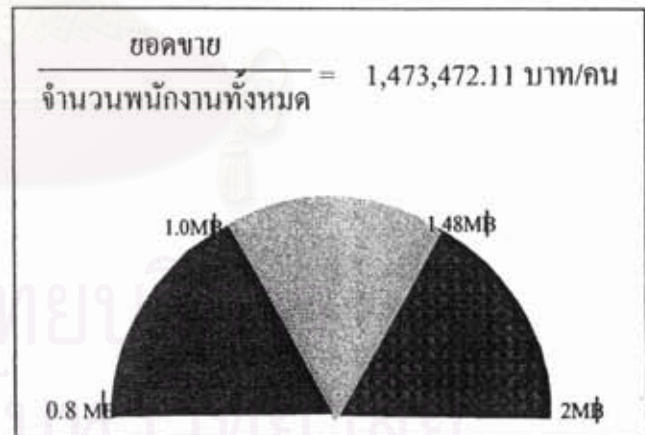
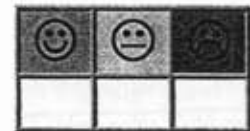
จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับอบรม/
พัฒนา



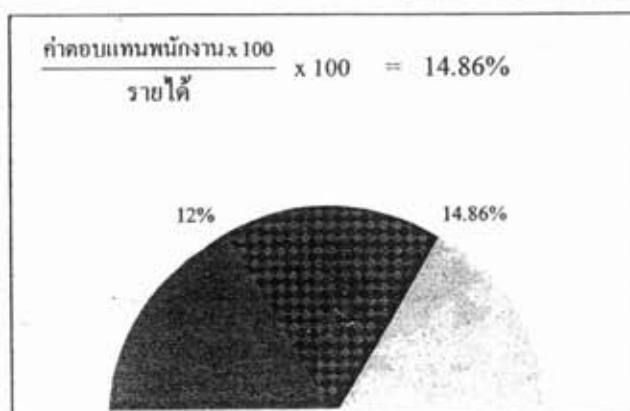
ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร



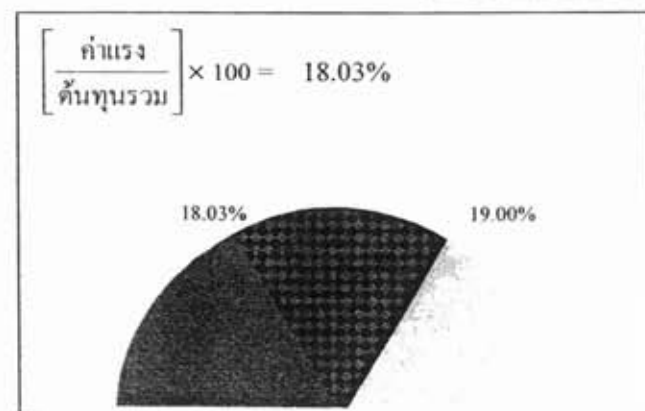
ยอดขายต่อพนักงาน



ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้



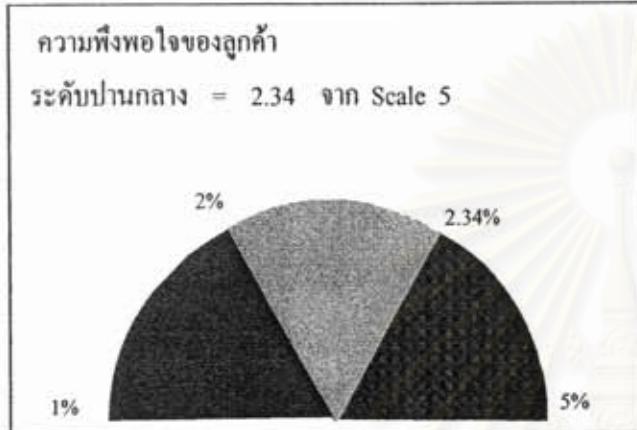
อัตราค่าแรงต่อต้นทุนรวม



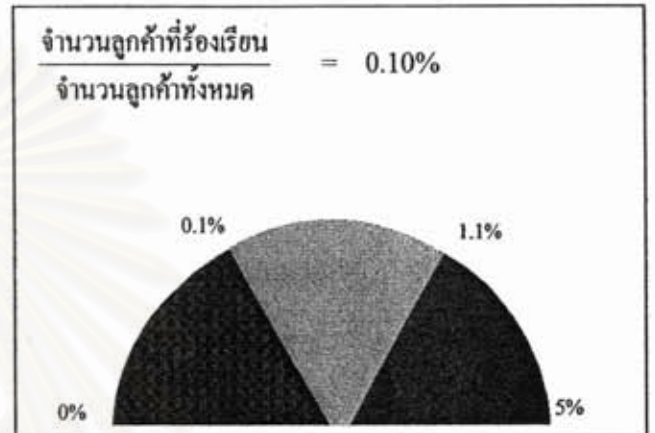
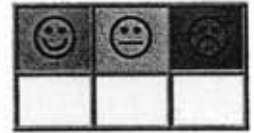
BLUE WALL

คุณภาพของเราดีไหม?

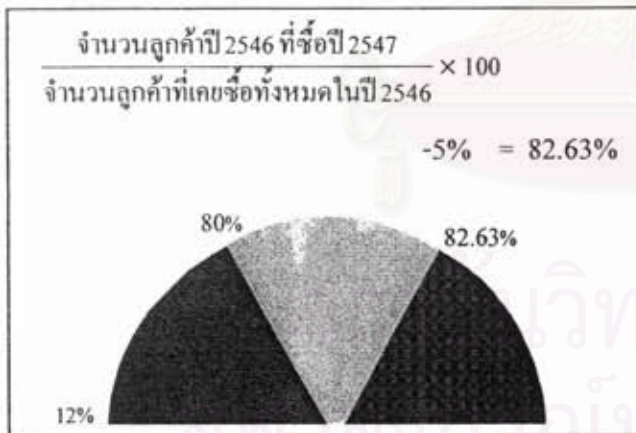
ความพึงพอใจของลูกค้า



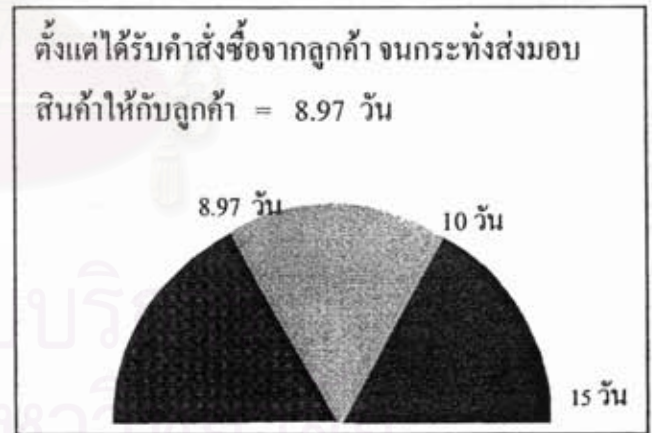
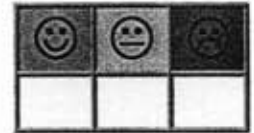
อัตราการร้องเรียนของลูกค้า



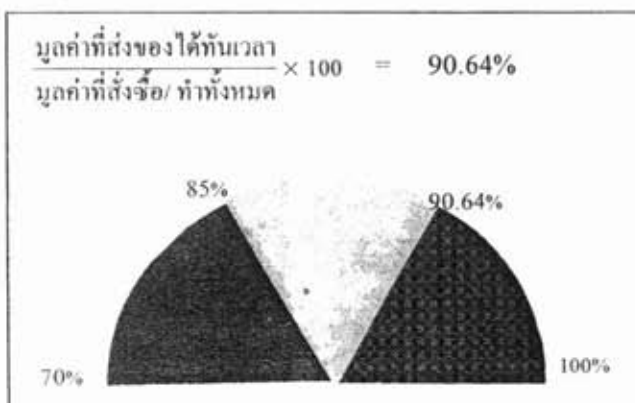
อัตราการรักษาลูกค้าเก่า



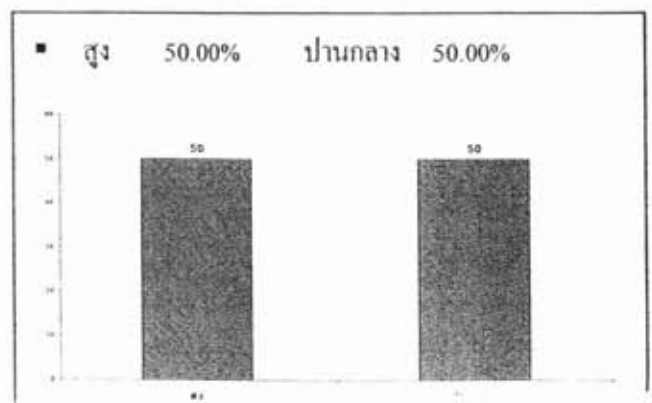
ระยะเวลาเฉลี่ยการส่งมอบ



% จัดส่งสินค้าได้ทันเวลา



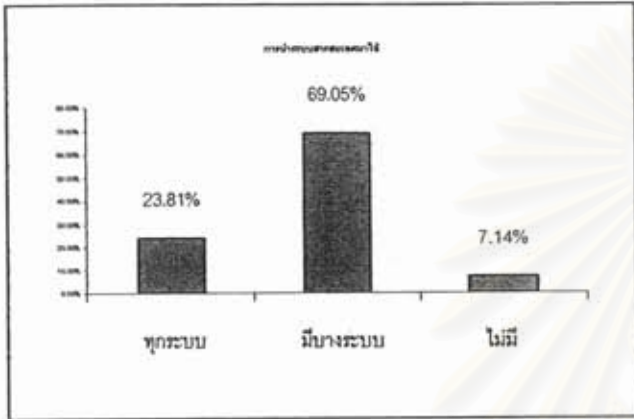
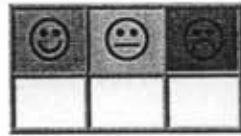
คุณภาพของบริการ



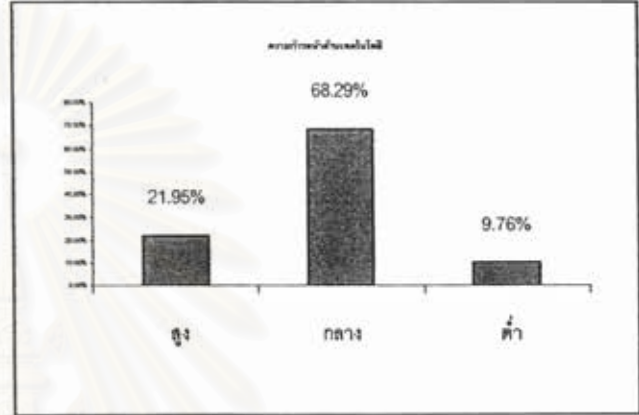
BLUE WALL

การพัฒนาองค์กร

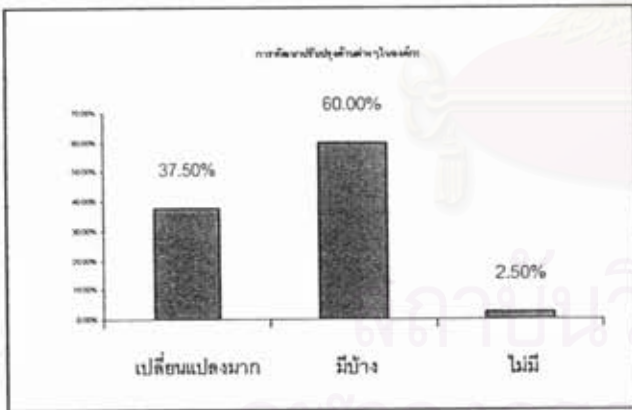
การนำระบบสารสนเทศมาใช้



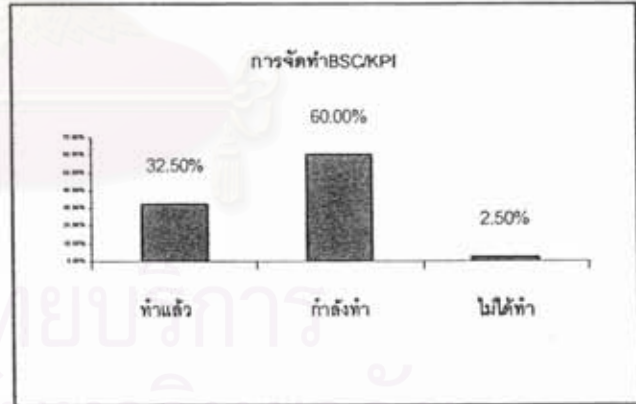
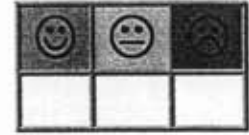
ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี



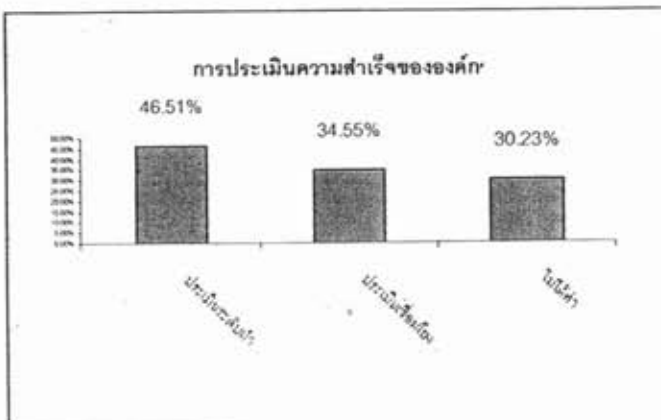
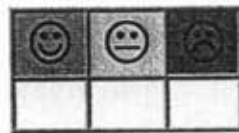
การพัฒนาปรับปรุงองค์กร



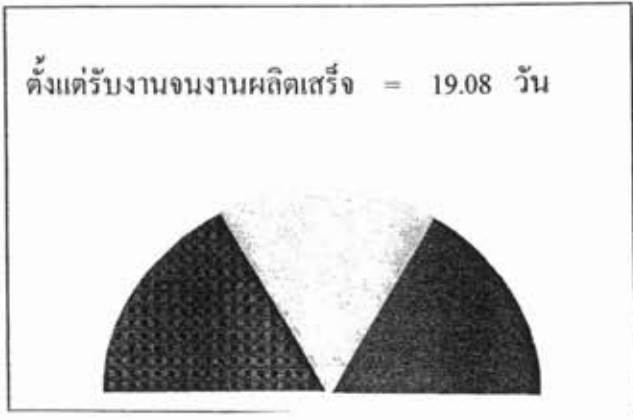
การจัดทำ BSC/KPI



การประเมินความสำเร็จองค์กร



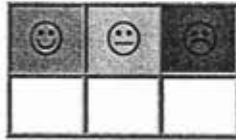
ระยะเวลาการผลิต



RED WALL

สภาวะอุตสาหกรรมผลกระทบจากปัจจัยมหภาค

Exchange Ratio



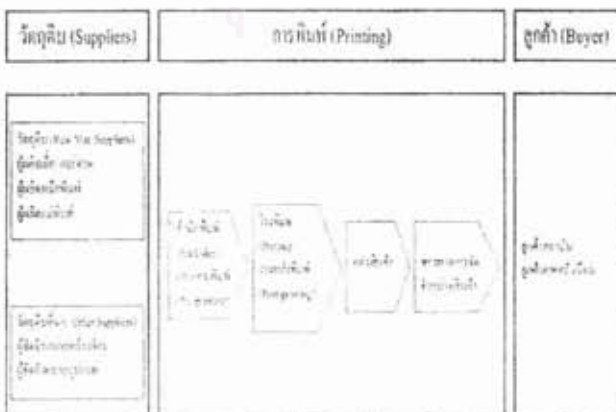
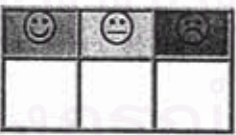
Currency (บาท)	รับซื้อ	ราคาขาย
USD	37.3271	37.6167
GBP	67.0897	67.9000
EU	46.6488	47.2675
JPY(100)	32.5180	33.0353
HKD	4.7986	4.8627
SGD	23.4671	23.8617

ธนาคารแห่งประเทศไทย

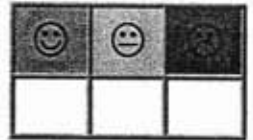
ภูมิทัศน์ธุรกิจ และอุตสาหกรรมโลก



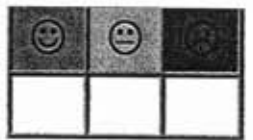
ภาพรวมอุตสาหกรรม



ภูมิทัศน์เศรษฐกิจ-การเมืองโลก



Interest Ratio

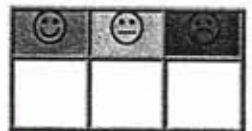


เงินฝาก	อัตราดอกเบี้ย (%)
ระยะสั้น	0.5000 - 4.5000
ประจำ 3 เดือน	3.0000 - 5.1250
ประจำ 6 เดือน	3.2500 - 5.1250
ประจำ 12 เดือน	3.5000 - 5.3000
ประจำ 24 เดือน	3.5500 - 5.5000

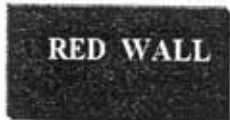
*ต่ำสุด - สูงสุดของธนาคารพาณิชย์

http://www.settrade.com/actions/customization/IPO/market_index.isp#rate3

พยากรณ์ความต้องการแรงงาน
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ปี 2547-52
(หน่วย : คน)



	2549	2550	2551	2552
อาหารและอาหารสัตว์	482,442	487,074	491,807	496,535
สิ่งทอ	446,291	458,886	473,144	488,527
รองเท้า เครื่องหนัง	94,419	97,787	101,150	104,504
อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน	195,736	206,567	217,362	228,330
ปิโตรเคมี	36,179	37,886	39,711	41,577
เคมีภัณฑ์	77,013	80,189	83,820	87,503
ยานพาหนะและชิ้นส่วนยานพาหนะ	89,152	91,977	94,809	97,519
เครื่องจักรและเครื่องมือ	112,488	117,368	122,231	127,182
เหล็กและเหล็กกล้า	56,278	57,801	59,911	62,002
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	441,327	474,786	510,581	548,706
ยานยนต์และชิ้นส่วน	209,183	220,026	231,769	243,677
อุปกรณ์และเครื่องประดับ	44,842	46,711	48,736	50,726
อื่นๆ	1,442,825	1,433,004	1,488,002	1,485,537
รวม	3,728,417	3,810,863	3,962,892	4,058,726



KBE = Knowledge Based Economy

อัตราการอ่านหนังสือ

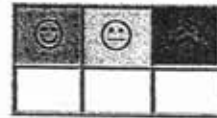


Country	Per 1,000 people/inhabitants					
	Number of Computer 2000	Number of Internet Hosts-1999	Telephone Main Lines 2000	Mobile Telephones 2000	Newspaper Circulation 1996	Total R & D Personnel 1999
China	14.3	0.05	102	66.7	23	0.649
Malaysia	114.6	2.80	204	236.4	163	0.300
Thailand	48.4	0.49	89	57.8	64	0.231
United States	580.5	136.65	734	401.4	212	na

20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็ง ของ
ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002

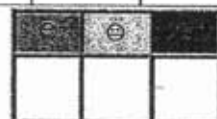


อัตราการเล่น Internet



Country	International Call Costs US\$ per 3 minutes to USA 2001	Total Expenditure on R&D % of GDP 1999	Availability of Venture Capital (Survey) 2001	Infrastructure for Electronic Commerce (Survey) 2001	% of Tertiary Enrolment in Public and Private Institutions 1996
China	5.437	0.827	1.911	4.100	na
Malaysia	2.368	0.396	4.304	5.200	5.2
Thailand	2.036	0.120	3.446	3.569	19.9
United States	0.360	2.619	8.117	7.636	16.2

20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็ง ของ
ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002



20 Strongest Criteria	Country Value	Country Rank	49-Country Average
Effective personal income tax rate (Percentage of GDP per capita)	3.00	4	17.15
Collected total tax revenues (Percentage of GDP)	14.98	5	31.24
Cost-of-Living Index (Cost index of basket of goods in major cities, excluding housing (New York City = 100))	61.19	4	81.64
Collected capital and property taxes (Percentage of GDP)	0.28	7	1.57
Employer's social security contribution rate (Compulsory contribution as a percentage of GDP per capita)	4.10	7	17.86
Stock market index (Percentage change on index)	16.80	7	-8.23
Remuneration in services professions (Gross annual income including supplements such as bonuses, in US\$)	1	10	-0
Working hours (Average number of working hours per year)	2,092	11	1,925
Employee's social security contribution rate (Compulsory contribution as a percentage of GDP per capita)	3.00	12	9.10
Employment (Percentage of population)	49.78	8	43.32
Dependency Ratio (Population under 15 and over 64 years old, divided by active population (15 to 64 years old))	44.9	8	50.8
High-tech Exports (Percentage of manufactured exports)	32.33	7	15.96

20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของ
ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002



20 Weakest Criteria	Country Value	Country Rank	49-Country Average
Remuneration of management (Total base salary plus bonuses and long-term incentives, US\$) (Survey)	1	9	0
Discrimination (race, gender, etc.) does not pose a handicap in society	8.15	1	6.51
National Culture (National culture is open to foreign ideas)	8.15	6	7.24
Labour Regulations (Labour regulations (hire/firing practices, minimum wages, etc.) are flexible enough)	6.41	10	4.68
New Business (New business are easily created in your country)	7.72	14	6.36
Investment Incentives (Investment incentives are attractive to foreign investors)	7.34	10	6.06
Cost of Capital (The cost of capital in your country encourages business development)	6.86	10	5.26
Unemployment Legislation (Unemployment legislation provides an incentive to look for work)	6.05	10	4.98

20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของ
ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002



20 Weakest Criteria	Country Value	Country Rank	49-Country Average
Medical Assistance (Number of inhabitants per physician and per nurse)	-2	45	0
Secondary School Enrollment (Percentage of relevant age group receiving full-time education)	48.0	47	81.6
Overall Productivity (PPP) (Estimated: GDP (PPP) per person employed, US\$)	12,584	45	41,680
Labour Productivity (PPP) (Estimated: GDP (PPP) per person employed per hour, US\$)	6.02	45	22.41
Youth Unemployment (Unemployment of population under 25 years as a percentage of total employment)	43.42	40	26.47
Computers Per Capita (Number of computers per 1000 people/ Source: Computer Industry Almanac)	40	45	309
Total Expenditure on R&D (Percentage of GDP)	0.260	46	1.375
Productivity in Services (PPP) Estimated: Related GDP (PPP) per person employed in services, US\$)	18,825	41	42,358
Total R&D Personnel Nationwide Per Capita Full-time work equivalent (FTE) per 1000 people	0.231	41	3,000
Productivity in Industry (PPP) Estimated: Related GDP (PPP) per person employed in industry, US\$)	22,940	44	46,005
GDP Per Capita (PPP) Estimated: US\$ per capita at purchasing power parity	6,264	42	18,407

20 Weakest Criteria	Country Value	Country Rank	49-Country Average
Internet Users (Number of internet users per 1000 people/ Source: Computer Industry Almanac)	58.17	40	267.96
Human Development Index (Combines economic-social-educational indicators/ Source: Computer Industry Almanac) (Survey)	0.757	41	0.835
Globalisation (Globalisation is threatening to your economy)	3.49	48	5.88
Information Technology Skills (Information technology skills are not readily available in your country's labour force)	5.34	46	7.10
Foreign Investors (Foreign investors are not free to acquire control in domestic companies)	5.87	41	7.66
Development and Application of Technology (Development and application of technology is constrained by the legal environment)	5.24	43	6.48
Interest in Science and Technology (Interest in science and technology is not strong for the youth of your country)	4.20	45	5.39
Relocation of R&D Facilities (Relocation of R&D facilities is a threat to the future of your economy)	4.13	45	5.06
Credit	3.85	38	5.83



Supply Condition

มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้พิมพ์
พิกัด 84.8

ประเภท	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. ญี่ปุ่น	92.99	83.31	82.94	61.62	65.43	-10.41	-0.44
2. อิตาลี	30.66	44.47	90.59	52.43	39.71	45.04	103.71
3. แคนาดา	0.04	14.17	11.19	5.49	33.39	35325.00	-21.03
4. เยอรมนี	113.09	87.07	107.50	34.25	24.16	-23.01	23.46
5. จีน	21.72	18.06	37.59	20.73	22.76	-16.85	108.14
รวม	515.33	506.81	537.44	316.14	302.19	-1.65	6.04

มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่
ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43

ประเภท	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. เยอรมนี	1,717.67	2,009.37	3068.40	1702.03	1658.71	16.98	52.70
2. ญี่ปุ่น	1,482.83	1,996.71	1221.46	659.09	1123.73	34.66	-38.83
3. จีน	84.35	48.47	290.78	163.80	213.25	-42.54	499.92
4. สิงคโปร์	152.26	283.39	293.05	145.89	189.52	86.12	3.41
5. ไต้หวัน	564.73	431.45	530.86	268.05	188.86	-23.60	23.04
รวม	5,137.91	6,646.43	7,411.39	3,978.37	4,451.89	29.36	11.51

มูลค่าการนำเข้าและส่งออก
เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์

	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
การนำเข้า พิกัด 84.42	515.33	506.81	537.44	316.14	302.19	-1.65	6.04
พิกัด 84.43	5,137.91	6,646.43	7,411.39	3,978.37	4,451.89	29.36	11.51
รวม	5,653.24	7,153.24	7,948.83	4,294.51	4,754.08	26.53	11.12
การส่งออก พิกัด 84.42	109.08	177.92	218.87	131.62	126.63	63.11	23.02
พิกัด 84.43	3,098.71	3,918.61	1,762.52	946.10	1,459.78	26.46	-55.02
รวม	3,207.79	4,096.53	1,981.39	1,077.72	1,586.41	27.71	-51.63

มูลค่าการนำเข้าหมึกพิมพ์ พิกัด
ศุลกากร 32.15

ประเภท	2545	2546	2547	2547 ม.ก.-ก.ก.	2548 ม.ก.-ก.ก.	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
						2546	2547
1. ญี่ปุ่น	7,002.87	2,934.14	2,781.91	1,542.18	1,595.97	-58.10	-5.19
2. สิงคโปร์	3,954.52	2,199.88	569.53	518.55	457.87	-44.37	-74.11
3. ไชยสถาน	87.05	12.70	908.79	232.37	418.80	-85.41	7055.83
4. เกาหลีใต้	380.19	394.12	479.33	254.80	252.72	3.66	21.62
5. เยอรมนี	165.56	182.08	202.96	122.78	135.00	10.58	10.86
6. ฝรั่งเศส	4.98	193.70	617.27	569.13	128.73	3789.56	218.67
7. อิตาลี	52.77	79.82	176.68	122.38	124.45	51.26	121.35
8. สหรัฐอเมริกา	446.84	290.05	197.39	121.48	116.75	-35.09	-31.95
9. จีน	191.39	166.95	134.80	69.28	100.82	-12.77	-19.26
10. มกษช	154.02	121.81	139.72	84.02	90.04	-20.91	14.70
อื่นๆ	614.68	570.10	564.71	331.24	302.29	-7.25	-0.95
รวม	13,054.87	7,146.35	6,773.09	3,968.21	3,723.44	-45.26	-5.22

มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
ของไทย ระหว่างปี 2538-2547

พ.ศ.	การนำเข้า(2)	
	มูลค่า	อัตราเพิ่ม
2538	2,830.60	31.76
2539	3,385.30	19.60
2540	3,423.00	1.11
2541	2,845.90	-16.86
2542	2,435.90	-14.41
2543	2,621.70	7.63
2544	3,023.90	15.34
2545	3,463.10	14.52
2546	3,581.20	3.41
2547	4,182.30	16.78

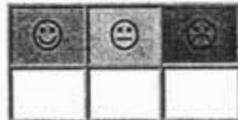
มูลค่าการส่งออกและนำเข้าของ
อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทย ระหว่างปี
2538-2547

พ.ศ.	การส่งออก (1)		การนำเข้า(2)		ดุลการค้า (1)-(2)	
	มูลค่า	อัตราเพิ่ม	มูลค่า	อัตราเพิ่ม	มูลค่า	อัตราเพิ่ม
2538	4,347.40	102.32	2,830.60	31.76	1,516.80	-
2539	879.80	-79.76	3,385.30	19.60	-2,505.50	-265.18
2540	1,103.40	25.41	3,423.00	1.11	-2,319.60	-7.42
2541	1,647.00	49.27	2,845.90	-16.86	-1,198.90	-48.31
2542	1,450.40	-11.94	2,435.90	-14.41	-985.50	-17.80
2543	1,638.30	12.96	2,621.70	7.63	-983.40	-0.21
2544	2,137.00	30.44	3,023.90	15.34	-886.90	-9.81
2545	2,907.20	36.04	3,463.10	14.52	-555.90	-37.32
2546	3,037.80	4.49	3,581.20	3.41	-543.40	-2.25
2547	2,715.90	-10.6	4,182.30	16.78	-1,466.40	169.86

RED WALL

ศักยภาพการแข่งขัน

Diamond Model



มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43

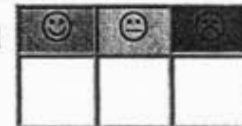


พท	ประ	2545	2546	2547	2548	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
		ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	2546	2547	
1. ญี่ปุ่น		653.27	490.69	529.65	271.12	393.91	- 24.89	7.94
2. สอองกง		56.97	61.96	116.33	82.52	285.45	8.76	87.75
3. สหรัฐอเมริกา		755.33	1,942.32	254.27	83.45	233.46	157.15	-86.91
4. มาเลเซีย		527.57	438.10	408.87	231.78	184.00	- 16.96	-6.67
5. สหรัฐอเมริกา		883.09	562.06	144.67	92.54	82.58	- 36.35	-74.26
6. สิงคโปร์		23.24	47.40	109.77	71.24	73.52	103.96	131.58
7. จีน		7.15	55.92	37.39	22.04	48.64	682.10	-33.14
8. อินเดีย		1.81	12.90	6.46	3.90	31.91	612.71	-49.92
9. เยอรมนี		74.48	15.17	34.43	16.13	31.82	- 79.63	126.96
10. เวียดนาม		8.38	23.83	10.07	7.45	12.88	184.37	-57.74
อื่นๆ		107.42	268.26	110.61	63.93	81.61	149.73	-58.77
รวม		3,898.71	3,918.61	1,762.52	946.10	1459.78	26.46	-55.82

มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42



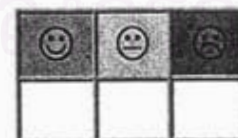
มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์ของโลกปี 2542-2546



ประเภท	2545	2546	2547	2547	2548	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	2546	2547
1. ไม้กวาด	4.59	8.85	39.04	24.47	24.99	92.81	341.13
2. สอองกง	14.59	15.17	21.14	13.35	18.47	3.98	39.35
3. จีน	19.46	33.01	53.26	36.84	11.14	69.63	61.35
4. ฟิลิปปินส์	3.78	8.76	1.81	0.63	10.96	131.75	-79.34
5. มาเลเซีย	9.26	0.70	8.85	7.12	7.70	-92.44	1164.29
6. อินเดีย	2.86	46.09	5.18	3.05	7.41	1,511.54	-88.76
7. เยอรมนี	2.45	13.20	2.59	2.27	6.97	438.78	-80.38
8. สิงคโปร์	1.90	2.17	12.91	1.35	6.86	14.21	494.93
9. สหรัฐอเมริกา	0.32	0.55	6.27	0.03	4.33	71.88	1040.00
10. นิวซีแลนด์	1.90	6.57	11.01	1.02	4.29	245.79	67.58
อื่นๆ	47.97	42.85	56.81	41.49	23.51	-10.67	32.58
รวม	109.08	177.92	218.87	131.62	126.63	63.11	23.82

ประเภท	2542	2543	2544	2545	2546
1. สหรัฐอเมริกา	4,578,482	4,777,545	4,800,615	4,432,443	4,606,723
2. เยอรมนี	3,623,309	3,227,005	3,521,506	3,921,575	4,472,612
3. สหราชอาณาจักร	3,021,211	2,949,856	2,825,012	3,165,556	3,738,274
4. ฝรั่งเศส	1,756,107	1,708,844	1,619,299	1,600,137	1,892,014
5. อิตาลี	1,401,766	1,383,269	1,365,834	1,435,848	1,626,168
รวม 1-5 ประเทศ	20,982,351	20,653,124	21,108,953	21,798,718	25,005,235
31 ประเทศ ไทย	39,846	41,798	57,148	NA	78,455
โลก (142 ประเทศ)	25,563,417	25,566,254	26,024,816	26,481,613	30,349,936

มูลค่าการส่งออกด้านกระดาษไทย



มูลค่าการส่งออกหมึกพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15



พ.ศ.	การส่งออก (1)	
	มูลค่า	อัตรามิ
2538	4,347.40	102.32
2539	879.80	-79.76
2540	1,103.40	25.41
2541	1,647.00	49.27
2542	1,450.40	-11.94
2543	1,638.30	12.96
2544	2,137.00	30.44
2545	2,907.20	36.04
2546	3,037.80	4.49
2547	2,715.90	-10.6

ประเภท	2545	2546	2547	2548	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	ม.ก.-ก.ก.	2546	2547	
1. เวียดนาม	13.53	27.10	31.91	15.22	26.36	100.30	17.75
2. ฟิลิปปินส์	0.70	0.71	21.91	6.60	25.34	1.43	2985.92
3. สิงคโปร์	43.84	29.15	36.81	17.06	22.58	-33.51	26.28
4. มาเลเซีย	8.63	19.11	36.36	22.28	14.26	121.44	90.27
5. ฮ่องกง	8.79	17.62	13.07	9.46	13.12	100.46	-25.82
6. อินโดนีเซีย	7.23	2.93	11.82	8.16	9.63	-59.47	303.41
7. อินเดีย	3.50	2.78	9.63	3.10	7.67	-20.57	246.40
8. สอองกง	8.10	15.18	15.22	9.45	6.63	87.41	0.26
9. ไต้หวัน	5.93	5.58	4.46	3.20	5.10	-5.90	-02.07
10. เยอรมนี	2.87	4.09	2.97	1.27	4.21	42.51	-27.38
อื่นๆ	63.60	300.75	60.85	37.33	37.22	372.88	-79.77
รวม	166.72	425.80	245.01	133.13	172.12	154.92	-42.35

สถานะการแข่งขัน

ผู้จัดจำหน่ายหนังสือที่มีหนังสือ
ออกใหม่เป็นจำนวนปกมากที่สุด

ผู้จัดจำหน่าย	อันดับ ปีก่อน	จำนวนปก		มูลค่าปกรวม(บาท)		ราคา ปก เฉลี่ย (บาท)
		2548	2547	2548	2547	
1 บพข. ซีอีโอบู๊คเซ็น	1	1,138	1,040	206,022	197,154	181.04
2 สมรินทร์บุ๊กเซ็นเตอร์	4	932	513	172,157	92,726	184.72
3 บพค.เจนบรรมเป็นเทคส์	2	652	650	97,989	92,991	150.29
4 บพค.เค็ดไทย	3	630	616	95,715	95,699	151.93
5 ศูนย์หนังสือพุทธ	-	406	309	90,997	69,025	224.13

ที่มา: "ที่สุดของธุรกิจหนังสือ ปี 2548" ซีอีโอบู๊คเซ็นเตอร์

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

2.การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	
- การประชิด เนื่องจากขนาดการ ผลิต	ในการพิมพ์หนังสือธรรมดาต้นทุนไม่สูงจะตั้งพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 2000-3000 เล่ม แต่ถ้าเป็นหนังสือที่ใจกระดาษ หมึกพิมพ์ คุณภาพดี ภาพสีสวยงาม ต้องพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 10,000 เล่มจึงจะ ประหยัด
- ความแตกต่างของ สินค้าและบริการ	สำนักพิมพ์ต้องเน้นความแตกต่างในด้าน การสร้างตราสินค้า
- เงินลงทุน	ไม่สูงมาก ทำให้คู่แข่งใหม่เข้ามาได้ง่าย ส่งผลให้การแข่งขันสูง
- ค่าใช้จ่ายในการ เปลี่ยนสินค้า	ไม่มี ถูกค่าสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย
- การเข้าถึงช่องทาง การจัดจำหน่าย	สำนักพิมพ์รายใหม่มักต้องอาศัยบริษัทผู้จัดจำหน่ายเพื่อกระจาย สินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าให้ทั่วถึง
- ต้นทุนที่ไม่สามารถ ออกเขียนแบบได้	

อำนาจต่อรองของ Suppliers

4.อำนาจต่อรองของ Suppliers	
- นักเขียน/นักแปล	มีอำนาจต่อรองเหนือสำนักพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักเขียน/นักแปลที่มีชื่อเสียง มีผลงานที่มีคุณภาพ หรือคิด ตลาดอยู่แล้ว
- โรงพิมพ์	ไม่มีอำนาจต่อรองกับสำนักพิมพ์ เนื่องจากมีจำนวนโรง พิมพ์จำนวนมาก ทำให้การแข่งขันระหว่างกันสูง เริ่มเสียทีละจะมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่คู่แข่ง ไม่มี
- ผู้ผลิตกระดาษ	มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากมีผู้ผลิตรายใหญ่ออกราย
- ผู้จัดจำหน่าย	มีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากให้บริการ ในการกระจาย สินค้าโดยมีเครือข่ายเอเย่นต์และ สายส่งที่ชำนาญ และมี ช่องทางกระจายจำหน่ายที่หลากหลาย

สถานะการแข่งขันในธุรกิจ
สำนักพิมพ์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแข่งขัน	
1. การแข่งขันในปัจจุบัน	
- จำนวนคู่แข่ง	มากราย ส่วนใหญ่เป็นสำนักพิมพ์ขนาดเล็กที่ไม่มี โรงพิมพ์ และ ไม่มีบริษัทจัดจำหน่ายของตัวเอง
- การเติบโตของ อุตสาหกรรม	มีการเติบโต แต่ในอัตราที่ค่อนข้างช้า กว่าที่ควรจะเป็น
- โครงสร้างการ แข่งขัน	มีการแข่งขันสูง โดยเน้นที่การสร้างตราสินค้า รวมทั้งคุณภาพ ของหนังสือ เพื่อสร้างความแตกต่าง สำนักพิมพ์ที่มีศักยภาพ มักจะขยายตัวไปเป็นผู้จัดจำหน่ายหนังสือด้วย
- การออกจาก อุตสาหกรรม	ทำได้ง่าย
- ลักษณะสินค้าและ บริการ	สินค้าหลักคือหนังสือ ซึ่งมีขอบเขตเนื้อหาที่กว้างขวางมาก สำนักพิมพ์จึงเป็นต้องออกหนังสือปกใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- ความแตกต่างทาง พื้นฐานของคู่แข่ง	มีความแตกต่างกันมาก ทำให้การแข่งขันสูง

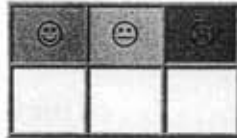
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

3.อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	
- ผู้ซื้อที่เป็นนัก อ่านทั่วไป	ผู้ซื้อหนังสือพิมพ์และหนังสือเล่ม มีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมาก และ ไม่มีความแตกต่าง ส่วนหนังสือเล่มถึงแม้เนื้อหาจะมีความแตกต่างกัน แต่มี สินค้าที่สามารถทดแทนกันได้มาก
- ผู้ซื้อโฆษณา	ผู้ซื้อโฆษณา ไม่มีอำนาจต่อรองมากนัก เนื่องจากมีความ ภักดีในตราสินค้า และถูกควรรู้ถึงความแตกต่างของ สินค้า
- ผู้ซื้อโฆษณา	มีอำนาจต่อรองสูง

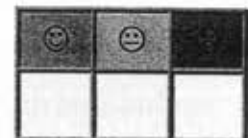
สินค้าทดแทน

5. สินค้าทดแทน	
สรุป	มีมากทั้งทางตรงและทางอ้อม ธุรกิจสำนักพิมพ์มีการแข่งขันสูง เนื่องจากคู่แข่งปัจจุบัน มีจำนวนมาก การเข้าสู่ธุรกิจสามารถทำได้ง่าย แต่ จำเป็นต้องมีเงินทุนพอสมควร เพราะ ในการจัดพิมพ์ หนังสือดีสูงพิมพ์จำนวนมากพอจึงจะประหยัด นอกจากนั้นอำนาจต่อรองทั้งจากผู้ซื้อและจาก Suppliers ค่อนข้างสูง ทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้ทวีความรุนแรง ยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีโอกาสทางการตลาดเนื่องจาก ธุรกิจ มีการเติบโต และมีการสนับสนุนจากรัฐ ในการ ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการพิมพ์ มีการสร้างนิคม อุตสาหกรรมการพิมพ์ถิ่นสากล และมีความพยายาม ใน การเพิ่มการบริโภคหนังสือและสิ่งพิมพ์ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อีกทั้งยังมีกระทรวงวัฒนธรรมจัดตั้งคลังสตอร์ ทางการค้าขึ้น

สภาวะการตลาด

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม
ในประเทศไทย

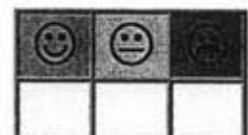
ประเทศไทย ไม่สามารถแบ่งส่วนการตลาด (Segment) ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากความต้องการสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยมีน้อย ทำให้ตลาดไม่สามารถแข่งขันกันจนสามารถแบ่งส่วนการตลาด (Segment) ได้อย่างชัดเจน ความต้องการของลูกค้าแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลูกค้า สถาบัน ซึ่งต้องการมาตรฐานและเทคโนโลยีการผลิตระดับสูง อีกประเภทคือ ลูกค้าครัวเรือน ซึ่งต้องสินค้าคุณภาพไม่สูง เมื่อเทียบกับสถาบัน แต่แนวโน้มความต้องการที่จะบริโภคสิ่งพิมพ์คุณภาพสูงจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้นของประชากร

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม
ในประเทศมาเลเซีย

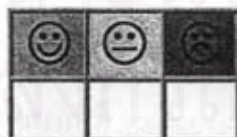
มาเลเซีย นำเข้าสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มากกว่าการส่งออก ในปี 2545 มาเลเซียนำเข้าสิ่งพิมพ์ และวัตถุดิบในการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์มากกว่าการส่งออก คือนำเข้าสิ่งพิมพ์ประมาณ 152 ล้านเหรียญสหรัฐ และร้อยละ 63 เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นพับ โดยนำเข้าจากไทย เพียงร้อยละ 1 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม
ในประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์ เป็นฐานผลิตหนังสือ ตำรา แต่ยังคงนำเข้าจากประเทศอื่น เช่น ไทย จากตัวเลขสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของไทย ส่งออกไปสิงคโปร์ สิ่งพิมพ์ประเภทที่มีมูลค่ามากที่สุดที่ไทยส่งออกคือ หนังสือพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นปลิว มูลค่าประมาณ 700,000 เหรียญสหรัฐต่อในปี 2546

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม
ในประเทศจีน

จีน ตลาดสิ่งพิมพ์เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดตลาดมีขนาด 36,000 - 41,000 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีอัตราการขยายตัวประมาณ 15%-20% ต่อปี

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม
ในประเทศอินโดนีเซีย

อินโดนีเซีย มีตลาดในประเทศใหญ่เนื่องจากมีประชากรจำนวนมาก อินโดนีเซีย มีประชากร 168 ล้านคน และคนที่มีอายุมากกว่า 15 ปี อัตราการรู้หนังสือที่ 88.5% หรือ 149 ล้านคน ซึ่งถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่มากสำหรับสิ่งพิมพ์ มีการนำเข้าสิ่งพิมพ์มูลค่า 18.78 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2545 จากญี่ปุ่น สิงคโปร์ อเมริกา สินค้านำเข้าส่วนใหญ่เป็นหนังสือและโบรชัวร์ประมาณ 34% หนังสือพิมพ์และวารสารประมาณ 19%

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม
ในประเทศฮ่องกง

ฮ่องกง เป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของตลาดใหญ่ และมีการแข่งขันสูง เนื่องจากฮ่องกงเป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์แห่งใหม่ที่สำคัญ โดยมีสื่อรวม 95 สื่อ ทั้งภูมิภาค และระหว่างประเทศ ตลาดสื่อภายในประเทศก็เติบโต รวมทั้งมีการตั้งสำนักพิมพ์ชั้นนำของโลกมาตั้งสำนักงานใหญ่ของภูมิภาคเอเชียที่ฮ่องกง ณ เดือนธันวาคม 2546 ฮ่องกงมีบริษัทการพิมพ์ที่มาลงทุนในประเทศทั้งหมด 4,236 แห่ง



กำไรของเราดีไหม ?

อุตสาหกรรมกำไรและการพิมพ์
โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียง
ตามกำไร

	กิจการ	จำนวนเงิน	%
1	บริษัท ทรูวิชั่นส์ ทีวี จำกัด (มหาชน)	217,694,958.72	6.36
2	บริษัท โทศ ทีวี จำกัด (มหาชน)	194,188,375.00	5.67
3	บริษัท คาร์ป โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	129,674,771.00	3.79
4	บริษัท ซีอีโอกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	116,961,603.90	3.41
5	บริษัท เอส. แอส. แอนด์ พรินท์ จำกัด (มหาชน)	115,053,811.48	3.36
6	บริษัท ไทย บริษัท ซีทีอีทีวี ทีวี จำกัด (มหาชน)	96,156,733.00	2.81
7	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	81,658,513.00	2.38
8	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจริญอุตสาหกรรมพิมพ์	67,677,464.43	1.98
9	บริษัท อินเทล การ์ด อินเทลทีวี จำกัด	58,167,617.00	1.70
10	บริษัท สหกิจบรรจุก่อสร้าง จำกัด	53,276,663.46	1.56
	รวม 10 อันดับแรก	1,170,510,490.99	33.01
	รวม 2,060 อันดับหลัง	2,294,696,136.59	66.99
	รวม 2,070 กิจการ	3,425,206,647.58	100.00

อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการ
การพิมพ์ กุณงาน เข็มสมุด เหน่งดี
เรียงตามกำไร

	บริษัท	กำไร	%
1	บริษัท แม็กเซอร์ อินดัสตรี จำกัด	40,652,195.48	13.08
2	บริษัท ฮาลี พรินท์ติ้ง จำกัด	16,855,003.00	5.42
3	บริษัท พรินซ์ตัน สติคคิง เอ็มเตอร์ จำกัด	15,206,908.21	4.89
4	บริษัท กลาสีทสมกัน จำกัด	7,271,966.21	2.34
5	บริษัท กนกศิลป์ (ไทยแลนด์) จำกัด	6,979,695.68	2.25
6	บริษัท โอซอน เอ็มเตอร์ โพรส จำกัด	6,940,988.29	2.23
7	บริษัท แสงอินเตอร์สเปซ จำกัด	6,411,663.50	2.06
8	บริษัท ที เอ็ม ซี การ์ดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	6,130,151.59	1.97
9	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สแตนดาร์ดพอสต์	5,966,223.23	1.92
10	บริษัท ชูชื่น สติ๊กเกอร์ จำกัด	5,898,362.40	1.90
	รวม 10 อันดับแรก	118,313,157.59	38.06
	รวม 275 อันดับหลัง	192,562,428.76	61.94
	รวม 285 กิจการ	310,875,586.35	100.00

อุตสาหกรรมกำไรและการพิมพ์
โฆษณาหนังสือพิมพ์ เรียงตามกำไร

	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท วัชรพล จำกัด	1,045,200,305.05	66.26
2	บริษัท โทศ ทีวี จำกัด (มหาชน)	194,188,375.00	12.31
3	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	113,558,667.00	7.20
4	บริษัท สหราชอาณาจักรพิมพ์ จำกัด	82,961,641.25	5.26
5	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	81,658,513.00	5.18
6	บริษัท วิศเวศวิทย์ โดเมน (ประเทศไทย) จำกัด	28,805,902.00	1.83
7	บริษัท ธารพระจันทร์ จำกัด	7,412,638.95	0.47
8	บริษัท ดงบัว คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	4,566,536.37	0.29
9	บริษัท เทลคอม เซอร์วิส จำกัด	3,124,022.17	0.20
10	บริษัท อิมเมจแอ็ดเวิร์ก โซลูชั่น จำกัด	2,282,362.86	0.14
	รวม 10 อันดับแรก	1,563,758,963.65	99.14
	รวม 77 อันดับหลัง	13,625,604.69	0.86
	รวม 87 กิจการ	1,577,384,568.34	100.00

อุตสาหกรรมโรงพิมพ์
เรียงตามกำไร

	บริษัท	กำไร	%
1	บริษัท จันทราวิชัย ซีทีอีทีวี ทีวี จำกัด	129,037,063.00	16.37
2	บริษัท นคชน จำกัด (มหาชน)	103,032,636.50	13.07
3	บริษัท ไทย เอพีซี จำกัด	48,757,188.08	6.19
4	บริษัท เอเชียทีซี เอบริตี้ (ประเทศไทย) จำกัด	45,306,012.00	5.75
5	บริษัท สหราชอาณาจักรพิมพ์ จำกัด	34,954,078.00	4.43
6	บริษัท สหราชอาณาจักร พริ้นท์-เอชพี จำกัด	18,262,330.00	2.32
7	ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิเศษ ซีทีอีทีวี จำกัด	16,238,253.52	2.06
8	บริษัท พรินท์เอชพี (ประเทศไทย) จำกัด	15,871,585.00	2.01
9	บริษัท เอส.ที.คอมมิวนิเคชั่น จำกัด	11,517,895.25	1.46
10	บริษัท เทลคอม เซอร์วิส จำกัด	11,331,316.96	1.44
	รวม 10 อันดับแรก	434,308,358.31	55.09
	รวม 441 อันดับหลัง	353,985,175.76	44.91
	รวม 451 กิจการ	788,293,534.07	100.00

ROS ROA ROE
ของอุตสาหกรรมกำไรและการพิมพ์
โฆษณาหนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรกที่มี
กำไรสูงสุด

	ROS (%)	ROA (%)	ROE (%)	
1	วัชรพล จำกัด	22.04	16.28	20.12
2	โทศ ทีวี จำกัด (มหาชน)	11.4	14.52	20.51
3	เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	4.01	1.78	5.26
4	สหราชอาณาจักรพิมพ์ จำกัด	3.44	5.2	8.56
5	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	5.85	9.59	14.67
6	วิศเวศวิทย์ โดเมน (ประเทศไทย) จำกัด	14.75	23.99	113.3
7	ธารพระจันทร์ จำกัด	N.A	7.48	13.47
8	ดงบัว คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	10.24	2.27	3.3
9	เทลคอม เซอร์วิส จำกัด	9.14	21.13	-34.72
10	อิมเมจแอ็ดเวิร์ก โซลูชั่น จำกัด	7.65	7.22	20.65
	เฉลี่ย	9.84	10.95	18.51

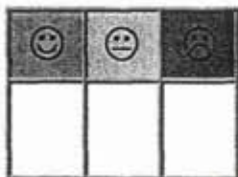
ROS ROA ROE
ของอุตสาหกรรมกำไรและการพิมพ์
โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรก
ที่มีกำไรสูงสุด

	ROS (%)	ROA (%)	ROE (%)	
1	อเมริกันทีวีคิง แอนด์ ทีวี จำกัด (มหาชน)	16.6	14.86	18.67
2	โทศ ทีวี จำกัด (มหาชน)	11.4	14.52	20.51
3	คาร์ป โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	13.52	22.53	30.27
4	ซีอีโอกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	4.13	10.56	22.71
5	เอส. แอส. แอนด์ พรินท์ จำกัด (มหาชน)	16.65	17.72	22.07
6	ไทย บริษัท ซีทีอีทีวี ทีวี จำกัด (มหาชน)	11.64	13.58	16.92
7	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	5.85	9.59	14.67
8	หจก.เจริญอุตสาหกรรมพิมพ์	11.77	12.62	19.32
9	อินเทล การ์ด อินเทลทีวี จำกัด	28.45	21.83	25.62
10	สหกิจบรรจุก่อสร้าง จำกัด	10.16	12.31	52.47
	เฉลี่ย	13.02	15.01	24.32



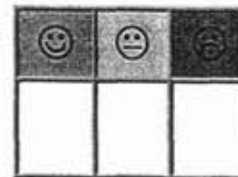
รายได้ของเราดีไหม?

อุตสาหกรรมโรงพิมพ์
เรียงตาม : รายได้



	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)	1,274,468,141.56	9.77
2	บริษัท จินนาพรชัย ซิทีอวิที พรินต์ติ้ง จำกัด	1,060,759,664.00	8.13
3	บริษัท เอเชียเอ็นพี เอชปริ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	596,389,395.00	4.57
4	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	372,519,077.84	2.86
5	บริษัท ไทย เอชพีซี จำกัด	366,769,864.18	2.81
6	บริษัท สานชา พิธีปรกติ โทสต์ จำกัด	265,268,703.00	2.03
7	บริษัท พรินท์คอมมิวนิตี้ (ประเทศไทย) จำกัด	256,972,508.00	1.97
8	บริษัท พีทีเอ็น เทคโนโลยีพาร์ค จำกัด	229,424,310.51	1.76
9	บริษัท วุฒิสถาปกรณ์ (1977) จำกัด	193,765,579.69	1.49
10	บริษัท พงษ์วัฒนากรพิมพ์ จำกัด	192,435,576.57	1.48
	รวม 10 อันดับแรก	4,808,772,620.35	36.87
	รวม 709 อันดับหลัง *	8,234,568,578.55	63.13
	รวม 719 บัณฑิต	13,043,341,198.90	100.00

อุตสาหกรรมกรรมการพิมพ์และการพิมพ์
โฆษณาหนังสือพิมพ์
(เรียงตาม : รายได้)



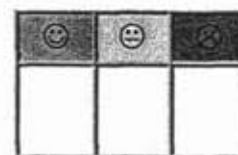
	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท ไรทพล จำกัด	4,761,709,735.56	31.75
2	บริษัท เมจิ้น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	3,029,900,889.00	20.20
3	บริษัท สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	2,456,236,084.85	16.38
4	บริษัท โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,759,091,152.00	11.73
5	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	1,494,298,028.00	9.96
6	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	372,519,077.84	2.48
7	บริษัท ไรทเคอร์ส โดคสท์ (ประเทศไทย) จำกัด	200,985,674.00	1.34
8	บริษัท สยามรัฐ จำกัด	96,020,498.01	0.64
9	บริษัท หนังสือพิมพ์สากล จำกัด	95,513,735.86	0.64
10	บริษัท หนังสือพิมพ์แนวหน้า จำกัด	63,251,683.87	0.42
	รวม 10 อันดับแรก	14,329,526,558.99	95.54
	รวม 77 อันดับหลัง	669,484,221.97	4.46
	รวม 87 บัณฑิต	14,999,010,780.96	100.00

อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรม
บริการการพิมพ์ กูมงาน เอเชียสมุด เพนท์สี
เรียงตาม : รายได้



	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท ไอ-เทค โปรดัก จำกัด	647,938,248.00	11.33
2	บริษัท แอกลอสมัลติมีเดีย จำกัด	677,834,917.69	8.90
3	บริษัท ส. อีโวลูชั่นเทรดดิ้ง จำกัด	663,123,037.17	8.71
4	บริษัท โดคสท์ เอเชียซีเนียร์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด	407,398,065.00	5.35
5	บริษัท ฟูจัน สตีลทอย จำกัด	225,600,379.76	2.96
6	บริษัท เอ็น.พี.อี.จี.วี จำกัด	154,416,144.81	2.03
7	บริษัท พี.เอ็น.พี.อี.จี.วี (ไทยแลนด์) จำกัด	134,226,473.82	1.76
8	บริษัท สานิตี พรินต์ติ้ง จำกัด	126,625,054.00	1.66
9	บริษัท เมย์ซันด์ อิมพีคัล จำกัด	122,131,890.52	1.60
10	บริษัท เอเชีย (ไทย) จำกัด	111,329,206.00	1.46
	รวม 10 อันดับแรก	3,470,623,376.77	45.57
	รวม 418 อันดับหลัง	4,144,915,707.97	54.43
	รวม 428 บัณฑิต	7,615,539,084.74	100.00

อุตสาหกรรมกรรมการพิมพ์และการพิมพ์
โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์
เรียงตาม : รายได้



	ชื่อบัณฑิต	จำนวนเงิน	%
1	บริษัท ซีอีเคอูเอ จำกัด (มหาชน)	2,856,340,432.37	4.29
2	บริษัท โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,759,091,152.00	2.64
3	บริษัท ศรีวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,542,342,619.00	2.32
4	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	1,494,298,028.00	2.25
5	บริษัท แอกลอสมัลติมีเดีย เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)	1,457,806,932.00	2.19
6	บริษัท อมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,331,936,904.91	2.00
7	บริษัท สุทธิมา (ประเทศไทย) จำกัด	1,275,688,637.00	1.92
8	บริษัท สยามปริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,008,281,783.00	1.51
9	บริษัท คาลัว โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	960,355,445.00	1.44
10	บริษัท ไทย บริติช ซิทีอวิที พรินต์ติ้ง จำกัด (มหาชน)	833,076,110.00	1.25
	รวม 10 อันดับแรก	14,519,218,043.28	21.81
	รวม 3,276 อันดับหลัง	52,040,629,860.95	78.19
	รวม 3,286 บัณฑิต	66,559,847,904.23	100.00

Growth ของรายได้ของอุตสาหกรรม
พิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ 10
อันดับแรก



		Growth (%)
1	ไรทพล จำกัด	12.87
2	โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	23.29
3	เมจิ้น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	11.85
4	สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	14.01
5	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	220.47
6	ไรทเคอร์ส โดคสท์ (ประเทศไทย) จำกัด	-12.93
7	ลาวพระจันทร์ จำกัด	-100
8	คังคิว คอมมูนิเคชันส์ จำกัด (มหาชน)	-9.91
9	เทคคอม เซอร์วิส จำกัด	-28.96
10	อีจ แชปส์ มัลติมีเดีย เทคโนโลยี เอเชีย จำกัด	-36.16
	เฉลี่ย	-10.55

Growth ของรายได้ของอุตสาหกรรม
พิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่
หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรก

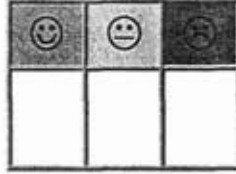


		Growth (%)
1	อมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	25.86
2	โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	23.29
3	คาลัว โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	64.46
4	ซีอีเคอูเอ จำกัด (มหาชน)	19.22
5	เอส. แอทที แอนตี้ พรินท์ จำกัด (มหาชน)	10.26
6	ไทย บริติช ซิทีอวิที พรินต์ติ้ง จำกัด (มหาชน)	8.61
7	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	20.47
8	หอกร.พริ้นท์เอจการพิมพ์	13.56
9	อินทอ กราวด์ อินเทลลิเจนท์ จำกัด	-24.23
10	สทอีจอร์จยูเอช จำกัด	2.47
	เฉลี่ย	16.50



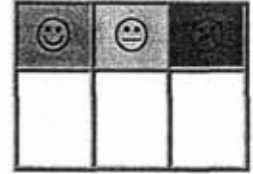
สินทรัพย์ของเราทำอะไร ?

อุตสาหกรรมโรงพิมพ์
เรียงตาม : สินทรัพย์



	บริษัท	สินทรัพย์	%
1	บริษัท นิตยสาร จำกัด (มหาชน)	1,827,813,673.88	13.10
2	บริษัท จินวามันย์ ซิตีอาร์ท ทรัสต์ จำกัด	1,162,619,677.00	8.33
3	บริษัท พีทีอีเอ็ม เฟอร์นิเจอร์ จำกัด	841,478,283.10	6.03
4	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	678,764,001.39	4.86
5	บริษัท เอเชียเอ็นพี เอเชียปริ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	567,070,758.00	4.06
6	บริษัท วงศ์วัน จำกัด	445,562,052.12	3.19
7	บริษัท ไทยเนโวลิมิตเต็ดกรุ๊ป จำกัด	309,226,587.32	2.22
8	บริษัท ไทย เอพีพีซี จำกัด	299,659,104.55	2.15
9	บริษัท ทุ่งคอกิจการพิมพ์ (1977) จำกัด	260,703,785.95	1.87
10	บริษัท พรินท์คอมมิวนิตี้ (ประเทศไทย) จำกัด	189,672,493.00	1.36
	รวม 10 อันดับแรก	6,582,570,416.31	47.17
	รวม 784 อันดับหลัง	7,373,469,958.67	52.83
	รวม 794 กิจการ	13,956,040,374.98	100.00

อุตสาหกรรมกรรมการพิมพ์และการพิมพ์
โฆษณาหนังสือพิมพ์
(เรียงตาม : สินทรัพย์)



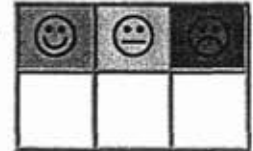
	บริษัท	รายได้	%
1	บริษัท วัชรพล จำกัด	6,421,869,895.38	34.35
2	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	6,366,668,433.00	34.05
3	บริษัท สหประชาการพิมพ์ จำกัด	1,594,886,117.49	8.53
4	บริษัท โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,337,245,086.00	7.15
5	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	851,461,005.00	4.55
6	บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด	678,764,001.39	3.63
7	บริษัท สรรสาร จำกัด	424,747,142.54	2.27
8	บริษัท ดวงดี คอมมูนิเคชันส์ จำกัด (มหาชน)	201,401,574.68	1.08
9	บริษัท สยามรัฐ จำกัด	142,541,711.10	0.76
10	บริษัท วิคเตอร์ส โกลด์ (ประเทศไทย) จำกัด	120,081,006.00	0.64
	รวม 10 อันดับแรก	18,139,665,972.58	97.02
	รวม 77 อันดับหลัง	557,233,755.52	2.98
	รวม 87 กิจการ	18,696,899,728.10	100.00

อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรม
บริการการพิมพ์ คุณงาม เข้มงวด เหนือที่
เรียงตาม : สินทรัพย์



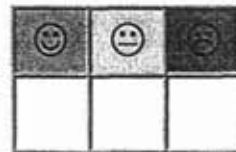
	บริษัท	สินทรัพย์	%
1	บริษัท โกลด์ สปอร์ต จำกัด	1,059,277,021.00	16.22
2	บริษัท ด. อีวีบุ๊คส์เทรดดิ้ง จำกัด	274,943,677.82	4.21
3	บริษัท ชูชื่น สติ๊กเกอร์ จำกัด	270,135,994.01	4.14
4	บริษัท แอลคอมคอมมูนิค จำกัด	235,874,858.99	3.61
5	บริษัท เอ.พีอีเอ็ม ไรเซอร์ จำกัด	193,160,465.14	2.96
6	บริษัท ไซติก เอ็นจิเนียริ่ง เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด	188,397,432.00	2.88
7	บริษัท แมกซ์วูด อินคิสชั่น จำกัด	168,770,355.51	2.58
8	บริษัท พรินซ์ตัน สติ๊กเกอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด	148,845,822.74	2.28
9	บริษัท เอ็ม.พี.อี.อี.ยู จำกัด	145,446,472.39	2.23
10	บริษัท สานี ทรัสต์ จำกัด	145,179,234.00	2.22
	รวม 10 อันดับแรก	2,830,031,333.60	43.33
	รวม 459 อันดับหลัง	3,701,173,875.98	56.67
	รวม 469 กิจการ	6,531,205,209.58	100.00

อุตสาหกรรมกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณา
ที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์
เรียงตาม : สินทรัพย์



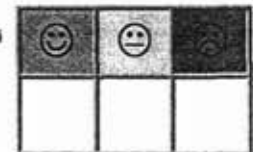
	ชื่อกิจการ	จำนวนเงิน	%
1	บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,464,887,734.01	2.63
2	บริษัท สดาร์ปริ้นท์ จำกัด (มหาชน)	1,452,488,149.00	2.61
3	บริษัท สิริวัฒนาอินเตอร์พรีสส์ จำกัด (มหาชน)	1,351,914,164.00	2.43
4	บริษัท โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	1,337,245,086.00	2.40
5	บริษัท แอลคอมเทคโนโลยี เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)	1,333,699,263.00	2.39
6	บริษัท ซีอีเอช จำกัด (มหาชน)	1,107,807,428.20	1.99
7	บริษัท สุทธารักษ์ (ประเทศไทย) จำกัด	869,488,411.00	1.56
8	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	851,461,005.00	1.53
9	บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด	721,068,904.79	1.29
10	บริษัท ไทย บริติช ซิตีอาร์ท ทรัสต์ จำกัด (มหาชน)	708,153,939.00	1.27
	รวม 10 อันดับแรก	11,198,214,084.00	20.10
	รวม 3,660 อันดับหลัง	44,507,641,516.36	79.90
	รวม 3,670 กิจการ	55,705,855,600.36	100.00

Growth ของสินทรัพย์ของอุตสาหกรรม
การพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์
10 อันดับแรก



		Growth (%)
1	วัชรพล จำกัด	13.15
2	โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	20.28
3	เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	1.41
4	สหประชาการพิมพ์ จำกัด	13.88
5	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	-2.71
6	วิคเตอร์ส โกลด์ (ประเทศไทย) จำกัด	-26.02
7	ธารพระจันทร์ จำกัด	43.7
8	ดวงดี คอมมูนิเคชันส์ จำกัด (มหาชน)	-3.82
9	เทลคอม เซอร์วิส จำกัด	-5.41
10	อีจ แพรสส์ แอนด์เออร์โวลูชัน เอเชีย จำกัด	-28.59
	เฉลี่ย	2.59

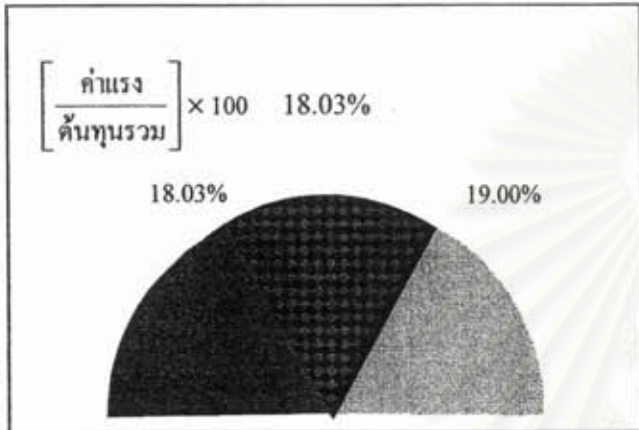
Growth ของสินทรัพย์ของอุตสาหกรรมการ
พิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่
หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรก



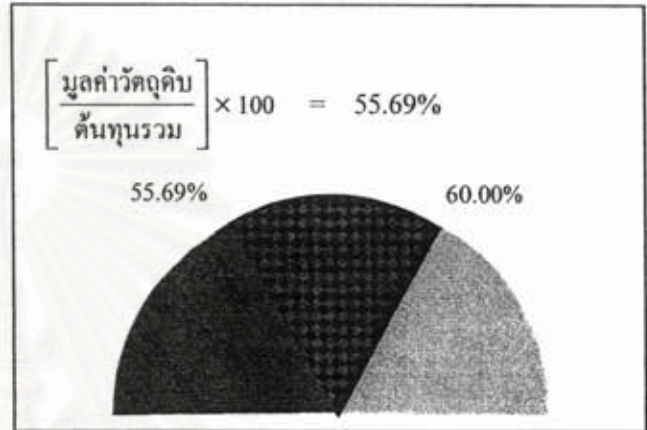
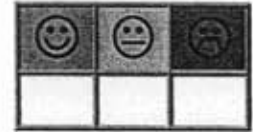
		Growth(%)
1	อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	19.3
2	โทสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	20.28
3	คาเคา โปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	17.61
4	ซีอีเอช จำกัด (มหาชน)	0.24
5	เอส. แอนด์ อมรินทร์ จำกัด (มหาชน)	6.75
6	ไทย บริติช ซิตีอาร์ท ทรัสต์ จำกัด (มหาชน)	9.75
7	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	-2.71
8	ทศก.เพรียวทองการพิมพ์	23.05
9	อินทผลุการ์ต อินคิสชั่น จำกัด	-16.99
10	สากิจจรรวจฉัตร จำกัด	20.34
	เฉลี่ย	9.76

เราควบคุมต้นทุนได้ไหม ?

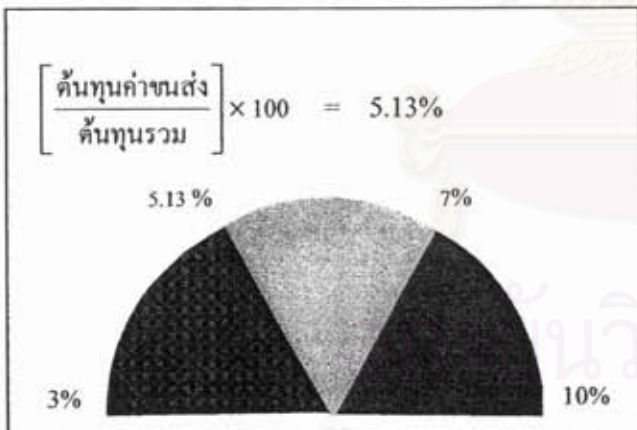
อัตราค่าแรงต่อต้นทุนรวม



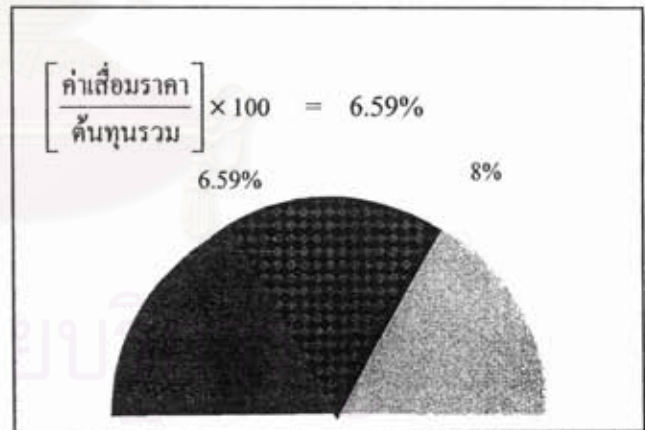
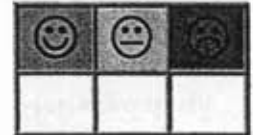
อัตราวัตถุดิบต่อต้นทุนรวม



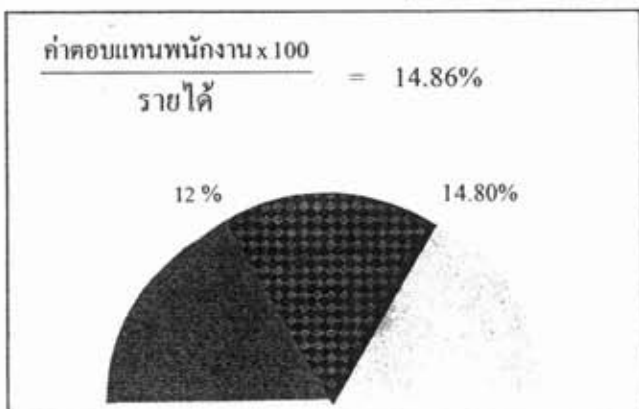
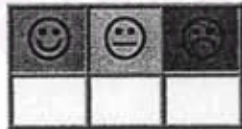
อัตราค่าขนส่งต่อต้นทุนรวม



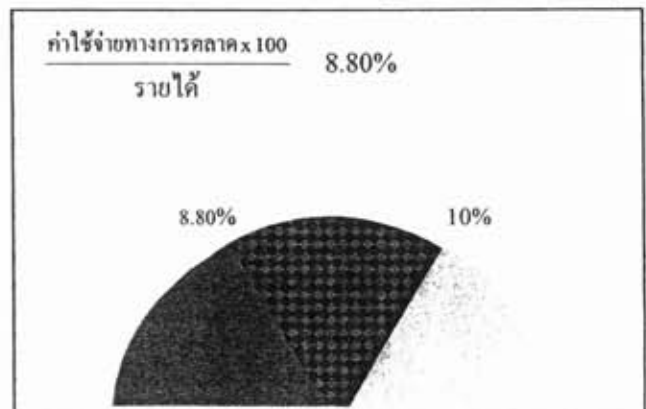
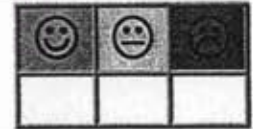
อัตราค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม



ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้

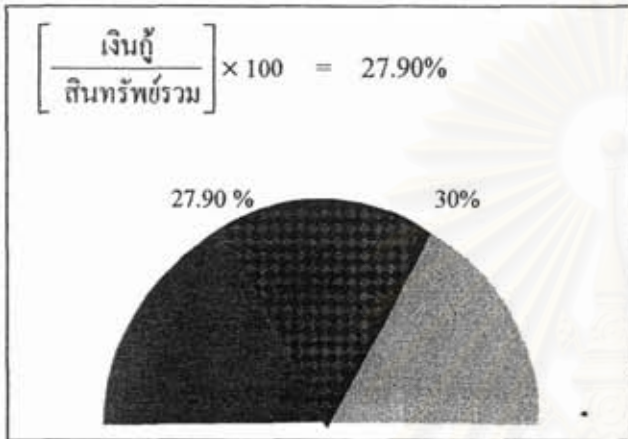
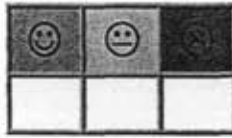


ค่าใช้จ่ายการตลาดต่อยอดขาย



ความเสี่ยงของเราดีไหม ?

โครงสร้างทางการเงิน

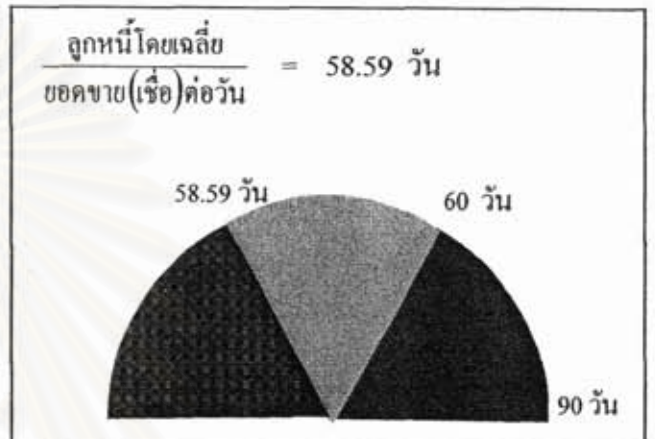
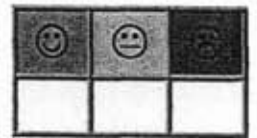


D/E ของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรก

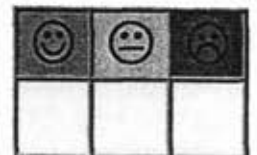


	(%)
1 อมรินทร์พรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	2.66
2 โปสเตอร์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	41.25
3 คาร์ท โปรดัคส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด	34.36
4 ซีอีเอชกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	115.08
5 เอส. แอท แอนด์ พรินท์ จำกัด (มหาชน)	24.58
6 ไทย นวัตกรรม ซิตีวารีตี้ พรินติ้ง จำกัด (มหาชน)	24.61
7 สยามสปอร์ต ซิมิลิกท จำกัด (มหาชน)	52.98
8 หจก.พรียูทของสารพิมพ์	53.12
9 อินเทล การ์ด อินเทลทรีส์ จำกัด	17.36
10 สหกิจบรรจุกัญท์ จำกัด	326.26
เฉลี่ย	71.53

ระยะเวลาการเก็บหนี้



D/E ของอุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรก



	(%)
1 วีรพล จำกัด	23.63
2 โปสเตอร์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	41.25
3 เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	195.02
4 สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	64.64
5 สยามสปอร์ต ซิมิลิกท จำกัด (มหาชน)	52.98
6 วิดีโอวีดี โดเจสท์ (ประเทศไทย) จำกัด	372.29
7 ธารพระจันทร์ จำกัด	79.95
8 คงสิ่ว คอมมูนิเคชันส์ จำกัด (มหาชน)	45.48
9 เทกคอม เจริญกิจ จำกัด	-264.33
10 อัง แรพส์ แอ็คทีวารีตี้ ไทยเซ็ง เอเชีย จำกัด	186.12
เฉลี่ย	79.70

D/E ของอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 10 อันดับแรก



	(%)
1 ฉันทวาณิช ซิตีวารีตี้ พรินติ้ง จำกัด	174.07
2 มติชน จำกัด (มหาชน)	9.68
3 ไทย เอพพีซี จำกัด	60.57
4 เอสเอ็นที เอ็กโซ (ประเทศไทย) จำกัด	54.41
5 สานขท พีอีพีที โปสเตอร์ จำกัด	38.06
6 สานขท พีอีพีที โปสเตอร์-เอซีที จำกัด	43.82
7 หจก. วี เอ็ม ที อินเทอร์เน็ต	46.2
8 พรินท์เอเจนท์ (ประเทศไทย) จำกัด	8720.67
9 เอช.ที.แอนด์ ที.ที.กรุ๊ป จำกัด	7.9
10 เทอร์เนทท์ พรินท์ แอนด์ แอ็คทีวารีตี้ จำกัด	113.78
เฉลี่ย	926.92

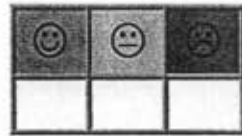
D/E ของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ 10 อันดับแรก



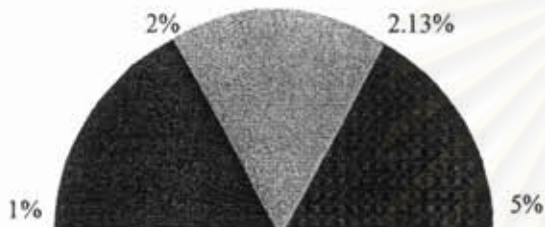
	(%)
1 แม็กซ์แวล อินค์สตีร์ จำกัด	68.66
2 สานี พรินติ้ง จำกัด	94.64
3 ทวีชีวัน สติคคิง เซ็นเตอร์ จำกัด	401.15
4 กลางสิคสมณ จำกัด	58.75
5 ลมกทอบี (ไทยแลนด์) จำกัด	34.9
6 ไอออน อินเทอร์เน็ต จำกัด	33.33
7 แสงอินเตอร์วามินท จำกัด	264.47
8 ที เอ็ม ซี การ์ดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	108.98
9 หจก.สเมคคาร์คท์โฮลล์	2.53
10 ฟูจูน สติคเกอร์ จำกัด	472.73
เฉลี่ย	154.01

เราเติบโตแค่ไหน ?

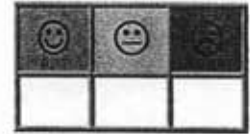
อัตราการเติบโตของลูกค้าใหม่



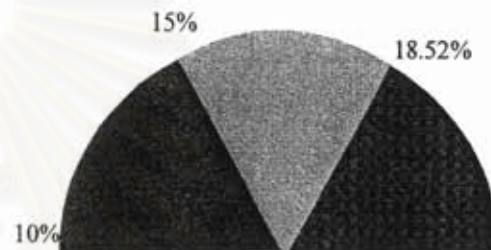
$$\frac{\text{ลูกค้าปี 2547} - \text{ลูกค้าปี 2546}}{\text{ลูกค้าปี 2547}} = 2.13\%$$



อัตราการเติบโตของรายได้



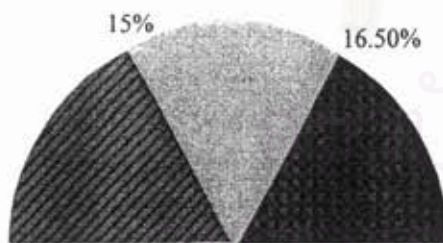
$$\left[\frac{\text{ยอดขายปี 2547} - \text{ยอดขายปี 2546}}{\text{ยอดขายปี 2546}} \right] \times 100 = 18.52\%$$



อัตราการเติบโตของรายได้ใน
ช่องทางการจำหน่ายเดิม(ลูกค้าเก่า)



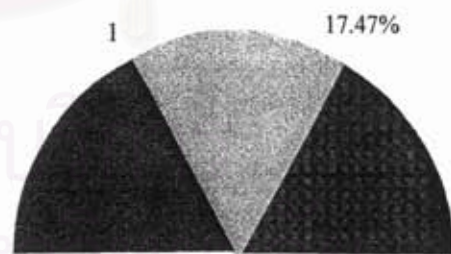
$$\frac{\text{ยอดขายปี 2547 ของลูกค้าเดิมปี 2546} - \text{ยอดขายปี 2546}}{\text{ยอดขายปี 2546}} \times 100 = 16.50\%$$



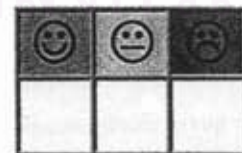
มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออก
ปี 2547



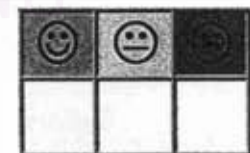
$$\left[\frac{\text{มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ปี 2547}}{\text{มูลค่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดปี 2547}} \right] \times 100 = 17.47\%$$



อัตราการเติบโตของยอดขาย
(ปี 2547)



อัตราการเติบโตของกำไรของ
อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์
โฆษณาหนังสือพิมพ์ 10 อันดับแรก



ข้อมูล	ร้อยละ
• ดีขึ้นจากปี พ.ศ. 2546	65.38
• ดิบโตเทียบเท่ากับปี พ.ศ. 2546	23.08
• ด้อยกว่าปี พ.ศ. 2546	11.54

	อัตราการเติบโตของกำไร
1 ไรวทล จำกัด	-10.39
2 โทสด์ ทับลิงจิง จำกัด (มหาชน)	87.47
3 เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	-24.77
4 สีพระยาการพิมพ์ จำกัด	-73.07
5 สยามสเปอริวด์ ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	62.58
6 ริดเดอร์ส โดเจสท์ (ประเทศไทย) จำกัด	-21.87
7 ธารพระจันทร์ จำกัด	414.5
8 คงสิ่ว คอมมูนิตีชั่นส์ จำกัด (มหาชน)	-59.66
9 เทลคอม เซอร์วิซ จำกัด	981.77
10 อิง แพรสส์ แอ็คเวอรั โทซิง เอเชีย จำกัด	64.81
เฉลี่ย	142.14



บทที่ 5

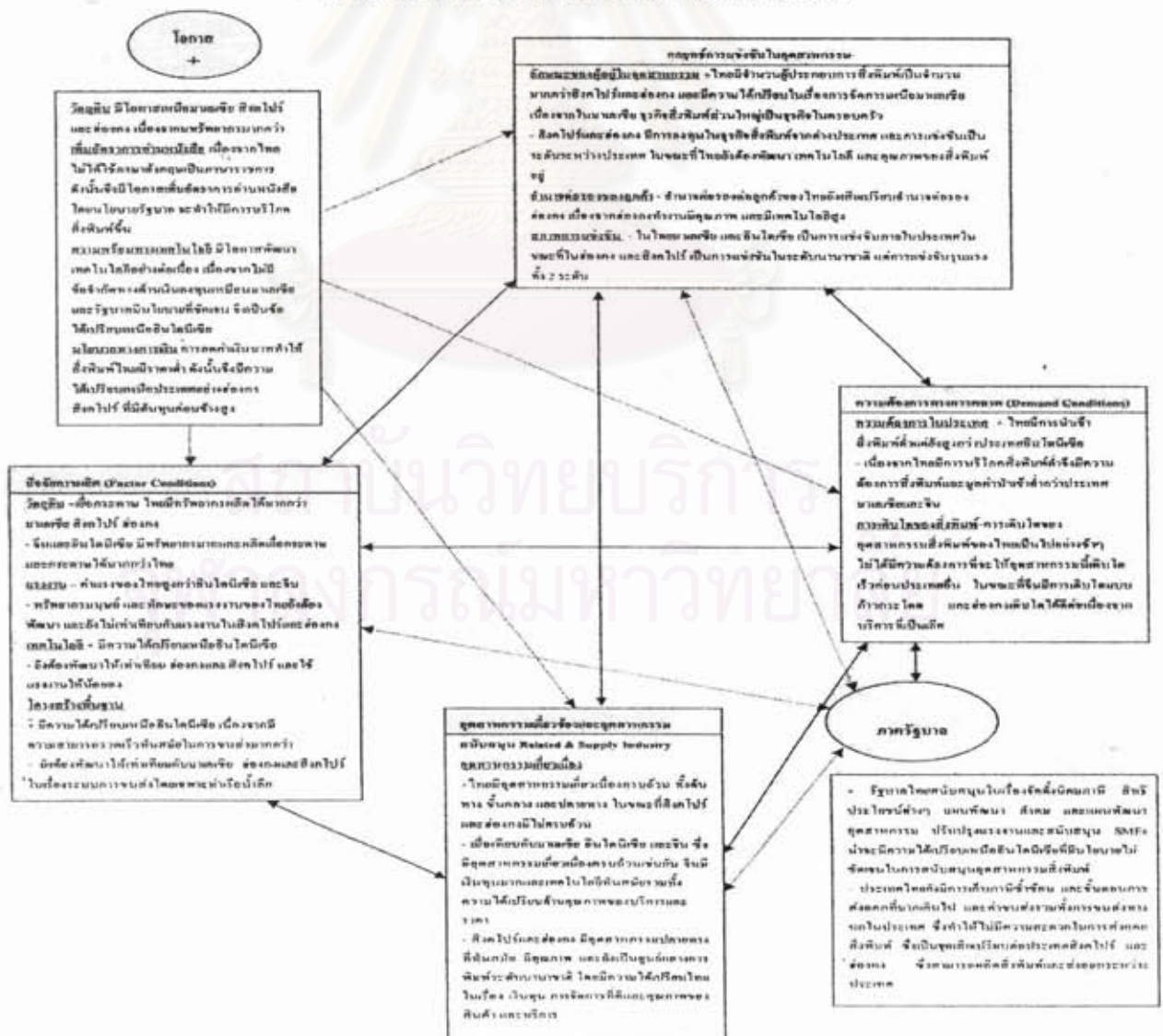
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.1 บทสรุป

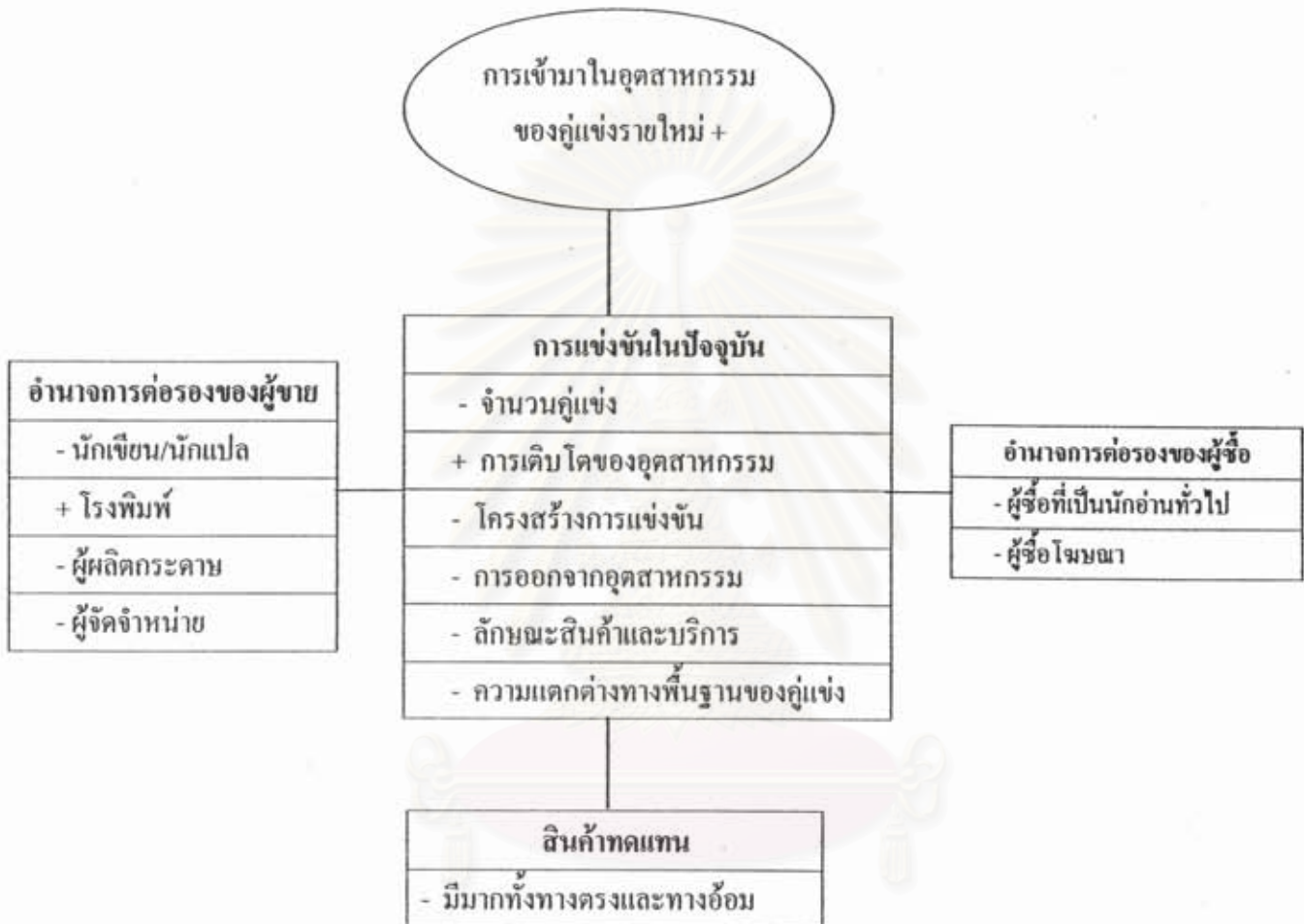
ผลการศึกษาได้ดำเนินการประเมินศักยภาพการแข่งขันโดยใช้เครื่องมือ Diamond Model และ Porter 5 Forces Model ผลการศึกษา Diamond Model สรุปได้ดังนี้

5.1.1 สภาวะการแข่งขันระดับประเทศ

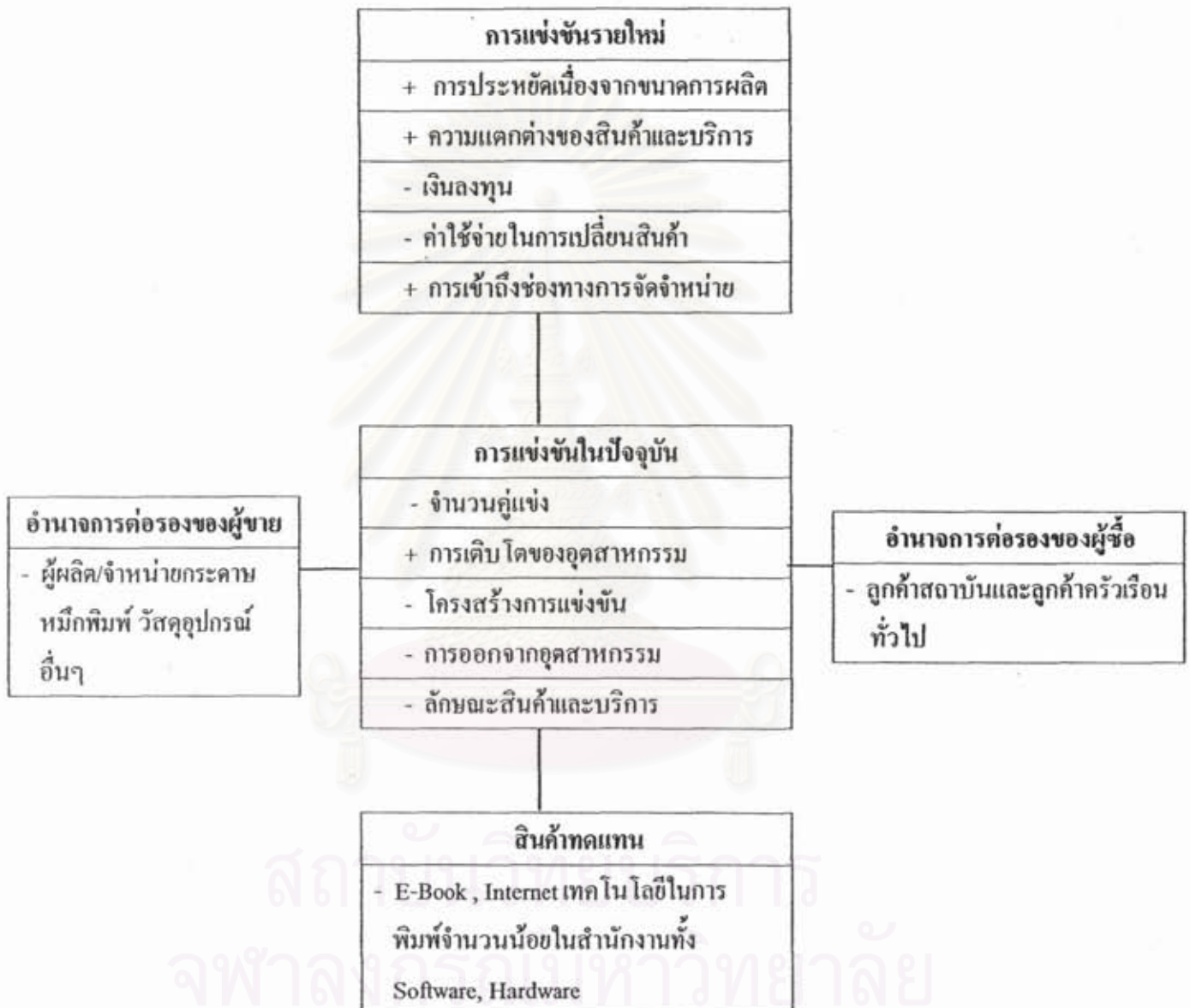
ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทย
เทียบกับประเทศ สิงคโปร์ จีนฮ่องกง มาเลเซีย และอินโดนีเซีย



5.1.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันธุรกิจสำนักพิมพ์



5.1.3 สภาวะการแข่งขันในธุรกิจโรงพิมพ์



5.1.4 ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

จากการจัดทำดัชนีชี้วัดความสำเร็จเพื่อเป็นค่าอ้างอิง จัดทำในรูปคุณดัชนีได้ดังนี้

ด้านการเงิน

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. กำไรสุทธิต่อยอดขาย	10.30 %
2. อัตรากำไรเบ็ดเสร็จต่อยอดขาย	23.97 %
3. อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้	18.52 %
4. อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้ในช่องทาง การจำหน่ายเดิม (ลูกค้าเดิม)	16.50 %
5. กำไรต่อทรัพย์สิน (ROA)	22.48 %
6. อัตราค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม	6.59 %
7. อัตราค่าแรงต่อต้นทุน	18.03 %
8. อัตราวัตถุดิบต่อต้นทุน	55.69 %
9. อัตราต้นทุนด้านขนส่งหรือ โลจิสติกส์	5.13 %
10. โครงสร้างทางการเงิน	27.90 %
11. ระยะเวลาเก็บหนี้	58.59 วัน

ด้านลูกค้า

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. ความพึงพอใจของลูกค้า	2.34
2. อัตรากำไรก่อนเรียนของลูกค้า	0.10 %
3. จำนวนลูกค้าทั้งหมด/เฉลี่ยต่อกิจการ	58 ราย
4. อัตราการรักษาลูกค้าเก่า	82.63 %
5. อัตรากำไรสุทธิต่อลูกค้าใหม่ปี 2547	2.13 %
6. ยอดขายต่อลูกค้า	1,696,867.72 บาท/คน
7. ยอดขายต่อพนักงาน	1,473,472.11 บาท/คน
8. สัดส่วนยอดขายต่างประเทศต่อยอดขายรวม	6.61 %

ด้านประสิทธิภาพ

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. ระยะเวลาการผลิต	19.08 วัน
2. ระยะเวลาการออกแบบ	12.39 วัน
3. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	14.86 %
4. ค่าขนส่งและบริหารคลังสินค้าต่อรายได้	2.74 %
5. ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขาย	8.80 %
6. ผลผลิตต่อคน	768,261.69 บาท/คน/ปี
7. อัตราของเสีย	5.32 %
8. คุณภาพของสินค้าตามข้อกำหนดของลูกค้า	116.45 %
9. คุณภาพของบริการ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สูง 50.00 % ▪ กลาง 50.00 %
10. อัตราการใช้กำลังการผลิต	83.10 %
11. ระยะเวลาเฉลี่ยในการส่งมอบสินค้า	8.97 วัน
12. % การจัดส่งของทันเวลา	90.64 %

ด้านการเรียนรู้และการเติบโต

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
1. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับอบรม/ พัฒนา	13.94 วัน
2. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อต้นทุนรวม (ค่าฝึกอบรม)	2.86 %
3. การนำระบบสารสนเทศมาใช้	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ทุกระบบ 23.81% ▪ มีบางระบบ 69.05% ▪ ไม่มี 7.14 %
4. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สูง 21.95% ▪ กลาง 68.29% ▪ ต่ำ 9.76 %
5. การพัฒนาปรับปรุงด้านต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เปลี่ยนแปลงมาก 37.50%

ดัชนีชี้วัด	ค่าอ้างอิง
ในองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> ▪ มีบ้าง 60.00% ▪ ไม่มี 2.50 %
6. มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547	17.47 %
7. อัตราการออกจากงาน	13.03 %

5.1.5 การสร้างดัชนีชี้วัดในรูปแบบ Management Cockpit

ผนังสีฟ้า

Blue Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
1. ประสิทธิภาพของเราดีไหม?	1. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน
	2. ระยะเวลาการออกแบบ	เวลาออกแบบ = 12.39 วัน
	3. ผลผลิตต่อคน	= 768,261.69 บาท/คน/ปี
	4. อัตราของเสีย	5.32%
	5. ยอดขายต่อพนักงาน	= 1,473,472.11 บาท/คน
	6. อัตราการใช้กำลังการผลิต	83.10%
2. เรา Responsive ไหม?	1. ระยะเวลาการออกแบบ	เวลาออกแบบ = 12.39 วัน
	2. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน
	3. อัตราการร้องเรียนลูกค้า	0.10%
	4. ยอดขายต่อลูกค้า	= 1,696,867.72 บาท/คน
	5. % การจัดส่งของได้ทันเวลา	90.64%
	6. คุณภาพสินค้าตามข้อกำหนด	116.45%
3. เราบริหารแบบมืออาชีพหรือเปล่า?	1. กำไรต่อยอดขาย	10.30%
	2. อัตรากำไรเบื้องต้น	23.97%
	3. กำไรต่อสินทรัพย์	22.48%

Blue Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	4. สัดส่วนยอดขายต่างประเทศ	6.61%
	5. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรม/พัฒนา	จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรมพัฒนา = 13.94 วัน
	6. การนำ BSC ไปใช้	การนำ BSC ไปใช้ = 37.50%
4. บุคลากรของเราดีไหม?	1. อัตราการออกจากงาน	13.03%
	2. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรม/พัฒนา	จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับการอบรมพัฒนา = 13.94 วัน
	3. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	2.86%
	4. ยอดขายต่อพนักงาน	= 1,473,472.11 บาท/คน
	5. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	14.86%
	6. อัตราค่าแรงต่อต้นทุนรวม	18.03%
5. คุณภาพของเราดีไหม?	1. ความพึงพอใจลูกค้า	ระดับปานกลาง = 2.34 จาก Scale 5
	2. อัตราการร้องเรียนของลูกค้า	0.10%
	3. อัตราการรักษาลูกค้าเก่า	82.63%
	4. ระยะเวลาเฉลี่ยการส่งมอบ	ตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าจนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า = 8.97 วัน
	5. %จัดส่งสินค้าได้ทันเวลา	90.64%
	6. คุณภาพของบริการ	สูง 50% ปานกลาง 50%
6. การพัฒนาองค์กร	1. การนำระบบสารสนเทศมาใช้	นำมาใช้ทุกระบบ 23.81%
	2. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี	มีความก้าวหน้าปานกลาง 68.28%
	3. การพัฒนาปรับปรุงองค์กร	มีการเปลี่ยนแปลงมาก 37.50%
	4. การจัดทำ BSC/KPI	กำลังจัดทำ 60%
	5. การประเมินความสำเร็จองค์กร	มีการประเมินระดับฝ่าย 46.51%
	6. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ = 19.08 วัน

หนังสือแดง

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
1. สภาวะอุตสาหกรรมผล กระทบจากปัจจัยมหภาค	1. Exchange Ratio	http://www.settrade.com/actions/ customization/IPO/market_index .
	2. ภูมิทัศน์เศรษฐกิจ-การเมืองโลก	http://www.nesdb.go.th/national/ competitiveness/attach/data01.pdf
	3. ภูมิทัศน์ธุรกิจและอุตสาหกรรมโลก	http://www.nesdb.go.th/national/ competitiveness/attach/data01.pdf
	4. Interest Ratio	http://www.settrade.com/actions/ customization/IPO/market_index .
	5. ภาพรวมอุตสาหกรรม	แผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	6. พยากรณ์ความต้องการแรงงานผลิต รายอุตสาหกรรม ปี 2547-52 (หน่วย : คน)	สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ไทย
1. KBE = Knowledge Based Economy	1. อัตราการอ่านหนังสือ	China = 0.649 ต่อ 1,000 คน Malaysia = 0.300 ต่อ 1,000 คน Thailand = 0.231 ต่อ 1,000 คน
	2. อัตราการเล่น internet	Malaysia = 5.2% Thailand = 19.9% USA. = 16.2%
	3. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุด แข็ง ของความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทย ตามผลการประเมิน ของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถใน การแข่งขันของประเทศในระดับ สากล เพื่อเผชิญความท้าทายจาก กระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
	4. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็ง ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)
	5. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)
	6. 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)
2. Supply Condition	1. มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้พิมพ์ พิกัด 84.8	อัตราการขยายตัวปี 2547 รวมร้อยละ 6.04
	2. มูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43	อัตราการขยายตัวปี 2547 รวมร้อยละ 11.51
	3. มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์	อัตราการขยายตัวการนำเข้าปี 2547 รวมร้อยละ 11.12 อัตราการขยายตัวการส่งออกปี 2547 รวมร้อยละ 51.63

Red Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	4. มูลค่าการนำเข้าหมักพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15	อัตรการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ -5.22
	5. มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ของไทยระหว่างปี 2538-2547	ปี 2547 มูลค่า 4,182.30 ล้านบาท อัตราเพิ่ม ร้อยละ 16.78
	6. มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ของไทยระหว่างปี 2538-2547	ปี 2547 ส่งออก มูลค่า 2,715.90 ล้านบาท นำเข้า มูลค่า 4,182.30 ล้านบาท
3. ศักยภาพการแข่งขัน	1. Diamond Model	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	2. มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.43	อัตรการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ -55.02
	3. มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ พิกัดศุลกากร 84.42	อัตรการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ 23.02
	4. มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์ของโลกปี 2542-2546	ไทยปี 2546 78,455 1,000/US\$
	5. มูลค่าการส่งออกด้านกระดาษไทย	มูลค่าส่งออกปี 2547 = 2,715.90 ล้านบาท
	6. มูลค่าการส่งออกหมักพิมพ์ พิกัดศุลกากร 32.15	อัตรการขยายตัวปี 2547 รวม ร้อยละ -42.35
4. สภาวะการแข่งขัน	1. ผู้จัดจำหน่ายหนังสือที่มีหนังสือออกใหม่เป็นจำนวนมากที่สุด	บจม. ซีเอ็ดยูเคชั่น ราคาปกเฉลี่ย 181.04 บาท
	2. สภาวะการแข่งขันในธุรกิจสำนักพิมพ์	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	3. การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
	4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	5. อำนาจต่อรองของ Supplier	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
	6. สิ้นค้าทดแทน	รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
5. สภาวะการตลาด	1. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศไทย	ไม่สามารถแบ่งส่วนการตลาด (Segment) ได้อย่างชัดเจน แต่แนวโน้มความต้องการที่จะบริโภคสิ่งพิมพ์คุณภาพสูงจะค่อยๆเพิ่มขึ้น เนื่องจากระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้นของประชากร
	2. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศมาเลเซีย	นำเข้าสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มากกว่าการส่งออกนำเข้าสิ่งพิมพ์ประมาณ 152 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และร้อยละ 63 เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นพับ โดยนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ 1 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด
	3. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศสิงคโปร์	ไทย ส่งออกไปสิงคโปร์ สิ่งพิมพ์ประเภทที่มีมูลค่ามากที่สุดที่ไทยส่งออกไป คือ หนังสือพิมพ์ที่เป็นเล่ม โบรชัวร์ แผ่นปลิว มูลค่าประมาณ 700,000 เหรียญสหรัฐ ในปี 2546
	4. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศจีน	ตลาดสิ่งพิมพ์เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีการเจริญเติบโต

Red Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
		โตแบบก้าวกระโดดตลาดมีขนาด 36,000 – 41,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการขยายตัวประมาณ 15%-20% ต่อปี
	5. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศอินโดนีเซีย	มีการนำเข้าสิ่งพิมพ์มูลค่า 18.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2545 จากญี่ปุ่น สิงคโปร์ อเมริกา สินค้านำเข้าส่วนใหญ่เป็นหนังสือและโบรชัวร์ ประมาณ 34% หนังสือพิมพ์และวารสารประมาณ 19%
	6. ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมในประเทศฮ่องกง	เป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของตลาดใหญ่ และมีการแข่งขันสูง เนื่องจากฮ่องกงเป็นศูนย์กลางสิ่งพิมพ์แห่งใหม่ที่สำคัญ

หนังสือดำ

Black Wall	ดัชนี	คำอ้างอิง
1. ถ้าไรของเราดีไหม?	1. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ ทรินดิง แอนด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) จำนวน 217,694,958.72 บาท ร้อยละ 6.36
	2. อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ กุมงาน เย็บสมุด เพนท์สี เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัทแม็กซ์เวล อินคัสตรี จำกัด จำนวน 40,652,195.48 บาท ร้อยละ 13.08

Black Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	3. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด จำนวน 1,045,200,305.05 บาท ร้อยละ 66.26
	4. อุตสาหกรรมโรงพิมพ์เรียงตามกำไร	อันดับ 1 บริษัท จันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้พรีนติ้ง จำกัด จำนวน 129,037,063.00 ร้อยละ 16.37
	5. ROS ROA ROE อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ROS ROA ROE 22.04% 16.28% 20.12%
	6. ROS ROA ROE อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ พรีนติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ROS ROA ROE 16.6% 14.86% 18.67%
2. รายได้ของเราดีไหม?	1. อุตสาหกรรมโรงพิมพ์เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,274,468,141.56 บาท ร้อยละ 9.77
	2. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด จำนวน 4,761,709,735.56 บาท ร้อยละ 31.75
	3. อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คุมงาน เข็มสมุด เพนท์สี เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัท ไฮ-เทค เปเปอร์ จำกัด จำนวน 847,938,248.00 บาท ร้อยละ 11.13
	4. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียงตามรายได้	อันดับ 1 บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด จำนวน 2,856,340,432.37 บาท ร้อยละ 4.29

Black Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	5. Growth ของรายได้อุตสาหกรรม การพิมพ์และการพิมพ์โฆษณา หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัท วัชรพล จำกัด ร้อยละ 12.87
	6. Growth ของรายได้ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 25.86
3. สินทรัพย์ของเราทำอะไร?	1. อุตสาหกรรมโรงพิมพ์ เรียงตาม สินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,827,813,673.88 บาท ร้อยละ 13.10
	2. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์ เรียงตาม สินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด จำนวน 6,421,869,895.38 บาท ร้อยละ 34.35
	3. อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ คม งาน เอ็ม สุมุด เพนท์สี เรียงตาม สินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัท ไฮ-เทค เปปเปอร์ จำกัด จำนวน 1,059,277,021.00 บาท ร้อยละ 16.22
	4. อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ เรียง ตามสินทรัพย์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,464,887,734.01 บาท ร้อยละ 2.63
	5. Growth ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ร้อยละ 13.15
	6. Growth ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 19.3
4. เราควบคุมต้นทุนได้ไหม ?	1. อัตราค่าแรงต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 18.03
	2. อัตราวัตถุดิบต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 55.69

Black Wall	ดัชนี	ค่าอ้างอิง
	3. อัตราค่าขนส่งต่อต้นทุนรวม	ร้อยละ 5.13
	4. อัตราค่าเสื่อมราคาคือต้นทุนรวม	ร้อยละ 6.59
	5. ค่าตอบแทนพนักงานต่อรายได้	ร้อยละ 14.86
	6. ค่าใช้จ่ายการตลาดต่อยอดขาย	ร้อยละ 8.80
5. ความเสี่ยงของเราดีไหม?	1. โครงสร้างทางการเงิน	ร้อยละ 27.90
	2. ระยะเวลาการเก็บหนี้	58.59 วัน
	3. D/E ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทอมรินทร์ พรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 2.66
	4. D/E ของสินทรัพย์ของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ร้อยละ 23.63
	5. D/E ของอุตสาหกรรมโรงพิมพ์	อันดับ 1 บริษัท จันทฉวีชัย ซีเคียวริตี้ พรินติ้ง จำกัด ร้อยละ 174.07
	6. D/E อุตสาหกรรมบริการการพิมพ์ กุ่มงาน เย็บสมุด เพนท์สี	อันดับ 1 บริษัทแม็กซ์เวล อินดัสตรี จำกัด ร้อยละ 68.66
6. เราเติบโตดีไหม?	1. อัตราการเติบโตของลูกค้าใหม่	ร้อยละ 2.13
	2. อัตราการเติบโตของรายได้	ร้อยละ 18.52
	3. อัตราการเติบโตของรายได้ใน ช่องทางจำหน่ายเดิม (ลูกค้าเก่า)	ร้อยละ 16.50
	4. มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกปี 2547	ร้อยละ 17.47
	5. อัตราการเติบโตของยอดขาย ปี 2547	ดีขึ้นจากปี 2546 ร้อยละ 65.38
	6. อัตราการเติบโตของกำไรของ อุตสาหกรรมการพิมพ์และการพิมพ์ โฆษณาหนังสือพิมพ์	อันดับ 1 บริษัทวัชรพล จำกัด ร้อยละ -10.39

5.2 ข้อเสนอแนะ

ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบศักยภาพกับธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อประเมินศักยภาพในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะเพื่อให้ภาคธุรกิจเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมีดังนี้

1. ภาคธุรกิจควรมีการนำแนวคิดการประเมินศักยภาพของกิจการโดยใช้ BSC หรือ Management Cockpit ไปใช้เพื่อทราบจุดอ่อนจุดแข็งของกิจการ และเพื่อวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านต่างๆ
2. การเปรียบเทียบศักยภาพของกิจการควรมีการเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรือกิจการในอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นการจัด Competitive Benchmark ของภาคอุตสาหกรรมมีประโยชน์ในการนำไปประเมิน
3. ความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม ต้องดำเนินการต่อเนื่อง สร้างดัชนีชี้วัดให้เชื่อมโยงกับแผนกลยุทธ์ที่กิจการได้วาง
4. ความสำเร็จในการนำไปใช้ขึ้นกับระบบข้อมูลของกิจการ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้มีการส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก ดังนั้นระบบข้อมูลภายในไม่ว่าด้านบัญชี การเงิน อาจไม่สมบูรณ์ ทำให้เป็นอุปสรรคในการจัดทำซึ่งผู้ประกอบการควรปรับปรุง
5. สำหรับผู้ประกอบการที่มีการส่งออก การประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันจำเป็นต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

**การศึกษางานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์
ในประเทศจีน**

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก
การศึกษาดูงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน
ระหว่างวันที่ 24-29 เมษายน 2548

โดย ศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย
รองศาสตราจารย์ จินตนา บุญบงการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะผู้วิจัย“การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์” ประกอบ
ด้วย ศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย รองศาสตราจารย์ จินตนา บุญบงการ ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร. พัทธ์ผจง วัฒนสินธุ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรธมนิภา รอดวรรณะ และ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทธิมา ชำนาญเวช ได้เดินทางไปดูงานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ประเทศจีน
ระหว่างวันที่ 24-29 เมษายน 2548 โดยได้รับการอนุเคราะห์จากกลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ สภา
อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (คุณปฐม สุทธาธิกุลชัย) โดยมีคุณศิริทัช ดันพิทักษ์พงษ์ กรรมการ
ผู้จัดการ Greater Intertrade ได้เดินทางไปด้วย ในการไปดูงานที่ Jiangyin ได้รับการอนุเคราะห์จาก
บริษัท McGraw-Hill (คุณวิฑิต ลิ้มคุณ และ คุณวรรณนา พันธุ์สว่าง) สำหรับการดูงานที่ Shanghai
Dongguang ซ่งกง และ โรงงานที่ Shenzhen ได้รับการอนุเคราะห์จากสมาคมพิมพ์สกกรีนไทย (คุณ
ชัยบูรณ์ กุลสิริสวัสดิ์) ได้ประสานงานบริษัทสกาลา ซิลด์สกกรีน (คุณนิคม เรืองทินกร) โดยมี ดร.
เชนินท์ เซน ร่วมเดินทางไปเพื่อช่วยเป็นล่ามในการสัมภาษณ์กิจการขนาดเล็กที่ไม่มีความถนัดใน
การให้สัมภาษณ์เป็นภาษาอังกฤษ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ทำให้ได้ข้อมูลและความรู้
อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน

การดูงานจะมีความหลากหลายของบริษัทที่ไปเยี่ยมชม มีตั้งแต่บริษัทที่ผู้ประกอบการเป็น
ชาวจีน กิจการที่มีการร่วมลงทุนระหว่างจีนกับสิงคโปร์ จีนกับฮ่องกง มีทั้งผลิตเพื่อใช้ใน
ประเทศอย่างเดียว มีผลิตเพื่อขายในประเทศและส่งออก บริษัทที่ผลิตเพื่อส่งออกอย่างเดียว และ
บริษัทที่ผลิตเครื่องจักรพิมพ์สกกรีน

ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน

ประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีมูลค่า 935.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการเติบโตจากปี 2544 ที่มีมูลค่าส่งออก 490.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 30.18 ต่อปี ประเทศที่ส่งออก 3 อันดับแรกคือฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก 4 อันดับแรกในปี 2547 ได้แก่ หนังสือพิมพ์เป็นเล่มและโบชัวร์ หนังสือสำหรับเด็ก บัตรพิมพ์ที่มีข้อความอวยพรและปฏิทิน มีมูลค่า 454.23 140.13 126.92 และ 41.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

สำหรับฮ่องกงมีการส่งออกสิ่งพิมพ์ มูลค่า 1,382.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2547 โดยส่งออกไปสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และจีน สูงสุด 3 อันดับแรก อัตราเติบโตทางการส่งออก สิ่งพิมพ์ของฮ่องกงในช่วงปี 2545-2547 มีอัตราการเติบโต ร้อยละ 14.77 ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก 4 อันดับแรก ได้แก่ หนังสือพิมพ์เป็นเล่ม โบชัวร์ หนังสือสำหรับเด็ก บัตรพิมพ์ที่มีข้อความอวยพร และปฏิทิน มีมูลค่า 878.65 154.54 150.35 และ 31.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

ประเทศจีนมีการวางกลยุทธ์ในการให้แถบลุ่มแม่น้ำเพิล (Pearl River Delta - PRD) เป็นศูนย์กลางการพิมพ์ของโลก (World Printing Center) ซึ่งมูลค่าของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ใน PRD รวมทั้งฮ่องกง และมาเก๊า มีมูลค่าประมาณ 100 พันล้านเหรียญฮ่องกง ในปี 2002 มูลค่าการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ใน Guangdong รวมทั้งด้านบรรจุภัณฑ์สิ่งพิมพ์ และเครื่องจักรมีมูลค่า HK\$ 52 พันล้าน ซึ่งมีสัดส่วน 20.4% ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน (HK\$ 255 พันล้าน)

จุดเด่นของเขต PRD คือ มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ได้แก่ สนามบินมี 1,500 เที่ยวบินบินเชื่อมโยงฮ่องกง และ 130 เมืองทั่วโลก มีท่าเรือ มีธุรกิจจากฮ่องกงร้อยละ 70 มาลงทุนในประเทศจีน โดยมากแถบ Guangdong หรือจีนตอนใต้ โดยใช้กลยุทธ์ Back Factory Front Outlet โดยให้การบริหารจัดการ การลงทุน การตลาดการขายอยู่ที่ฮ่องกง การผลิตและการประกอบอยู่ที่จีนแผ่นดินใหญ่

เขต PRD มีการเติบโตพัฒนามาก จากรายงานของ HKTDC ระบุว่า 260 บริษัทใน Top 500 บริษัทของหนังสือ Fortune ได้ลงทุนในเขต PRD

กลยุทธ์ที่จะให้ PRD เป็น World Printing Center ที่ได้เสนอให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการคือ

1. จัดงาน International Book Fair, Packaging Fair และ Printing Machinery
2. ส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์โดยการรับออกงาน Fair ในต่างประเทศ
3. ส่งเสริมให้บริษัทต่างชาติมาลงทุนจัดตั้งศูนย์กลาง R&D ในเขต PRD

4. สนับสนุนการขยายตัวของผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์
5. กระตุ้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยจัดกิจกรรมต่างๆ เช่นการจัดสัมมนา และกิจกรรมอื่นๆ และเผยแพร่ไปต่างประเทศ
6. ส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยี
7. พัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์
8. จัดตั้งสถาบันทางวิชาชีพเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั้งระดับผู้บริหารและระดับพนักงานฝีมือ

นอกจากนั้นแนวทางการพัฒนาให้ PRD เป็น World Printing Center และยังได้แนะแนวทางให้ภาคเอกชนและภาครัฐควรดำเนินการ คือ

1. ควรวางแผนแบบบูรณาการระหว่างสิ่งพิมพ์ R&D โลจิสติกส์ และระบบข้อมูลต่างๆ ภายในเขตเดียวกันเพื่อสร้างโอกาสการพัฒนาให้แก่นักลงทุนต่างชาติและผู้ประกอบการในประเทศ
2. ปรับปรุงพัฒนาเทคนิคของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ให้เป็น high-tech เป็นการนำระบบ digital และ Internet รวมทั้งดูแลจัดการสิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน
3. คุณภาพผลิตภัณฑ์และความซื่อสัตย์ของกิจการเป็นพื้นฐาน การค้าระหว่างประเทศ ต้องสร้างความไว้วางใจกับลูกค้า เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

การประเมินปัญหาอุปสรรคของการพัฒนา PRD เป็นศูนย์กลางการพิมพ์ของโลก

พบว่าปัญหาอุปสรรค ได้แก่

1. เมืองต่างๆ ในเขต PRD เช่น Guangdong, Shenzhen, Shanghai, Dongguang, Fushan, Jiangmon และ Xiaoxin มีการแข่งขันกันมากกว่าความร่วมมือกัน
2. โรงงานอยู่กระจัดกระจายไม่รวมในพื้นที่เดียวกัน
3. ขาดการสื่อสาร
4. ขาดการแบ่งความเชี่ยวชาญทางอุตสาหกรรมค้ำน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
5. ผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจเล็กๆ พบว่า 9 ใน 100 บริษัทเท่านั้นที่มียอดขายสูงกว่า 500 ล้านเหรียญฮ่องกง
6. การพิมพ์หนังสือในประเทศจึงต้องได้รับตรวจสอบขออนุญาตจากรัฐก่อนพิมพ์จำหน่าย
7. วิธีการสุดการใช้เวลา 7-20 วัน

8. ขาดการผลิตบุคลากรสายพิมพ์ที่เพียงพอ
9. ขาดอุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมกระดาษตั้งที่เมือง Jiang Su และ Shan Dong และอุตสาหกรรมเครื่องจักรก็ตั้งในเขตปักกิ่ง

การประเมินจุดแข็งและโอกาสอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในจีน

1. ค่าแรงถูกประมาณเดือนละ 500 หยวนต่อเดือน
2. มีแรงงานเพียงพอ
3. มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี
4. ควบคุมคุณภาพ
5. มีการลงทุนมากด้านสิ่งพิมพ์ ประมาณ 143 ชุดของ CTP มีการติดตั้งในประเทศจีน และมากกว่าครึ่งมีการติดตั้งในเขต PRD มี 155 ชุดของ offset ติดตั้งในเขต PRD และเครื่องพิมพ์ที่มีมูลค่าสูงที่สุด เครื่องแรกก็ติดตั้งในเขต PRD (มูลค่า 50 ล้าน เหรียญฮ่องกง)
6. จุดแข็งด้านตลาดต่างประเทศ เพราะฮ่องกงมีประสบการณ์มาก มีตลาดที่กว้างขวาง ไม่ว่าจะ ตลาดยุโรป สหรัฐอเมริกา เอเชีย แอฟริกา และ จีน ดังนั้นศูนย์การผลิตอยู่ที่จีน ผืนแผ่นดินใหญ่
7. ระบบโลจิสติกส์ที่ดี ไม่ว่าจะทางบก ทางอากาศ
8. การเสริมธุรกิจ ด้านสื่อสาร ด้าน internet มี supplier ที่เพียงพอ ไม่ว่าจะ หมึก plate มีบริการ pre-press printing และ post-press printing มีการพิมพ์แบบต่างๆ ไม่ว่าจะ off-set printing, gravure, Flexo, Litho-graphic, silk-screen และ ink-jet

สำหรับฮ่องกงนั้นเป็น Asian Head-quarter ของพวก International publisher ของหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ เช่น The Economist, Far Eastern Economic Review, Financial Times, USA Today, Reader's Digest, Reuters, Bloomberg, Dow Jones และ Agence France Presse เป็นต้น จำนวนกิจการที่ทำธุรกิจสิ่งพิมพ์ มีจำนวน 4,236 (ข้อมูล ค.ศ. 2003) และมีบุคลากรทั้งสิ้น 37,945 คน มีหนังสือพิมพ์ 53 ฉบับ และนิตยสาร 717 ฉบับที่พิมพ์ในฮ่องกง

ปัจจัยบวกสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ฮ่องกง คือ

1. ไม่มีการเซ็นเซอร์ของรัฐบาล
2. ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่อย่างเสรี และมีกฎหมายลิขสิทธิ์ทางสิ่งพิมพ์ และ CD-Rom
3. มีนโยบายเสรีในการส่งเสริมการลงทุน

4. มีการสื่อสารระดับ world-class ในราคาถูก ไม่ว่า Satellite, broadband internet, digitized telecom network
5. มีการขนส่งทางอากาศที่เชื่อมโยงทั่วโลก
6. ส่องกงยังเป็น Advertising capital ของเอเชีย มีอัตราการใช้จ่ายด้านการโฆษณาต่อหัวสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก
7. เป็น air cargo hub ที่ใหญ่ที่สุดในโลก
8. มี writer ที่มีความรู้ทักษะด้านภาษาดี เป็นแหล่ง journalist และ ช่างเทคนิค

การเยี่ยมชมกิจการในจีนแผ่นดินใหญ่และฮ่องกง

กิจการที่ไปดูงานมีดังนี้

โรงพิมพ์ Jianyin Liantong Enterprise Co., Ltd. ตั้งอยู่ที่จีนเจียงไค้เซียงไฮ้ เป็นโรงพิมพ์ที่เน้นการผลิตของบุหรี ก่อตั้งโดยเอกชน เป็นต้น มีทั้งที่ลงทุนเอง 100% และมีกิจการในเครือที่ลงทุนกับสิงคโปร์ และ ไปจดทะเบียนขายหุ้นในตลาดสิงคโปร์

โรงงานนี้มีเครื่องจักรที่สั่งซื้อจากเยอรมัน สำหรับโรงงานที่ผู้ประกอบการจีนถือหุ้น 100% มีกำลังการผลิตสูงแต่อัตราการใช้งานต่ำ ทั้งนี้เป็นการผลิตเพื่อขายในประเทศ มีการแข่งขันสูงขึ้น และธุรกิจบุหรีมีแนวโน้มที่จะทำ backward มาลงทุนในโรงงานผลิตของบุหรี

Jiangsu Zhongda Shanda Packaging ตั้งอยู่ที่จีนเจียงไค้เซียงไฮ้ เป็นโรงงานบรรจุผลิตภัณฑ์พลาสติกแบบอ่อน เป็นกิจการที่รัฐบาลท้องถิ่นลงทุนให้ และให้ชาวนาในเขตนั้นทำงาน เป็นโรงงานที่ทันสมัย ลงทุนมีสินทรัพย์ 3.5 พันล้านหยวน เป็นบริษัทที่ได้รับเลือกว่าเป็นบริษัทชั้นนำด้านบรรจุภัณฑ์ในจีน เป็นบริษัทที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้า เป็น 1 ใน 500 บริษัทชั้นนำในจีน

Shanghai Times Sanyin Printer Co., Ltd. ตั้งอยู่ที่เซียงไฮ้ เป็นกิจการในกลุ่ม Fraser & Neave เป็นกิจการที่เริ่มดำเนินการเมื่อ ตุลาคม 2543 รับผิดชอบงานนิตยสาร ตำราเรียน หนังสือทั่วไป รวมทั้งโบรชัวร์ต่างๆ เป็นบริษัทในเครือของ Times Publishing บริษัทมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด และมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการพิมพ์โดยใช้ระบบ CTP บริษัทผลิตเพื่อส่งออก 10 % และได้งานพิมพ์ตำราเรียนจากรัฐบาลจีน

บริษัท China Translation & Printing Services Ltd. (CTPS) เป็นบริษัทที่ตั้งที่ตงกวน ผลิตเพื่อส่งออกอย่างเดียว มีพนักงาน 400 คน มีระบบ CTP และ Remote-proofing เป็นบริษัทที่เน้นคุณภาพ จะใช้วัสดุและวัตถุดิบที่ดี เช่น นำเข้าหมึกพิมพ์จากต่างประเทศ เชี่ยวชาญการพิมพ์ Light weight paper เช่น Bible ดิกชันนารี และ Value added product การผลิตสามารถทำเสร็จภายใน 7-10 วัน มีการอบรมพนักงาน เครื่องจักรมีคู่มือเป็นภาษาจีน อัตราการเติบโตของบริษัทเฉลี่ย 20 %

Shenzhen Juisun Screen Printing Machinery Co., Ltd. ตั้งอยู่ที่เสิ่นเจิ้น เป็นบริษัทเดิม ทำ Sticker รถจักรยานยนต์ เดิมซื้อเครื่องจักรมาใช้ผลิตต่อมาได้พัฒนาเข้าสู่การผลิตเครื่องจักร Print Screen เครื่องจักรราคาถูกกว่าได้หวั่นประมาณ 50% แต่คุณภาพใกล้เคียงกัน เป็นเครื่องจักร Printscreen ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไม่ว่า แก้ว เสื้อผ้า กระดาษ มีการส่งออกไปเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ มาเลเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ ส่งออกมาที่ประเทศไทย 10% ของยอดขาย รวม ส่งไปยุโรปแถบ ตุรกี และส่งไปตะวันออกกลาง

โรงงาน มีวิศวกร 1 คน และคนงาน 100 คน มีตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรที่ประเทศไทย คือ คุณนิคม เรืองทินกร การส่งออกได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ ทุก 1 เหรียญสหรัฐ รัฐสนับสนุน 0.08 เหรียญสหรัฐ ตลาดเครื่องจักรในจีนเติบโต 10% และส่งออกเติบโต 40% อายุการใช้งานเครื่องจักรประมาณ 10 ปี ค่าแรงต่อชั่วโมง 2.76 หยวน ทำงาน 8 ชั่วโมง มีการทำงานล่วงเวลาไม่เกิน 3 ชั่วโมง มีการฝึกอบรม ภูมิใจแห่งความสำเร็จ คือ ตลาด ครายี่ห้อ คุณภาพ และบริการหลังการขาย

นอกจากนี้ยังไปดูงานลูกค้าของบริษัทที่รับซื้อเครื่องจักรทำป้ายโฆษณา ธุรกิจนี้มีการเติบโตมาก และเป็นธุรกิจที่แข่งขันกันสูง

โรงงาน *Sheck Wah Thong Printing Press Ltd.* เป็นโรงงานที่ตั้งที่ฮ่องกง ปัจจุบันเป็นโรงพิมพ์ที่เก่าที่สุดในฮ่องกง นอกจากมีฐานการผลิตที่ฮ่องกงยังไปตั้งโรงงานที่ดงกวน ซึ่งผู้บริหารระบุว่า ข้อได้เปรียบการตั้งโรงงานที่ฮ่องกง คือ ที่ดินและค่าแรง เป็นโรงงานผลิตเพื่อส่งออกยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ประมาณ 80% ของยอดขายทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ร้อยละ 60 เป็นหนังสือ Bible Dictionary ปฏิทิน และแผ่นโฆษณา โรงงานสามารถผลิตส่งให้ลูกค้าได้ภายใน 3 อาทิตย์ มี waste 5% มีคนงาน 70 คน และที่จีน 300 คน มียอดขาย 1 พันล้านเหรียญฮ่องกง ภูมิใจแห่งความสำเร็จ คือ คุณภาพ การจัดส่งได้ตามเวลา และความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ส่งโครงสร้างต้นทุนประกอบด้วย กระดาษ 50% หมึกน้อยกว่า 5% กาว 1-2% ค่าขนส่ง 10-15% และค่าแรง 15%

แนวโน้มอุตสาหกรรมการพิมพ์ในจีน

1. การเติบโตของการพิมพ์ โบรชัวร์ แผ่นพับ เนื่องจากการมี Superstore เปิดขึ้นมากในจีน
2. ตลาดภายในประเทศจีนเองมีขนาดใหญ่มาก เพราะจำนวนประชากรที่มากมายของประเทศจีน

3. จีนมีลักษณะเป็นคนชอบอ่านหนังสือ Reading People อ่านเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ อ่านเพื่อต้องการความรู้ คนจีนชอบอ่านหนังสือมากกว่าคู่มือ หรือ ภาพยนตร์ อ่านเพราะชื่นชมภาษา ตัวอักษรของจีนเป็นศิลปะและมีความหมายลึกซึ้ง
4. ถ้าเป็นการลงทุนเพื่อการส่งออกจะได้รับการส่งเสริมมาก ไม่ว่าด้านภาษีต่างๆ อีกทั้งมีการลงทุนกับที่ดินเช่าในราคาถูก
5. มีข้อได้เปรียบด้านแรงงานที่ค่าแรงเฉลี่ย 500 หยวนต่อเดือน และมีคนจีนในจังหวัดที่ขาดคนหางานต้องการเข้ามาทำงานในโรงงานเป็นจำนวนมาก
6. จีนยังต้องพึ่งพาการนำเข้ากระดาษและเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงจากต่างประเทศ
7. สถานะการแข่งขันจะสูงขึ้น การเปิดเสรีให้ลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ
8. การพิมพ์กล่องกระดาษจะมีมากขึ้นเพื่อเป็น packaging ของสินค้าต่างๆ ที่ผลิตในประเทศจีน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก บ

บทสัมภาษณ์หลัก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

สัมภาษณ์ลึก

Hong Kong Printing

1. Mr.KC. Chui
Managing Director
2. Y.Y Kwan
General Manager

ธุรกิจการพิมพ์ (Letter Press) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ในฮ่องกง มีเป็นจำนวนมากกว่า 3,000 กิจการ ร้อยละ 30 เป็นกิจการขนาดใหญ่ที่มีคนงานมากกว่า 200 คนขึ้นไป กิจการส่วนมากประมาณ ร้อยละ 70 ย้ายไปจีน โดยเฉพาะที่ ดุงกวาน (ตงกวน) ในระยะทศวรรษ (10 ปี) ที่ผ่านมา เพราะจีนมีข้อได้เปรียบทางด้านต่างๆ ได้แก่ ที่ดิน ภาษี สวัสดิการ

1) แรงงานหาได้ง่ายและถูกกว่า 30% ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เนื่องจากมีปัญหาเรื่อง เงินเฟ้อ (Inflation) ที่เป็นตัวเลข 2 หลัก เรื่องข้อกำหนดของรัฐบาลเดียว การจำหน่ายหนึ่งบ้านอายุ สวัสดิการทางการแพทย์ การประกันภัย กำหนดวันทำงานสัปดาห์ละ 5 วัน ถ้าเกินจากที่กำหนดจะต้องมีการจ่ายค่าล่วงเวลาในอัตรา 3 เท่าของค่าแรงปกติ ทำให้ค่าแรงมีการเปลี่ยนแปลงและมีอัตราที่สูงขึ้นดังกล่าว

2) วัตถุดิบ ในประเทศจีนหาได้ง่าย เนื่องจากมีการลงทุนในจีนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โรงงานกระดาษ มีบริษัทต่างชาติเข้าไปลงทุนตั้งกิจการผลิตกระดาษหลายโรงงาน เช่น APP

3) ตลาด ความต้องการในประเทศ จีนมีมากโดยเฉพาะด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) แต่ก็เป็นเพียง 209 ของการผลิต ที่เหลือ 809 เป็นตลาดส่งออกไปยังยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย

บริษัทก่อตั้งมาตั้งแต่ ค.ศ. 1911 ผู้บริหารปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 3 ในครอบครัว

ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตมาจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ประมาณ 60% เป็นหนังสือ Bible Dictionary นอกจากนั้นเป็นปฏิทิน สิ่งพิมพ์อื่นๆ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์

อนาคตคิดว่า นามบัตรคงจะหมดไป บรรลุภัณฑ์จะเพิ่มขึ้น และหนังสือยังมีความต้องการอยู่ แต่จะต้องพิมพ์ได้เร็วขึ้น และไม่ต้องเก็บสต็อกไว้นาน มีการพิมพ์ครั้งละไม่มากแต่บ่อยขึ้น กิจการไม่ได้มีการออกแบบสิ่งพิมพ์

ด้านขนส่ง เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากต้องขนวัตถุดิบไปพิมพ์ที่จีน และขนผลิตภัณฑ์ที่พิมพ์เสร็จกลับมาส่งกองเพื่อการส่งออก ต้องมีกำไรจ่ายในการขนส่งประมาณ 10-15%

เครื่องจักร ใช้จากเยอรมัน ซึ่งมีชื่อเสียงและคุณภาพดี อายุไม่เกิน 10 ปี

Cycle time โดยปกติประมาณ 3 สัปดาห์ สำหรับงาน 10,000 เล่ม 100 หน้า ขึ้นอยู่กับฤดูกาลว่ามีงานมากน้อยเพียงใด

ของเสีย ประมาณ 5% เป็นอย่างน้อยแต่ดีขึ้นกับลักษณะงาน จำนวนการพิมพ์ และวัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ ซึ่งจะมีการนำเข้าจาก ญี่ปุ่น โปแลนด์ ฝรั่งเศส และ จีน ก็มี fiber paper เช่นกันที่ชาญคง

ลูกค้า ส่วนมากรับทำงานตามสั่ง OEM ไม่มีฝ่ายการตลาด ส่วนมากเป็นคนแนะนำกับมา เพราะอยู่ในธุรกิจนี้มานานมาก ตั้งแต่ปี 1911

สามารถรับงานที่เป็นพิเศษ เช่น หน้าปก สัน

คนงาน ในฮ่องกงมี 20 คน ในจีน 300 คน

ยอดขายของกิจการ 1 พันล้านเหรียญฮ่องกง มีเครื่องจักร 10 เครื่อง

โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ เช่น LEO จะมีรายได้ 10 พันล้านเหรียญฮ่องกง มีเครื่องจักร 40 เครื่อง คนงาน 10,000 คน ทั้งหมดบ้านทำงานกับบริษัทนี้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการทำธุรกิจการพิมพ์ของบริษัท

1. คุณภาพ
2. ตรงเวลา โดยจะต้องมีการจัดตารางการพิมพ์ให้เหมาะสม
3. มีความต่อเนื่อง สอดคล้อง ของการตั้งราคา และคุณภาพ

อนาคตของธุรกิจนี้ในฮ่องกง

1. สิ่งทอ
2. เครื่องไฟฟ้า
3. การพิมพ์

บริษัทนี้เป็นธุรกิจที่เปิดมีโรงพิมพ์ที่ 2 ในฮ่องกง แต่ที่เปิดก่อนเป็นอันดับ 1 ปัจจุบัน

เลิกกิจการไปแล้วรัฐบาลฮ่องกงไม่มีการช่วยธุรกิจใดๆ ทั้งสิ้น การเดินทางไปจีนก็จะไม่มีการช่วยเหลือจากรัฐบาล

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในจีนมีการควบคุมมากเพราะกลัวเรื่องการเมืองจึงมีการพิมพ์เผยแพร่ คิดว่าถ้าไม่ไปจีน อาจจะไปไทย เพราะ

สิ่งที่คนอยากไปไทย

1. ความมั่นคงทางการเงิน
2. การเมือง และกษัตริย์ยังคงอยู่ ทำให้การเมืองไม่มีปัญหา
3. ค่าแรง ไม่แพงมากเกินไป มีการอบรมได้
4. อากาศไม่ร้อน
5. อาหารไทย

ปัญหาที่ไม่ไปไทย คือ

1. ภาษา
2. ภาษี
3. กฎระเบียบด้านอื่นๆ ไม่มีปัญหามากนัก เพราะอาจแก้ไขได้
4. Logistics ทำเรือในไทย

สิ่งดีทั่วไปของกิจการ

1. คุณภาพของกิจการสม่ำเสมอ กิจการมีความมั่นคง
2. ใ่วางใจได้ ทำตรงเวลา
3. ราคาไม่แพงมาก กลางๆ
4. บริหารติดต่อกันดี เป็นภาษาอังกฤษ
5. มี Connection เครือข่ายธุรกิจ เพราะทำธุรกิจนี้มานานมาก

ยุโรป มี Connection ด้าน Text Book มีมากกว่า 50% โดยเฉพาะสำหรับเด็ก เพียสัน กรู๊ป Oxford และ เคมบริดจ์

อเมริกา ยังอยู่กับ เพียสัน กรู๊ป ด้าน Text Book , Children Book

ทำงานกับ เพียสัน กรู๊ป มาตั้งแต่ 1964 พิมพ์หนังสือชื่อ Moon cake

ออสเตรเลีย Oxford จักแกรด้า ไวท์สี หนังสือเด็ก

บางส่วนเกิน pop up ต้องใช้คนงาน แรงงานมาก

95% พิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ หนังสือเรียนในจีนเป็นภาษาจีน

เพียบสัน ก็มีตัวแทนและการพิมพ์เป็นภาษาจีน แต่เพียบสัน 20% Oxford 20% เคมบริดจ์ 20% และตัวแทนสำคัญอยู่ที่ฮ่องกง คือ เพียบสัน

เมื่อทำโรงงานใหญ่ในจีนแล้วอาจจะคิดไปไทยถ้าเป็นไปได้ ถ้ามีความสะดวก เช่นมี printing park

หมึกพิมพ์ ส่วนใหญ่มาจากญี่ปุ่น

กระดาษ จาก ยุโรป ฟินแลนด์ สวีเดน เพราะคุณภาพ กระดาษไทยบางอย่างดีมาก จาก ICI ในประเทศจีนมีโรงงานใหญ่ทำได้ทุกอย่าง

เครื่องจักร 4 สี 8 ล้านเหรียญ HK ใช้ได้ 10 ปี แต่ปีที่ 4-10 ต้องมีการซ่อมแซม

อนาคตของการพิมพ์จะเจริญขึ้น เพราะ Packaging และได้ทำจากการพิมพ์จนเป็นกล่องแล้ว
โครงสร้างต้นทุน

1. กระดาษ 50%
2. ค่าแรง 30%
3. ค่าขนส่ง 10-15%
4. หมึกพิมพ์ น้อยกว่า 5%

พนักงาน

- เกษียณอายุ 65 ปี
- การฝึกอบรมจะส่งไปฝึกอบรมกับ Training Center ใน HK ซึ่งจะมีการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานของโรงงานต่างๆ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สัมภาษณ์ลึก

คุณพรเทพ สามีตติยศักดิ์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

บริษัทศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์ จำกัด (มหาชน)

วันที่ 18 เมษายน 2548

ชื่อ บริษัทศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์ จำกัด (มหาชน)

สถานที่ก่อตั้ง สำนักงานใหญ่ เจริญกรุง 76/76 เจริญกรุง 57

โรงงานบางปะกง 14/8 หมู่ 12 ต.บางปะกง อ.บางปะกง จ.

ฉะเชิงเทรา 24130

โรงงานวังจันทร์ 9 หมู่ 2 ต.ชุมแสง อ.วังจันทร์ จ.ระยอง 21210

ประวัติ

ในปี 2519 กลุ่มสามีตติยศักดิ์ ได้ดำเนินการจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศิริวัฒนาการพิมพ์ ด้วยทุนจดทะเบียน 500,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับจ้างพิมพ์ประเภทแบบพิมพ์สำนักงาน (Paper stationery) และงานพิมพ์ทั่วไปตามความประสงค์ของลูกค้า ต่อมาเมื่อบริษัทได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีปริมาณงานเข้ามาในปริมาณที่สูงจนกระทั่งเป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศ และเพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานในการดำเนินงานสำหรับรองรับของลูกค้าจากต่างประเทศ กลุ่มสามีตติยศักดิ์จึงได้ขยายธุรกิจการพิมพ์ และได้จัดตั้งบริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์ จำกัด ขึ้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2531 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นที่ 1,000,000 บาท

ในปี 2537 บริษัทได้ทำการเข้าซื้อกิจการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ศิริวัฒนาการพิมพ์ และได้ทำการย้ายพนักงานมาที่บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์ จำกัด (มหาชน) แทน เพื่อจัดโครงสร้างการบริหารงานไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน และเพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และด้วยความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีการพิมพ์อันทันสมัยเข้ามาใช้อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ ขยายตัวจนกลายเป็นบริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์ จำกัด (มหาชน) ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2538 โดยมีเงินจดทะเบียน ณ ปัจจุบันสูงถึง 300 ล้านบาท

บริษัท สิริวัฒนาอินเตอร์พรีนธ์ จำกัด มีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีนโยบายที่จะพัฒนาเทคโนโลยีทางการพิมพ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่ความเป็นหนึ่ง โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับปริมาณงานของลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 76/76 เจริญกรุง 57 เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
Tel. (02) 675-5600 (24 lines) Fax. (02) 212-6444, (02) 212-1105, (02) 212-0086
- สาขาบางปะกง ตั้งอยู่เลขที่ 14/8 หมู่ 12 ตำบลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130
Tel. (038) 830-593-4, (038) 830-711-6 Fax. (038) 830-595
- สาขาวังจันทร์ ตั้งอยู่เลขที่ 9 หมู่ 2 ตำบลชุมแสง อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง 21210
Tel. (038) 666-329 Fax. (038) 666-329

ซึ่งมีจำนวนพนักงานที่ได้รับสวัสดิการและการดูแลอย่างดีกว่า 2,000 คน บริษัท สิริวัฒนาอินเตอร์พรีนธ์ จำกัด (มหาชน) ได้ก้าวสู่การเป็นผู้ให้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ครบวงจรชั้นนำของประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และสามารถให้บริการด้านการพิมพ์ได้หลากหลายประเภทตามที่ถูกกล่าวถึง

ผลิตภัณฑ์หลัก

ประกอบด้วย

1. หนังสือ
 - นิตยสาร
 - รายงานประจำปี
 - แค็ตตาล็อก
 - หนังสือ 3 มิติ
 - โฟโต้กราฟ อัมบั้ม
 - หนังสือปกแข็งต่างๆ
2. ปฏิทิน
3. สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด เพื่อส่งเสริมการขาย
 - ไคเร้คเมล์
 - โปสเตอร์
 - โบรชัวร์
 - การ์ด

- บรรจุภัณฑ์ต่างๆ
- อื่นๆ

ผลการดำเนินงานของบริษัท สิริวัฒนาอินเตอร์พรีนธ์ จำกัด (มหาชน) มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ได้มีการพัฒนาการบริหารงานและการจัดการธุรกิจภายในองค์กรในทุกๆ ด้าน ทั้งทรัพยากรทุนประเภทเครื่องจักร อาคารสถานที่ และทรัพยากรบุคคล ตลอดจนได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการสื่อสารและการจัดระบบข้อมูลที่ใช้ในการบริหารงานให้ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว เพื่อให้งานพิมพ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างประเทศตลอดจนเพื่อรองรับกับเทคโนโลยีการพิมพ์ที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถให้บริการรองรับงานพิมพ์ของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ อัตราส่วน 50:50 โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเทพฯ มีฐานการผลิตที่บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และที่สาขาวังจันทร์ จังหวัดระยอง มีพนักงานที่ได้รับสวัสดิการ และผ่านการอบรมพัฒนาฝีมืออย่างดีกว่า 2,000 คน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีการนำระบบการจัดการด้านคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 มาใช้ในการควบคุมและรอบคอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต เพื่อเป็นผู้ให้บริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ครบวงจรชั้นนำของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สัมภาษณ์เด็ก

คุณปฐม สุทธาธิกุลชัย ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด

วันที่ 17 พฤษภาคม 2548

สถานที่ตั้ง

307 ซอยลาดพร้าว 87 ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

ประวัติ

บริษัทเริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2519 แถวๆ สีแยก อสมท. เป็นห้องเช่าเล็ก เริ่มงานพิมพ์ครั้งแรกปี 2520 ซึ่งเป็นงานพิมพ์ของไทยทีวีสีช่อง 3 พิมพ์ครั้งละ 5,000 เล่ม (หนังสือทีวี) ออกวันที่ 14 ของทุกๆ เดือน

ปี 2522 บริษัทรับพิมพ์หนังสือวัฏจักรพิมพ์ (หางาน) ซึ่งถือว่าเป็นเจ้าแรกในการพิมพ์ ดอนแรกพิมพ์เป็นรายเดือน

จนในปี 2533 บริษัทย้ายสถานที่มาอยู่ลาดพร้าว ซึ่งเป็นสถานที่ปัจจุบันนี้ หลังจากนั้น บริษัทพยายามรับพิมพ์งานหลากหลายประเภทมากขึ้น อาทิเช่น นิตยสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์โฆษณา

วิสัยทัศน์ เป็นผู้นำในด้านบริการและคุณภาพ

ผลการดำเนินงาน

บริษัทมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 10-15% ทุกๆ ปี

ลูกค้า

ลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะมาจากเพื่อนฝูง โดยมีสัดส่วนในประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 95 ส่วนที่เหลือเป็นลูกค้าจากต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์หลัก

1. พระราชนิพนธ์
2. แกดด้าสื่อ (เครื่องสำอาง)
3. หนังสือตำราวิชาการ

4. หนังสือการท่องเที่ยว
5. โปสเตอร์การท่องเที่ยว

เทคโนโลยี

มีการปรับปรุงเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้าน pre-press ปัจจุบันมีระบบ CIP (color inter press) เป็นการส่งข้อมูลตรงไปที่เครื่อง เทคโนโลยีนี้ถือว่าเป็นเทคโนโลยีล่าสุด ระบบ sixpress เป็นการประหยัดเวลา มีความเที่ยงตรงและแน่นอนสูง

แนวโน้มสิ่งพิมพ์ในอนาคต

แนวโน้มดีขึ้น

1. สิ้นปี 2548 นิคมอุตสาหกรรมสินสาคร ก็สามารถที่จะเปิดดำเนินการพิมพ์ได้ ซึ่งน่าจะเป็นจุดสนใจของสำนักพิมพ์ต่างประเทศ เนื่องจากความครบวงจร
2. ภาครัฐให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้น ล่าสุดทางสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้มีการปรับแผนอุตสาหกรรม ซึ่งใน 13 อุตสาหกรรมนั้น ได้มีอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์รวมอยู่ด้วย ซึ่งทางคุณปฐมเป็นตัวแทนกลุ่มการพิมพ์ได้เสนอ ประเด็นหลักๆ คือ
 - การเน้นตลาดในเชิงรุก โดยการร่วมมือกรมส่งเสริมการส่งออก ให้เป็นทูตทางการค้ากับต่างประเทศ ดึงลูกค้าให้หันมาพิมพ์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
 - ให้สำนักพิมพ์จากต่างประเทศเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย
 - สำนักพิมพ์ไทยวรรณกรรมไปขายต่างประเทศมากขึ้น
 - รัฐสนับสนุนการวิจัย การสร้างมาตรฐานและการฝึกอบรม เพื่อสร้างความมั่นใจให้ต่างชาติ
 - มีการ trading cluster ข้ามอุตสาหกรรม ไปกลุ่มอื่น

ปัญหาพบในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

- จำนวนโรงพิมพ์ที่จะสามารถรับงานพิมพ์จากต่างประเทศได้มีเพียงประมาณ 50 ราย จากโรงพิมพ์ที่มีอยู่ในประเทศทั้งหมดประมาณ 3,000 กว่าโรงพิมพ์
- ดันทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะค่าขนส่ง

สัมภาษณ์ลึก

China Translation & Printing Services Ltd. (CTPS)

Mr. Joseph K.H. Mak

Assistant Manager, Administration

สถานที่ตั้ง

Factory : Zhong Bian Printing Works, Gao Yin District, Dalang, Dongguan, Guangdong Prvince, China. Tel : (86) 769 331 4723 , Fax : (86) 769 319 3558 , Post codes : 523771

Head Office: 6/F., Reliance Manufactory Building, 24 Wong Chuk Hang Road, Aberdeen, Hong Kong. Tel: (852)2873 6510.

ประวัติความเป็นมา

บริษัทเริ่มดำเนินงานปี 1964 ที่ฮ่องกง ทำกิจการสิ่งพิมพ์ ในปี 1996 บริษัทตัดสินใจมาตั้งโรงงานที่ประเทศจีนเนื่องจากต้นทุนทั้งที่ดินและแรงงานถูกกว่าปี 1999 สร้างโรงงานเสร็จ กำลังการผลิต 220,000 ตารางฟุต ดังนั้นฮ่องกงจึงเป็นสำนักงานใหญ่และเป็นคลังสินค้าเท่านั้น

ลักษณะธุรกิจ

สินค้าและบริการ

- งานบริการการพิมพ์ เป็นหนังสือราคาแพง มีการจัดหาวัตถุดิบ กระจายตามที่ลูกค้ากำหนด มีคลังวัตถุดิบกระจายสำหรับกลุ่มลูกค้าประจำ กระจายในประเทศคุณภาพยังใช้ไม่ได้สำหรับงานพิมพ์คุณภาพสูง ราคามีแนวโน้มลดลงยกเว้นวัตถุดิบที่ทำจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมหรือน้ำมัน
- ทำงานโดยมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนการผลิต แก้ปัญหาทางการพิมพ์ต่างๆ
- ไบเบิล วารสารวิทยาศาสตร์ หนังสือ แผนที่และแนวการเดินทาง
- หนังสือเด็ก พจนานุกรม สารานุกรม นวนิยาย เป็นต้น
- งานแต่ละชิ้นผลิตประมาณ 7-10 วัน

- เทคนิคการพิมพ์ใช้ CTP (Computer to Print) อุปกรณ์นำเข้าจากสเปน ในเดือนมีนาคม 2005 มีการนำเข้าเครื่องพิมพ์จากเยอรมนีและส่งผู้เชี่ยวชาญมาแนะนำกำหับดูแล
- ประมาณการส่งออกเทียบน้ำหนักกระดาษประมาณ 800 ตันต่อเดือนและปีนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 20%

ระบบการควบคุมคุณภาพ (QC)

- มีทีมงานตรวจสอบตั้งแต่เริ่มทุกระยะจนถึงก่อนพิมพ์
- อัตราการสูญเสียร้อยละ 5
- ที่สูญเสียมีการทำลายโดยจ้างกิจการรับเหมาบริการทำลายเป็นเส้นกระดาษ

วัตถุดิบ

- ส่วนมากใช้กระดาษคุณภาพดีที่นำเข้าจากบราซิล ฟินแลนด์ สเปน เกาหลี ญี่ปุ่นตามที่ถูกค้ากำหนด มีการบริหารคลังสินค้ากระดาษ
- วัตถุดิบหมึกพิมพ์จากเนเธอร์แลนด์คุณภาพดี ราคาไม่แพง
- วัตถุดิบที่เป็นกระดาษมีแนวโน้มใช้ลดลง วัตถุดิบที่มาจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมใช้มากขึ้น คือ พลาสติก

แรงงาน

- เหตุผลที่ตั้งโรงงานในประเทศจีนคือ ที่ดินและแรงงานมีต้นทุนต่ำกว่าที่ฮ่องกง
- คนงานพนักงานปัจจุบันมีประมาณ 1,000 คน อัตราค่าแรงเฉลี่ยประมาณ 700 หยวน ต่อเดือน
- คนงานส่วนใหญ่การศึกษาระดับมัธยมศึกษา ต้องอ่านออกเขียนได้ เข้าใจภาษาอังกฤษพอสมควร
- มีการให้ค่าตอบแทนพิเศษเป็นกลุ่มผลิต มีโบนัส ประมาณ 1-2 เดือน
- ปัจจุบันเงินเดือนผู้จัดการ โรงงานต้องจ่ายภาษีที่ฮ่องกง

การขนส่ง

- ใช้ตู้คอนเทนเนอร์ขนส่งทางเรือที่เสินเจิ้น ไปสหรัฐอเมริกาใช้เวลาประมาณ 11 เดือน
- บริการขนส่งมีคุณภาพดีมาก

ภาษีอากร

- ถ้าเป็นกิจการในประเทศภาษีไม่ต้องเสีย
- ถ้าต่างชาติมาควบกิจการ (Joint Venture) เช่น ร้อยละ 50 ส่วนของที่ร่วมลงทุนที่เป็นต่างชาติต้องเสียภาษี
- อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 17
- อัตราภาษีเงินได้ประมาณร้อยละ 25-50

การสนับสนุนจากภาครัฐ

- รัฐบาลสนับสนุน โดยไม่เก็บภาษีกิจการในประเทศจะจัดเก็บภาษีกิจการต่างชาติ
- ลดขั้นตอนการจดทะเบียนระเบียบทางเอกสารให้เร็วและสะดวกขึ้น

หลักการและแนวโน้มอนาคต

- พยายามสร้างทีมงานที่แข็งแกร่ง
- เนื่องจากมีความรู้ด้านอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นอย่างดี พยายามให้คนงานได้เรียนรู้โดยให้การให้การอบรมความรู้ ใกล้เคียงคนงาน
- พยายามเพิ่มผลผลิตให้สูงเพราะยิ่งผลิตมากต้นทุนวัตถุดิบมีแนวโน้มลดลงเพราะปริมาณการผลิตทำให้สั่งซื้อกระดาษในจำนวนสูงราคาค่า
- สร้างความก้าวหน้าในเทคโนโลยีและพัฒนาการใช้วัตถุดิบใหม่ๆ
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อภาครัฐเพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพผนวก ค

แบบสอบถาม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์”

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์” แบบสอบถามนี้เป็นการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการในการประเมินค่าอ้างอิงของอุตสาหกรรมในด้านลูกค้า ด้านประสิทธิภาพการบริหาร ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โคร้ของความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และมีส่วนร่วมในการจัดทำข้อมูลดัชนีวัดศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยข้อมูลจะนำเสนอเป็นภาพรวมของอุตสาหกรรม ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายบริษัท

รศ.ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
โทร. 02-2185889 โทรสาร 02-2185889
E-mail: chandrachai@yahoo.com

ส่วนที่ 1 การกำหนดตัวชี้วัดศักยภาพของกิจการ

1. ดัชนีชี้วัดศักยภาพของกิจการ

	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
ด้านลูกค้า		
1. ความพึงพอใจของลูกค้า	จากการสำรวจ
2. อัตราการร้องเรียนของลูกค้า	$\frac{\text{จำนวนลูกค้าที่ร้องเรียน}}{\text{จำนวนลูกค้าทั้งหมด}}$
3. จำนวนลูกค้าทั้งหมด	 ราย
4. อัตราการรักษาลูกค้าเก่า	$\frac{\text{จำนวนลูกค้าปี 2546 ที่ซื้อปี 2547}}{\text{จำนวนลูกค้าที่เคยซื้อทั้งหมดในปี 2546}} \times 100$ %
5. อัตราการเติบโตของลูกค้าใหม่ปี 2547	$\frac{\text{ลูกค้าปี 2547} - \text{ลูกค้าปี 2546}}{\text{ลูกค้าปี 2546}}$
6. ยอดขายต่อพนักงาน	$\frac{\text{ยอดขาย}}{\text{จำนวนพนักงานทั้งหมด}}$ บาท/คน
7. สัดส่วนยอดขายต่างประเทศต่อยอดขายรวม	$\frac{\text{ยอดขายต่างประเทศ}}{\text{ยอดขายทั้งหมด}} \times 100$ %

	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
ด้านประสิทธิภาพการบริหาร		
1. ระยะเวลาการผลิต	ตั้งแต่รับงานจนงานผลิตเสร็จ วัน
2. ระยะเวลาการออกแบบ	เวลาออกแบบ วัน
3. ผลผลิตต่อคน	$\frac{\text{ผลผลิต(บาท)}}{\text{จำนวนพนักงาน}}$ บาท/คน/ปี
4. อัตราของเสีย	$\frac{\text{มูลค่าของเสีย}}{\text{มูลค่าการผลิต}} \times 100$ %
5. คุณภาพของสินค้าตามข้อกำหนดของลูกค้า	$\frac{\text{มูลค่าสินค้าตามข้อกำหนด}}{\text{มูลค่าสินค้าที่ผลิตทั้งหมด}} \times 100$ %
6. คุณภาพของบริการ		<input type="checkbox"/> สูง <input type="checkbox"/> กลาง <input type="checkbox"/> ต่ำ
7. อัตราการใช้กำลังการผลิต	$\frac{\text{มูลค่าที่ผลิต}}{\text{มูลค่าที่สามารถผลิตได้}} \times 100$ %
8. % การจัดส่งของทันเวลา	$\frac{\text{มูลค่าที่ส่งของได้ทันเวลา}}{\text{มูลค่าที่สั่งซื้อ/ ทำทั้งหมด}} \times 100$ %
ด้านการเงิน		
1. กำไรสุทธิต่อยอดขาย	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$ %
2. อัตรากำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย	$\left[\frac{\text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุน}}{\text{ยอดขาย}} \right] \times 100$ %
3. อัตราการเติบโตของรายได้	$\left[\frac{\text{ยอดขายปี 2547} - \text{ยอดขายปี 2546}}{\text{ยอดขายปี 2546}} \right] \times 100$ %
4. กำไรต่อทรัพย์สิน (ROA)	$\left[\frac{\text{กำไร}}{\text{สินทรัพย์รวม}} \right] \times 100$ %
5. อัตราค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม	$\left[\frac{\text{ค่าเสื่อมราคา}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$ %
6. อัตราค่าแรงต่อต้นทุน	$\left[\frac{\text{ค่าแรง}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$ %
7. อัตราวัสดุคิบัติต่อต้นทุน	$\left[\frac{\text{มูลค่าวัสดุคิบัติ}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$ %
8. อัตราต้นทุนด้านขนส่งหรือโลจิสติก	$\left[\frac{\text{ต้นทุนค่าขนส่ง}}{\text{ต้นทุนรวม}} \right] \times 100$ %
9. โครงสร้างทางการเงิน	$\left[\frac{\text{เงินกู้}}{\text{สินทรัพย์รวม}} \right] \times 100$ %
10. ระยะเวลาเก็บหนี้	$\frac{\text{ลูกหนี้โดยเฉลี่ย}}{\text{ยอดขาย(เชื่อ)ต่อวัน}}$ วัน

	สูตร	ผลการดำเนินงานปี 2547
ด้านการเรียนรู้และการเติบโต		
1. จำนวนวันเฉลี่ยที่ได้รับอบรม/พัฒนา	 วัน
2. การนำระบบสารสนเทศมาใช้		<input type="checkbox"/> ทุกระบบ <input type="checkbox"/> มีบางระบบ <input type="checkbox"/> ไม่มี
3. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี		<input type="checkbox"/> สูง <input type="checkbox"/> กลาง <input type="checkbox"/> ต่ำ
4. การพัฒนาปรับปรุงด้านต่างๆ ในองค์กร		<input type="checkbox"/> เปลี่ยนแปลงมาก <input type="checkbox"/> มีบ้าง <input type="checkbox"/> ไม่มี
5. มูลค่าผลิตใหม่ที่ออกปี 2547	$\left[\frac{\text{มูลค่าผลิตภัณฑ์ใหม่ปี 2547}}{\text{มูลค่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดปี 2547}} \right] \times 100$ %
6. อัตราการออกจากงาน	$\frac{\text{จำนวนพนักงานที่ออกจากงาน}}{\text{จำนวนพนักงานทั้งหมด}} \times 100$ %

2. ท่านคิดว่าดัชนีชี้วัดอะไรที่สำคัญที่สุด 5 อันดับในการประเมินศักยภาพของกิจการ

1. 4.
 2. 5.
 3.

3. กิจการท่านมีการประเมินองค์กรโดยใช้ดัชนีชี้วัด (KPI) หรือจัดทำ Balanced Scorecard หรือทำ Management Cockpit หรือยัง

- ทำแล้วตั้งแต่ปี
 กำลังทำ
 ไม่ได้ทำ

4. กิจการท่านมีการประเมินองค์กรลงสู่ระดับต่างๆ ในองค์กรหรือยัง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- จัดประเมินลงสู่ระดับแผนก/ฝ่าย
 ประเมินผลเชื่อมโยงกับระดับบุคคล
 ยังไม่ได้ทำ

5. ท่านคิดว่า การประเมินผลโดยใช้ดัชนีชี้วัด BSC มีผลต่อองค์กรอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1

คำตอบ)

- ทำให้มีการพัฒนาองค์กร
- ทำแล้วยังไม่ได้ส่งผลกระทบต่อองค์กร
- ขาดผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญในการทำ
- ยังไม่พร้อมที่จะทำ
- อื่นๆ ระบุ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของกิจการ

กรุณาเขียนเครื่องหมายถูกในคำตอบที่เลือกและตอบข้อมูลในช่องที่เหมาะสม

1. ลักษณะของกิจการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โรงพิมพ์
- ผู้ประกอบการพิมพ์สกรีน
- ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์
- ผู้จัดจำหน่าย
- อื่น ๆ (ระบุ)

2. ประเภทของสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สิ่งพิมพ์
 - หนังสือพิมพ์
 - โบรชัวร์
 - แค็ตตาล็อก
 - บรรจุภัณฑ์
 - นิตยสาร
 - ฟอรัมธุรกิจ
 - ไปสเตอร์
 - หนังสือทั่วไป
- พิมพ์สกรีน
 - ของขวัญ
 - ของเล่น
 - ฉลากสินค้า
 - เซรามิก-แก้ว
 - บรรจุภัณฑ์
 - บัตรพลาสติก (CREDIT CAED)
 - ป้ายสัญญาณ
 - ป้ายชื่อ
 - ผ้า
 - แฝงวงจรไฟฟ้า
 - แผ่นซีดี
 - เมมเบรนสวิช
 - สิ่งพิมพ์-สื่อโฆษณา
 - อุปกรณ์กีฬา
 - อุปกรณ์ไฟฟ้า
 - อุปกรณ์รถยนต์

3. ทุนจดทะเบียน ล้านบาท

4. อายุของกิจการ

- ต่ำกว่า 5 ปี
- 5 - 10 ปี
- 11 - 20 ปี
- 21 - 30 ปี
- มากกว่า 30 ปี ระบุ

5. จำนวนพนักงานทั้งสิ้นของกิจการ คน

6. กิจกรรมมีหุ้นส่วนรวมทุนกับต่างประเทศหรือไม่

- ไม่มี
- มี ระบุสัดส่วนผู้ร่วมทุนต่างชาติ %

7. มูลค่ายอดขายปี 2547

- ต่ำกว่า 25 ล้านบาท
- 26-50 ล้านบาท
- 51-100 ล้านบาท
- 100-200 ล้านบาท
- มากกว่า 200 ล้านบาท ระบุ

8. สัดส่วนการขาย

- ในประเทศ %
- ต่างประเทศ %
- เอเชีย ระบุ
- ยุโรป ระบุ
- สหรัฐอเมริกา ระบุ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2548.

วารสารส่งเสริมวิชาการพิมพ์ 2546

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ(สกศ)

สำนักเทคโนโลยีและการสื่อสาร กรม โรงงานอุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรม
ศุลกากร

“ที่สุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2548 ในเขตกทม.และปริมณฑล” ซีอีเอ็มค็อก
เซ็นเตอร์

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของอุตสาหกรรมอาหาร โดย ศาสตราจารย์ ดร. นราศรี ไววนิชกุล,
รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย และ คณะ (ทุนสนับสนุนจากกรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปี 2542) เป็นการศึกษาเพื่อหาดัชนีชี้วัดของ
อุตสาหกรรมกุ้งและปลาหมึก สับปะรด และข้าวโพด

Corporate Performance Accessment รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย (ทุน APO,
Asian Productivity Organization 1999) เป็นการศึกษาถึงดัชนีชี้วัดที่ภาคอุตสาหกรรม
โดยรวมที่ใช้ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรม

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอ , อัจฉรา จันทร์ฉายและคณะ, 2545.

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นม, อัจฉรา จันทร์ฉายและคณะ, 2546.

ดัชนีชี้วัดศักยภาพของอุตสาหกรรมเซรามิกส์, อัจฉรา จันทร์ฉายและคณะ, 2546.

แผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์, อัจฉรา จันทร์ฉายและคณะ, 2547.

UNIDO Scoreboard database

Calculated from UN Comtrade database

IMD (International Institute for Management development)

International Trade Statistics, 2548.

<http://hdr.undp.org>.

<http://www.Faostat.org>

<http://www.earthtrends.wri.org>

<http://www.oie.go.th>

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย