

# ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 7Ps ที่มีอิทธิพล ต่อการสั่งพิมพ์ฉลากน้ำดื่มของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ในจังหวัดสมุทรสาคร

วิรุทธิ์ สุวรรณเรือง

ปัจจุบันตำแหน่งผู้บริหารการตลาด กลุ่มบริษัท C.N.

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ออกแบบการวิจัยแบบผสมในลักษณะสลับโดยเริ่มต้นการวิจัยเชิงคุณภาพก่อนหลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ในเชิงสถิติด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ที่รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าของโรงงานผลิตน้ำ , ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ , ผู้จัดการโรงงาน , ช่างผู้ชำนาญในโรงงานผลิตน้ำดื่ม , เจ้าหน้าที่ฝ่ายคลังสินค้าของโรงงานผลิตน้ำ (Key informants and participants) แล้วต่อมาทำการยืนยันอีกครั้งด้วยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นเจาะลึก การตัดสินใจสั่งผลิตฉลากน้ำดื่ม ของโรงงานผลิตน้ำดื่มในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร และพื้นที่ใกล้เคียง ออกแบบการวิจัยในลักษณะกรณีศึกษา (case study) ในปัจจุบันธุรกิจต้องแข่งขันทางการตลาดอย่างสูง ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นและก่อให้เกิดผลประโยชน์ได้มากกว่าการทำวิจัยเชิงปริมาณมาเพียงอย่างเดียว จึงเลือกทำวิจัยแบบผสม ระหว่างเชิงคุณภาพออกแบบงานวิจัยผสมเชิงปริมาณ เกิดเป็นกรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อสามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ใช้ทรัพยากรที่มีของบริษัทฯร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ไปพร้อมกับลดต้นทุนโดยรวม แล้วมุ่งเน้นการนำเอาทฤษฎี Marketing Mix 7Ps (โดยได้พบเคล็ดลับการดึงข้อมูลมาใช้ ว่าไม่ควรยึดหลักตายตัวในกลยุทธ์การตลาดเดิมๆ ที่เคยประสบความสำเร็จ ให้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงอย่างรวดเร็วตามความเหมาะสม) เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาด ให้เหมาะสมกับสถานการณ์เศรษฐกิจในช่วงนั้นๆ (การวิจัยเชิงคุณภาพแบบตัดขวางจึงเหมาะสำหรับนำมาใช้เจาะลึกในประเด็นนั้นๆที่ต้องการศึกษา)

**คำสำคัญ :** อิทธิพล ต่อการสั่งพิมพ์ ฉลากน้ำดื่ม

## Influencer Marketing Mix 7Ps per order

to print drinking water labels drinking water factory in Samut Sakhon

Wirut Suwanruang

Position : Marketing Executive of C.N. Group

### Abstract

This research was designed in a mixed design in an alternating manner, starting with qualitative research first, followed by statistical analysis with quantitative research. Collecting data from the questionnaire. The informants were water factory owners, purchasing managers, factory managers, technicians in drinking water production plants, and warehouse personnel of water factories (Key informants and participants). Thereafter qualitative reaffirmation was performed. This qualitative research focuses on the decision to order the production of drinking water labels. of drinking water production plants in Samut Sakhon and nearby areas. Research design in a case study manner. At present the business is highly competitive in the market. The market is changing rapidly. The researcher considers that it is necessary and creates more benefits than quantitative research alone. Therefore a mixed research method was chosen. between qualitative design and quantitative mixed research. This has resulted in a development concept to cope with the rapidly changing business environment. Use the company's resources together for maximum benefits. Create added value for the product along with lowering the overall cost and focus on bringing the Marketing Mix 7Ps. (Which has found a trick to extract information that should not be fixed in the same marketing strategy ever successful by changing and improving quickly as appropriate). To create a marketing strategy to suit the economic situation at that time (This cross-sectional qualitative research is suitable for in-depth research on that issue.)

**Key Words :** The power to print drinking water labels.

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจในปัจจุบัน ต้องแข่งขันทางการตลาดอย่างสูง ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สั้นลง อุปสงค์ที่ไร้ข้อจำกัด และโซ่อุปทาน (ห่วงโซ่อุปทานคือ เครือข่ายโลจิสติกส์ คือ การใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานจะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และวัสดุอื่นๆให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จ แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย หรือ End User ) ที่ขาดความน่าเชื่อถือ การนำกลยุทธ์ทางธุรกิจ การสร้างเครือข่ายโซ่อุปทานที่ขยายเป็นระดับโลกเป็นเรื่องยากยิ่ง ดังนั้น จึงมีความเสี่ยงสูงหากธุรกิจไม่มีการวางแผนปรับตัว เนื่องจากโลกธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น จำเป็นต้องทำให้อุปสงค์ของตลาดมีความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ องค์กรธุรกิจจึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ความคล่องตัว ซึ่งมีความสำคัญต่อความอยู่รอดและการแข่งขัน องค์กรธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพทางธุรกิจให้มีความสามารถปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในการบริหารจัดการองค์กรในทุกๆ ด้าน

ดังนั้น องค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และทำให้สามารถลดต้นทุนโดยรวม ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทั้งเชิงรับและเชิงรุกทำให้ธุรกิจ มีความคล่องตัวสูงเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Nagel & Dove, 2010: 1-3)

งานพิมพ์ฉลากน้ำดื่ม เป็นสิ่งที่เราสามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน และสามารถพบเห็นได้ทั่วไป ฉลากน้ำดื่ม หรือโลโก้ผู้ประกอบการน้ำดื่ม คือ ข้อมูลที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค โดยจะมีข้อมูลสำคัญต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณ ข้อมูลโภชนาการ หมายเลขทางการค้า เครื่องหมายรับรองต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งฉลากน้ำดื่ม จะทำให้ลูกค้าเห็นฉลากได้อย่างชัดเจน

การติดฉลากสินค้าหรือป้ายสินค้า เป็นสิ่งที่ธุรกิจทุกประเภทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม เพราะการติดฉลากสินค้าบนกล่องอาหารและแก้วน้ำ นอกจากจะทำให้สวยงาม ดูมีคุณภาพแล้ว ยังสามารถทำให้สินค้าเป็นที่ดึงดูด ได้รับความสนใจจากลูกค้าได้ดี และ ยังทำให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ได้อีกด้วย (บริษัท บิ๊กพลัส พับลิชชิง จำกัด, 2564)

อย่างไรก็ตาม การพิมพ์ฉลากและป้ายสินค้าที่เดิมเคยมีข้อจำกัดตรงที่ถูกกำหนดด้วยจำนวนพิมพ์อย่างน้อยที่สุดเท่าไรจึงจะคุ้มทุนและมีกำไร ปัจจุบันมีการใช้ระบบการพิมพ์ และเครื่องพิมพ์ดิจิทัลมากขึ้น การสั่งพิมพ์เก็บสต็อกจึงลดลง ดังนั้น การพิมพ์ตามต้องการ (Print on Demand) จึงเป็นกุญแจสำคัญสำหรับทางรอดของธุรกิจการพิมพ์ฉลากและป้ายสินค้า ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว จะใช้แนวคิดใหม่ๆ ในการทำธุรกิจไม่ได้อีกต่อไป ลูกค้าในยุคดิจิทัลไม่ผูกพันกับการใช้บริการของโรงพิมพ์เดิมหรือไม่มีลักษณะจงรักภักดีต่อโรงพิมพ์ที่เคยให้บริการ แต่เป็นลักษณะของการค้นหาบริการที่ตรงใจที่สุดจากโรงพิมพ์ ผู้ประกอบการจึงต้อง

ปรับตัว กล้าที่จะอยู่ และก้าวให้ทันไปกับเทคโนโลยีต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันสะท้อนถึงการส่งออก และการบริโภคภายในประเทศที่ยังมีปัญหาต่อธุรกิจ การพิมพ์ฉลากและป้ายสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ Social Media และ Digital Media ส่งผล กระทบต่อธุรกิจการพิมพ์ฉลากและป้ายสินค้า โรงพิมพ์หลายแห่งที่เคยมีผลประกอบการที่เติบโตต่อเนื่อง ต้อง ปิดตัวลงหรือลดขนาดของกิจการลง งานพิมพ์ฉลากน้ำดื่ม เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวควบคู่ไปกับการ ขยายตัวทางเศรษฐกิจ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ และบรรจุ ภัณฑ์น้ำดื่มพร้อมฉลากน้ำดื่ม มีสัดส่วนการใช้สูงสุดในบรรดาบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เพราะมีราคาถูก น้ำหนักเบา ง่ายต่อการปรับรูปร่างให้เหมาะสมกับขนาดของสินค้าที่บรรจุ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Reuse and Recycle) จัดเป็นรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดสามารถตอบโจทย์ ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ เพราะนอกจากจะช่วยลดต้นทุนการผลิตในระยะยาวแล้ว ยังจะเป็นการปรับปรุง เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการปรับปรุงระบบการจัดการ การสร้างนวัตกรรม ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไป ด้วยการผสมผสาน 7Ps Marketing ให้เหมาะสมในแต่ละ ช่วงเวลาที่จะทำผลกลยุทธ์การตลาดให้ประสบความสำเร็จ

งานพิมพ์ฉลากน้ำดื่ม มีบทบาทสำคัญในการประสานการสื่อสาร อาจเห็นเฉพาะด้านการ เติบโตเฟื่องฟูของอุตสาหกรรม แต่ความจริงแล้วในด้านอื่น ๆ ของอุตสาหกรรมการพิมพ์กำลังประสบกับความ กดดัน เนื่องจากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลง ไปสู่ระบบดิจิทัลมีอัตราที่เพิ่มมากขึ้น รูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิม ของธุรกิจการพิมพ์มีปริมาณงานที่น้อยลง ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆ เลือกเทคโนโลยีที่ แตกต่าง และปรับโครงสร้างรูปแบบธุรกิจ เพื่อมีกำไร และความอยู่รอดในอุตสาหกรรม

ในปี ค.ศ. 2021 ไทยมีผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท รวมทั้งสิ้น 1,641 รายที่จดทะเบียน การค้ากับสำนักงานพัฒนาธุรกิจ, 2563 จำนวน 74 ราย และเฟล็กโซกราฟี (Flexography เป็น การพิมพ์พื้น นูนที่ใช้แผ่นพอลิเมอร์ที่มีความยืดหยุ่นที่ดีเป็นแม่พิมพ์โดยกีดส่วนที่ไม่รับหมึกไว้ลึกลงไป ) จำนวน 166 ราย ยังไม่รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อยที่ยังไม่ได้จดทะเบียนอีกเป็นจำนวนมากใน ภาพรวมของธุรกิจการพิมพ์ ฉลากสินค้า ปี 2564 ปริมาณการพิมพ์ฉลากสินค้า คาดว่าจะเริ่มขยายตัวได้มากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจน่าจะเริ่ม ฟื้นตัวจากการค้นพบวัคซีนในการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ความเข้มงวดสำหรับมาตรการ ลดใช้ พลาสติก เช่น ถุงพลาสติก พลาสติกห่อแบบต่าง ๆ ฉลาก หลอดดูด และสินค้าในรูปแบบแบ่งบริโภคขนาดเล็ก (single serve) ที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก จะเริ่มชัดเจนมากขึ้นอีกครั้ง การบริโภคภายในประเทศคาดว่าน่าจะ ยังคงทรงตัว ทำให้การขยายตัวของธุรกิจงานพิมพ์ฉลากน้ำดื่ม ในภาพรวมน่าจะไม่ขยายตัวมากเท่าที่ควรในปี ถัดไป การขยายตัวของระบบการค้าออนไลน์ เนื่องจาก ผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งน่าจะ ยังคงความมีรุนแรงทั่วโลก

ทางรอดของธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้าคือ การยกระดับภาคการผลิตเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นอีกระดับหนึ่งให้เข้าสู่ Industry 4.0 ให้สอดคล้องกับที่ภาครัฐได้ ตั้งเป้าหมายไว้ให้ได้ และโดยการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งแรก (Industry 1.0) ที่มีการสร้างเครื่องจักรไอน้ำนำไปสู่การสร้างรถไฟและเครื่องจักรในโรงงาน การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 (Industry 2.0) เป็นการเปลี่ยนจากการใช้เครื่องจักรไอน้ำมาใช้พลังงานไฟฟ้า การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 (Industry 3.0) เป็นการใช้ระบบอัตโนมัติในการผลิตแทนที่แรงงานคน และการ ครึ่งที่ ปฏิวัติอุตสาหกรรม 4 หรือ Industry 4.0 คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการผลิตสินค้า สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายตามความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละราย นอกจากนี้ยังต้องสอดคล้องกับสภาพสังคมยุคใหม่ที่กำลังเป็น Paperless Society และนโยบาย Digital Economy ของรัฐบาล รวมทั้งการผลักดันยุทธศาสตร์ Trading Nation ที่จะทำให้ไทยเป็น ชาติการค้าในภูมิภาคและระดับโลก โดยมองตลาดโลกเป็นตลาดเป้าหมาย

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้นทำให้เกิดกรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อสามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วใช้ทรัพยากรที่มีของบริษัทฯร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ไปพร้อมกับลดต้นทุนโดยรวม โดยมุ่งเน้นการนำเอาทฤษฎี Marketing Mix 7Ps (เคล็ดลับการดึงข้อมูลมาใช้ = ห้ามยึดหลักตายตัวให้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงอย่างรวดเร็วตามความเหมาะสม) มาสร้างกลยุทธ์การตลาด ให้เหมาะสมกับสถานการณ์เศรษฐกิจในช่วงนั้นๆ

เพื่อการดำเนินธุรกิจให้เกิดความมั่นคงอย่างยั่งยืนของธุรกิจการพิมพ์ฉลากน้ำดื่ม คือ การยกระดับภาคการผลิตเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น และสามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด 7P ได้อย่างเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์เศรษฐกิจของโลกในช่วงนั้นๆ ซึ่งต้องอาศัยฐานข้อมูลแบบเรียลไทม์ (real - time) เท่านั้นที่ผู้ขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาด 7P ควรนำมาใช้ในการประมวลผลให้ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดในการประกอบกิจการได้ อีกระดับหนึ่งให้เข้าสู่ Industry 4.0 ให้สอดคล้องกับที่ภาครัฐได้ ตั้งเป้าหมายไว้ให้ได้ และโดยการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งแรก (Industry 1.0) ที่มีการสร้างเครื่องจักรไอน้ำนำไปสู่การสร้างรถไฟและเครื่องจักรในโรงงาน การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 (Industry 2.0) เป็นการเปลี่ยนจากการใช้เครื่องจักรไอน้ำมาใช้พลังงานไฟฟ้า การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 (Industry 3.0) เป็นการใช้ระบบอัตโนมัติในการผลิตแทนที่แรงงานคน และการปฏิวัติอุตสาหกรรม ครึ่งที่ 4 หรือ Industry 4.0 คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการผลิตสินค้า สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายตามความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละราย นอกจากนี้ยังต้องสอดคล้องกับสภาพสังคมยุคใหม่ที่กำลังเป็น Paperless Society และนโยบาย Digital Economy ของรัฐบาล รวมทั้งการผลักดันยุทธศาสตร์ Trading Nation ที่จะทำให้ไทยเป็น ชาติการค้าในภูมิภาคและระดับโลก โดยมองตลาดโลกเป็นตลาดเป้าหมาย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้เกิดกรอบแนวคิดการพัฒนาศักยภาพความคล่องตัวขององค์กรธุรกิจในกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องปรับตัวให้มีความยืดหยุ่น สามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การยกระดับศักยภาพการผลิตขององค์กรและเครือข่าย โดยการจัดการสมรรถนะระบบโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและการจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ ใช้ทรัพยากรที่มีของทั้งเครือข่ายร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็น

การสร้างโซ่แห่งคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ทำให้สามารถลดต้นทุนโดยรวมทั้งโซ่อุปทาน เน้นการพัฒนาองค์กรและบุคลากรทั้งโซ่อุปทานให้มีความสามารถที่คล่องตัวของธุรกิจ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและเครือข่ายได้ทั้งเชิงรับ และเชิงรุกเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน สามารถสรุปปัญหาได้ ดังนี้

1) ความยืดหยุ่นขององค์กรธุรกิจในการปรับตัวเพื่อรับมือกับตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการแข่งขันสูง องค์กรธุรกิจต้องปรับโครงสร้างองค์กร โดยต้องสร้างตราสินค้าของตนเอง

2) การยกระดับศักยภาพการผลิต ต้องเป็นการจัดการโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การปรับกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ศักยภาพของเครือข่ายโซ่อุปทานทั้งทรัพยากรและบุคลากรให้เกิด ประโยชน์สูงสุด

3) ความสามารถที่คล่องตัว ต้องเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถที่เชี่ยวชาญแบบมืออาชีพ เข้าใจและเข้าถึงความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี

ปัญหาความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต้องปรับกระบวนการคิดของผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ได้มีต้นทุนที่สูง แต่เป็นการจัดการโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยการจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ สามารถลดต้นทุนและตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้องค์กรธุรกิจมีความคล่องตัว สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเป็นผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพิมพ์ฉลากสินค้า จึงมีความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้าในประเทศไทย เพื่อปรับปรุงและเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของระบบโซ่อุปทาน การพิมพ์ฉลากสินค้า ดังกล่าวทั้งในเรื่องของปัจจัยการพิมพ์ฉลากสินค้า การเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด Marketing Mix 7Ps เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจการพิมพ์ฉลากน้ำดื่มในจังหวัดสมุทรสาคร

2. เพื่อศึกษาความสอดคล้องของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด Marketing Mix 7Ps กับโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. เพื่อพัฒนาโมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยซัพพลายเชนเมเนจเมนต์(SCM= เคล็ดลับการดึงข้อมูล Competitive Advantage มาใช้ = ไม่ควรยึดหลักตายตัวควรเปลี่ยนแปลงปรับปรุงอย่างรวดเร็วตามความเปลี่ยนแปลงในตลาด) ของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากน้ำดื่ม ในจังหวัดสมุทรสาคร

4. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด Marketing Mix 7Ps มาเป็นฐานข้อมูลสร้างเครื่องมือวัดผลความสำเร็จ

## สมมุติฐานการวิจัย (Research hypothesis)

ใช้สมมุติฐานเชิงบรรยาย (Descriptive hypothesis) เรียกอีกอย่างว่าสมมุติฐานการวิจัย (Research hypothesis) หลักและวิธีการ ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวขึ้นไป/ทิศทาง โรงงานผลิตน้ำดื่มส่วนใหญ่ไม่สั่งผลิตฉลากน้ำดื่มเพื่อเก็บสต็อกไว้ (โรงงานผลิตน้ำดื่ม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการไม่เก็บสต็อกฉลากน้ำดื่ม) นอกจากนี้จะมีความแตกต่างกันในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ทั้ง 7 ที่กล่าวมาข้างต้น

## ขอบเขตของการวิจัย (Scope of the Research)

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ การพิมพ์ฉลากสินค้าในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษา การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย ซึ่งขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัยประกอบด้วย ความสามารถคล่องตัวของธุรกิจ (Agility Enterprise) การยกระดับศักยภาพการผลิต (Enabled Manufacturing) การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ (Management Innovation) สมรรถนะระบบโซ่อุปทาน (Ability Supply Chain) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sustainable Competitive Advantage)

### ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโรงงานผู้ประกอบการน้ำดื่มในเขตพื้นที่ของจังหวัดสมุทรสาคร และพื้นที่ใกล้เคียง

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2565 – 31 ตุลาคม 2565 (วิจัยเชิงคุณภาพแบบตัดขวางเจาะลึกเฉพาะกรณีที่ต้องการศึกษา)

**Independent variable ตัวแปรต้น** = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7p

**Dependent variable ตัวแปรตาม** = การตัดสินใจซื้อฉลากน้ำดื่ม

**Controlled variable ตัวแปรควบคุม** = โรงงานผลิตน้ำดื่มในเขตจังหวัดสมุทรสาคร และพื้นที่ใกล้เคียง

**ผู้ให้ข้อมูลหลักหรือผู้รู้จริง** : ในเรื่องที่ต้องการทราบ (Key informants and participants)

คือ เจ้าของโรงงานผลิตน้ำ , ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ , ผู้จัดการโรงงาน , ช่างผู้ชำนาญในโรงงานผลิตน้ำดื่ม , เจ้าหน้าที่ฝ่ายคลังสินค้าของโรงงานผลิตน้ำ

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือ 7 ตัว (7P's) คือ 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) บุคคลและพนักงาน 6) การสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ 7) กระบวนการ

### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ Kotler and Keller (2016)

Kotler and Keller, (2016) ให้ความหมายไว้ว่า เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญ คือ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะช่วยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้ขายสามารถ วางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น



1. การจัดการองค์กรธุรกิจที่คล่องตัว ทำให้สามารถปรับตัวเพื่อรับมือกับสภาพแวดล้อมของโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการพัฒนาในการจัดการบุคลากรให้มีความสามารถที่คล่องตัวเป็นผู้เชี่ยวชาญแบบมืออาชีพให้มีความสามารถที่คล่องตัว สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
2. การจัดการองค์กรธุรกิจที่คล่องตัว ต้องวิเคราะห์และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและแม่นยำ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. การยกระดับศักยภาพการผลิต ต้องมีการจัดการโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนทั้งเครือข่าย เป็นการพัฒนากระบวนการผลิตพื้นฐานของระบบโซ่อุปทาน ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การผลิตโดยใช้ศักยภาพของโซ่อุปทานวางแผน จัดหา การผลิต การส่งมอบ และการส่งคืน โดยรวมทั้งโซ่อุปทาน สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. การพัฒนาศักยภาพด้านความสามารถที่คล่องตัวขององค์กรธุรกิจ เพื่อยกระดับองค์กรธุรกิจ การวิเคราะห์และ การจัดการความรู้ การมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากร การจัดกระบวนการและผลลัพธ์ทางธุรกิจ
5. ภาครัฐควรสนับสนุนธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองตรงกับความต้องการของตลาด สร้างและพัฒนานวัตกรรมใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงด้วยต้นทุนที่ต่ำ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 7Ps ที่มีอิทธิพล ต่อการสั่งพิมพ์ฉลากน้ำดื่มของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ในจังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีองค์กรธุรกิจที่คล่องตัว และทฤษฎีการจัดการโซ่อุปทานนำมาประยุกต์ใช้ประกอบในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นการเชื่อมโยงตัวแปรทั้งหมดเข้าด้วยกัน และจากภาพของกรอบแนวคิดของการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรต่างๆ ดังนี้

#### การศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้จัดการ ของกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

## การศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้ประกอบการผู้บริหาร และผู้จัดการกลุ่มตัวอย่าง (Sample) จำนวน 50 ตัวอย่าง ในจังหวัดสมุทรสาคร

### ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโรงงานผู้ประกอบการน้ำดื่มในเขตพื้นที่ของจังหวัดสมุทรสาคร พื้นที่ใกล้เคียง

6

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2565 – 31 ตุลาคม 2565

### การดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ถูกคัดเลือกจากบริษัทคู่ค้าที่เคยติดต่อประจำและกลุ่มผู้คาดหวังใหม่ที่ยังไม่เคยร่วมติดต่อธุรกิจกันมาก่อน ในธุรกิจผลิตน้ำดื่มในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครและพื้นที่ใกล้เคียง โดยเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ดังนี้

- เจ้าของโรงงาน
- ผู้บริหาร
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ
- เจ้าหน้าที่คลังสินค้า

การดำเนินการสนทนาใช้เวลาประมาณ 45 - 60 นาที ใช้บทสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง โดยมีการจัดบันทึกเฉพาะประเด็นสำคัญ

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ตามวิธีของ Johnson & LaMontagne (1993)

7

### **ผลการวิจัย**

ผลการวิจัย พบว่า 7 ประเด็นสำคัญ เชื่อมโยงต่อธุรกิจน้ำดื่มตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ได้แก่

- 1 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน Product.
- 2 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน Price.
- 3 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน Place.
- 4 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน Promotion.
- 5 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน People.
- 6 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน Physical.
- 7 . การตัดสินใจด้วยปัจจัยทางด้าน Process

### **บทสรุปและวิจารณ์**

ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการปรับปรุง ด้านนโยบายการบริหารงาน แล้วนำมาสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและทันเหตุการณ์

### **นิยามศัพท์เฉพาะ**

1. ฉลากสินค้า (Labels) หมายถึง ข้อมูลและรายละเอียดที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค เพื่อแจ้งข้อมูลโภชนาการ น้ำหนักสุทธิ วิธีการใช้สินค้า และอื่น ๆ และหมายความรวมถึงเอกสารคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า

2. ความคล่องตัวขององค์กรธุรกิจ (Agility Enterprise) หมายถึง ความสามารถขององค์กรธุรกิจเชิงกลยุทธ์ มีไหวพริบเข้าใจสถานการณ์ของตลาดโลก ปรับองค์กรธุรกิจ ให้มีความยืดหยุ่น สร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีทั้งเครือข่าย ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีการแบ่งปันข้อมูลและถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อยกระดับศักยภาพองค์กรสร้างคุณลักษณะพิเศษเฉพาะขององค์กรธุรกิจ (uniqueness enterprise) ทำให้สามารถ ตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. ธุรกิจการพิมพ์ หมายถึง ธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ แบ่งตามสัดส่วนหลักการทำงานของห่วงโซ่อุปทาน โดยแบ่งประเภทธุรกิจได้ ดังนี้

- ธุรกิจด้านวัตถุดิบและเครื่องจักรสำหรับการพิมพ์ ถือเป็นธุรกิจต้นน้ำของอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยวัตถุดิบหลักๆ ที่ใช้ในการพิมพ์ คือ กระดาษ หมึกพิมพ์ เครื่องพิมพ์ เครื่องตัดกระดาษ หรือเครื่องต่างๆ ที่จำเป็นแต่ละขั้นตอนงานพิมพ์ โดยหลักๆ แล้วแต่ละโรงพิมพ์ เมื่อมีเครื่องพิมพ์ เครื่องจักรต่างๆ พร้อมแล้ว สิ่งที่จะต้องสั่งต่อมาเรื่อยๆ ก็คือ กระดาษ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของการพิมพ์ โดยในปัจจุบัน มีโรงงานผลิตกระดาษหลากหลายยี่ห้อ อย่างเช่น Double A, SCG เป็นต้น

- ธุรกิจด้านการออกแบบจัดทำต้นฉบับก่อนพิมพ์ ได้แก่ ธุรกิจเอเจนซีโฆษณา สำนักสิ่งพิมพ์ ธุรกิจออกแบบหรือที่เรียกว่าโบรกเกอร์ งานด้านนี้จะมีส่วนสำคัญอย่างมากในการใช้สิ่งพิมพ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะด้านการตลาดอย่างมาก ถือว่า ธุรกิจในส่วนนี้ เป็นอีกส่วนสำคัญที่จะเป็นแรงผลักดันให้อุตสาหกรรมงานพิมพ์เจริญเติบโต บางโรงพิมพ์ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการออกแบบมากเพราะสามารถเพิ่ม มูลค่างานพิมพ์ให้แก่ลูกค้าได้หลายเท่า

4. ธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า หมายถึง การดำเนินงานการพิมพ์ฉลากสินค้า หรือสิ่งพิมพ์ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดว่า “ฉลาก” หมายถึง รูปรอยประดิษฐ์ กระดาษหรือสิ่งอื่นที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะ หรือหีบห่อ บรรจุสินค้า หรือสอดแทรก หรือรวมไว้กับสินค้า บรรจุสินค้า และหมายความรวมถึง เอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะ บรรจุ หรือหีบห่อ บรรจุสินค้านั้นเรียกว่า “ฉลากของสินค้า”

5. การยกระดับศักยภาพการผลิต (Enabled Manufacturing) หมายถึง ความสามารถในการจัดการกระบวนการผลิตของระบบโซ่อุปทานเครือข่าย การจัดการความร่วมมือภายในเครือข่าย

6. การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ (Management Innovation) หมายถึง กระบวนการในการสร้างความรู้ใหม่และปรับเปลี่ยนความคิดไปสู่การพัฒนาสินค้า บริการ และคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

7. สมรรถนะระบบของระบบโซ่อุปทาน (Competency) หมายถึง สิ่งที่ผู้บริหารใช้ในการประเมินประสิทธิภาพที่เกิดจากความร่วมมือกันโซ่อุปทานในด้านต้นทุน คุณภาพ ความยืดหยุ่นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเนือหามุ่งไปที่การตอบสนองต่อลูกค้าให้ดีที่สุด

8. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sustainable Competitive Advantage) หมายถึง องค์กรธุรกิจที่มีความสามารถที่คล่องตัว สามารถปรับตัว และโครงสร้างองค์กรแบบยืดหยุ่นการยกระดับศักยภาพการผลิต โดยการจัดการโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน และการจัดการวงจรชีวิต

### คำถามการวิจัย (Research Question)

1. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นอย่างไร
2. โมเดลสมการโครงสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่
3. การพัฒนาโมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในจังหวัดสมุทรสาครเป็นอย่างไร

### กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากท่านอาจารย์

อาจารย์.ดร.สุรพัฒน์ มังคะลี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำปรึกษาแนะนำและ  
ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่อง

ต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์  
ขอขอบคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทางการวิจัยและด้านบริหารธุรกิจ ที่มี  
ประโยชน์ให้กับผู้ศึกษา ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และญาติพี่น้องทุกท่าน ที่อบรมสั่งสอนให้ความรู้ ให้  
การสนับสนุน ช่วยเหลือ ตลอดจนให้กำลังใจผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล และให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ใน  
การทำวิจัยครั้งนี้ด้วยดีตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ผู้ศึกษานิพนธ์นี้ขอรับข้อคิดเห็นและข้อวิจารณ์จากผู้อ่านทุกท่าน หากสารนิพนธ์ฉบับนี้  
ก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคล องค์กร หรือสังคม ผู้ศึกษาขอขอบคุณความดีทั้งหมดให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่  
คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาตลอด และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ช่วยเหลือจนกระทั่ง  
สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

วิรุทธิ์ สุวรรณเรือง