

ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์  
: กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

โดย

นายชัยรัช เพระาสุนทร  
กรรมการผู้จัดการ บริษัท พี เอส ที แอนด์แอสโซซิเอต จำกัด และ  
กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุขุมวิทการพิมพ์ จำกัด

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2560 - 2561

## บทคัดย่อ

เรื่อง	“ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง”		
ลักษณะวิชา	การเศรษฐกิจ		
ผู้วิจัย	นาย ชัยรัช เพราะสุนทร	หลักสูตร วปอ.	รุ่นที่ 60

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีผลกระทบโดยตรงอย่างชัดเจนกับการอยู่รอดของธุรกิจสิ่งพิมพ์ เพราะจากนโยบายที่แก้ไขปัญหาภัยกับดักรายได้ปานกลาง ที่ทำให้เกิดกระแสอุตสาหกรรมดิจิทัลขึ้นมาแทนที่อุตสาหกรรมแบบเดิม และเป้าหมายประการหนึ่งที่สำคัญของแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมรวม คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นเครื่องมือหลัก ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิต การบริการ เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยผลักดันให้ภาคธุรกิจไทยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการลดต้นทุนการผลิตสินค้า และบริการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง รวมทั้งการนำเสนอแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง วิเคราะห์ผลกระทบนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง และเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางให้รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยวิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าของกิจการ จำนวน 5 คน ที่สามารถวิเคราะห์และให้ทรรศนะถึงปัญหา ผลกระทบของนโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างชัดเจน 4 ด้าน คือ ด้านการปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ด้านการปรับกลยุทธ์ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ด้านการปรับกระบวนการทำงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง และด้านการปรับแนวทางดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง โดยมีแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง คือ การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดสู่สากลด้วยดิจิทัล การส่งเสริมการลงทุนขยายฐานการผลิตทั้งในและนอกประเทศ การส่งเสริมการพัฒนาด้านคุณภาพการผลิต และด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของเศรษฐกิจ Environmental Friendly and Sustainability Influence ยุคแห่งระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลอมรวมเข้ากับชีวิตของมนุษย์อย่างแท้จริง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรูปแบบของการดำเนินชีวิตในทุกมิติ การเตรียมความพร้อม การรู้จักปรับตัว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง หากต้องการให้ธุรกิจหรืออาชีพดำเนินต่อไป อย่าหวาดกลัวแต่จงเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับมัน และพัฒนาตัวเอง โดยการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

## ABSTRACT

**Title** Impact of Thailand Policy 4.0 on Publishing Business: A Case Study of Publishing Business Medium-sized  
**Field** Economics  
**Name** Chaithut Prousoontorn **Course** NDC **Class** 60

Policy Thailand 4.0 has a direct impact on the survival of the print media business. Because of the policy to solve the problem of middle income trap. The digital industry has replaced the traditional industry. One of the major goals of the Digital Development for Economic and Social Development Plan Enhancing the competitiveness of the country's economy. With the use of innovation and digital technology. Is the main tool to innovate production. Enhancing the competitiveness of the country's economy. With the use of innovation and digital technology. Is the main tool In innovation, production, service Focus on the development of digital infrastructure. And drive economy with digital technology. The Thai business sector is using digital technology to reduce production costs. And business optimization services. To survive the medium-sized media business. Researchers are concerned about the factors that affect the medium print business. The medium-sized publication will also be available to support Thailand's policy. The objective is to study the factors that affect the medium size printing business. Thailand Policy Impact Assessment 4.0 on Medium Business Proposing medium-sized publications to support Thailand's policy. Qualitative Research Primary data collected by in-depth interview. Five business owners who can analyze and view the problem. Impact of Thailand Policy 4.0 on Medium Business. The research found that The Impact of Thailand Policy 4.0 on Medium Business There are 4 direct impacts. Structural Adjustment of Medium Business The strategy of medium-sized printing business. Adjusting the workflow of the medium print business. And the adjustment of the medium business. There is a medium to promote the medium-sized publishing business, which is to link production and marketing to the digital world. Promotion of production expansion both in and out of the country. Promoting quality development And environmental and economic sustainability. Environmental Friendly and Sustainability Influence. The era of social and economic systems is linked by a combination of digital technology and human life. Cause structural changes The style of living in all dimensions. Preparedness Adaptation It is very important. Want to keep your business or career going. Do not be afraid, but be prepared to deal with it. And develop yourself by learning to adapt to change.

## คำนำ

รัฐบาลได้กำหนดโมเดลเชิงเศรษฐกิจเพื่อปฏิรูป เศรษฐกิจ สังคม และพัฒนาประเทศ ที่เรียกว่าประเทศไทย 4.0 อันเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand) หมายถึง ประเทศไทยที่สามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล อย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมข้อมูลทุนมนุษย์และทรัพยากรอื่นใด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยนโยบาย แผนเศรษฐกิจโมเดลประเทศไทย 4.0 ย่อมส่งผลโดยตรงกับผู้ประกอบการธุรกิจทั้งภาคมหภาคและ ภาคจุลภาคของประเทศทุกแขนง ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 รวมทั้ง ทำให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตและการทำงานของผู้นับถือที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้การตลาด 3.0 ที่ถูก หล่อหลอมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตโดยไม่รู้ตัว และทำให้ พฤติกรรมของผู้นับถือเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการเชื่อมโยงข้อมูลที่มี แนวโน้มอัตราการเติบโตสูงที่สุด และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้นับถือมากที่สุด เพราะความ เป็นสัตว์สังคมของมนุษย์ยังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่สื่อให้เห็นว่าการเชื่อมโยงกัน (Connectivity) ไม่ว่าจะ อยู่ในรูปแบบของสื่อใดก็ตาม ยังคงเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและเป็นที่ปรารถนาของมนุษย์ทุกคน

จากนี้สิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ต้องหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน การพิมพ์บนพื้นฐานเดิมบน โครงสร้างเดิมจะใช้ไม่ได้อีกต่อไป แต่จะมีการใช้ออนไลน์และออฟไลน์มาผสมผสานกันมากขึ้น การสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับพันธมิตรเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยบริษัทต้องไม่เป็นแค่ซัพพลายเออร์แต่ต้องอัพเกรดขึ้นเป็น พันธมิตรทางธุรกิจ ต้องช่วยลูกค้าในการเพิ่ม Value ให้กับสินค้า ทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ ไม่ใช่แค่ลูกค้าเลือกใช้บริการเพราะราคาถูกที่สุด แต่ต้องมาพร้อมกันนวัตกรรม ความคิด สร้างสรรค์และดีไซน์ ที่สำคัญต้องเป็นการบริการที่ครบวงจร การผันตัวเองจากผู้ประกอบการการพิมพ์ ยุคดั้งเดิมไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ยุค 4.0 หรือ Printing & Packaging 4.0 ได้นั้น สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ วิถีคิด ซึ่งจะต้องเปลี่ยนตัวเองจากการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเก่ามาคิดใหม่ โดยต้อง ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

(นายชัยธัช เพราะสุนทร)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 60

ผู้วิจัย

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญแผนภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
วิธีดำเนินการวิจัย	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
คำจำกัดความ	3
<b>บทที่ 2 ธุรกิจสิ่งพิมพ์และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ</b>	<b>4</b>
แนวคิดธุรกิจสิ่งพิมพ์	4
การเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งพิมพ์ในบริบทต่างๆ	10
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	10
<b>บทที่ 3 นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์</b>	<b>23</b>
นโยบายไทยแลนด์ 4.0	23
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ :</b>	
<b>กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง</b>	<b>38</b>
การปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	38
การปรับกลยุทธ์ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	39
การปรับกระบวนการทำงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	41
การปรับแนวทางดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	43
แนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	44
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>47</b>
สรุป	47
ข้อเสนอแนะ	49
บรรณานุกรม	52
ประวัติย่อผู้วิจัย	53

## สารบัญแนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
3 - 1	โมเดลขับเคลื่อนความมั่นคงของประเทศไทย	24
3 - 2	โมเดลกลไกขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0	26
3 - 3	อุตสาหกรรมเป้าหมาย : กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth)	32
5 - 1	สูตรปรับตัวธุรกิจการพิมพ์รับมือยุค 4.0	51

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ยุคแห่งระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการค้าการผลิต การบริการในเชิงการตลาดเชิงพาณิชย์ เชิงอุตสาหกรรมเชิงบริโภครวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอย่างสิ้นเชิง ประเทศไทยจึงต้องตระหนักและเตรียมความพร้อมกับความท้าทายโอกาสและภัยคุกคามดังกล่าว รัฐบาลได้กำหนดโมเดลเชิงเศรษฐกิจเพื่อปฏิรูป เศรษฐกิจ สังคม และพัฒนาประเทศที่เรียกว่าประเทศไทย 4.0 อันเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand) หมายถึงประเทศไทยที่สามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมข้อมูลทุนมนุษย์และทรัพยากรอื่นใด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคงมั่งคั่งและยั่งยืน ด้วยนโยบายแผนเศรษฐกิจโมเดลประเทศไทย 4.0 ย่อมส่งผลโดยตรงกับผู้ประกอบการธุรกิจทั้งภาคมหภาคและภาคจุลภาคของประเทศทุกแขนงต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 รวมทั้งทำให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตและการทำงานของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้การตลาด 3.0 ที่ถูกหล่อหลอมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตโดยไม่รู้ตัวและทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปโดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการเชื่อมโยงข้อมูลที่มีแนวโน้มอัตราการเติบโตสูงที่สุดและส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมากที่สุดเพราะความเป็นสัตว์สังคมของมนุษย์ยังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่สื่อให้เห็นว่าการเชื่อมโยงกัน (Connectivity) ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของสื่อใดก็ตามยังคงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับของมนุษย์ทุกคน (McKinsey, 2014) แนวโน้มของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมทางดิจิทัลเข้ามาผสมผสานกับการทำธุรกิจเพื่อความอยู่รอด เหมือนกับทฤษฎีเรื่อง Disruptive Innovation ของนักวิชาการ Clayton M. Christensen (2012) ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ที่ปรากฏตีพิมพ์ในบทความที่มีชื่อว่า “Be the disruptor” กล่าวไว้ในบทความว่า Disruptive Innovation คือ กระบวนการที่องค์กรธุรกิจใช้เพื่อการปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรธุรกิจสามารถเติบโตต่อเนื่องได้แบบยั่งยืน โดยอาศัยการใช้นวัตกรรมและการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งในเรื่องเทคโนโลยีและการตลาด (ธีรวัฒน์ อุดมสินเจริญกิจ, 2554)

จากนโยบายและแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ประเทศไทย 4.0 มีผลกระทบต่อโดยตรงอย่างชัดเจนกับการอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะจากนโยบายที่แก้ไขปัญหาภัยคุกคามภัยคุกคามที่ก่อให้เกิดกระแสอุตสาหกรรมดิจิทัลขึ้นมาแทนที่อุตสาหกรรมแบบเดิม และเป้าหมายประการหนึ่งที่สำคัญของแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมรวม คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นเครื่องมือหลัก

ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิต การบริการ ผ่านแผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยผลักดันให้ภาคธุรกิจไทยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการลดต้นทุนการผลิตสินค้า และบริการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ขณะนี้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมดิจิทัล เช่น จำนวนยอดขายลดลง การแข่งขันเพิ่มมากขึ้นทำให้รายได้ลดลง เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง รวมทั้งการนำเสนอแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลางเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลางให้รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง เพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลทางทุติยภูมิ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าของกิจการ และหรือ ผู้จัดการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ผู้มีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง สภาวะตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง และนโยบายประเทศไทย 4.0 สามารถวิเคราะห์และให้ทรรศนะถึงปัญหา ผลกระทบของนโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดกลางได้ และยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย ซึ่งคาดว่าจะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน ตามวัตถุประสงค์

- |                   |              |  |
|-------------------|--------------|--|
| 2.1 นาย นิพนธ์    | มนตรีพิสุทธิ | กรรมการผู้จัดการบริษัท พรินโพร จำกัด                     |
| 2.2 นาย ธนิตพงศ์  | ธีรณัฐพันธ์  | กรรมการผู้จัดการบริษัท ธนากรการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ จำกัด |
| 2.3 นาย พันธ์     | ธีรภาพวงศ์   | กรรมการผู้จัดการบริษัท โรงพิมพ์สว่างสิน (101) จำกัด      |
| 2.4 นาย ยง        | หวังกิตติพร  | กรรมการผู้จัดการบริษัท กิตติพรการพิมพ์ จำกัด             |
| 2.5 คุณเพ็ญจันทร์ | ตันเจริญ     | เจ้าของกิจการเมโทรการพิมพ์                               |



3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ จากข้อ 1 และข้อ 2 มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
2. ทราบผลกระทบของนโยบาย 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
3. ได้แนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

### คำจำกัดความ

นโยบายไทยแลนด์ 4.0	หมายถึง	นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรง ในศตวรรษที่ 21
ธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง	หมายถึง	การดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต พิมพ์เอกสารด้วยเครื่องจักรขนาดกำลังไม่เกิน 10 แรงม้า สิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ ได้แก่ งานพิมพ์เอกสารหนังสือ รายงาน ใบปลิว แผ่นพับ โบชัวร์ โปสเตอร์ ใบเสร็จ กระดาษหัวจดหมาย ซองจดหมาย และงานพิมพ์การ์ด นามบัตรโดยเน้นกลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบุคคลธรรมดาและหรือธุรกิจขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่



## บทที่ 2

### ธุรกิจสิ่งพิมพ์และปัจจัยที่ส่งผลกระทบ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง รายละเอียดและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ได้ศึกษาจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดธุรกิจสิ่งพิมพ์
  - 1.1 ความหมายของสิ่งพิมพ์
  - 1.2 ธุรกิจโรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป
  - 1.3 ธุรกิจโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์
  - 1.4 ธุรกิจโรงพิมพ์ลักษณะพิเศษ
2. การเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งพิมพ์ในบริบทต่างๆ
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
4. สรุป

#### แนวคิดธุรกิจสิ่งพิมพ์

##### 1. ความหมายของสิ่งพิมพ์

การพิจารณาความหมายของ “สิ่งพิมพ์” ควรเริ่มจากการพิจารณาความหมายของคำที่มีความเกี่ยวข้อง กล่าวคือ คำว่า “พิมพ์” “สิ่งพิมพ์” เพื่อให้เป็นพื้นฐานความเข้าใจ

###### 1.1 ความหมายของ “พิมพ์”

ความหมายของคำว่า “พิมพ์” (Printed) นั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน เช่น ลินซ์ กล่าวว่า “การพิมพ์ เป็นวิธีการใช้แรงกดให้หมึกติด เป็นข้อความหรือภาพบนพื้นผิวของสิ่งที่ต้องการพิมพ์”

พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ให้ความหมายของคำว่า “พิมพ์” ไว้ดังนี้ หมายถึง ทำให้เป็นตัวหนังสือหรือรูปรอยอย่างใดๆ โดยการกดหรือการให้พิมพ์หิน เครื่องกลวิธีเคมี หรือวิธีอื่นใดอันอาจให้เกิดเป็นสิ่งพิมพ์ขึ้นหลายสำเนา”

กำธร สติรกุล กล่าวว่า “การพิมพ์” ไม่ได้เฉพาะเจาะจงให้เป็นการพิมพ์ด้วยกระดาษ แต่อาจใช้วัสดุอื่นพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นผ้า หิน หรือวัสดุอื่นใดก็ได้ ที่อาจก่อให้เกิดสิ่งพิมพ์หลายสำเนาขึ้นได้ อย่างไรก็ตามการตีความหมายของคำว่า “พิมพ์” เป็นวัสดุรองรับในการพิมพ์ที่ใช้ “กระดาษ” เป็นวัสดุรองรับในการพิมพ์เท่านั้น

มิลล์ ให้ความหมายคำว่า การพิมพ์ไว้ว่า “กรรมวิธีใดๆ ในการจำลองภาพ หรือสำเนาภาพ หรือหนังสือจากต้นฉบับในลักษณะ 2 มิติแบนราบ ทั้งนี้ รวมถึงการพิมพ์ผ้า การพิมพ์กระดาษ ปิดฝาผนัง และการอัดรูป”

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า “พิมพ์” ไว้ดังนี้ หมายถึง การใช้เครื่องจักรกดตัวหนังสือหรือภาพ เป็นต้น ให้ติดบนวัตถุ เช่น ผ้าแผ่นกระดาษ

### 1.2 ความหมายของ “สิ่งพิมพ์” (Printed matter)

ปรากฏในเอกสารต่างๆ เช่น ทางกฎหมายพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 ได้บัญญัติความหมายไว้ว่า สิ่งพิมพ์ หมายถึง “สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดที่มีลักษณะเช่นเดียวกัน”

ในทางบรรณารักษศาสตร์ คำว่า “สิ่งพิมพ์” หมายถึง วัสดุตีพิมพ์ (Printed materials) ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่รวบรวมเป็นเล่มจากการตีพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ เป็นวัสดุเพื่อการอ่าน และการศึกษาค้นคว้าต่างๆ ที่ห้องสมุดได้รวบรวม จัดทำ จัดเก็บ เพื่อให้บริการในห้องสมุด เป็นวัสดุที่พิมพ์ด้วยกระดาษมีรูปลักษณะต่างๆ กัน ได้แก่ หนังสือ (Books) วารสาร (Journals หรือ Periodicals) หรือนิตยสาร (Magazine) หนังสือพิมพ์ (Newspaper) จุลสาร (Booklet หรือ Pamphlets) และ กฤตภาค (Clippings)

(นลินี เสาวภาคย์, 2542) ได้ให้ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ คือ “สิ่งที่ใช้ติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกันด้วยการเขียน โดยใช้การเขียนหรือพิมพ์ออกมาเป็นจำนวนมาก เพื่อแจกจ่ายให้ผู้อ่านโดยทั่วถึงกัน ซึ่งอาจจัดทำออกมาในรูปแบบต่างๆ กัน เช่น นิตยสาร วารสาร จุลสาร ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือ คู่มือ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น”

(นันทา วิฑูตศักดิ์, 2542) ได้อธิบายความหมายของสิ่งพิมพ์ คือ “วัสดุตีพิมพ์ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่รวบรวมเป็นเล่มจากการตีพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ เป็นวัสดุเพื่อการอ่าน การศึกษาค้นคว้า การวิจัย เป็นต้น”

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึงกระบวนการพิมพ์ คือ วัสดุหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่ปรากฏมีองค์ประกอบของสี สัน ลวดลาย ภาพ สัญลักษณ์ ข้อความ ตัวอักษร อย่างใดอย่างหนึ่งหรือประกอบกัน อันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ ที่ต้องมีแม่พิมพ์เป็นตัวกลาง รับถ่ายทอดภาพจากต้นแบบ และถ่ายทอดหมึกพิมพ์ต่อไปยังวัสดุรองรับการพิมพ์ ที่ต้องมีแม่พิมพ์เป็นตัวกลางรับถ่ายทอดภาพจากต้นแบบ และถ่ายทอดหมึกพิมพ์ต่อไปยังวัสดุรองรับการพิมพ์ โดยอาศัยแรงกด แรงดัน หรือเกิดปฏิกิริยาใดๆ ทำละลายให้หมึกพิมพ์ไปเกาะติดลงบนผิวหน้าวัสดุ เพื่อให้เกิดมีองค์ประกอบต่างๆ เช่นเดียวกับต้นแบบในที่สุด

## 2. ธุรกิจโรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป

โรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป (รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณฯ สนั่นพานิชกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช, 2551) เป็นธุรกิจโรงพิมพ์ที่ให้บริการพิมพ์หรือผลิตสิ่งพิมพ์ทั่วไป หลากหลายประเภท รูปแบบ ขนาด และจำนวน โดยพบว่าสิ่งพิมพ์ทั่วไปมักผลิตด้วยวัสดุประเภทกระดาษสิ่งพิมพ์ทั่วไปมีการระบบการพิมพ์หลายระบบในการพิมพ์ เช่น

2.1 ระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์ ใช้พิมพ์สิ่งพิมพ์ที่ไม่ต้องการคุณภาพงานพิมพ์สูงมากนัก และมีจำนวนพิมพ์ไม่มาก เช่น นามบัตร บัตรเชิญ ปกวิทยานิพนธ์ เป็นต้น

2.2 ระบบการพิมพ์ออฟเซต ในประเทศไทยเป็นระบบการพิมพ์ยอดนิยมในการใช้พิมพ์ทั่วไป ใช้สิ่งพิมพ์ทั่วไปที่ประเภท ทั้งสี่เดียว หลายสี และสอดสี ทั้งจำนวนพิมพ์น้อยไปจนถึงจำนวนพิมพ์มากหากจำนวนพิมพ์สูงมาก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ก็ใช้เครื่องพิมพ์ป้อนม้วนในการพิมพ์

2.3 ระบบการพิมพ์เฟล็กโซกราฟีและระบบการพิมพ์กราวัวร์ สำหรับสิ่งพิมพ์ทั่วไปที่มีจำนวนพิมพ์สูงมาก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือวารสาร นอกจากระบบการพิมพ์ออฟเซตแล้วมีการใช้ระบบการพิมพ์เฟล็กโซกราฟี หรือระบบการพิมพ์กราวัวร์พิมพ์ด้วย แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการนำมาใช้พิมพ์ในประเทศไทย

2.4 ระบบการพิมพ์สกรีน มีการใช้พิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไปน้อยมาก พบได้บ้างกับสิ่งพิมพ์ที่ต้องการลักษณะเฉพาะ เช่น นามบัตร สติกเกอร์ที่ต้องการเส้นหนานูน เป็นต้น

2.5 ระบบการพิมพ์ไร้แรงกด ในปัจจุบันมีการใช้พิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไปบางชนิดที่เคยพิมพ์ด้วยระบบการพิมพ์ออฟเซต เช่น

2.5.1 สิ่งพิมพ์ทั่วไปที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มาก (short-run print) ส่วนมากจะมีจำนวนพิมพ์ไม่มากกว่า 500 ชิ้น/ฉบับ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา

2.5.2 สิ่งพิมพ์ทั่วไปที่ลูกค้าสั่งพิมพ์ตามจำนวนที่ต้องการใช้ (print on-demand) เช่น เมนูอาหาร รายงานประจำปีของบริษัท

2.5.3 สิ่งพิมพ์ทั่วไปที่ต้องการผลิตให้เฉพาะบุคคล (personalized print) เช่น ใบแจ้งหนี้ของสถาบันเงิน ศูนย์บัตรเครดิต การไฟฟ้าประปา

2.5.4 สิ่งพิมพ์เร่งด่วน (fast print) เช่น นามบัตรด่วน บัตรเชิญด่วน เป็นต้น นอกจากนี้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่มีระบบการทำงานที่ง่ายขึ้นและราคาถูกลงทำให้ธุรกิจการพิมพ์มีการดำเนินงานในส่วนของงานก่อนพิมพ์กันมากขึ้น และด้วยเครื่องจักรอุปกรณ์พื้นฐานบางชนิดที่ธุรกิจพิมพ์ทุกแห่งต้องมี เช่น เครื่องตัดกระดาษ ทำให้โรงพิมพ์แบบไม่ครบวงจร สามารถผลิตสิ่งพิมพ์ได้ เช่น นามบัตร บัตรเชิญ บัตรอวยพร แผ่นพับ โปสเตอร์

### 3. ธุรกิจโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์

โรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เป็นธุรกิจโรงพิมพ์ที่ให้บริการพิมพ์และผลิตสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ตามที่ผู้จำหน่ายสินค้าต้องการเพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าโดยการพิมพ์ภาพหรือข้อความต่างๆ บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสินค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น บรรจุภัณฑ์สามารถจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ได้หลายประเภทขึ้นกับเกณฑ์ที่ใช้ เช่น จำแนกตามวัสดุที่ใช้แบ่งหลักๆ ได้เป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์พลาสติก บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์แก้ว หรือจำแนกตามลักษณะการใช้งาน แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ บรรจุภัณฑ์หลักหรือบรรจุภัณฑ์ชิ้นแรกที่สัมผัสกับสินค้าโดยตรง บรรจุภัณฑ์รองหรือบรรจุภัณฑ์ชิ้นที่สอง และบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง ตัวอย่างเช่น หลอดยาสีฟันบรรจุอยู่ในกล่องยาสีฟัน และกล่องยาสีฟัน 12 โหล บรรจุอยู่ในกล่องกระดาษลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง แต่ธุรกิจการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ส่วนมาก จำแนกตามประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิต เช่น ธุรกิจโรงพิมพ์กล่องกระดาษแข็งมีทั้งกล่องขึ้นรูปสำเร็จและกล่องพับได้ ธุรกิจโรงพิมพ์กระป๋องโลหะ ธุรกิจโรงพิมพ์กระป๋องกระดาษ ธุรกิจโรงพิมพ์ฝาจับ ธุรกิจโรงพิมพ์หลอดบีบ

ธุรกิจโรงพิมพ์ของ ถุง หรือบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก นอกจากนี้ แม้จะผลิตบรรจุภัณฑ์เพียงประเภทเดียว แต่โรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์อาจมีการใช้ระบบการพิมพ์หลายระบบ เช่น ธุรกิจโรงพิมพ์กระป๋องโลหะ โรงพิมพ์อาจมีทั้งระบบออฟเซต ออฟเซตแห้ง ระบบสกรีน เป็นต้น

เนื่องจากธุรกิจโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์เป็นธุรกิจสำคัญที่สนับสนุนอุตสาหกรรมต่างๆ จึงสร้างรายได้ให้กับประเทศ โรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย ยังมีช่องทางอยู่มาทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ จุดแข็งของธุรกิจพิมพ์บรรจุภัณฑ์ คือ การที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ผลิตและส่งออกอาหารที่สำคัญของโลกซึ่งทำให้ความต้องการอย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์ของไทย ก็มีจุดอ่อนซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องช่วยกันพิจารณาแก้ไข คือขาดการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ ได้แก่

1. ด้านวัสดุที่ใช้งานบรรจุภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นวัสดุใช้พิมพ์ หมึกพิมพ์ ฟอยล์ และอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้ามากขึ้น ส่วนมากยังคงต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์สูงและส่งผลให้ราคาของสินค้าซึ่งต้องรวมต้นทุนบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงไปด้วย

2. ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งธุรกิจโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่มีการผลิตแบบครบวงจร มักมีการดำเนินการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วย เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสะดวกให้กับลูกค้า สำหรับลูกค้า รายใหญ่ที่ใช้ตราสินค้าเดียวกันทั่วโลก แต่เปลี่ยนเฉพาะภาษา ลูกค้าจะดำเนินการออกแบบมาให้โรงพิมพ์ แต่ถ้าลูกค้ารายย่อย รายเล็ก ก็มักให้โรงพิมพ์ออกแบบให้ งานด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีทักษะประสบการณ์ ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนเทคโนโลยีการผลิตและการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งต้องอาศัยอุปกรณ์ รวมทั้งต้องอาศัยอุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบ เพื่อให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าที่จะบรรจุได้มากที่สุด ซึ่งประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรกลุ่มนี้อยู่มาก

3. ด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์อาหาร ธุรกิจโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์อาหารต้องมีความสะอาดถูกลักษณะและอนามัย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค จึงควรมีการพัฒนากระบวนการคุณภาพ เช่น ระบบจีเอ็มพี (Good Manufacturing Practice: GMP) ซึ่งเป็นระบบที่ตระหนักถึงความสะอาดและถูกสุขลักษณะและอนามัยของการผลิตบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

#### 4. ธุรกิจโรงพิมพ์ลักษณะพิเศษ

จากความหมายของสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้น ธุรกิจโรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษจึงหมายถึง ธุรกิจโรงพิมพ์ที่ให้บริการพิมพ์หรือผลิตสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่สิ่งพิมพ์ทั่วไปหรือสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ซึ่งสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษมีความหลากหลายทั้งรูปแบบลักษณะพิเศษบางชนิดในอดีตมีการสั่งพิมพ์มาจากต่างประเทศซึ่งเป็นจำพวกสิ่งพิมพ์ปลอดปลอม เช่น ตราไปรษณียากร หนังสือเดินทาง ใบหุ้น เป็นต้น แต่ปัจจุบันสามารถผลิตได้เองในประเทศ และโรงพิมพ์มีขีดความสามารถเพียงพอที่จะผลิตส่งออกได้อีกด้วยธุรกิจโรงพิมพ์ลักษณะพิเศษที่สำคัญมี 2 ธุรกิจ คือ

1. ธุรกิจโรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ปลอดภัย เป็นธุรกิจโรงพิมพ์ที่ให้บริการพิมพ์หรือผลิตสิ่งพิมพ์มีค่าที่ต้องการความปลอดภัยจากการปลอมแปลงสูง เช่น บัตรเครดิต ตัวแลกเงิน หนังสือเดินทาง เช็คนาการ ใบหุ้น เป็นต้น ธุรกิจโรงพิมพ์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะใช้ระบบการพิมพ์ออฟเซต และระบบการพิมพ์เลตเตอเพรสเพื่อใช้พิมพ์ ตัวเลข ตัวนูน นอกจากนี้มีการใช้วัสดุทางการพิมพ์ที่มีสมบัติพิเศษ เช่น กระดาษที่มีลายน้ำในตัว หมึกพิมพ์ที่มองเห็นวาวแสงภายใต้รังสียูวี ขึ้นอยู่กับว่าเป็นสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษชนิดใด และต้องการความปลอดภัยจากการปลอมแปลงระดับใด

2. ธุรกิจโรงพิมพ์ผ้า เป็นธุรกิจโรงพิมพ์ที่มีส่วนช่วยให้ผ้ามีมูลค่าสูงขึ้น ธุรกิจโรงพิมพ์ผ้าและสิ่งทอเกือบทั้งหมดใช้ระบบการพิมพ์สกรีน ซึ่งมีทั้งการพิมพ์โดยตรงด้วยระบบสกรีนหรือระบบพ่นหมึกลงบนผ้า หรืออาจพิมพ์บนรูปลอกด้วยระบบสกรีน ระบบออฟเซตหรือระบบกราวัวร์ ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตจำนวนน้อยหรือมาก จากนั้นนำรูปลอกมาถ่ายโอนลงบนผ้าด้วยลูกกลิ้งความร้อน ซึ่งโรงพิมพ์ผ้าแบบรูปลอกนี้จะไม่ก่อมลพิษของน้ำเสียเหมือนธุรกิจโรงพิมพ์ผ้าวิธีอื่นๆ หมึกพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์บนผ้าแต่ละชนิดยังมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นกับโครงสร้างและชนิดของเส้นใยผ้า สมบัติของสี หมึกพิมพ์ที่ต้องการ รูปแบบของการนำผ้าไปใช้งาน และที่สำคัญขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า โรงพิมพ์ผ้าที่มีการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย มีทั้งแบบพิมพ์ผ้าหลายที่มีความยาวต่อเนื่องเป็นม้วน และแบบผ้าชิ้น ซึ่งหมายถึงผ้าที่การตัดจากม้วนผ้าเป็นชิ้นๆ พร้อมสำหรับการตัดเย็บ หรือที่ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปแล้ว ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่ธุรกิจโรงพิมพ์ผ้าต้องคำนึงถึงคือ ความปลอดภัยและสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน และบุคคลในชุมชนโดยรอบ การแบ่งพื้นที่ของโรงพิมพ์ให้เหมาะสมและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกระทรวงอุตสาหกรรม มีการควบคุมมลพิษที่เข้มงวด ปัญหาต่างๆ จึงจะไม่เกิดขึ้น

ธุรกิจการพิมพ์ต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ในปัจจัยด้านต่างๆ และต้องอาศัยข้อมูลในทุกด้านให้ครบถ้วน ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงในการจัดตั้งธุรกิจการพิมพ์ประกอบด้วยปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนี้

1. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่แวดล้อมธุรกิจโรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไปที่จะจัดตั้งแต่มีผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป ปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ได้แก่ แนวโน้มทางการตลาด สภาพคู่แข่ง กลุ่มลูกค้า สภาพเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยีและตลาดต่างประเทศ

1.1 แนวโน้มทางการตลาด การศึกษาแนวโน้มทางการตลาดจะช่วยให้ผู้ที่จัดตั้งธุรกิจการพิมพ์ทราบโอกาสทางการตลาด และการคาดหวังทางการตลาดที่จะได้รับแนวโน้มทางการตลาด จะบอกลักษณะสิ่งพิมพ์ที่จะเป็นที่ต้องการของสังคมยุคนั้นและปริมาณความต้องการเพื่อเจ้าของธุรกิจการพิมพ์จะได้วางแผนจัดตั้งธุรกิจการพิมพ์ในลักษณะที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง และวางแผนด้านราคาจัดพิมพ์ที่จะรับงานให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

1.2 สภาพคู่แข่ง ก่อนที่จะตัดสินใจจัดตั้งธุรกิจการพิมพ์ประเภทใด ณ ทำเลที่ตั้งใด ควรจะต้องศึกษาภาวะการแข่งขัน ซึ่งอาจจะพิจารณาจากจำนวนโรงพิมพ์ที่ได้ดำเนินการอยู่แล้ว หรือมีแนวโน้มที่จะดำเนินการในลักษณะเดียวกับธุรกิจที่จะจัดตั้งขึ้นเพื่อตรวจสอบสภาพคู่แข่งว่ามีอยู่มากหรือน้อยเพียงใด ถ้าพบว่าสภาพคู่แข่งมีอยู่มากนับว่าเป็นการเสี่ยงอย่างมากที่จะจัดตั้งธุรกิจ

ในลักษณะเดียวกันนั้น หรือธุรกิจที่จะจัดตั้งนั้นจะต้องการระบบการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ และต้องหาจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่น จึงจะสามารถแข่งขันได้

1.3 กลุ่มลูกค้า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจการพิมพ์อย่างมากก็คือกลุ่มลูกค้า ผู้ที่จะจัดตั้งธุรกิจควรที่จะศึกษากลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการพิมพ์สิ่งพิมพ์ว่าเป็นในกลุ่มใดมากที่สุด เพื่อจะได้วางแผนวิธีการส่งเสริมการตลาด หรือวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายได้อย่างถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้า

1.4 สภาพเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม การดำเนินธุรกิจในสภาพเศรษฐกิจที่ดีย่อมจะมีความมั่นคงมากกว่าธุรกิจที่อยู่ในสภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ในการจะจัดตั้งธุรกิจการพิมพ์ จึงต้องศึกษาสภาพเศรษฐกิจด้วยว่ากำลังอยู่ในภาวะที่จะจัดตั้งธุรกิจหรือไม่ นอกจากนี้ยังมี ข้อบังคับทางกฎหมายต่างๆ หรือนโยบายของรัฐมีส่วนสนับสนุนธุรกิจที่จะดำเนินการหรือไม่ หรือมีการยกเว้นภาษีให้เป็นกรณีพิเศษใดบ้างตลอดจนทัศนคติของประชาชนจะมีผลต่อการดำเนินการของธุรกิจการพิมพ์ด้วย

1.5 เทคโนโลยี ระดับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสังคมนั้นๆ จะมีผลต่อความต้องการดำเนินชีวิตของประชาชนในสังคม เช่น ปัจจุบันในยุคของเทคโนโลยีสื่อสารคมนาคมก้าวหน้าประชาชนมีความต้องการรับรู้ข่าวสารมากขึ้น มีผลให้มีความต้องการใช้สิ่งพิมพ์มากขึ้น การทำธุรกิจการพิมพ์ก็อาจจะมีผลให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในสังคมนั้นได้

2. ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจการพิมพ์โดยตรง ปัจจัยภายในที่สำคัญ ได้แก่ เงินทุน บุคลากร วัสดุ เครื่องจักรและอุปกรณ์การพิมพ์ เทคโนโลยีกระบวนการผลิต และรูปแบบองค์การ

2.1 เงินทุน เงินทุนทั้งในส่วนที่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เช่น อาคาร ที่ดิน เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ และสินทรัพย์หมุนเวียน เช่น พสตุดคงคลัง ล้วนเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งของการเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจการพิมพ์ การจะกำหนดจำนวนเงินลงทุนเป็นเท่าไรขึ้นกับขนาดธุรกิจการพิมพ์ที่จะลงทุนหรือในทางตรงข้าม จำนวนเงินลงทุนที่มีจะเป็นตัวกำหนดขนาดธุรกิจการพิมพ์ที่เหมาะสมกับจำนวนเงินลงทุนนั้น เมื่อทราบจำนวนเงินที่ต้องการใช้ในการลงทุนแล้ว จะต้องมีการวางแผนด้านการเงินแสดงแหล่งที่มาของเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งศึกษาผลตอบแทนในระยะสั้นและระยะยาวว่าเพียงพอชำระหนี้หรือไม่รวมทั้งประมาณการต้นทุนการผลิตงบการเงิน งบเงินสด และอัตราผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนด้วย

2.2 บุคลากร คนเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในฐานะเป็นผู้ที่จะใช้ความรู้ความสามารถของตนในการผลิตสิ่งพิมพ์ เจ้าของธุรกิจจะต้องจัดหาบุคลากรมาเพื่อทำหน้าที่ต่างๆ ในองค์การตามแต่ความรู้และความถนัดของแต่ละบุคคล เช่น ผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางบริหาร ประกอบกับการมีประสบการณ์การทำงานมามาก ก็จะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการหรือผู้บริหารในองค์การนั้น แต่ถ้ามีความรู้ทางวิชาชีพการพิมพ์ มีประสบการณ์ทางการทำงานกับเครื่องพิมพ์ ก็จะทำหน้าที่เป็นช่างพิมพ์ เป็นต้น การบริหารและการจัดคนให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่จะให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดีตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้เจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญ



กับบุคลากรทุกคนทุกตำแหน่งหน้าที่ เพราะทุกคนไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการหรือผู้ปฏิบัติงานระดับต่างๆ มีความสำคัญในแง่ใดแง่หนึ่งต่อองค์การเสมอ จะขาดบุคคลใดบุคคลหนึ่งไม่ได้

2.3 วัสดุ เครื่องจักร และอุปกรณ์การพิมพ์ ปัจจัยการผลิตที่มีผลโดยตรงกับการดำเนินธุรกิจการพิมพ์ก็คือ วัสดุ เครื่องจักร และอุปกรณ์ทางการพิมพ์ที่ใช้ เนื่องจากในธุรกิจการพิมพ์จะต้องจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีความหลากหลายในวัสดุที่ต้องการใช้ ตลอดจนเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่จะผลิต ดังนั้นเจ้าของธุรกิจจะต้องมีความรอบคอบในการวางแผนจัดหาให้มีในจำนวนเพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะงานพิมพ์ที่จะจัดพิมพ์และสามารถผลิตงานพิมพ์ได้ตามความต้องการของลูกค้า

2.4 เทคโนโลยีกระบวนการผลิต นอกจากรายการและลักษณะที่จำเป็นของวัสดุ เครื่องจักร และอุปกรณ์ทางการพิมพ์ที่เจ้าของธุรกิจจะต้องคำนึงถึงในการจัดตั้งธุรกิจการพิมพ์แล้ว เทคโนโลยีของกระบวนการผลิตก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะต้องพิจารณาถึงด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะเทคโนโลยีในขั้นงานก่อนพิมพ์ ขณะที่จัดตั้งจึงควรศึกษาเทคโนโลยีที่เป็นปัจจุบันที่สุดว่าเป็นอย่างไร ก็ควรลงทุนในเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตนั้น

2.5 องค์กรรูปของธุรกิจ ปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินกิจกรรมทางการผลิตขององค์การสิ่งๆที่เจ้าของธุรกิจจะต้องพิจารณาก่อนที่จะมีการจัดตั้งธุรกิจก็คือองค์กรรูปของธุรกิจที่จะจัดตั้ง ว่าจะเป็นในรูปของห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือรูปของบริษัท โดยจะต้องศึกษาข้อดีและข้อจำกัดขององค์กรรูปธุรกิจต่างๆ ที่จะจัดตั้งในการดำเนินการธุรกิจการพิมพ์แล้วจึงเลือกองค์กรรูปธุรกิจที่เหมาะสมที่สุด เจ้าของธุรกิจจะได้วางแผนโครงสร้างองค์การและรูปแบบการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่เหมาะสมกับองค์กรรูปธุรกิจที่เลือกไว้

## การเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งพิมพ์ในบริบทต่างๆ

### 1. ต้นทุนราคากระดาษ

ต้นทุนหลักของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คือ ต้นทุนกระดาษอาร์ต และกระดาษปอนด์ คิดเป็นประมาณร้อยละ 20.48 ร้อยละ 24.14 และร้อยละ 23.36 ของต้นทุนจากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อรูปแบบใหม่และกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ในงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ตามลำดับ และร้อยละ 24.12 และร้อยละ 21.41 ของต้นทุนจากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อรูปแบบใหม่และกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ในงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2559 และวันที่ 31 มีนาคม 2560 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม กระดาษถือเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ซึ่งการเคลื่อนไหวของราคาจะแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก การเปลี่ยนแปลงของราคากระดาษจึงอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน

## 2. เทคโนโลยีการพิมพ์

เทคโนโลยีในการพิมพ์มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการที่อุปกรณ์ในการพิมพ์ของบริษัทฯ ล้าสมัย และอาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถที่จะทำงานพิมพ์ที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการพิมพ์ ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียลูกค้า หรืออาจทำให้บริษัทฯ ต้องมีงบประมาณในการลงทุนเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถรองรับงานพิมพ์รูปแบบใหม่ๆ ได้

## 3. การชะลอตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร โดยในปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะติดตามข้อมูลข่าวสารทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

## ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

การที่ผู้ประกอบการจะริเริ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง จำเป็นต้องมีการเตรียมการและศึกษาข้อมูลต่างๆ เพื่อให้มองเห็นโอกาสทางการตลาด และผลกำไรที่คาดหวังว่าจะได้รับและโอกาสที่จะเจริญเติบโตของธุรกิจในระยะยาว โดยจะต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการบริหารงานหลายๆ ด้านประกอบกัน เช่น การมีความรู้ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้ากลไกของตลาด ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการระดมเงินทุน และบุคลากรมาใช้ได้อย่างเพียงพอ ความสามารถในการจัดการปัจจัยการผลิตให้สามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการควบคุมการดำเนินงานต่างๆ ของธุรกิจให้สอดคล้องกันได้ด้วยดี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าตลอดจนพนักงานและผู้บริหาร ของธุรกิจนั้นด้วย โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางได้ จำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ในปัจจัยด้านต่างๆ และต้องอาศัยข้อมูลในทุกด้านให้ครบถ้วน ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงในการจัดตั้งธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ประกอบด้วย

### 1. ลักษณะผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

1.1 คุณลักษณะทางความคิดและสติปัญญา (Conceptual Characteristics) ซึ่งหมายความว่า ผู้นำต้องมีความฉลาดหลักแหลม คิดวิเคราะห์และคาดการณ์ได้อย่างเป็นระบบ เล็งเห็นถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมทั้งกำหนดแนวทางตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในแบบโมเดล การพัฒนาประเทศไทย 4.0

1.2 คุณลักษณะทางความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal Characteristics) หมายถึง ผู้นำต้องมีทักษะในการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น มีทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวอย่างที่ดีกับสังคม เนื่องจากในยุค Thailand 4.0 นั้น เป็นยุคแห่งการใช้ความคิดสร้างสรรค์

สรรคสร้างนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลและระหว่างองค์กรเป็นอย่างมาก

1.3 คุณลักษณะทางด้านการทำงาน (Technical Characteristics) หมายถึง ผู้นำต้องมีความรู้ เข้าใจ ความสามารถในการปฏิบัติงาน สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น มีวิธีการถ่ายทอดและสอนงานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

1.4 คุณลักษณะส่วนตัว(Personal Characteristics) ที่ส่งเสริมต่อการขับเคลื่อนในยุค Thailand 4.0 เช่น ความมั่นใจในตนเอง มีความรับผิดชอบสูง/มุ่งมั่นตั้งใจ มีความรอบคอบ/กระตือรือร้น เป็นต้น

1.5 คุณลักษณะทางกายภาพ (Physical Characteristics) หมายถึง บุคลิกภาพที่ดี ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ

1.6 คุณลักษณะทางพื้นฐานสังคม (Social Background Characteristics) การสร้างเครือข่ายการพัฒนาองค์กรได้

## 2. การพัฒนาธุรกิจสิ่งพิมพ์เพื่อความอยู่รอดด้วยการสร้างนวัตกรรม

การพัฒนาธุรกิจสิ่งพิมพ์เพื่อความอยู่รอดด้วยการสร้างนวัตกรรม คือ “สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิมซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์” เนื่องจากนวัตกรรมเกิดจากการ “คิดต่าง และ “ทำต่าง” การที่นวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่กำหนดทิศทางขององค์กร โดยทั่วไปแล้วมีวิธีการกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมากมาย เช่น การให้องค์กร Focus ถึงตลาดในอนาคต, การให้รางวัลพนักงานถ้าพนักงานสร้างนวัตกรรมสำเร็จ (การใช้ Positive Reinforcement ในการกระตุ้นพนักงาน) หรือแม้แต่ การสร้างวัฒนธรรมขององค์กรให้สอดคล้องกับการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นนวัตกรรมที่ถูกสร้างเสร็จสามารถที่จะนำไปทำให้บริษัทกลายเป็น ‘First-mover’ ในตลาดอุตสาหกรรม ซึ่งจะได้ข้อได้เปรียบในเรื่องของยอดขาย เนื่องจากในช่วงแรกนั้นตลาดเป็น Blue - Ocean อยู่ (ไม่มีคู่แข่งในตลาด) นอกจากยอดขายที่ล่อใจแล้วยังมีข้อได้เปรียบของการเป็นเจ้าของในอีกมาก เช่น บริษัทสามารถจะสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้, บริษัทมีโอกาสที่จะสร้าง ‘Switching Cost’ (ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่ายในการเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกบริการ) ก่อนที่คู่แข่งจะเข้ามาเล่นในตลาด, หรือแม้แต่ Experience Curve ที่ทางบริษัทได้รับ เป็นต้น

## 3. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ คุณภาพของเนื้อหา (Content) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสิ่งพิมพ์ หรือเข้าชมสื่อออนไลน์ ดังนั้น การควบคุมคุณภาพของเนื้อหาจึงเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจสื่อ หากบริษัทฯ ไม่สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพตามความต้องการของผู้บริโภคได้ อาจทำให้บริษัทฯ เสียชื่อเสียง และเสียลูกค้า ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัทฯ

#### 4. ปัจจัยความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

ปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การเงิน และบุคลากรของธุรกิจ ก็คือ กิจกรรมทางด้านการผลิต ธุรกิจจะมีอำนาจการแข่งขันสูงขึ้นได้ ถ้าได้มีการพัฒนาทางด้านการผลิตแนวทางที่สามารถพัฒนาธุรกิจการพิมพ์และทางการผลิต มีหลายแนวทาง ประกอบด้วย

1. การกำหนดมาตรฐานการผลิต มาตรฐานการผลิต มีความหมายได้หลายความหมาย เช่น มาตรฐานของผลิตภัณฑ์มาตรฐานของวิธีการผลิต และมาตรฐานของเวลาผลิต การกำหนดมาตรฐานต่างๆ ดังกล่าว สำหรับขั้นตอนการผลิต จะเป็นสร้างเสถียรภาพด้านคุณภาพและระดับการผลิต โดยอาจแบ่งออกเป็นแบบแผนหรือกฎระเบียบ หรือการสร้างลักษณะร่วมกัน

2. การกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เป็นการทำให้คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยการลดจำนวนความแตกต่างของประเภทผลิตภัณฑ์ให้มีน้อยที่สุด ซึ่งอาจทำได้โดยสร้างลักษณะร่วมกันของวัตถุดิบในขั้นตอนการผลิต เพื่อปรับปรุงคุณภาพงานให้มีความเสถียรภาพ และเพิ่มปริมาณการผลิตให้สูงขึ้นในธุรกิจการพิมพ์ จะหมายถึงการกำหนดรูปแบบงาน พิมพ์ที่ผลิตให้มีความแตกต่างน้อยที่สุดหรือกำหนดความสามารถที่เป็นจุดเด่นเพียงจุดเดียว ก็จะทำให้มีวัตถุดิบที่ต้องจัดเก็บมีน้อยประเภทลง หมายถึงเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการนี้จะลดลงด้วย

3. การกำหนดมาตรฐานของวิธีการผลิต เป็นการทำให้รายละเอียดการทำงาน ขั้นตอนการผลิต และวิธีการทำงานให้เป็นมาตรฐานเพื่อลดการสิ้นเปลืองต่างๆ และปรับปรุงคุณภาพของงานที่ผลิตได้ให้มีเสถียรภาพด้วย

4. การกำหนดมาตรฐานของเวลา เป็นการกำหนดมาตรฐานเวลาในการผลิตงาน ซึ่งสามารถทำได้หลายลักษณะ เช่น การสร้างมาตรฐานเวลาการทำงานต่อคนหรือต่อเครื่องจักร การกำหนดเวลารวมของการผลิตงานทั้งขั้นตอนการผลิต รวมทั้งเวลาที่ใช้รอคอยต่างๆ การกำหนดตารางกำหนดเสร็จของงานแต่ละงาน มาตรฐานของเวลานี้จะช่วยปรับปรุงให้การวางแผนการผลิต ทำได้เที่ยงตรงยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดเวลาในขั้นตอนการผลิตแต่ละขั้นตอนได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งยังปรับปรุงการแข่งขันทางการส่งมอบ

5. การใช้ระบบควบคุมคุณภาพ การควบคุมคุณภาพเป็นการวัดและตรวจสอบผลงานที่ผลิตได้โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐาน เพื่อเป็นหลักประกันได้ว่าผลิตภัณฑ์หรืองานพิมพ์ที่ผลิตได้ เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ การพัฒนาให้มีระบบควบคุมคุณภาพจะมีความสำคัญต่อสถานะที่มีการแข่งขันสูง โดยจะต้องมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตงานระหว่างทำและงานสำเร็จสุดท้าย โดยเฉพาะในกระบวนการผลิตงานพิมพ์ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ มากมาย คุณภาพของงานพิมพ์สุดท้ายที่ได้ขึ้นกับคุณภาพของวัสดุทางการพิมพ์ที่นำมาใช้และคุณภาพของงานที่ผลิตได้ในขั้นตอนต่างๆ ด้วย

องค์ประกอบทางด้านคุณภาพที่มีผลต่ออำนาจการแข่งขันในธุรกิจก็คือ คุณภาพการใช้งานโดยพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้เป็นไปตามคุณสมบัติที่ได้ออกแบบไว้และสามารถใช้ได้ ตามวัตถุประสงค์และคุณภาพสม่ำเสมอ โดยพิจารณาความแปรปรวนของคุณภาพระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ การใช้ระบบควบคุมคุณภาพอย่างไร เครื่องมือตรวจสอบคุณภาพอะไรบ้างนั้น จะขึ้นกับสิ่งที่ต้องการ

ควบคุมคุณภาพ และลักษณะคุณภาพที่ต้องการควบคุม เช่น ถ้าต้องการควบคุมคุณภาพของการพิมพ์สีบนแผ่นพิมพ์ ก็อาจใช้แถบควบคุมคุณภาพการพิมพ์และเครื่องวัดความจำเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพแผ่นพิมพ์นั้น

การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพนั้นมีผลให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มเติมขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นค่าจ้างแรงงาน เครื่องมือตรวจสอบ และกระบวนการผลิตล่าช้าลงได้แต่ความพยายามที่จะลดความจำเป็นในการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพลง ก็จะมีโอกาสเสี่ยงสูงต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ หรืองานพิมพ์ไม่ได้คุณภาพที่ดีและการสูญเสียลูกค้าได้ เมื่อมีการจัดให้มีระบบควบคุมคุณภาพงานขึ้น สิ่งสำคัญพื้นฐานที่จำเป็นต้องกระทำ คือ

1. การกำหนดระดับคุณภาพ โดยจะต้องกำหนดในทุกขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบอย่างชัดเจนว่าต้องการระดับคุณภาพใด จึงจะเป็นที่ยอมรับได้
2. การเก็บข้อมูลของผลปฏิบัติงานโดยมีการบันทึกและรายงานผลการปฏิบัติทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อเป็นพื้นฐานให้ทราบปัญหาที่ต้องแก้ไขและต้องแก้ไขที่ขั้นตอนใดเครื่องจักรอุปกรณ์ใด หรือผู้ปฏิบัติงานคนใด
3. การกำหนดจำนวนหน่วยที่ต้องตรวจสอบ โดยกำหนดว่าควรตรวจสอบในจำนวนเท่าใด ณ จุดใดบ้าง
4. การกำหนดวิธีตรวจสอบ โดยกำหนดว่าจะใช้วิธีใดตรวจสอบเครื่องมือ ตรวจสอบเป็นเครื่องมือใดบ้าง ซึ่งพิจารณาจากสิ่งที่ต้องตรวจสอบ และลักษณะคุณภาพที่จะตรวจสอบ
5. การกำหนดจำนวนครั้งของการตรวจสอบ เป็นการกำหนดจำนวนครั้งในการตรวจสอบแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้เพราะบางขั้นตอนจะไม่สามารถตรวจสอบงานได้ทุกๆ งานได้ทั้งหมด เช่น การตรวจสอบคุณภาพแผ่นพิมพ์จากเครื่องพิมพ์จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการทางสถิติมาช่วย
6. การทำให้กระบวนการผลิตง่ายและสะดวกขึ้น ในธุรกิจการพิมพ์อาจมีต้นทุนบางอย่างที่สิ้นเปลืองแอบแฝงอยู่ ซึ่งอาจเป็นต้นทุนในรูปของปัจจัยการผลิตหรือเวลาการผลิต แนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดต้นทุนบางอย่างที่ไม่จำเป็นก็คือ การทำให้กระบวนการผลิตง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น โดยพิจารณาว่าอะไรเป็นผลผลิต ที่สำคัญของกระบวนการผลิต ปัจจัยการผลิตที่สำคัญคืออะไร และขั้นตอนการผลิตเป็นอย่างไร และพยายามพัฒนาวิธีการที่ทำให้ง่าย สะดวกและคล่องตัวมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออก พัฒนาเครื่องจักรอุปกรณ์ให้เป็นระบบอัตโนมัติมีระบบเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ลดระยะเวลาการผลิต และลดต้นทุนการผลิตลงด้วย อันจะมีผลทางอ้อมอื่นๆ เช่น เพิ่มอำนาจแข่งขันทางการส่งมอบงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ การควบคุมขั้นตอนการผลิตให้ผลิตผลงานที่มีคุณภาพดีไม่เกิดความผิดพลาดของงาน ได้จำนวนงานถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ โดยใช้ความก้าวหน้าเชิงเทคนิคในกระบวนการผลิตให้ทันสมัย ซึ่งสามารถทำได้ในหลายลักษณะดังนี้

1. การพัฒนาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย โดยอาจจะออกแบบงานพิมพ์ หรือใช้วัสดุที่ทำให้ใช้งานได้ดีขึ้น มีรูปแบบที่น่าสนใจ เพื่อให้แข่งขันกับคู่แข่งได้ การที่ธุรกิจ พิจารณาพัฒนา

คุณภาพของงานพิมพ์ที่ผลิตให้เป็นรูปแบบใหม่ ไม่เพียงแต่การสร้างความต้องการใหม่ แต่จะนำมาสู่ ส่วนแบ่งทางการตลาดและกำไรที่เพิ่มขึ้นตามมา

2. การพัฒนาเทคโนโลยีขั้นตอนการผลิตให้ทันสมัย จะเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีของ ปัจจัยการผลิตต่างๆ ในขั้นตอนการผลิต อันเป็นผลให้สามารถเพิ่มผลผลิตพัฒนา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้คงที่สม่ำเสมอรูปแบบพื้นฐานของการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นตอนการผลิตก็คือ การพัฒนาเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตให้เป็นระบบอัตโนมัติ นอกจากจะสามารถลดแรงงานคน ยังช่วยลดความผิดพลาดที่ เกิดขึ้นจากการทำงานด้วยแรงงานคนตลอดจนการรักษาคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ให้คงที่สม่ำเสมอได้

3. การพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารการผลิตให้ทันสมัย จะเป็นการพัฒนางานด้าน การบริหารการผลิต เช่น การควบคุมคุณภาพ การวางแผนการผลิต และการปรับปรุงขั้นตอน การผลิต เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีด้านการบริหาร ซึ่งจะสามารถนำไปใช้กับกระบวนการผลิตได้ทุกประเภท เช่น การแนะนำให้ใช้ระบบควบคุมคุณภาพโดยใช้วิธีการทางสถิติต่างๆ เพื่อช่วยลดความแปรปรวนของ ผลิตภัณฑ์ และจำนวนของเสีย การใช้วิธีวิจัยการปฏิบัติงานมาใช้ลดต้นทุนของปัจจัย การผลิตโดยหา วิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสม ตลอดจนการวางแผนผังการทำงานที่เหมาะสม และการใช้เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์และสื่อสารโทรคมนาคมมาใช้ในระบบควบคุมคุณภาพเพื่อลดระยะเวลาการ ผลิตให้สั้นลง และมีความยืดหยุ่นในการวางแผนมากขึ้น เป็นต้น

4. การจัดระบบบริหารพัสดุคงคลัง ในธุรกิจการพิมพ์จะมีวัสดุในการจัดพิมพ์ผลงาน ระหว่างการผลิตและสิ่งพิมพ์สำเร็จเป็นส่วนของพัสดุคงคลัง โดยระดับของวัสดุคงคลังจะสูงหรือ ต่ำ ขึ้นกับเป้าหมายของการผลิต ความผันผวนของระดับการผลิตตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้ง ประสิทธิภาพของการจัดซื้อและการผลิตระดับของผลงานระหว่างการผลิตจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาของ การผลิต ถ้าใช้เวลาสั้นการหมุนเวียนของงานระหว่างการผลิตจะดีขึ้น ส่วนสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป ถ้าเป็น ธุรกิจที่ผลิตตามคำสั่ง เช่น ธุรกิจสำนักพิมพ์ก็ไม่จำเป็นต้องเก็บเป็นพัสดุคงคลัง แต่ถ้าเป็นธุรกิจที่ผลิต เพื่อรอจำหน่าย เช่น ธุรกิจสำนักพิมพ์จะต้องมีการประสานงานระหว่างฝ่ายผลิตและฝ่ายตลาด ในการ ขายสินค้าให้ได้เร็วขึ้น เพื่อลดปริมาณสินค้าคงคลัง การจัดระบบบริหารพัสดุคงคลังให้มีประสิทธิภาพ จะเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นสำหรับธุรกิจ เพราะนอกจากจะหมายถึง การทำให้สามารถผลิตงานได้อย่าง ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพแล้ว ยังหมายถึงการจัดการเงินทุนในส่วนของสินค้าคงคลังให้มีต้นทุนที่น้อย ที่สุดขณะเดียวกันก็เป็นการจัดการทางการตลาดของสินค้าในส่วนนี้ด้วย

5. การจัดการเกี่ยวกับวัสดุคงคลัง มีวัตถุประสงค์ให้สามารถมีวัสดุทางการพิมพ์ป้อน กระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ให้เกิดภาวะของเครื่องจักรว่างงานเนื่องจากขาดวัสดุ รวมทั้งการหา ทางเลือกต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อเพื่อประกันคุณภาพวัสดุ และการจัดซื้อวัสดุการผลิตในราคาที่ต่ำ ซึ่ง จะช่วยลดต้นทุนการลงทุนในส่วนของวัสดุคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม จะสามารถดำเนินการให้ บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้ มีแนวทางคือ 1) เลือกแหล่งซื้อที่ดีที่สุด โดยการเปรียบเทียบแหล่ง ซื้อต่างๆ ในเชิงคุณภาพ ปริมาณ ราคา และการบริการต่างๆ รวมทั้งประสิทธิภาพการทำธุรกิจของ แหล่งซื้อต่างๆ นั้น กำหนดปริมาณวัสดุที่จัดซื้อที่ประหยัดที่สุด โดยใช้หลักการคำนวณปริมาณสั่งซื้อ ที่ประหยัด (Economic Order Quantity, EOQ) ซึ่งจะช่วยให้สามารถสั่งซื้อวัสดุในปริมาณที่มีต้นทุน

ทั้งหมดต่ำสุดต้นทุนดังกล่าว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา และราคาวัสดุที่ต้องจัดซื้อ 2) พัฒนาระบบการสั่งซื้อให้มีประสิทธิภาพ โดยจัดระบบสั่งซื้อที่มี ประสิทธิภาพ สามารถกำหนดจุดที่ต้องมีสิ่งซื้อใหม่ และในปริมาณที่ถูกต้อง การกำหนดจุดสั่งซื้อนั้นจะมีปัจจัยต่างๆ ที่ต้องพิจารณา คือ ปริมาณวัสดุสั่งซื้อประหยัด อัตราการใช้วัสดุ และช่วงเวลาระหว่างการจัดซื้อกับส่งของ (lead time)

6. การจัดการเกี่ยวกับปริมาณงานระหว่างการผลิต การบริหารการผลิตที่ จะทำให้มีปริมาณงานระหว่างการผลิตของธุรกิจการพิมพ์อยู่ในระดับต่ำที่สุด ก็คือ การวางแผนและควบคุมการผลิตให้เป็นไปอย่างราบรื่น งานที่ผลิตในกระบวนการผลิตสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดช่วง นอกจากนี้การจัดลำดับงานที่จะผลิตอย่างเหมาะสมก็มีส่วนช่วยลดปริมาณผลงานระหว่างการผลิตได้ โดยพิจารณาจัดลำดับให้ผลิตงานที่ใช้ระยะเวลาในการผลิตสั้นก่อนหรือผลิตงานที่มีกำหนดเสร็จก่อน

7. การจัดการเกี่ยวกับปริมาณสิ่งพิมพ์สำเร็จ ตัวแปรที่จะกำหนดปริมาณสิ่งพิมพ์สำเร็จที่จะมีคงคลัง เช่น ปริมาณขาย หรือปริมาณความต้องการของตลาดระยะเวลาการ จัดพิมพ์ สิ่งพิมพ์สำเร็จ ความคงทนในระหว่างการจัดเก็บ และต้นทุนในการสั่งซื้อและจัดเก็บสิ่งพิมพ์ คงคลัง การจัดเก็บสินค้าที่เป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จน้อยเกินไป ไม่เพียงพอต่อการขายจะมีผลให้ธุรกิจนั้นเสีย โอกาสในการขายสินค้านั้น แต่ถ้าจัดเก็บมากเกินไปก็จะเป็นต้นทุนที่จมกับสินค้าคงคลังมาก กระแสการไหลของทุนหมุนเวียนมีน้อยลง

ในธุรกิจการพิมพ์ของบริษัท วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่ใช้ในกระบวนการผลิต คือ กระดาษส่วนใหญ่บริษัทใช้กระดาษอาร์ต เนื่องจากราคาของกระดาษขึ้นลงไปตามภาวะราคากระดาษโลกอิงตามภาวะเศรษฐกิจ นโยบายและมาตรการต่างๆ ของหน่วยงานรัฐ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงเรื่องราคาวัตถุดิบ เพื่อลดความเสี่ยงในด้านนี้บริษัทได้ใช้การสั่งซื้อกระดาษประเภทหลักๆ ที่ใช้ในการผลิตนิตยสาร และงานรับจ้างพิมพ์ไว้ล่วงหน้า 3 – 6 เดือน แต่ถ้าเป็นการขึ้นลงของวัตถุดิบตามวงจรที่ไม่ ผันผวนมาก บริษัทจะสั่งซื้อลักษณะสั่งเป็น LOT ตามความต้องการงานพิมพ์แต่ละงาน สำหรับแหล่งซื้อวัตถุดิบ บริษัทจัดหาแหล่งซื้อวัตถุดิบโดยคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งซื้อตามสถานการณ์และสถานะตลาด โดยส่วนใหญ่บริษัทจะมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบและรายการสำรองไว้เพื่อป้องกันผลกระทบจากการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

สำหรับสายธุรกิจสำนักพิมพ์ ปัจจัยความเสี่ยง ด้านคู่แข่งชั้นในการผลิตนิตยสารหรือหนังสือเล่มมีลักษณะคล้ายคลึงกัน บริษัทมีมาตรการรองรับความเสี่ยงด้านคู่แข่งชั้น โดยการพัฒนาเนื้อหาสาระ จัดแบบรูปเล่มให้ทันสมัย และปรับปรุงคุณภาพของนิตยสารและหนังสือเล่มอย่างต่อเนื่อง และปัจจัยความเสี่ยงด้านสูญเสียกลุ่มลูกค้าจึงไม่กระทบมาก เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แน่ชัดและครอบคลุมอยู่ทุกกลุ่ม ส่วนอีกปัจจัยความเสี่ยงคือความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือเล่มที่เป็นลิขสิทธิ์ในประเทศ บริษัทมีทีมงานนักเขียนประจำกองบรรณาธิการที่มากด้วยประสบการณ์ สร้างสรรค์บทความและจัดทำคอลัมน์ต่างๆ อีกทั้งยังมีนักเขียนภายนอกและนักเขียนอิสระ เป็นนักเขียนประจำนิตยสารแต่ละฉบับ โดยบริษัทได้จ่ายค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม และเนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจครบวงจรทั้งผลิต และจัดจำหน่าย จึงทำให้นักเขียนไว้วางใจมอบหมายให้บริษัทเป็นผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยได้ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างบริษัทกับนักเขียนเป็นรายๆ กำหนด

คำตอบแบบอย่างชัดเจน ความเสี่ยงด้านค่าลิขสิทธิ์ในประเทศจึงไม่มีส่วนปัจจัยความเสี่ยงในการซื้อลิขสิทธิ์หนังสือแปลจากต่างประเทศ มีความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน ซึ่งบริษัทมีมาตรการรองรับคือพิจารณาคัดเลือกซื้อลิขสิทธิ์ที่เหมาะสมกับการผลิตของแต่ละสำนักพิมพ์ ดูแนวโน้มการขายได้ในอนาคต และภาระต้นทุนของหนังสือเป็นสำคัญ

## 5. การตลาด

การตลาดเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจใดๆ แม้ในธุรกิจการพิมพ์ก็เช่นเดียวกัน เพราะการตลาดมีส่วนให้ความต้องการของลูกค้าได้รับการตอบสนอง ทำให้เกิดกิจกรรมซื้อขายธุรกิจก็จะมีรายได้การผลิตหรือการบริการก็จะสามารถกระทำได้อีกต่อไป เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นธุรกิจก็สามารถขยายการผลิตหรือการบริการได้ การจ้างงานก็เพิ่มขึ้นผลทางอ้อมคือ ประชากรมีอำนาจซื้อสูงขึ้นทำให้เศรษฐกิจของประเทศก็จะดีขึ้นด้วย การดำเนินการพัฒนาด้านการตลาดของธุรกิจการพิมพ์จะเป็นการดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ เพิ่มยอดขาย เพิ่มปริมาณการสั่งพิมพ์หรือสั่งซื้อ อันจะมีผลให้เพิ่มรายได้มากขึ้น กำไรก็จะเพิ่มขึ้น และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ตลอดจนการยอมรับของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจก็จะมากขึ้น ผู้บริหารธุรกิจควรมีแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของธุรกิจดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ ก่อนที่จะเริ่มกิจกรรมด้านการตลาด เจ้าของธุรกิจควรพิจารณาปรับปรุงงานภายในองค์กร เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ สิ่งที่ต้องพิจารณาคือ ความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการจะได้จากธุรกิจที่ติดต่อกับ ซึ่งได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ

2. การพัฒนาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะขึ้นกับคุณภาพของกระบวนการผลิตด้วย ซึ่งจะเป็นแนวทางพัฒนาที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาทางด้านการผลิต ที่จะได้กล่าวต่อไป ในที่นี้จะกล่าวถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อันประกอบด้วยความสามารถในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือ ความคงทน และรูปแบบที่ดึงดูดใจ การพัฒนาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาจใช้กลยุทธ์ของการทำให้มีความแตกต่างกัน เช่น ถ้าเป็นธุรกิจสำนักพิมพ์จะหมายถึง คุณภาพของสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์เพื่อจำหน่าย มีการพัฒนาในด้านเนื้อหาที่มีการคัดสรรเนื้อหาที่น่าสนใจ ในเรื่องที่น่าสนใจ เป็นที่ต้องการของตลาดและแตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งมีการพัฒนาในด้านรูปแบบสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ แตกต่างจากหนังสือทั่วไป เป็นต้น ในการนี้อาจจะจำเป็นต้องใช้การวิจัยและพัฒนาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้สิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ มีการออกแบบอย่างมีเอกลักษณ์ รวมทั้งอาจมีการป้องกันการปลอมแปลงโดยใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิต นอกจากนี้ยังต้องการความร่วมมือจากทุกฝ่าย เช่น ฝ่ายการผลิตที่ต้องปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัย หรือพัฒนาให้ธุรกิจ ที่ดำเนินการนั้นมีความเชี่ยวชาญในขอบข่ายการจัดพิมพ์ด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นต้น

3. การพัฒนาด้านการบริการ การบริการด้านต่างๆ ที่ธุรกิจจะจัดให้มีสำหรับลูกค้าก็เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า แม้ว่าบริการจะไม่ใช่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เท่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เองก็ตาม แต่จะมีผลต่อความน่าเชื่อถือ และความประทับใจจากลูกค้า ให้เกิดความต้องการติดต่อกับธุรกิจอย่างต่อเนื่องต่อไป ซึ่งหมายถึงโอกาสที่จะได้ลูกค้าประจำและรักษา



ส่วนแบ่งทางการตลาดไว้อย่างคงที่ การบริการที่ต้องการการพัฒนา เช่น การบริการหลังการขาย ซึ่งจำเป็นในธุรกิจจัดจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ทางด้าน การพิมพ์ทักษะของพนักงานฝ่ายการตลาดที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ล้วนจะเป็นปัจจัยสำคัญให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และความนิยมชมชอบในองค์การการให้บริการจัดส่งแก่ลูกค้า เช่น สำนักพิมพ์มักจะมีการบริการจัดส่งสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์แล้วให้แก่ลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องมารับเอง จนกลายเป็นหน้าที่ของสำนักพิมพ์ที่ต้องดำเนินการการพัฒนาคุณภาพของการจัดส่ง อาจเป็นได้ทั้งความรวดเร็วในการจัดส่ง คุณภาพของงานที่จัดส่งอยู่ในสภาพสมบูรณ์ สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า เป็นต้น

4. การพัฒนาด้านราคา ราคาสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ได้สิ่งที่ต้องการให้การดำเนินกลยุทธ์ด้านราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งขั้นได้ก็คือ การลดต้นทุนของการผลิตให้ต่ำที่สุด โดยต้องให้ฝ่ายต่างๆ ขององค์การร่วมมือกันที่จะหาหรือพัฒนาวัสดุการทางผลิตที่มีราคาถูกลง เทคโนโลยีการผลิตที่ง่ายขึ้น ใช้จำนวนบุคลากรลดลง ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการผลิตแต่ในส่วนของการตลาด การพัฒนาปรับปรุงทางด้านราคาสามารถทำได้หลายวิธีเช่น

4.1 การกำหนดเกณฑ์การประเมินราคา หรือกำหนดราคาที่เหมาะสมเหตุผล สามารถทำกำไร ขณะเดียวกันต้องสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขั้นได้

4.2 การยอมให้มีการยืดหยุ่นของราคา สามารถต่อรองได้เช่น การประเมิน ราคา งานพิมพ์ให้แก่ลูกค้าในกรณีที่ต้องการมีการแข่งขันสูง

4.3 การพิจารณาให้มีส่วนลดแก่ลูกค้าพิเศษ หรือลูกค้าที่มีปริมาณการซื้อสูง เช่น ถ้าเป็นธุรกิจสำนักพิมพ์อาจจะพิจารณาให้มีส่วนลดให้แก่ผู้ที่ซื้อหนังสือทั้งชุดหรือให้มีส่วนลด ผู้ที่เป็นสมาชิกของสำนักพิมพ์ เป็นต้น

4.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้า จะทราบกำลังซื้อของลูกค้า เช่น กลุ่มนักเรียนหรือบุคคลระดับผู้บริหารยอมมีกำลังซื้อมากกว่าลูกค้าที่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา การกำหนดราคาหนังสือหรือสิ่งพิมพ์สำหรับนักเรียนก็อาจจะสูงกว่าราคาหนังสือสำหรับนักเรียน นักศึกษา เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อการกำหนดรายละเอียดทางการพิมพ์ให้เหมาะสมกับราคาที่กำหนดไว้ด้วย

4.5 การแสวงหาตลาดเพิ่มเติม เมื่อธุรกิจกำลังดำเนินการอยู่ในระยะเสื่อมถอย มีการเจริญเติบโตต่ำ ซึ่งเป็นช่วงที่มีอัตรากำไรปกติของยอดขายเริ่มลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าของวัสดุคงคลังและสินค้าคงคลังกับเครดิตสินเชื่อของลูกค้า ทำให้เป็นปัญหาของเงินทุนหมุนเวียนลดลง ธุรกิจนั้นก็อาจจะเกิดภาวะวิกฤตที่เสี่ยงต่อการล้มเลิกของกิจการได้ ในสภาพการณ์ดังกล่าว แนวทางการพัฒนาทางการตลาด โดยการแสวงหาตลาดเพิ่มเติม หรือความพยายามหาตลาด ที่ให้กำไรได้ดีจะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มตลาดโดยยังยึดติดกับธุรกิจเดิม แต่เพิ่มขอบข่ายของตลาดมากขึ้น เช่น ตลาดในภูมิภาคต่างๆ หรือตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศ หรือเป็นการพัฒนาธุรกิจไปหลายๆ ด้านเพื่อให้มีการขยายตลาดออกไปให้กว้างขึ้น

วิธีการแสวงหาตลาดเพิ่มเติม อาจจะใช้วิธีการเชิงรุกที่ใช้วิธีการที่สามารถเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุด ถ้าเป็นธุรกิจสำนักพิมพ์ก็จะใช้วิธีส่งพนักงานฝ่ายขายติดต่อสอบถามหน่วยงานที่คาดว่าจะจัดพิมพ์งาน หรือมีสาขาของสำนักงานจัดตั้งในแหล่งชุมชน ในศูนย์การค้า หรือ มีสาขาของ

สำนักพิมพ์ในภูมิภาคต่างๆ ตามจังหวัดที่คาดว่าจะมีการสั่งพิมพ์งานเป็นจำนวนมาก เป็นต้น นอกจากนี้ การพิจารณารับงานพิมพ์เพื่อส่งออก ก็จะเป็นการขยายตลาดงานออกไปสู่ต่างประเทศ ในการนี้ จำเป็นต้องพัฒนากระบวนการด้านอื่นๆ เพื่อให้มีศักยภาพ ที่สามารถผลิตงานพิมพ์เพื่อการส่งออกได้ด้วย

ในการแสวงหาตลาดเพิ่มเติมนี้ จะต้องเข้าใจลักษณะตลาดแต่ละประเภทที่จะเข้าไปด้วย ปกติจะแบ่งเป็นตลาดผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในขั้นสุดท้าย และตลาดองค์กรที่เป็นหน่วยงานที่มีวัตถุประสงค์ได้ทั้งการนำไปใช้ในขั้นสุดท้าย นำไปผลิตหรือนำไปขายต่อ โดยจะต้องพิจารณาว่าตลาดประเภทใดที่ธุรกิจการพิมพ์สามารถขยายขอบเขตไปได้พฤติกรรมของการซื้อขายแลกเปลี่ยน เป็นอย่างไร

การศึกษาวิจัยตลาด การศึกษาวิจัยตลาดเป็นเครื่องมือที่จะทำให้สามารถพัฒนาธุรกิจ ที่ดำเนินการได้ในทิศทางที่ถูกต้องจะเน้นที่ความต้องการของลูกค้าโดยการหาข้อมูล เกี่ยวกับประเภท ของงานพิมพ์ที่ลูกค้าต้องการ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า และการว่าจ้างพิมพ์ ศักยภาพในอนาคตทาง การตลาด (potential market) ควรจะเป็นอย่างไรเทคโนโลยีของงานและ กระบวนการผลิตควรจะเป็น อย่่างไร รวมทั้งการกำหนดแผนการตลาดที่จะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถมองเป็นประโยชน์และ ความได้เปรียบของธุรกิจอย่างชัดเจน จึงจะทำให้สามารถผลิตและ พัฒนางานพิมพ์ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้ดีนอกจากนี้ยังทำให้มีความได้เปรียบด้านต้นทุน และสร้างจุดแข็งให้แก่ธุรกิจด้วย

นอกจากจะเป็นการวิจัยตลาดของธุรกิจการพิมพ์แล้ว ยังรวมทั้งการวิจัยและพัฒนา สิ่งพิมพ์ที่จะจัดพิมพ์ด้วย ซึ่งอาจมีลักษณะเป็นการวิจัยเบื้องต้น การวิจัยประยุกต์ การวิจัย พัฒนาและ การวิจัยเพื่อการพาณิชย์ ทั้งนี้ขึ้นกับผลข้อมูลที่จะนำไปใช้ในด้านการตลาด ส่วนใหญ่ องค์การธุรกิจควร จะจัดสรรงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาประมาณร้อยละ 1-2 ของรายได้

การร่วมมือกันและการขยายขอบข่ายธุรกิจ การแยกกันดำเนินธุรกิจบางครั้ง จะเกิด ปัญหาของการแย่งลูกค้าในสภาวะที่มีการแข่งขันกันสูง ทำให้มีการตัดราคา ซึ่งมีผลให้ไม่สามารถควบคุม ราคาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ได้บางครั้งอาจจำเป็นต้องผลิตงานพิมพ์ในราคาที่ไม่สามารถ ทำกำไรได้แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาดของธุรกิจการพิมพ์และการจัดพิมพ์ อีกแนวทางหนึ่งก็ คือ การร่วมมือกันของธุรกิจการพิมพ์ โดยการนำเอาทรัพยากรที่แตกต่างกันของ ธุรกิจต่างๆ มารวมกัน หรือโดยการขยายขอบข่ายงานธุรกิจไปในสาขาที่แตกต่างกัน การร่วมมือและการขยายขอบข่ายงาน ธุรกิจจะทำให้เกิดการประหยัดอันเกิดจากการดำเนินการได้โดยสามารถ ตัดทอนสิ่งที่ดำเนินการซ้ำซ้อน กันได้ ทั้งยังได้ประโยชน์ในด้านประสบการณ์และความรู้ด้านเทคนิค จากธุรกิจที่จะร่วมมือด้วย นอกจากนี้การที่ธุรกิจการพิมพ์ สามารถร่วมมือกันได้จะทำให้สามารถกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรม การพิมพ์ได้หรือการก่อตั้งสมาคมหรือองค์การรูปแบบอื่นๆ เพื่อเสนอปัญหาของการดำเนินธุรกิจพร้อม ข้อเสนอแนะแก่รัฐบาลหรือดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม

ความร่วมมือกันหรือการขยายขอบข่ายธุรกิจ อาจเป็นการรวมกันในแนวตั้งหรือ ในแนวนอน โดยการรวมกันแนวตั้งจะเป็นรวมกันของธุรกิจที่ดำเนินการต่อเนื่องกันในทิศทางไป ข้างหน้าหรือข้างหลัง หรือในขั้นตอนก่อนหรือหลังผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่

การรวมกันในตลาดไปข้างหน้า (forward market) เป็นการรวมธุรกิจกับธุรกิจที่มีขั้นตอนต่อจากธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ เช่น การรวมธุรกิจสำนักพิมพ์กับธุรกิจที่ให้บริการจัดจำหน่ายหรือขนส่งไปยังกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเพื่อสามารถควบคุมธุรกิจการจัดพิมพ์ได้จนครบวงจร เป็นต้น

ส่วนการรวมในตลาดไปข้างหลัง (backward market) เป็นการรวมธุรกิจที่มีขั้นตอนอยู่ก่อนหน้าธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ เช่น การรวมธุรกิจสำนักพิมพ์กับธุรกิจผลิตกระดาษ หรือ ธุรกิจผลิตหมึกพิมพ์ เพื่อให้มีความมั่นคงในด้านการจัดหากระดาษหรือหมึกพิมพ์ได้เพียงพอต่อความต้องการการรวมกันของธุรกิจสำนักพิมพ์กับธุรกิจแยกสีเพื่อทำให้มีความมั่นคงในด้านความต้องการ แยกสีของสำนักพิมพ์ เป็นต้น

การรวมกันในแนวนอน จะเป็นการรวมกันของธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น ธุรกิจสำนักพิมพ์หนังสือเล่มกับธุรกิจสำนักพิมพ์นิตยสาร เพื่อจัดพิมพ์หนังสือออกสู่ตลาดได้กว้างขวางขึ้น เพิ่มความต้องการและยอดขายมาสูงขึ้น หรือการรวมตัวของธุรกิจสำนักพิมพ์ทั่วไปกับธุรกิจ สำนักพิมพ์แบบฟอร์มคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจที่ร่วมมือกันนั้นมีข้อได้เปรียบทางการตลาดเหนือธุรกิจที่ผลิตงานพิมพ์ได้อย่างเดียว สามารถเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายทางธุรกิจกันได้เพื่อเป็นเสริมคุณค่า ซึ่งกันและกัน โดยทำให้มีสายการผลิตที่จะผลิตงานพิมพ์ได้กว้างขึ้น

โดยสรุปการร่วมมือกันหรือการขยายขอบข่ายธุรกิจจะมีผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้เป็นลดปัจจัยการผลิตที่ต้องการใช้เพื่อการผลิตลง โดยแต่ละธุรกิจไม่จำเป็นต้องจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิตที่ไม่ได้ใช้ หรือใช้อย่างไม่เต็มที่ ธุรกิจที่ร่วมมือกันจะสามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การใช้ปัจจัยการผลิตก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นภาระต้นทุนการผลิตจะลดลง จึงทำให้สามารถแข่งขันด้านต้นทุนหรือราคาได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำให้ขยาย สายการผลิตของธุรกิจให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นด้วย เพราะสามารถขยายธุรกิจให้เข้าไปอยู่ในสาขาธุรกิจใหม่ หรือการผูกสัมพันธ์โดยการแบ่งสรรธุรกิจให้แก่กัน

อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติการรวมธุรกิจอาจสร้างปัญหาในการดำเนินงาน ได้เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ร่วมทุน หรือผู้ที่ทำธุรกิจร่วมกันนั้นอาจขัดแย้งกัน ทำให้หลักการที่ตั้งไว้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

รัฐมีส่วนที่สามารถสนับสนุนธุรกิจการพิมพ์ในด้านการตลาดได้โดยการออก กฎหมายและมาตรการช่วยเหลือด้านการลดหย่อนอัตราภาษี เช่น อัตราภาษีค่าเช่าของเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น อันจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลงโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการพิมพ์ และการจัดพิมพ์เพื่อการส่งออก เนื่องจากสามารถกำหนดราคาให้ต่ำลงได้ก็จะมีโอกาสที่จะขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้

ในการบริหารองค์กรควรคำนึงถึงเรื่องหลักการตลาด เพราะเป็น กระบวนการหนึ่งในการบริหาร ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลสนองต่อความจำเป็นและความต้องการใน การสร้าง (creating), การเสนอ (offering) และการแลกเปลี่ยน (exchange) ผลลัพธ์ทำให้มีมูลค่ากับบุคคลอื่นจากแนวความคิดพื้นฐานของการตลาดได้กล่าวถึงส่วนประสมการตลาด ที่ว่าด้วยกลุ่ม ของตัวแปรที่ควบคุมทางการตลาด

ซึ่งบริษัทสามารถนำมาประสมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยแยก ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ (ยงยุทธ พงศ์ศิริพันธ์ และคณะ, 2547: 269)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทั้งการเลือกผลิตภัณฑ์การ เพิ่มหรือลดรายการผลิต ตราสินค้า การกำหนดมาตรฐาน และการจัดเกรดของสินค้า ซึ่งในการจัดทำ นิตยสารจึงควรคำนึงถึงเรื่องของการจัดทำและพัฒนานิตยสารให้มีความเหมาะสมตรงตามความต้องการ ของผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

2. การจัดจำหน่าย (place) คือ เรื่องของเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ โดยต้องพิจารณา จากคำถามที่ว่า ที่ไหน เมื่อไร และใคร เป็นผู้เสนอสินค้า ผู้ให้บริการ และการจำหน่ายผ่านช่องทางใด

3. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้อง กับการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่จะออกจำหน่ายโดยวิธีต่างๆ รวมถึงการส่งเสริมการขาย โดยการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยส่งเสริมการตลาดติดต่อสื่อสารให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจใน ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายมากขึ้น

4. ราคา (price) คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม โดยสิ่งที่จะต้องคำนึง คือ ลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย การกำหนดกำไร การให้ส่วนลด และกฎหมายเกี่ยวกับการ ควบคุมราคาสินค้า จากส่วนประสมการตลาด (4Ps) เป็นการแสดงให้เห็นถึงมุมมองผู้ผลิตซึ่งเป็น เครื่องมือกระตุ้นผู้ซื้อ ส่วนในมุมมองของผู้ซื้อเครื่องมือทางการตลาดถูกออกแบบเพื่อส่งมอบประโยชน์ ให้แก่ลูกค้าโดย โรเบิร์ต เลาเทอร์บอร์น กล่าวว่า 4Ps (ส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้ผลิต = Product (ผลิตภัณฑ์), Price (ราคา), Place (การจัดจำหน่าย) และ Promotion (การส่งเสริม การตลาด)) ในมุมมองของผู้ผลิตจะสะท้อนให้เห็น 4Cs (ส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้ซื้อ = Customer Solution (การแก้ปัญหาให้ลูกค้า), Customer Cost (ต้นทุนของลูกค้า), Convenience (ความสะดวก) และ Communication (การติดต่อสื่อสาร)) ในมุมมองของผู้ซื้อ (ยงยุทธ พงศ์ศิริพันธ์ และคณะ, 2547: 23)

4Cs เกิดจากในปัจจุบันมีการขยายธุรกิจมีลักษณะที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ธุรกิจ ไม่สามารถเจริญเติบโตได้ในธุรกิจแบบเดิมและพยายามกระจายความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น โดยพยายาม ขยายตลาดไปสู่ระดับชาติหรือระดับนานาชาติ รวมถึงความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้าน การสื่อสาร ทำให้ข่าวสารต่างๆ ไหลไปสู่ส่วนต่างๆ ของประเทศหรือทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิด แนวคิดใหม่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (พจมาน เตียวัฒน์รัฐติกาล, 2547: 163)

## 6. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ในการดำเนินงานขององค์กรความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี มีส่วนเกี่ยวข้อง ต่อกระบวนการผลิตในทางบวกคือ มีส่วนทำให้องค์กรได้มีโอกาสพัฒนาให้ทันกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่วนผลกระทบในทางลบคือ ทำให้องค์กรต้องประสบกับการแข่งขันด้านเทคโนโลยีกับองค์กรคู่แข่งมากขึ้น (Rosenfeld and Wilson, 1999: 346) ซึ่งทอมป์สัน (อ้างถึงใน ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2546: 122) ได้แบ่งเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตออกเป็น 3 ประเภท โดยพิจารณาจากลักษณะของเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างที่เรียกว่า ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งหมายถึงระดับที่พนักงานและหน่วยงาน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการทำงาน

1. เทคโนโลยีเป็นตัวกลางเชื่อมกับลูกค้า (mediating technologies) หมายถึง เทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อมโยงลูกค้าให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต

2. เทคโนโลยีมีลำดับขั้นตอนในการทำงาน (long-linked technologies) คือ ลักษณะการใช้เทคโนโลยีในโรงงาน ซึ่งเทคโนโลยีมีส่วนเกี่ยวข้องต่อกระบวนการผลิตที่มีความต่อเนื่อง เป็นการพึ่งพาการทำงานระหว่างหน่วยงานเป็นลำดับต่อเนื่องกัน เนื่องจากผลผลิตของหน่วยงานหนึ่งจะเป็นปัจจัยนำเข้าของอีกหน่วยงานหนึ่ง

3. เทคโนโลยีที่อาศัยระบบการผลิตหลายระบบรวมกัน (intensive technologies) คือ เทคโนโลยีที่มีความสามารถผลิตสินค้าและบริการได้หลากหลาย เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผลผลิตของหน่วยงาน ก. เป็นปัจจัยนำเข้าของหน่วยงาน ข. และผลผลิตของหน่วยงาน ข. กลับมาเป็นปัจจัยนำเข้าของหน่วยงาน ก.

การเข้าสู่ธุรกิจออนไลน์ ที่ใช้เงินลงทุนและจำนวนบุคลากรน้อย ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีทุนไม่สูงสามารถเข้ามาในธุรกิจการพิมพ์ได้ง่ายขึ้น ทั้งการสร้างเว็บไซต์ออนไลน์ การทำ E-book หรือ E-Magazine ที่ช่วยประหยัดวัตถุดิบ ทั้งกระดาษ หมึกพิมพ์ แม่พิมพ์ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ อาทิ ค่าขนส่ง ค่าส่วนแบ่งให้กับคนกลาง เช่น สายส่งหรือร้าน นอกจากนี้การจ้างนักเขียนอิสระสามารถลดต้นทุนพนักงานลงได้ อย่างไรก็ตาม รายได้จากสื่อออนไลน์ในส่วนของยอดขายสิ่งพิมพ์จะหายไปและแทนที่ด้วยรายได้จากการโฆษณา อย่างไรก็ตามการทำสื่อผ่านช่องทางออนไลน์สิ่งสำคัญก็คือการมีเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อดึงให้คนติดตามและกระตุ้นให้สินค้าสนใจลงโฆษณา

การให้บริการลูกค้าในลักษณะ Solutions เนื่องจากงานการพิมพ์รุ่นใหม่ปรับเปลี่ยนไปตามตลาด โดยเฉพาะการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ การนำเสนอสินค้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มคนเหล่านี้จึงอาจทำผ่านสื่อ Social Media ขณะเดียวกันควรนำระบบการให้บริการครบวงจรแบบ One-Stop Service เริ่มตั้งแต่การวางแผนการผลิตร่วมกับลูกค้า ไปจนถึงการส่งมอบสินค้า นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาบุคลากร ด้านการตลาดรวมถึงการออกแบบให้มีความเชี่ยวชาญหลากหลายตามสินค้า E-commerce ที่มีจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันบุคลากรด้านนี้ไม่เพียงพอและยังขาดทักษะกับงานพิมพ์และการตลาดรูปแบบใหม่

## สรุป

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่มีผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางต้องให้ความสำคัญเพื่อให้รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ควรมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวด้วยการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และเลือกใช้วิธีการในการเข้าถึง อย่างถูกต้องจะทำให้ผ่านวิกฤตการณ์ไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ควรสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัลให้มากขึ้น ด้วยการนำเสนอควบคู่ไปกับสื่อออนไลน์ แม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงไปแต่สื่อก็ยังคงอยู่ เพราะปัจจัยสำคัญที่กำหนดความเป็นไปของสื่อ คือ ผู้บริโภค ที่ยังต้องการรับรู้ข้อมูล

## บทที่ 3

# นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์

## นโยบายไทยแลนด์ 4.0

“Thailand 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้

“Thailand 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบาย ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ได้แก่

1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม
2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์
3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

“Thailand 4.0” คือ ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมามีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ยุคแรก

ยุคแรก เรียกว่า “Thailand 1.0” เน้นการเกษตรเป็นหลัก เช่น ผลิตและขาย พืชไร่ พืชสวน หมู หมาก ไข่ เป็นต้น

ยุคสอง เรียกว่า “Thailand 2.0” เน้นอุตสาหกรรมแต่เป็นอุตสาหกรรมเบา เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

ปี 2559 จัดอยู่ในยุคที่สาม เรียกว่า “Thailand 3.0” เป็นอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ ถ่านหิน น้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น แต่ประเทศไทยในยุคที่ 1.0 2.0 และ 3.0 รายได้ประเทศยังอยู่ในระดับปานกลาง จึงต้องริบพัฒนาเศรษฐกิจสร้างประเทศ จึงเป็นเหตุให้หันไปสู่ยุคที่สี่ ให้รหัสใหม่ว่า “ประเทศไทย 4.0” ให้เป็นเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) มีรายได้สูง โดยวางเป้าหมายให้เกิดภายใน 5-6 ปีนี้ คล้ายๆ กับการวางภาพอนาคตทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนของประเทศที่พัฒนา เช่น สหรัฐอเมริกา “A Nation of Makers” อังกฤษ “Design of Innovation” อินเดีย “Made in India” หรือ ประเทศเกาหลีใต้ที่วางโมเดลเศรษฐกิจในชื่อ “Creative Economy”

## 1. ลักษณะของไทยแลนด์ 4.0

“ประเทศไทย 4.0” เป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรี ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

ดังนั้น “ประเทศไทย 4.0” จึงควรมีการเปลี่ยนวิธีการทำที่มีลักษณะสำคัญ คือ เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups บริษัทเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

## 2. การพัฒนาการของ Thailand 4.0

หลายประเทศกำหนดโมเดลเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 อาทิ สหรัฐอเมริกาพูดถึง A nation of Makers อังกฤษกำลังผลักดันประเทศสู่ Design of Innovation จีนประกาศโมเดล Made in China 2025 ส่วนอินเดียกำลังขับเคลื่อน Made in India หรือเกาหลีใต้วางโมเดลเศรษฐกิจเป็น Creative Economy และมองมาประเทศใกล้เคียง อย่างประเทศลาว ยังประกาศโมเดลเศรษฐกิจเป็น Power of ASEAN

ที่ผ่านมาประเทศไทยมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเราจะเริ่มนับกันตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ปี พ.ศ.2504 ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจไทย

แผนภาพที่ 3-1 โมเดลขับเคลื่อนความมั่นคงของประเทศไทย



ที่มา : วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปประเทศไทยและการปรับเปลี่ยนกลไกภาครัฐ, สถาปนิกรูปแห่งชาติ

**Thailand 1.0** ประเทศเราเป็นประเทศเกษตรกรรม เน้นการเกษตร และส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลัก เช่น ข้าว ยางพารา น้ำตาล มันสำปะหลัง พืชไร่ พืชสวน และเลี้ยงสัตว์ ต่อมาเราก็คิดว่า เอ เราเอาข้าวไปแลกของใช้ แลกเครื่องมือ เครื่องจักร มันจะคุ้มหรือ อีกอย่างสินค้าเกษตรมีผลผลิตที่ไม่แน่นอน ผลผลิตที่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องฤดูกาล และดิน ฟ้า อากาศ ซึ่งควบคุมไม่ได้ จึงเกิดยุคต่อมาเป็น Thailand 2.0

**Thailand 2.0** ช่วงนี้เป็นช่วงที่เราเริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ โดยจะเน้นไปที่อุตสาหกรรมเบา อุตสาหกรรมที่เป็นพื้นฐานของประเทศ และอุตสาหกรรมที่เน้นใช้แรงงานคนเป็นหลัก ในช่วงแรกเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า หลังจากนั้นก็เริ่มมีการส่งออก เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ทำให้ประเทศเริ่มมีศักยภาพมากขึ้น

**Thailand 3.0 (ยุคปัจจุบัน)** ช่วงนี้เป็นยุคของอุตสาหกรรมหนัก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ กลั่นน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ เพื่อเน้นการส่งออก

ในช่วงแรก Thailand 3.0 มี GDP เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องใกล้เคียงระดับ 10% ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2530 – 2534 ซึ่งในช่วงปี พ.ศ.2539 กำลังจะกลายเป็นเสือตัวที่ 5 ของเอเชีย ทั่วโลกต่างจับตามอง เรากำลังจะเป็นประเทศพัฒนาแล้วก่อนปี พ.ศ.2560

ในปี พ.ศ. 2540 ได้เกิดวิกฤตต้มยำกุ้ง

ในปี พ.ศ. 2541 – 2548 กำลังฟื้นตัว โต 4-8% ต่อไป เป็นยุคทองของ SMEs

ในปี พ.ศ. 2549 เกิดการปฏิวัติ มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ประเทศเข้าสู่ช่วงความขัดแย้งทางการเมืองที่ยาวนาน

หลังปี 2549 เศรษฐกิจเราเริ่มชะลอตัว GDP ค่อยๆ ลดลงเหลือหลัก 3-4 % ต่อปี เท่านั้น ช่วงมีน้ำท่วมใหญ่ก็ติดลบขึ้นเรื่อยๆ หลังจากนั้นจึงมีโครงการรถคันแรก และอื่นๆ GDP ก็กลับไปใกล้ๆ 10% อีกครั้ง แต่หลังจากนั้นก็โตแค่หลัก 1-2% เท่านั้น สุดท้ายก็ประสบปัญหารายได้ปานกลางมาเป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว และที่น่ากลัวที่สุดคือจะแก่ง่อนรอย (ประเทศที่เจอปัญหาสังคมสูงอายุก่อนหน้าอย่าง ยุโรป และ ญี่ปุ่น ก็ยังไปไม่รอด) โดยมีปัญหาที่สะสมมานาน เช่น ปัญหาการทำประมงแบบผิดกฎหมาย ปัญหาองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ และปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน

นับตั้งแต่ประเทศไทยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยนโยบายต่างๆ พบว่า มีการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงสุดเฉลี่ยถึง 7% ต่อปี แต่มาถึงหลังปี 2540 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลงมาเป็น 3-4% ต่อปี

เหตุผลสำคัญเพราะ

1. ประเทศไทยไม่เคยปรับโครงสร้างเศรษฐกิจอย่างจริงจังมาก่อน
2. ไม่เคยมีการพัฒนาเทคโนโลยีของตัวเอง
3. แรงงานยังมีทักษะไม่ดีพอจนกลายเป็นปัญหาความเหลื่อมล้ำของโอกาส

ด้วยเหตุนี้ รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนทิศทางการขับเคลื่อนของประเทศ แนวด้วยความคิดประเทศไทย 4.0 เพื่อผลักดันประเทศให้หลุดพ้นกับดัก 3 กับดักที่กำลังเผชิญ คือ



1. กับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)
2. กับดักความเหลื่อมล้ำ (Inequality Trap)
3. กับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap)

จากปัญหาและองค์ประกอบทั้งหมดที่ผ่านมา เป็นที่ชัดเจนว่า โมเดลเศรษฐกิจแบบ Thailand 3.0 ไม่สามารถพาประเทศให้เดินต่อไปข้างหน้าได้ จึงได้มีความพยายามที่ปรับเปลี่ยนประเทศสู่ยุคใหม่คือ Thailand 4.0 เพื่อให้ประเทศไทยให้กลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง

### 3. กลไกขับเคลื่อน (Engines of Growth)

3 กับดักสำคัญที่ประเทศกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน อันประกอบด้วย กับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) กับดักความเหลื่อมล้ำ (Inequality Trap) และกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) ถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างโมเดลใหม่ในการพัฒนาประเทศขึ้นมา คือ โมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งจะสามารถพัฒนาประเทศไทยให้หลุดพ้นทั้ง 3 กับดัก พร้อมกับการนำประเทศมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างเป็นทางการ โดยโมเดลประเทศไทย 4.0 จะประกอบด้วยกลไกในการขับเคลื่อนความมั่งคั่ง (Engines of Growth) เพื่อสามารถพัฒนาประเทศไปสู่ ความมั่งคั่งได้ ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3-2 โมเดลกลไกขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0



ที่มา : วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปประเทศไทยและการปรับเปลี่ยนกลไกภาครัฐ, สถาบันรูปแห่งชาติ

### 3.1 Productive Growth Engine

เป้าหมายสำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (High Income Country) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ กลไกดังกล่าวประกอบไปด้วย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ การบริหารจัดการสมัยใหม่ และการสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม กิจกรรมร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่ รวมถึงการบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการตอบโจทย์ความพยายามในการก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางที่ไทยกำลังเผชิญอยู่

### 3.2 Inclusive Growth Engine

เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์และเป็นการกระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งที่เกิดขึ้น โดยกลไกนี้ประกอบด้วย การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อตอบโจทย์ประเด็นปัญหาและความท้าทายทางสังคมในมิติต่างๆ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งและสามารถ แข่งขันได้ในเวทีโลก การสร้างงานใหม่ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การยกระดับขีดความสามารถ การเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตการ เปลี่ยนแปลงจากภายนอก และการจ่ายภาษีให้แก่ผู้มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข (Negative Income Tax) เพื่อแก้ไขกับดักความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

### 3.3 Green Growth Engine

การสร้างความมั่งคั่งของไทยในอนาคต จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์การหลุดออกจากกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อม โดยกลไกนี้ประกอบด้วย การมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน การปรับแนวคิดจากเดิมที่คำนึงถึงความได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) หัวใจสำคัญอยู่ที่การพัฒนากระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อันจะเกิดประโยชน์กับประเทศและประชาคมโลกด้วยในเวลาเดียวกัน

ทั้ง 3 กลไกขับเคลื่อน ประเทศไทย 4.0 ถือเป็นการปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ความมั่งคั่งอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ซึ่งถือเป็นเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจจากการพึ่งพาการลงทุนต่างประเทศ มีการลงทุนการวิจัยและพัฒนาตัวเองน้อยมากโดยมุ่งเน้น การพัฒนาการศึกษาคน สร้างการวิจัยและพัฒนา โครงสร้างเศรษฐกิจ ให้ไทยสามารถอยู่ได้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งรัฐบาลต้องกล้าพอที่จะถอดกับดักจากการดึงเงินลงทุนต่างประเทศ เอาเทคโนโลยีของต่างชาติมา และต้องยืนอยู่บนขาตัวเองในระดับหนึ่ง

โดยสรุป กระบวนทัศน์ในการพัฒนาประเทศไทยภายใต้ “ประเทศไทย 4.0” เป็นอีกนโยบายหนึ่งที่เป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะยาว เป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์รัฐบาล เป็นรูปแบบที่มีการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมๆ กัน เป็นการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิด “ประชารัฐ” ที่ผนึกกำลังกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจการวิจัยพัฒนาและบุคลากรทั้งในประเทศและระดับโลก

#### 4. การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศ

การพัฒนาประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง แล้วก้าวไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงนั้น จำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอันเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาในด้านความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมต่าง ๆ

โดยปกติแล้วเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ จะมีวงจรชีวิตของนวัตกรรม (Innovation Lifecycle) ซึ่งอธิบายได้ด้วยกราฟเส้นโค้งรูปตัวเอส หรือ S-curve โดยเป็นกราฟแสดงการเติบโตของ เทคโนโลยี ที่ใช้อธิบายถึงประสิทธิภาพและความประหยัดต้นทุนของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาที่ผ่านมา

ในระยะแรกที่เทคโนโลยีเพิ่งได้รับการคิดค้นขึ้นมาใหม่นั้น เทคโนโลยีดังกล่าวยังต้องการการ ปรับปรุงประสิทธิภาพหลายอย่างซึ่งต้องใช้ทั้งเงินลงทุนและเวลา เมื่อพัฒนาต่อไป ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี ก็จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงจุดที่เทคโนโลยีเริ่มมีการอิ่มตัว ซึ่งองค์กรต้องแสวงหานวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ หรือ S-curve เส้นใหม่เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อไป ไม่เช่นนั้น องค์กรนั้นก็หยุดนิ่งหรือล้าหลังในที่สุด ในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ก็เช่นเดียวกัน เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ต้องมีการเตรียมการเพื่อแสวงหานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ เพื่อการต่อยอด S-curve เดิมที่กำลังจะถึงจุดอิ่มตัว ให้มีการพัฒนาต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงต้องมุ่งเน้นการพัฒนา อุตสาหกรรมใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป

กลุ่มอุตสาหกรรมของประเทศไทยในปัจจุบันสามารถจำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 กลุ่มตามมูลค่าทางเศรษฐกิจและแนวโน้มในการเติบโตในอนาคต ได้แก่

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) คือ อุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพความเชี่ยวชาญในการผลิต และเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างมูลค่าการค้ำเป็นจำนวนมาก แต่หากขาดการพัฒนาต่อยอดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ อุตสาหกรรมกลุ่มนี้จะถึงจุดอิ่มตัวและมีความสามารถในการเติบโตต่ำ จึงจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาช่วยพัฒนาให้กลุ่มอุตสาหกรรมนี้เติบโตต่อไปได้

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างเข้มข้น กลุ่มนี้มีความสามารถในการเติบโตต่อไปในอนาคตสูง แต่เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมใหม่ ยังมีผู้ประกอบการน้อย กลุ่มอุตสาหกรรมยังไม่เข้มแข็ง มูลค่าทางเศรษฐกิจยังไม่มากนักเมื่อเทียบกับกลุ่มแรก ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้

กลุ่มที่ 3 อุตสาหกรรมที่ควรปฏิรูป เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีแบบเดิมในการผลิต มีความสามารถในการเติบโตจำกัด และบางอุตสาหกรรมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่มากนัก เมื่อเทียบกับกลุ่มแรก ดังนั้นในอุตสาหกรรมกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีการปฏิรูปอุตสาหกรรมใหม่ เช่น การรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ อุตสาหกรรมใหญ่เพิ่มการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มีการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เพื่อให้อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้สามารถพัฒนาต่อไปได้

ในกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 3 กลุ่มที่กล่าวมานั้น อุตสาหกรรมกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมกลุ่มเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) และ อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) เป็น อุตสาหกรรมเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เป็นการท่องเที่ยว และสร้าง S-curve ตัวใหม่ ซึ่งเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) และเป็นเครื่องมือในการ ผลักดันให้ประเทศก้าวเข้าสู่ ประเทศไทย 4.0

## 5. ความท้าทายจากพลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัล

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการใช้ชีวิตของประชาชนทุกคน การดำเนินงานของภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาสังคมทุกๆ องค์กร แต่เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลาและยากต่อการคาดเดาในระยะยาว ดังนั้น การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จึงต้องตระหนักและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและนัยจากการเปลี่ยนแปลงนั้น ดังมีตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนี้

5.1 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เกิดความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีบทบาทสำคัญในช่วง 5 ปีข้างหน้า ได้แก่ เทคโนโลยีสื่อสารที่มีความเร็วและคุณภาพสูงมาก (new communications technology) เทคโนโลยีอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบทุกที่ทุกเวลา (mobile/ wearable computing) เทคโนโลยีการประมวลผลแบบคลาวด์ (cloud computing) เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data analytics) เทคโนโลยีการเชื่อมต่อของสรรพสิ่ง (internet of things) เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ (3D printing) และเทคโนโลยีความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (cyber security) โดยมีเทคโนโลยีอื่น เช่น robotics หรือ autonomous car เป็นเรื่องสำคัญในอนาคตระยะยาว

5.2 การหลอมรวมของกิจกรรม เกิดการหลอมรวมระหว่างกิจกรรมทาง เศรษฐกิจ สังคมของโลกออนไลน์และออฟไลน์ (convergence of online and offline activities) โดยที่เทคโนโลยีใหม่หรือการใช้เทคโนโลยีเดิมในรูปแบบใหม่ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างระบบเศรษฐกิจสังคมของโลกเสมือนและโลกทางกายภาพเกือบจะเลือนหายไป โดยกิจกรรมของประชาชน ธุรกิจ หรือรัฐ จะถูกย้ายมาอยู่บนระบบออนไลน์มากขึ้น เช่น การสื่อสาร การซื้อขาย สินค้า การทำธุรกรรมทางการเงิน การเรียนรู้ การดูแลสุขภาพ การบริการของภาครัฐ ฯลฯ

5.3 ผู้บริโภคกลายเป็นผู้ผลิต เกิดแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดการผลิตมากขึ้น (consumption to production) โดยในอดีตที่ผ่านมาสังคมในระดับประชาชนยังใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมสาระบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ แต่ในยุคปัจจุบันนั้น จะเป็นโลกที่ประชาชนและผู้บริโภคกลายเป็นผู้ผลิต โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อทำให้เกิดผลผลิตและรายได้มากขึ้น

5.4 การแข่งขันบนฐานนวัตกรรม เกิดการแข่งขันที่อยู่บนพื้นฐานของนวัตกรรม สินค้าและบริการ (innovation economy) โดยในโลกยุคดิจิทัลนี้ การแข่งขันในเชิงราคาจะเป็นเรื่องของอดีต (เช่น การตัดราคา สินค้าและบริการกันทางออนไลน์) และธุรกิจที่ไม่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเดิมของตน หรือสร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด จะไม่สามารถแข่งขันได้อีกต่อไป

5.5 ยุคของระบบอัจฉริยะ เกิดการใช้ระบบอัจฉริยะ (smart everything) มากขึ้นเรื่อยๆ จากนี้ไปจะเป็นยุคของการใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันอัจฉริยะต่างๆ ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ระดับประชาชน เช่น การใช้ชีวิตประจำวันในบ้าน การเดินทาง การดูแลสุขภาพ การใช้พลังงาน ไปถึงระดับอุตสาหกรรม เช่น การเกษตร การผลิตสินค้า ในโรงงาน หรือแม้กระทั่งเรื่องการเฝ้าระวัง ภัยพิบัติ การดูแลสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ อีกมากมายในอนาคต

5.6 การแข่งขันด้วยข้อมูลดิบ ข้อมูลทั้งจากผู้ใช้งาน และจากอุปกรณ์เซ็นเซอร์ต่างๆ จำนวนมหาศาล โลกดิจิทัลจึงเป็นโลกของการแข่งขันด้วยข้อมูล ซึ่งศักยภาพในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ จะเป็นเรื่องจำเป็นและเป็นพื้นฐานสำหรับทุกหน่วยงานและองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญมาก ทั้งในเชิงธุรกิจและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะกลายเป็นประเด็นสำคัญที่สุดในยุคของ big data

5.7 การแพร่ระบาดของภัยไซเบอร์ เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ตามมาอีกหลายรูปแบบ เช่น การก่อกวน สร้างความรำคาญแก่ผู้ใช้ระบบ การเข้าถึงข้อมูลและระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต การรั่วรัยข้อมูลและระบบ การสร้างความเสียหายแก่ระบบ การจารกรรมข้อมูลบนระบบคอมพิวเตอร์ (ข้อมูลการค้า การเงิน หรือข้อมูล ส่วนตัว) หรือแม้แต่การโจมตีโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญยิ่งยวดที่สามารถทำให้ระบบเศรษฐกิจ หยุดชะงักและได้รับความเสียหายหรือเกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้คน โดยที่ภัยไซเบอร์เหล่านี้ล้วนแล้วแต่พัฒนาอย่างรวดเร็วตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และบ่อยครั้งยังเป็นเรื่องที่ทำจากนอกประเทศ ทำให้การป้องกันหรือติดตามจับกุมการกระทำผิดเป็นเรื่องที่ยากและสลับซับซ้อนมากขึ้นอีกด้วย

## 6. ประโยชน์ของไทยแลนด์ 4.0

ในการผลักดันให้ประเทศก้าวเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมี 5 กลุ่มเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวช่วยสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทั้ง 2 กลุ่ม ประกอบไปด้วย

6.1 การต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) ซึ่งเป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรม เดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทาง เศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลางในลักษณะการต่อยอด ประกอบด้วย

6.1.1 อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ได้แก่ การผลิตเครื่องยนต์และชิ้นส่วนเครื่องยนต์ ผลิต ชิ้นส่วนยานพาหนะที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ผลิตชิ้นส่วนความปลอดภัยและประหยัดพลังงาน ผลิตอุปกรณ์สำหรับ รถยนต์ Hybrid, Electric Vehicles (EV) และ Plug in Hybrid Electric Vehicles (PHEV) ผลิตยางล้อ ผลิต ชิ้นส่วนระบบเชื้อเพลิง ผลิตชิ้นส่วนระบบส่งกำลัง ผลิตรถจักรยานยนต์ (ยกเว้นที่มีความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 248 ซีซี) ยานยนต์ไฟฟ้า

6.1.2 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ได้แก่การผลิตดังต่อไปนี้ - กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ : SSD, OLED/Flat Panel Display, Chip on Board LED, Sensors , RFID , Electronic Controlling devices, Internet of Things/Smart Home, CCTV, Wearable Devices, อุปกรณ์โทรคมนาคม - กลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพ : HDD, IC, Diode, Transistor, Multilayer PCB และ Flexible Printed Circuit - กลุ่มกิจการออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ : Microelectronics Design, Embedded System Design, IC Design

6.1.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ สร้างมูลค่า การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เป็นต้น

6.1.4 การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ ได้แก่ การผลิตสารสกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติสารออกฤทธิ์ (Active Ingredient) จากวัตถุดิบทางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ (ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางแปรง) เป็นต้น

6.1.5 อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ (Functional Foods) อาหารทางการแพทย์ (Medical Food) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) นวัตกรรมอาหาร (Food Innovation) เป็นต้น

6.2 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve) เนื่องจากทั้ง 5 อุตสาหกรรมเดิมมีขีดจำกัดไม่เพียงพอที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนา New S-curve ควบคู่ไปด้วย เพื่อเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี ประกอบด้วย

6.2.1 อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics) ได้แก่ หุ่นยนต์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ กระบวนการฉีดพลาสติก อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หุ่นยนต์ด้านการแพทย์ เป็นต้น

6.2.2 อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) ได้แก่ กิจการสาธารณูปโภค และบริการเพื่อการขนส่ง ศูนย์รวมกิจการโลจิสติกส์ทันสมัย การบริการและซ่อมบำรุงอากาศยาน (Maintenance, Repair and Overhaul: MRO) อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน ธุรกิจมูลค่าสูงที่ต้องการความเร็วจากการขนส่งทางอากาศ (Time Sensitive Product) อากาศยานไร้คนขับ (Drone) การผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน ระบบนำทางและซอฟต์แวร์ต่างๆ และสถาบันการศึกษาและอบรมด้านการบิน เป็นต้น

6.2.3 อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Bio chemicals) ได้แก่ อุตสาหกรรมเคมีชีวภาพครบวงจร เคมีชีวภาพและพลาสติกชีวภาพ (Bio-Chemical/Biolistic) การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio economy)

6.2.4 อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) ได้แก่ สมอกลฝังตัว (Embedded Software) ซอฟต์แวร์ช่วยในการบริหารจัดการ (Enterprise Software) เนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภค (Consumer insight Analytics and Data Center) ระบบประมวลผลกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ระบบความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (Cyber Security) เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตเชื่อมต่ออุปกรณ์ (Internet of Thing) เมืองอัจฉริยะ (Smart City) สื่อและอนิเมชันสร้างสรรค์ (Creative Media and Animation)

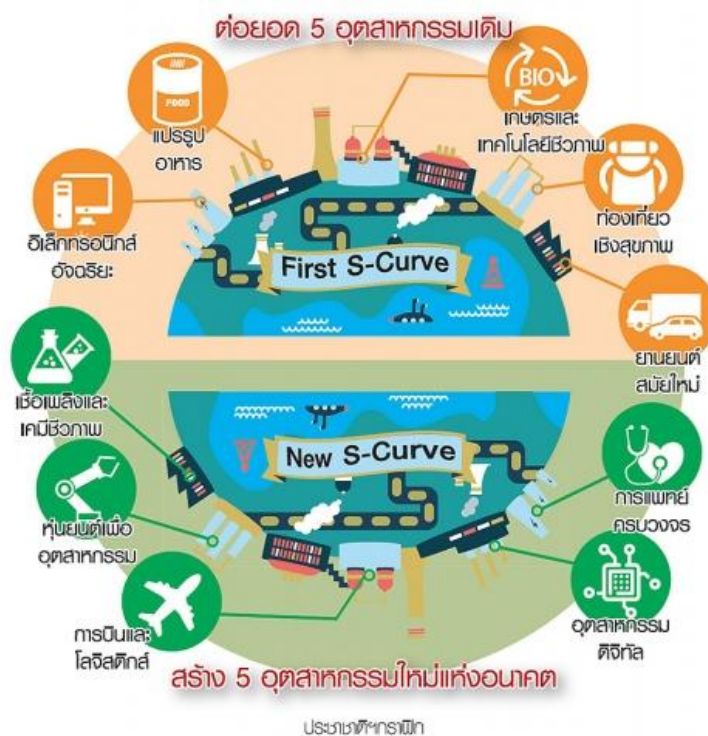
6.2.5 อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ได้แก่ การบริการทางการแพทย์ การแพทย์ทางไกลผ่าน ICT เพื่อการติดตาม ปรีกษา วินิจฉัย และรักษา การผลิตเครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ การผลิตยา ยาประเภทชีววัตถุต้นแบบ (Biologic) ชีววัตถุคล้ายคลึง (Bio similar) และการ ผลิตยาสมุนไพร

6.3 อุตสาหกรรมที่ต้องปฏิรูป เนื่องจากอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้มีหลายอุตสาหกรรมที่ยังใช้เทคโนโลยี เดิมในการผลิต มีความสามารถและแนวโน้มในการเจริญเติบโตที่จำกัด และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงต้องมีการปฏิรูปอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ใหม่ เช่น การรวมอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเพิ่มการ ออกแบบที่สร้างสรรค์ การออกแบบที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น เสื้อผ้า Nanotech สำหรับเล่นกีฬา เครื่องนุ่งห่มสำหรับวงการแพทย์ เครื่องนุ่งห่มที่ช่วยด้านสุขภาพ เป็นต้น กลุ่มถัดมาได้แก่ การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมวัสดุ (Material) ที่รวบรวมอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น โลหะ อโลหะ ไม้ ปูน เซรามิก แก้วและกระจก โดยอุตสาหกรรมวัสดุต้องมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมพัฒนาวัสดุ ต่าง ๆ เช่น พัฒนาวัสดุผสม (Composite Material) หรือการพัฒนาวัสดุให้ทนทาน ยั่งยืน และเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม (Sustainable Material) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและพลาสติก ที่สามารถพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีในการผลิตให้เป็นเทคโนโลยีสะอาดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างให้อุตสาหกรรมสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้

การที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนา โดยต้องมีการกำหนดกรอบเทคโนโลยีหลักเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยการแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมให้เป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน โดยการเติมความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อปรับโครงสร้างจากกลุ่มอุตสาหกรรมดั้งเดิมสู่กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าและความซับซ้อนสูง ซึ่งขับเคลื่อนด้วย 5 กลุ่มเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่

แผนภาพที่ 3-3 อุตสาหกรรมเป้าหมาย : กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth)



ที่มา : วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปประเทศไทยและการปรับเปลี่ยนกลไกภาครัฐ, สถาปนิกรูปแห่งชาติ

1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech) เป็นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีทางการเกษตร (Agritech) เทคโนโลยีอาหาร (Foodtech) เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากชีวภาพ หรือมีการแปรรูปวัสดุชีวภาพ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม การเกษตรแปรรูป ซึ่งมีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งตัวอย่างแนวโน้มของเทคโนโลยี ในกลุ่มคลัสเตอร์นี้ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) ในการปรับปรุงพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ และการใช้ชีววิทยาศาสตร์ และกลุ่มอุตสาหกรรมชีวภาพ เช่น เชื้อเพลิงชีวภาพ และเคมีชีวภาพ เป็นต้น

2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) การใช้เทคโนโลยีสุขภาพ (Healthtech) เทคโนโลยีการแพทย์ (Meditech) ในการผลิตสินค้าและบริการด้านสุขภาพ เช่น ยา สมุนไพร อาหารเสริม อุปกรณ์ทางการแพทย์ และการบริการทางการแพทย์ และสาธารณสุข ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน และพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ ทั้งในแง่ของอุปกรณ์และมาตรฐานของการบริการ โดยแนวโน้มของเทคโนโลยีในกลุ่มคลัสเตอร์นี้ ได้แก่ การสร้างอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ระดับนาโน เทคโนโลยีการตรวจวัดสุขภาพผ่านอุปกรณ์สวมใส่ (Wearable devices) การพิมพ์แบบ 3 มิติ ซึ่งสามารถช่วยในการรักษาและฟื้นฟูอวัยวะหรือเนื้อเยื่อต่างๆ ของร่างกายได้

3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะหุ่นยนต์และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics) การพัฒนาเทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotech) ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

3.1 หุ่นยนต์บริการ ที่สร้างมูลค่า ได้แก่ หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติด้านการแพทย์ การศึกษา ด้านการเกษตร และหุ่นยนต์ช่วยเหลือผู้สูงอายุและให้บริการสังคม และ

3.2 หุ่นยนต์ในอุตสาหกรรม ที่สามารถต่อยอด และส่งเสริมกลุ่มอื่นได้อีก โดยเฉพาะหุ่นยนต์ที่ช่วยในการผลิตยานยนต์สมัยใหม่ โดย แนวโน้มของเทคโนโลยีในกลุ่มคลัสเตอร์นี้ ได้แก่ เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เทคโนโลยีหุ่นยนต์ อุตสาหกรรม การใช้อุปกรณ์และเซนเซอร์ไร้สาย เป็นต้น

4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology) การพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ (Internet of Things: IoT) การพัฒนา ด้าน คลังข้อมูล (Big Data) การพัฒนาสมาร์ตซิตี้ ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว การจองที่พัก สมาร์ทฟาร์ม (Smart Farm) ที่ใช้ระบบสารสนเทศในการเก็บข้อมูลการผลิตพืชผล จนถึงการจำหน่าย หรือ Wellness and Medical IoT Service บริการทางสุขภาพครบวงจร ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น โดยแนวโน้มของเทคโนโลยีในกลุ่มคลัสเตอร์นี้ ได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมโยงอุปกรณ์ต่างๆ การใช้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การพัฒนาด้าน อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาเมืองให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ เป็นต้น

5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services) เป็นการใช้นวัตกรรมช่วยในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพัฒนาสินค้า และการบริการ ได้แก่ อุตสาหกรรมแฟชั่น เช่น เครื่องนุ่งห่ม สิ่งทอ เครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์และแอนิเมชัน เช่น ภาพยนตร์ การพิมพ์ สิ่งพิมพ์อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ เช่น เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ของขวัญ ของชำร่วย ของตกแต่งบ้าน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตัวอย่างแนวโน้มของเทคโนโลยีในกลุ่ม



คลัสเตอร์นี้ ได้แก่ เทคโนโลยีการ ออกแบบ (Designtech) เพื่อออกแบบและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ที่มีเอกลักษณ์การสร้างสรรค์บรรจุกัญท์ที่สื่อถึงวัฒนธรรม ออกแบบโฆษณาในรูปแบบใหม่ที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการออกแบบอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีการท่องเที่ยว (Traveltech) เพื่อสนับสนุน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

ประเทศไทย 4.0 จึงเป็นการถักทอเชื่อมโยงเทคโนโลยีหลัก เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยใช้พลังประชารัฐในการขับเคลื่อนผู้มีส่วนร่วมหลัก ประกอบด้วย ภาคเอกชน ภาคการเงิน การธนาคาร มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่างๆ โดยเน้นตามความถนัดและจุดเด่นของแต่ละองค์กร โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน

## 7. นโยบาย 4.0 ด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์

การเปลี่ยนแปลงของโลกด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเข้าสู่สังคมที่เรียกว่า “สังคมดิจิทัล” ทำให้ประเทศไทยต้องเร่งนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะบริบทของประเทศไทย เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลสามารถตอบโจทย์ปัญหาความท้าทายของประเทศที่กำลังต้องเผชิญหรือเพิ่มโอกาสในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดี

7.1 แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รัฐบาลได้กำหนดและมอบหมายให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ต่อมาภายหลังมีการปรับเปลี่ยนเป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นผู้รับมอบหมายทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ จากความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2559 โดยแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีเป้าหมาย ในภาพรวม 4 ประการ คือ

7.1.1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างสรรค์ นวัตกรรมการผลิต การบริการ

7.1.2 สร้างโอกาสทางสังคมอย่าง เท่าเทียมกัน ด้วยข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆ ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

7.1.3 เตรียมความพร้อมให้บุคลากรทุกกลุ่ม มีความรู้และทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัล และ

7.1.4 ปฏิรูปกระบวนการทัศน์การทำงานและการให้บริการของภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย มุ่งเน้นการพัฒนาระยะยาวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับการทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แต่เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กำหนดทิศทางการพัฒนาและเป้าหมายเป็น 4 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน เรียกว่า Digital Foundation ประเทศไทย ลงทุน และสร้างฐานรากในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ระยะที่ 2 ระยะเวลา 5 ปี เรียกว่า Digital Thailand I: Inclusion เชื่อมโยงทุกภาคส่วนของประเทศไทย มีส่วนร่วมในเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลตามแนวทางประชารัฐ

ระยะที่ 3 เรียกว่า Digital Thailand II: Full Transformation ประเทศไทยก้าวสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ที่ขับเคลื่อนและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลได้อย่างเต็มศักยภาพ

ระยะสุดท้าย เรียกว่า Global Digital Leadership ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว สามารถใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน

7.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้วิสัยทัศน์และเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลบรรลุผล แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนา 6 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยกำหนดให้เทคโนโลยีที่ใช้มีความเร็วพอเพียงกับความต้องการ และให้มีราคาค่าบริการที่ไม่เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงบริการของประชาชนอีกต่อไป นอกจากนี้ ในระยะยาวโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะกลายเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จะกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศโดยผลักดันให้ภาคธุรกิจไทย ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการลดต้นทุน การผลิตสินค้าและบริการ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาไปสู่การแข่งขันเชิงธุรกิจรูปแบบใหม่ในระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียม ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จะมุ่งสร้างประเทศไทยที่ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกร ผู้ที่อยู่ในชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการต่างๆ ของรัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล มีข้อมูลองค์ความรู้ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก และมีประชาชนที่รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และมีทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล จะมุ่งใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้เกิดบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ โดยไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ พื้นที่และภาษา นำไปสู่การหลอมรวม การทำงานของภาครัฐเสมือนเป็นองค์กรเดียว นอกจากนี้รัฐบาลดิจิทัลในอนาคตจะเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ การบริหารบ้านเมืองและเสนอความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของ ภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล จะให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังคนวัยทำงานทุกสาขาอาชีพ ทั้งบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชน ให้มีความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาดในการประกอบอาชีพ และการพัฒนาบุคลากรในสาขาเทคโนโลยีดิจิทัลโดยตรง ให้มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้านในระดับมาตรฐานสากลเพื่อนำไปสู่การสร้างและจ้างงาน ที่มีคุณค่าสูงในยุคเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อน

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้าง ความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มุ่งเน้นการมีกฎหมาย กฎระเบียบ กติกามาตรฐานที่มีประสิทธิภาพทันสมัยและ สอดคล้องกับหลักเกณฑ์สากล เพื่ออำนวยความสะดวก ลดอุปสรรคเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบกิจกรรมและทำธุรกรรมออนไลน์ต่างๆ รวมถึง

สร้างความมั่นคง ปลอดภัย และความเชื่อมั่น ตลอดจนคุ้มครองสิทธิให้แก่ผู้ใช้งานเทคโนโลยี ดิจิทัล ในทุกภาคส่วน เพื่อรองรับการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้งานที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

## 5. ผลของนโยบาย 4.0 ที่มีต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์

สถานการณ์ปัจจุบันของวงการสื่อสิ่งพิมพ์ไทยอยู่ในภาวะวิกฤติ ทั้งในแง่รายได้จากการขายสื่อสิ่งพิมพ์และรายได้ จากการโฆษณา นับได้ว่าน่าจะเป็นการส่งสัญญาณว่าเป็นขาลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มาระยะหนึ่งแล้ว โดยทั้งยอดขายโฆษณาและยอดขายหนังสือไม่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเหตุผลว่าเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจไม่ดี แต่เมื่อประสบกับภาวะปกติรอบใหม่ (New Normal) ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ก็ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป อาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแผนนโยบายของประเทศ การเติบโตทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี โครงสร้างประชากรและ พฤติกรรมผู้บริโภค ย่อมส่งผลให้ปัจจัยสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนไป การทำธุรกิจสื่อจึงไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

จากนโยบายและแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ประเทศไทย 4.0 สรุปได้ว่า มีผลกระทบโดยตรงอย่างชัดเจนกับการอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะจากนโยบายที่แก้ไขปัญหากับภัยรายได้ปานกลาง ที่ทำให้เกิดกระแสอุตสาหกรรมดิจิทัลขึ้นมาแทนที่อุตสาหกรรมแบบเดิม และเป้าหมายประการหนึ่งที่สำคัญของแผนพัฒนาดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคมรวม คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิต การบริการ ผ่านแผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จะกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศโดยผลักดันให้ภาคธุรกิจไทยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการลดต้นทุนการผลิตสินค้า และบริการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ต้องได้รับผลกระทบโดยตรงจากกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมดิจิทัล และเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ จึงจำเป็นต้องปรับตัวตามกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมดิจิทัลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นักวิชาการ Alisonhamm (2010) ให้มุมมองว่า องค์กรสื่อกำลังพยายามทดลองรูปแบบรายได้ใหม่ๆ รูปแบบรายได้ในระยะยาวคือ การหาห่วงโซ่คุณค่าของวารสารศาสตร์แบบใหม่ (New Value Chain of Journalism) ห่วงโซ่คุณค่า คือ ห่วงโซ่ของกิจกรรมที่แต่ละกิจกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มเข้าไปในสินค้าและ/หรือบริการ มีมากกว่าการผลิต การเผยแพร่ และการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค แต่มีบทบาทใหม่ๆ เพิ่มเติมเข้ามา เช่น บทบาทการรวบรวมข้อมูล การแชร์ การสร้างเครือข่าย การสร้างผลกระทบ ซึ่งในแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่าแห่งวารสารศาสตร์แบบใหม่นี้ ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้ดำเนินการแต่เพียงลำพังดังเช่นในอดีต แต่สามารถเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศของห่วงโซ่คุณค่าแห่งวารสารศาสตร์ ได้แก่ ผู้รับข่าวสาร ผู้เป็นข่าว ซึ่งชาวแบบนี้ ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อบริโภค ในขณะที่เดียวกันองค์กรสื่อสามารถให้บริการชาวทั่วไปฟรีบนออนไลน์

นอกจากการปรับตัวเรื่องการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาใช้ในการปรับตัวเชิงโครงสร้างธุรกิจแล้ว สิ่งสำคัญที่มีผลต่อการอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ คือ การปรับกลยุทธ์ธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์และกระบวนการทำงานของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะการปรับกลยุทธ์ธุรกิจควรเน้นการเปลี่ยนจากธุรกิจที่ฐานรายได้หลักจากสื่อประเภทเดียว ไปสู่ธุรกิจที่มีรายได้อื่นจากฐานของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งหลักกลยุทธ์ธุรกิจแบบนี้จะทำให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์อยู่รอด ไม่ใช่เน้นเรื่องการผลิตเนื้อหา (Content is the king) อย่างเดียวต่อไปไม่ได้แต่ต้องสร้างสรรค์ด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ พินชา

อัมสมบุรณ์ (2016) บรรณาธิการนิตยสารและเว็บไซต์ในประเทศและต่างประเทศ ที่กล่าวไว้ในงานสัมมนา ทางรอดของสื่อไทยในยุคดิจิทัลว่า “ความเป็นสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) กับสื่อดิจิทัล (Digital Media) ไม่ชัดเจนขึ้น แยกออกจากกันไม่ได้ คนทำ สื่อ ทำ เนื้อหาอย่างเดียวกันไม่ได้ ต้องเข้าใจและดูแลด้วย ทางรอดขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอ จับความสนใจคนอ่านได้ตั้งแต่หัวเรื่องและเกริ่นนำให้เขาอยากอ่านจนจบเนื้อหาปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติของคนอ่านและ หาไอเดียใหม่ๆ ในการสร้างความแตกต่าง จนเกิดตลาดเฉพาะด้าน (Niche Market)

## สรุป

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างชัดเจนกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ดังนั้นธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จะต้องมีการปรับตัวด้วยกัน 3 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยแรก คือ การปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ต้องนำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างของธุรกิจ ต้องมีการปรับโครงสร้างอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้และมีการออกแบบโครงสร้างของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ นโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 ปัจจัยที่ 2 คือ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ที่เน้นการเปลี่ยนจากธุรกิจที่ฐานรายได้หลักจากสื่อประเภทเดียวไปสู่ธุรกิจที่มีรายได้อื่นจากฐานของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จนกลายเป็นการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) เพื่อสร้างวิธีการนำเสนอในการสร้างความแตกต่างจนเกิดเป็นตลาดเฉพาะด้าน (Niche Market) และปัจจัยสุดท้าย คือ การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานที่ไม่ได้เน้นเรื่องการผลิตเนื้อหาอย่างเดียว ต้องบวกการสร้างสรรค์และเชื่อมโยงแพลตฟอร์มกับสื่อดิจิทัลให้ได้ ตลอดจนการส่งเสริมให้บุคลากรของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น

## บทที่ 4

# การวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

## การปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

การปรับโครงสร้างเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและการพัฒนาโครงสร้างเป็นการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ให้เอื้อต่อการประกอบกิจการในรูปแบบต่างๆ จากแผนการพัฒนาระเทคโนโลยีประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมประกอบด้วย

### 1. โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Physical Infrastructure)

เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม เช่น

1.1 จัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) เพื่อส่งเสริมการลงทุนและการค้า โดยมีมาตรการเพื่อสนับสนุนการลงทุน ทั้งในรูปแบบเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน สำหรับธุรกิจที่เน้นการใช้แรงงาน และใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นบริเวณชายแดนหรือประเทศเพื่อนบ้าน และเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์เพื่อมุ่งเน้นส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์เป้าหมาย ซึ่งเป็นธุรกิจที่อาจไม่เหมาะสมกับชายแดน และเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต เช่น กิจการวิจัยและพัฒนา กิจการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

1.2 พัฒนาเขตนิคมอุตสาหกรรม (Industrial Estate) หรือเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค โลจิสติกส์ ระบบน้ำ การบำบัดน้ำเสีย ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีมาตรการจูงใจต่างๆ ในการส่งเสริมการลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรม/เมืองอุตสาหกรรมที่ได้พัฒนาขึ้น

1.3 พัฒนาการให้บริการด้านการทดสอบและวิจัยพัฒนาแบบครบวงจร ในลักษณะ Share Service เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ได้ เช่น ศูนย์ทดสอบ (Testing Center) ศูนย์วิจัยและพัฒนา (Research Center) ศูนย์ออกแบบอุตสาหกรรม (Industrial Design Center) ศูนย์ส่งเสริมงานวิจัยสู่การผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Transformation Center : ITC) ให้ครอบคลุมอุตสาหกรรมเป้าหมาย รวมทั้งการสร้างระบบการเชื่อมโยงข้อมูล องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ระหว่างสถาบันวิจัยและภาคธุรกิจสำหรับเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

1.4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและสาธารณูปโภค เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม เช่น การขนส่งระบบราง ระบบไฟฟ้า/น้ำเพื่อการอุตสาหกรรม

1.5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในเชิงระบบ เช่น ระบบบริหารจัดการขยะ/กากอุตสาหกรรม ระบบการมาตรฐาน ระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม ระบบบริหารจัดการงานวิจัยสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เป็นต้น

## 2. โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Infrastructure)

เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการประกอบกิจการอย่างแพร่หลาย และวางรากฐานของการขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมไปสู่ Industry 4.0 ที่ข้อมูลดิจิทัลและระบบการผลิตแบบอัตโนมัติจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิต จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานทางด้านดิจิทัล เช่น

2.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High Speed Broadband) ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ รองรับการสื่อสารและการทำธุรกรรมต่างๆ ด้วยอินเทอร์เน็ต

2.2 พัฒนาอินเทอร์เน็ตแบนด์วิดท์ระหว่างประเทศ (International Internet Bandwidth) และการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างประเทศ

2.3 สนับสนุนการลงทุนสร้างศูนย์ข้อมูล (Data Center) เพื่อการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ

2.4 พัฒนาการให้บริการ Public Cloud ให้ครอบคลุมการจัดเก็บข้อมูล ประมวลผล และการเชื่อมโยงต่างๆ

2.5 พัฒนา e-Government ในการให้บริการประชาชนให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

## 3. การสร้างองค์กรนวัตกรรมและความยืดหยุ่น

3.1 Centers of Excellence ทีมที่รวมตัวจากหลายหน่วยงาน (inter-disciplinary team) แบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ปัญหาหรือทำงานพัฒนาปรับปรุง หมายถึงทีม (team) หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกัน (shared facility) หรือสิ่งที่มีอยู่ (entity) ที่ให้ความเป็นผู้นำ การชักชวนให้ผู้อื่นกระตือรือร้นสนใจ การปฏิบัติที่ดีที่สุด (best practices) การทำวิจัย การสนับสนุน และ/หรือ การฝึกอบรม ในองค์ความรู้เฉพาะ (focus area) ด้านใดด้านหนึ่ง ทั้งองค์ความรู้เฉพาะด้านอาจเป็นเทคโนโลยี แนวคิดเชิงธุรกิจ หรือทักษะบางอย่าง หรืออาจเป็นกลุ่มวิชากว้างๆ

3.2 Center of Innovation ทีมที่เป็นอิสระจากองค์กรปกติ ที่คิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ รูปแบบธุรกิจ เป็นศูนย์กลางที่พร้อมเปิดรับความร่วมมือด้านงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมกับทุกหน่วยงาน ให้เกิดการต่อยอดสร้างสรรค์นวัตกรรมแห่งอนาคต เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวคิดระหว่างกัน หรือหากงานวิจัยสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ ที่มุ่งมั่นส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค และสามารถพัฒนาต่อยอดสู่งานนวัตกรรมเพื่ออนาคตอย่างเป็นรูปธรรม ฯลฯ

## การปรับกลยุทธ์ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

### 1. การพัฒนาด้านการตลาดเชิงรุก

1.1 การนำผู้ประกอบการไปเปิดตลาดยังต่างประเทศ (outgoing mission) ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้มีการจับคู่/เจรจาธุรกิจกับ ต่างประเทศเพื่อขยายลิขสิทธิ์ในเนื้อหา/งานพิมพ์ (content)

เพื่อหาพันธมิตรทางธุรกิจ/ผู้ร่วมทุนในต่างประเทศที่มีความสามารถด้านการตลาดสูงกว่าจะช่วยพัฒนาช่องทางการตลาดและได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อขายโปรแกรม (เป็นภาษาต่างประเทศ) ที่ใช้ในการสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการนำไปใช้งานของผู้ประกอบการสำนักพิมพ์หรือสำหรับนักเขียนที่ต้องการสร้างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไปเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ (publisher edition) เป็นต้น

1.2 การเชิญผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมโรงพิมพ์/สำนักพิมพ์ในประเทศไทย/นิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เห็นศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

1.3 การเข้าร่วมงานหนังสือนานาชาติในต่างประเทศ เพื่อการสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย

1.4 การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทย

## 2. การพัฒนาด้านการตลาดเชิงรับ

2.1 การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับประเด็น/กระแสความนิยม/เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ในตลาดโลกที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยเพื่อการเตรียมความพร้อมในการปรับตัว

2.2 จัดโครงการฝึกอบรมทางด้านการพิมพ์ Lithographic Printing เป็นโครงการหลักสูตรเกียรติบัตร ระดับ 3 มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อพัฒนาความรู้ด้านเทคนิคและการผลิตตลอดจนการจัด กระบวนการฝึกทักษะในองค์กร เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบถึงหลักทฤษฎีและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิมพ์อันหลากหลายรวมถึงหมึกและยาเคมีต่างๆ เป็นต้น เตรียมรับมือกับปัญหาทางด้านเทคนิคต่างๆ รวมถึงได้เรียนรู้วิธีการผลิตตลอดจน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพของงานพิมพ์และได้ฝึกฝนจากกระบวนการทำงานจริงที่เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ

## 3. การปล่อยความคิดสร้างสรรค์

การปรับกลยุทธ์เป็นการปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์อย่างมีพลัง ไม่มีใครที่จะเดาถูกล่วงหน้าได้ เมื่อกำลังเผชิญกับปัญหาความไม่แน่นอน กระบวนการปรับกลยุทธ์คือการเปลี่ยนแปลงเพื่อรับมือกับความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในขั้นตอนของการพัฒนานวัตกรรม นอกเหนือจากการปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นอิสระแล้ว ความสามารถที่จะรู้ตัวว่าเมื่อไรและอย่างไร (when and how) ที่จะต้องปรับกลยุทธ์เป็นความสามารถสำคัญที่มีความจำเป็นยิ่งสำหรับนวัตกรรม

นอกจากนี้ นวัตกรรมที่ดีควรต้องตระหนักด้วยว่า กลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปรับกลยุทธ์คือ การเรียนรู้อย่างรวดเร็ว เพราะหากคุณล้มเหลวที่จะเรียนรู้แล้ว มีความเป็นไปได้สูงที่คุณอาจจะยึดติดกับกรอบความคิดหลัก และวิธีการเดิมที่สร้างไว้ตั้งแต่เริ่มต้น แล้ววนเวียนอยู่กับการพัฒนาและปรับปรุงเล็กๆ น้อยๆ กับนวัตกรรมตรงนั้น โดยละเอียดข้อเท็จจริงไปว่าที่คุณพัฒนานวัตกรรมมาทั้งหมดนั้น คุณทำจากการคาดเดาล้วนๆ ซึ่งแน่นอนว่า ย่อมผิดพลาดไปแล้วเสียอย่างน้อย 90% โอกาสของนวัตกรรมที่ริบหรี่เพียง 1 ใน 10 ของความสำเร็จนี้ คือช่องว่างทางเดินที่คุณสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ผ่านการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมกว่าในที่สุด

## 4. การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง

กลยุทธ์นี้ควรสร้างความยอมรับให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวมด้วยเพื่อความอยู่รอดร่วมกัน ถ้าให้ตีความเน้นขายสินค้าหรือให้บริการที่มากคุณค่า คู่คุณค่า และจ่ายในราคาที่ประหยัดกว่าแต่

หาซื้อที่ไหนไม่ได้ หรือซื้อได้แต่ถ้าซื้อที่เราให้ความคุ้มค่า และให้คุณค่ากับผู้ซื้อและสังคมส่วนรวมเป็นอย่างมาก เช่นกลยุทธ์การขายสินค้า แบบนำสินค้าที่ใช้แล้วมาแลกซื้อสินค้าใหม่ในราคาที่ถูกลงกว่า หรือกลยุทธ์การเพิ่มเติมบริการเสริมในเรื่องการรับซื้อของเก่าที่ใช้แล้ว เพื่อนำไปแลกซื้อสินค้าใหม่ถึงบ้าน หรือแม้แต่การรับซื้อบรรจุภัณฑ์เก่าเพื่อแลกซื้อสินค้าใหม่ของเรา จะเห็นว่าถ้าแตกต่างแบบนี้ทุกคนได้ประโยชน์ทั้งนั้น สังคมส่วนรวมก็ได้ด้วย

### 5. สร้างความผูกพันในตราสินค้า

กิจการควรใช้กลยุทธ์การสร้างความผูกพันในคุณภาพ ความสำเร็จ และทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันในทุกสิ่งทุกอย่างของสินค้าและบริการ ซึ่งต้องทำให้มากขึ้นกว่าเดิมที่เน้นแค่ความผูกพันในความรู้สึกแต่เพียงอย่างเดียว เช่น กลยุทธ์การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการเสนอแนะวิธีพัฒนาคุณภาพสินค้าในช่วงวิกฤตเพื่อสร้างความอยู่รอดให้สินค้า เพราะลูกค้าเคยมีประสบการณ์ในการใช้เป็นอย่างดี ซึ่งกลยุทธ์สร้างความผูกพันแบบนี้ต้องมีวิธีการแสดงความขอบคุณที่ลูกค้าร่วมแสดงความคิดเห็นชื่นชม โดยอาจใช้ชื่อลูกค้าในรุ่นสินค้านั้นๆ หรือแสดงความขอบคุณในสื่อต่างๆ

### 6. สร้างความโดดเด่นในการบริการอย่างเฉพาะเจาะจง

เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในเรื่องคุณค่า ความสำเร็จในการใช้จ่าย เช่น กลยุทธ์การติดต่อกับลูกค้าประจำ และให้ความสำคัญในการให้บริการเสริม ตามที่ลูกค้าแนะนำ ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าการให้ความสำคัญและยอมรับฟังลูกค้า นำเสนอบริการตามที่ลูกค้าแนะนำแน่นอนลูกค้าก็จะไม่ไปใช้บริการของคู่แข่ง

### 7. สร้างความสะดวกสบาย ง่ายๆ ไม่สลับซับซ้อนในการซื้อสินค้าหรือในการเข้ารับบริการ

เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมาก ขณะที่ลูกค้าต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น กิจการควรนำเสนอรูปแบบการบริการที่ช่วยให้การตัดสินใจของลูกค้ากระทำได้ง่ายขึ้น ไม่ลำบาก โดยมุ่งเน้นการสร้างสินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวก เน้นความสบายให้ลูกค้ามากขึ้น เพื่อกระตุ้นความอยากซื้อ

## การปรับกระบวนการทำงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

### 1. การปรับปรุงกระบวนการ (Process Improvement)

คือ การปรับปรุงขั้นตอนการทำงานเพื่อสนองต่อสภาพปัญหา สภาพความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และสภาพแวดล้อม (คู่แข่ง ตลาด เทคโนโลยีใหม่)

### 2. ลดความเสียหายจากกระบวนการที่ไม่มีประสิทธิภาพ

คือ การกำจัดข้อผิดพลาด การสูญเสีย การสิ้นเปลืองในกระบวนการ (เวลา เงิน แรงงาน เครื่องมือ) ที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าในองค์กร อาทิเช่น

- 2.1 ความสูญเสียจากการผลิตมากเกินไป (Overproduction)
- 2.2 ความสูญเสียจากการเก็บวัสดุคงคลังที่ไม่จำเป็น (Unnecessary stock)
- 2.3 ความสูญเสียจากการขนส่ง ขนย้าย (Transportation)
- 2.4 ความสูญเสียจากกระบวนการที่ขาดประสิทธิผล (Non-effective Process)



2.5 ความสูญเสียจากการเคลื่อนไหว (Unnecessary Motion)

2.6 ความสูญเสียจากการรอคอย การว่างงาน (Idle time/Delay/Waiting)

2.7 ความสูญเสียจากผลผลิตของเสีย/แก้ไขงาน (Defects/Reworks)

### 3. สร้างบริการหรือนวัตกรรม

สร้างบริการหรือนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อขยายขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น One Stop Service หรือ Self Service

### 4. ใช้หลักการ ECRS ในการปรับปรุงงาน

E : ELIMINATE การตัดหรือยุบส่วนที่ไม่จำเป็นออก

C : COMBINE การรวมงานที่ใกล้เคียงไว้ด้วยกัน

R : REARRANGE การจัดลำดับขั้นตอนใหม่ให้เหมาะสม

S : SIMPLIFY การทำให้การทำงานง่ายขึ้น

### 5. การเตรียมตัวก่อนการปรับปรุงกระบวนการ

5.1 รู้สภาพปัจจุบัน (โดยการทำ SWOT)

5.2 คัดปัญหาโดยจำแนกจากผลการวิเคราะห์

5.2.1 ปัญหาจากกระบวนการ = ยืดเยื้อ ค่าใช้จ่ายผิดพลาดบ่อย ไม่ได้ตามเป้าหมาย

5.2.2 ปัญหาจากทรัพยากร = ไม่มี ไม่เพียงพอ

5.2.3 ปัญหาของคน

5.2.3.1 ปัญหาจากความรู้ความสามารถ = ไม่มีความรู้ ไม่มีความสามารถ

ขาดทักษะ

5.2.3.2 ปัญหาด้านทัศนคติ = ขัดแย้งกับคนอื่น ไม่มีจิตสำนึก ไม่เต็มใจ

ให้บริการ ไม่คิดให้เป็นระบบ ไม่คิดเชิงบวก

5.2.3.3 ปัญหาด้านบุคลิกภาพ = การสื่อสาร การพูดจา การนำเสนอ

การแต่งกาย

5.2.3.4 ปัญหาจากตัวบุคคลแต่ภายในองค์กร = ขาดวินัย ทุ่มเท ความ

รับผิดชอบ เห็นแก่ตัว

5.2.3.5 ปัญหาจากตัวบุคคลแต่เรื่องส่วนตัว = ปัญหาครอบครัว ปัญหา

ด้านการเงิน การแยกแยะเรื่องส่วนตัว เรื่อง งาน

### 6. กำหนดแผนการปรับปรุง

โดยใช้หลักการ 5W 1H เพื่อรวบรวมวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลจากข้อมูลที่ซับซ้อน ทำให้เป็นข้อมูลง่าย

What คือ เรื่องหลักของการรวบรวมข้อมูลเหตุผลและการนำเสนอ อาจจะเป็นที่ระบุไว้ในชื่อเรื่องและวัตถุประสงค์ อาจต้องจะกำหนดกระบวนการที่อาจประกอบด้วยส่วนที่เหลือของเอกสาร

Who สิ่งแวดล้อมอื่นๆ คนหรือกลุ่มความกังวลมันอาจอธิบายเอกสารหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการหรือขั้นตอน

When หมายถึงเมื่อไหร่ในเวลาใดที่เกี่ยวข้อง มันอาจจะเป็นส่วนหนึ่งกับจุดที่เหมาะสมที่จะต้องดำเนินการ บางครั้งมันอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของสถานการณ์ของการกระทำตามเงื่อนไข

Where เหตุการณ์หรือกระบวนการนั้น เกิดขึ้นที่ไหนเมื่อไหร่  
 Why เหตุใดถึงทำสิ่งนั้นหรือ เพราะเหตุใดถึงเกิดเหตุการณ์นั้นๆ อาจมีการพิจารณา  
 ที่ไม่เกี่ยวข้องอาจจะเกิดจากนโยบายหรือขั้นตอน  
 How เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นเป็นอย่างไรบ้าง เมื่ออธิบายนโยบายกระบวนการหรือ  
 ขั้นตอนอาจเป็นส่วนสำคัญที่สุด

## การปรับแนวทางดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

### 1. วัตถุดิบ

ในการดำเนินธุรกิจตามปกติของบริษัทจำเป็นต้องมีการสำรองวัตถุดิบให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า วัตถุดิบหลักของบริษัทคือกระดาษ ซึ่งคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 40 - 50 ของยอดขาย เนื่องจากภาวะปัจจุบันสินค้าประเภท Commodity มีราคาผันผวนมาก ซึ่งสินค้ากระดาษจัดเป็น Commodity ประเภทหนึ่งที่มีผู้บริโภครวมถึงผู้ประกอบการในธุรกิจสิ่งพิมพ์มานานกว่า 20 ปี ได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์และติดตามภาวะตลาดของวัตถุดิบในตลาดโลกและตลาดในประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผนในการสั่งซื้อและป้องกันความเสี่ยงโดยบริษัทอาจจำเป็นต้องสต็อกวัตถุดิบสำหรับลูกค้าที่มีสัญญาไว้และลูกค้าประจำ ส่วนหนึ่งเพื่อสามารถรักษาราคาวัตถุดิบที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ พร้อมกับชี้แจงให้ลูกค้าทราบและเข้าใจถึงสถานการณ์ของวัตถุดิบ รวมถึงความจำเป็นในการปรับราคา ต้องพยายามปรับราคาขายขึ้นตามราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น

### 2. ด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในการพิมพ์ โดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้การทำต้นฉบับของการพิมพ์ดีขึ้นและเร็วขึ้น แต่บางเทคโนโลยี เช่น สื่อ INTERNET, E-BOOK และ MAGAZINE ONLINE มีผลกระทบกับธุรกิจการพิมพ์บ้าง และมีผลกระทบมาก ในประเทศที่มีการพัฒนาสูง เช่น อเมริกา และประเทศในยุโรป สำหรับประเทศไทยเริ่มนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาและส่งผลให้สำนักพิมพ์ MAGAZINE ขึ้นนำในประเทศได้ลดจำนวนพิมพ์หนังสือ MAGAZINE ลงและใช้งานบางส่วนไปทำ Electronic Magazine (E-Magazine) โดย ปัจจุบันบริษัทยังไม่ได้รับผลกระทบมากนัก อย่างไรก็ตามบริษัทได้พยายามดูแลอย่างใกล้ชิดและศึกษาเพื่อพัฒนาไปสู่เทคโนโลยีใหม่ๆ และเตรียมเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

### 3. การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ ใช้วัตถุดิบหลักคือกระดาษ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ และจ่ายชำระหนี้ด้วยเงินตราต่างประเทศ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท โดยจะชำระค่าสินค้าเป็น USD เป็นการเปิด L/C และทำทรัสต์รีซีพ (Trut Receipt) ระยะเวลา 180 วัน อย่างไรก็ตาม บริษัทจะเลือกชำระเงิน ในช่วงเวลาที่เห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนเป็นอัตราที่เหมาะสม หรือทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

### 4. ด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า

บริษัทดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ และลูกค้าของบริษัทส่วนมากจะดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ปฏิทิน ฯลฯ ดังนั้นรายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายหนังสือ และโฆษณา ซึ่งถูกจัดให้เป็นประเภทสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องการดำรงชีพ ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำก็จะส่งผลกระทบต่อ

กระทบต่อลูกค้าของบริษัท และการจ่ายชำระหนี้ของลูกค้า แต่บริษัทมีนโยบายในการให้เครดิตแก่ลูกค้า บริษัทจะพิจารณาจากชื่อเสียง สถานะทางการเงิน ประวัติการชำระเงิน และสภาพธุรกิจของลูกค้า โดยวางเงื่อนไขในการชำระเงินอยู่ระหว่าง 30-90 วัน หรืออาจต้องเก็บเงินล่วงหน้าในกรณีที่เป็ลูกค้ารายใหม่ บริษัทได้กำหนดนโยบายและวางระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการควบคุมสินเชื่อ การติดตามและเร่งรัดการชำระหนี้จากลูกค้า บริษัทได้วางนโยบายการตั้งสำรองหนี้สูญโดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าเป็นรายๆ ไป และในทุกๆ ไตรมาส บริษัทจะทบทวนบัญชีลูกหนี้และจะพิจารณาตั้งสำรองหนี้สูญตามข้อเท็จจริงที่ปรากฏ

## แนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

### 1. การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดสู่สากลด้วยดิจิทัล

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเข้ากับเศรษฐกิจของโลก เมื่ออุตสาหกรรมไทยเป็นส่วนหนึ่งของฐานการผลิตของโลก ผู้ประกอบการไทยต้องมีการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดต่างๆ กับผู้ประกอบการทั่วโลก เช่น ข้อมูลการผลิต การส่งวัตถุดิบ การทำตลาด การขนส่งสินค้า เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการทำธุรกรรมต่างๆ ได้ โดยแบ่งเป็นการเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) เชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้า (Product Flow) และเชื่อมโยงด้านธุรกรรมการเงิน (Money Flow) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 เพิ่มการติดต่อสื่อสารด้วยระบบออนไลน์และเพิ่มการทำการตลาดดิจิทัลสู่สากล (Increase Online Communication & Digital Marketing)

1.1.1 ส่งเสริมการใช้ระบบออนไลน์การประมูลอิเล็กทรอนิกส์ e-Auction และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในการส่งข้อมูลการผลิต หรือคำสั่งผลิต สั่งสินค้า/วัตถุดิบ เพื่อลดเวลาในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ และการผลิตระหว่างผู้ผลิตและซัพพลายเออร์และพัฒนาการจัดหาวัตถุดิบจากต่างประเทศด้วยเครื่องมือดิจิทัล

1.1.2 สนับสนุนการพัฒนาารูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่ใช้ประโยชน์จากดิจิทัล และตอบสนองต่อตลาดในประเทศเป้าหมาย เชื่อมโยงผู้พัฒนา Digital Content เพื่อพัฒนาระบบสั่งซื้อออนไลน์ ให้แก่ผู้ประกอบการ ร่วมกับการพัฒนาและเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการให้มีการใช้ดิจิทัลและสื่อออนไลน์ในการตลาดอย่างชาญฉลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด และขยายจำนวนลูกค้า

1.2 การจัดการระบบโลจิสติกส์สู่สากลด้วยดิจิทัล (Manage Global Logistic through Digital) เชื่อมโยงระบบห่วงโซ่อุปทานด้วยดิจิทัล โดยใช้ระบบออนไลน์ในการบริหารโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ตรวจสอบปริมาณสินค้าในประเทศต่างๆ ติดตามสถานะของสินค้าที่ขนส่ง และวางแผนกระจายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ

1.3 พัฒนาระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Develop E-Payment)

1.3.1 พัฒนาระบบการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขาย ออนไลน์กับคู่ค้าที่อยู่ต่างประเทศ

1.3.2 พัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และติดตาม ตรวจสอบความปลอดภัยอยู่เสมอ ป้องกันปัญหาการโจรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งาน

## 2. ส่งเสริมการลงทุนขยายฐานการผลิตในและนอกประเทศ

การส่งเสริมการลงทุนและการขยายฐานการผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของโลก โดยการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุนในภูมิภาค มีมาตรการจูงใจและสนับสนุนให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนหรือตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้นักลงทุนและผู้ประกอบการของไทยขยายการลงทุน และขยายฐานการผลิตไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

2.1 การส่งเสริมการลงทุนในประเทศ พัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนจากต่างชาติเข้ามาลงทุนและตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย โดยการสนับสนุน ดังนี้

2.1.1 ส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทย โดยการชักจูงบริษัทขนาดใหญ่หรือองค์กรระดับโลก (Global Enterprise) ให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายในประเทศไทย โดยการให้สิทธิประโยชน์ สนับสนุนการลงทุนภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างบุคลากรและพัฒนาเทคโนโลยี/นวัตกรรมให้กับภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ

2.1.2 มีมาตรการอำนวยความสะดวกให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาเป้าหมายจากต่างประเทศ สามารถมาทำงานในไทยได้โดยสะดวก พร้อมสิทธิประโยชน์ที่จูงใจบุคลากรคุณภาพสูงจากต่างประเทศให้เข้ามาทำงานในประเทศไทย

2.2 การส่งเสริมการลงทุนขยายฐานผลิตในต่างประเทศ โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทย ที่มีศักยภาพขยายการลงทุนและขยายฐานการผลิตไปยังตลาดต่างประเทศ ด้วยการสนับสนุน ดังนี้

2.2.1 วิเคราะห์ วิจัย และเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกที่เพียงพอกับการสร้างเครือข่ายหาพันธมิตร และการลงทุนในต่างประเทศของผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ

2.2.2 ให้คำแนะนำและสนับสนุนข้อมูลการลงทุนในประเทศต่างๆ จับคู่ธุรกิจระหว่าง เครือข่าย/พันธมิตร อำนาจความสะดวกเรื่องเงินทุน และการจัดการข้อพิพาทเมื่อเกิดปัญหา เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพให้ไปลงทุนยังต่างประเทศ

2.2.3 จัดตั้งศูนย์ประสานงานและเครือข่ายเพื่อบริหารจัดการการลงทุนไทยในต่างประเทศ ทำหน้าที่ให้ข้อมูล คำแนะนำ และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การลงทุน พร้อมทั้งออกแบบและจัดตั้งระบบการบ่งชี้ปัญหาเชิงยุทธศาสตร์ (Diagnosis System) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ ภาคอุตสาหกรรมในประเทศเป้าหมาย และผลการดำเนินธุรกิจของบริษัทข้ามชาติสัญชาติไทย แล้วป้อนกลับ (Feedbacks) ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการออกนโยบายหรือมาตรการในเชิงรุก

## 3. การส่งเสริมและการพัฒนาด้านคุณภาพการผลิต

การส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Printing Hub และ Mailing Hub ของเอเชีย โดยเน้นจุดแข็งที่คุณภาพความโดดเด่นด้านการพิมพ์และกำหนดปริมาณตามความต้องการของลูกค้าได้

#### 4. ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของเศรษฐกิจ Environmental Friendly and Sustainability Influence

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในการทำธุรกิจเป็นเรื่องต้นตัว และตระหนักถึงของประชาชนทุกประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วจะยิ่งให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น ขึ้นไปอีก เช่น ประเทศ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในยุโรป ฉะนั้น SMEs ไทย ต้องออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของเศรษฐกิจได้เช่น

- 4.1 การลดมลพิษในการผลิต (Reduce Pollution)
  - 4.2 การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต (Reduce Waste)
  - 4.3 การลดการใช้วัตถุดิบและพลังงาน (Reduce Raw-materials and Energy)
  - 4.4 การใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และวัตถุดิบรีไซเคิล (Use Environmental Friendly and Recycle Raw-materials)
  - 4.5 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Reuse and Refillable)
  - 4.6 การใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ที่สามารถใช้ซ้ำ ส่วนจากบรรจุภัณฑ์เก่าได้ (Remanufacture)
  - 4.7 บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกำจัดได้ง่ายหรือสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Disposable)
- ฉะนั้น การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการคิดค้น และพัฒนาตัวสินค้าของ SMEs ไทย ซึ่งมีความจำเป็นต้องพัฒนาทั้งสองอย่างควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง

#### สรุป

จากการวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างชัดเจน 4 ด้าน คือ ด้านการปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ด้านการปรับกลยุทธ์ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ด้านการปรับกระบวนการทำงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง และด้านการปรับแนวทางดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง โดยมีแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง คือ การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดสู่สากลด้วยดิจิทัล การส่งเสริมการลงทุนขยายฐานการผลิตทั้งในและนอกประเทศ การส่งเสริมการพัฒนาด้านคุณภาพการผลิต และด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของเศรษฐกิจ Environmental Friendly and Sustainability Influence

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวทางธุรกิจภายใต้นโยบายของรัฐบาล “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งปัจจุบันโลกเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ยุคแห่งระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลอมรวมเข้ากับชีวิตของมนุษย์อย่างแท้จริง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง รูปแบบของการดำเนินชีวิตในทุกมิติ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และนำเสนอใน 3 ประเด็น คือ

1. “ประเทศไทย 4.0”
2. การตลาด 3.0
3. การปรับตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ให้อยู่รอด

สำหรับประเทศไทยนั้น รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ “ประเทศไทย 4.0” อันเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นดิจิทัลไทยแลนด์ และกระแสการตลาดโลก “การตลาด 3.0” ที่เน้นเรื่องสร้างค่านิยมทางจิตใจของผู้บริโภคให้ผูกพันกับตราสินค้าและธุรกิจของบริษัท ทำให้ทุกระบบยอมปรับตัวเพื่อความอยู่รอดเช่นเดียวกับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องปรับตัวกับกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. การปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ต้องนำเทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างธุรกิจ
2. การปรับตัวเรื่องการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ที่เน้นการเปลี่ยนจากธุรกิจที่ฐานรายได้หลัก จากสื่อประเภทเดียวไปสู่ธุรกิจที่มีรายได้อื่นจากฐานของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์
3. การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานที่ไม่ได้เน้นเรื่องการผลิตเนื้อหาต้องบวกการสร้างสรรคและเชื่อมโยงแพลตฟอร์มกับสื่อดิจิทัลให้ได้

การเปลี่ยนแปลงสู่ยุค 4.0 นี้ เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีการผลิตที่ล้ำหน้า และเทคโนโลยีการสื่อสารเข้าด้วยกัน ได้แก่ Big Data and Analytics, Clouds, Internet of Things (IoT), Cyber Security, Simulation, Augmented Reality, Additive Manufacturing, Autonomous Robot, Horizontal and Vertical System Integration โดยแนวคิดของ industry 4.0 เป็นการสร้างระบบห่วงโซ่คุณค่าที่มีประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นสูง ด้วยการเชื่อมต่อการสื่อสารของคน เครื่องจักร ชิ้นงาน ระบบโลจิสติกส์ และระบบการทำงานก่อให้เกิดเครือข่ายการทำงานที่มีความชาญฉลาดที่ควบคุมซึ่งกันและกันอย่างอัตโนมัติตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า หรือที่เรียกว่า “Cyber-Physical System (CPS)” ระบบดังกล่าวจึงช่วยลดต้นทุนด้านการทำตัวอย่าง การผลิต การจัดเก็บสินค้า การบำรุงรักษา

และการจัดการคุณภาพ ทั้งยังทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และความต้องการผลิตภัณฑ์แบบเฉพาะรายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในส่วนของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น หัวใจสำคัญของการก้าวเข้าสู่ยุค Industry 4.0 คือ

1. เตรียมกลยุทธ์องค์กร : สร้าง value creation ให้ลูกค้าและ smart operation เข้าใจเส้นทางธุรกิจ (value chain) เข้าถึงความต้องการ และสร้างความร่วมมือกับลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องกับทุกหน่วยใน value chains และกำหนดวิสัยทัศน์มุ่งสู่การสร้าง digital business model และกระบวนการภายในที่เป็นดิจิทัล

2. เตรียมปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร : สร้างองค์กรนวัตกรรมและความยืดหยุ่น

2.1 Centers of Excellence ทีมที่รวมตัวจากหลายหน่วยงาน (inter-disciplinary team) แบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ปัญหาหรือทำงานพัฒนาปรับปรุง

2.2 Center of Innovation ทีมที่เป็นอิสระจากองค์กรปกติ ที่คิดสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ รูปแบบธุรกิจ ฯลฯ

3. เตรียมความพร้อมเทคโนโลยี : “เลือกเทคโนโลยีที่ใช้ ในเวลาที่เหมาะสม” เทคโนโลยีสารสนเทศที่ตอบสนองความยืดหยุ่นของธุรกิจซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดเก็บ รวบรวม และจัดการข้อมูล และเชื่อมโยงกับหน่วยต่างๆ ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ, ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, เครื่องจักรและเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติ

4. เตรียมคน : “สร้าง Smart Employee”

4.1 พัฒนากลยุทธ์ในการดึงดูดให้องค์กรมีบุคลากรที่ความรู้และทักษะใหม่ๆ

4.2 ปรับปรุง job profiles ให้ทันสมัยและมี digital skills เป็นหนึ่งในทักษะพื้นฐาน

4.3 พัฒนาทักษะที่สำคัญให้กับบุคลากร

4.4 สร้างบทบาทหน้าที่ใหม่ๆ ที่สนับสนุนกลยุทธ์องค์กร เช่น data scientists, user interface designers, digital innovation managers

5. เตรียมปรับกระบวนการ สร้างกระบวนการที่เป็นพื้นฐานของอุตสาหกรรม 4.0

5.1 ปรับกระบวนการเข้าสู่ดิจิทัล

5.2 ความสามารถในการเชื่อมต่อ

5.3 ปรับกระบวนการให้นำเชื่อถือ

5.4 มาตรฐาน (standardization)

5.5 การผลิตแบบลีน (lean manufacturing)

5.6 ปรับกระบวนการให้มีความยืดหยุ่น (flexible) และปรับเปลี่ยนได้ง่าย (adaptable)

## ข้อเสนอแนะ

ในการดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์นอกเหนือจากเงินทุนที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการเตรียมความพร้อมเป็นลำดับต้นๆ แล้ว ยังจะต้องมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการที่เข้ามาสนับสนุนและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จและอยู่รอดอย่างยั่งยืน

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพงานพิมพ์ สิ่งพิมพ์เป็นงานที่มีการแข่งขันสูง ลูกค้ามีความต้องการงานพิมพ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ ระหว่างการพิมพ์ และหลังงานพิมพ์ เพื่อให้งานเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าและเกิดการบอกต่อหรือใช้บริการซ้ำ

1.2 การบริหารวัตถุดิบต้องมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ จะพบว่าต้นทุนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 40 - 50 จะเป็นกระดาษ ซึ่งราคาจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยทางเศรษฐกิจราคาซื้อขายในตลาดโลก รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยน ดังนั้นการบริหารและสั่งซื้อสินค้าให้ได้รับราคาที่เหมาะสมจากแหล่งผลิต รวมทั้งการพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักรเพื่อลดการสูญเสียกระดาษในกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับลดต้นทุนลงได้

1.3 การวางแผนการบริหารบุคลากรให้เหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานฝีมือ ปัจจุบันธุรกิจสิ่งพิมพ์มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน หรือเปลี่ยนงานบ่อยโดยเฉพาะแรงงานฝีมือ ช่างเทคนิค พนักงานเรียงพิมพ์ คอมพิวเตอร์ พนักงานอาร์ตเวิร์ก รวมถึงพนักงานที่มีความรู้ทางด้านเครื่องพิมพ์ที่มีความทันสมัยทำให้เกิดปัญหาการแย่งแรงงานฝีมือในธุรกิจการพิมพ์ ดังนั้นเพื่อบรรเทาความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจผู้ประกอบการอาจใช้วิธีแก้ไขปัญหามาใช้เครื่องพิมพ์รุ่นใหม่ ๆ ที่ช่วยลดการใช้แรงงานฝีมือลง ในขณะที่เดียวกันยังสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานเดียวกันได้อีกทางหนึ่ง

1.4 การทำ **Corporate Innovation** และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง คือ มองเห็นการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น เริ่มปรับทิศทางในการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ พยายามเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า มากกว่าแค่การผลิตและขายสินค้าเท่านั้น เปลี่ยนแปลงในจุดที่เห็นได้อย่างชัดเจนเพื่อรับมือกับ Technology Disruption ยกตัวอย่างเช่น เมื่อ 6 - 7 ปีที่แล้วมีธุรกิจกระดาษขาวที่ขายสินค้าให้กับโรงพิมพ์เพื่อทำนิตยสาร แต่ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เริ่มอ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้โรงพิมพ์ต่างๆ ได้รับผลกระทบ หากเปลี่ยนจาก Paper เป็น Packaging มีการประกาศแนวทางการดำเนินธุรกิจใหม่ และนี่ก็เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในการได้รับผลกระทบเรื่อง Technology Disruption ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การทำ Product Innovation อย่างเดียวด้วยงบวิจัยและพัฒนาที่นำมาอาจจะไม่เพียงพอ มันต้องมี Innovation ที่เกี่ยวข้องกับ Technology ที่ใช้เรื่อง Digital หรือ Business Model Innovation หรือ Service Innovation เข้ามา ทำให้เริ่มปรับกลยุทธ์ใหม่ในการทำ Innovation โดยโฟกัสใน 2 มุมคือ การทำให้ธุรกิจเดิมดีขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกมุมคือการสร้าง Growth Platform ตัวใหม่ให้กับธุรกิจ จึงถือเป็นการพัฒนา Innovation ทั้ง 2 มุมควบคู่กันไป โดยใช้ Core Value 4 ตัว คือ ตั้งมั่นในความเป็นธรรม มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน และถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม



## 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 การเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกสำหรับการเดินทางติดต่อกับลูกค้าหรือใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิพื้นที่ซึ่งมีการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) ซึ่งมีกำลังซื้อรวมทั้งมีธุรกรรมทางเศรษฐกิจจำนวนมากจึงเป็นทำเลที่มีศักยภาพมีความต้องการงานด้านสิ่งพิมพ์สูงโดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในธุรกิจต่างๆ เช่น งานบิล ใบเสร็จ ใบกำกับภาษีฟอร์มใบส่งสินค้า หัวจดหมาย ของจดหมาย ของเอกสาร รวมไปถึงงานสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในขณะที่เดียวกันพื้นที่ในต่างจังหวัดที่มีเขตแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างกลุ่ม CLMV กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ก็ถือเป็นแหล่งทำเลที่น่าลงทุนสำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้เพื่อรองรับงานพิมพ์จากประเทศเพื่อนบ้านที่เริ่มมีเพิ่มขึ้นตามการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ประเทศเหล่านี้ยังขาดแคลนเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยรองรับ

2.2 ผู้ประกอบการควรเลือกให้บริการชิ้นงานที่ทางโรงพิมพ์มีความถนัดมากที่สุด อาทิ งานโบชัวร์ งานพิมพ์แพคเกจจิ้ง ปฏิทิน แคตตาล็อก หนังสือ วารสาร กระดาษห่อของขวัญ เพราะการจะรับงานพิมพ์ได้ครบ จำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์เครื่องจักรจำนวนมาก ส่งผลให้มีต้นทุนดำเนินการสูง

2.3 เลือกเทคโนโลยีและอุปกรณ์การพิมพ์ที่ทันสมัยที่จะเข้ามาช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันเทคโนโลยีการพิมพ์มีความก้าวหน้าและมีความทันสมัยกว่าแต่ก่อนมาก โดยเฉพาะเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลที่ช่วยลดขั้นตอนการทำงานควบคุมคุณภาพของงานพิมพ์ รวมทั้งลดจำนวนช่างเทคนิคที่ขาดแคลนลง ซึ่งเครื่องพิมพ์ดังกล่าวไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการส่งมอบงานที่รวดเร็วแต่ยังตอบโจทย์สำหรับผู้ประกอบการโรงพิมพ์ทางด้านการลดบุคลากร

2.4 ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ แม้ว่าโรงพิมพ์ในปัจจุบันจะมีจำนวนมาก ตั้งแต่ขนาดเล็ก กลาง จนถึงใหญ่มาก แต่การพิจารณาเลือกใช้บริการโรงพิมพ์ของผู้บริโภคยุคใหม่จะครอบคลุมประเด็นหลักๆ 4 ประการ ได้แก่

2.4.1 คุณภาพของงาน หากคุณภาพของผลงานที่ส่งต่อให้ลูกค้าไม่ได้มาตรฐานย่อมส่งผลเสียต่อยอดขายอย่างแน่นอน และในทางตรงกันข้ามหากคุณภาพของผลงานออกมามีภาพลักษณ์ของโรงพิมพ์ก็จะดีตามไปด้วย

2.4.2 การบริการ ควรให้ความสำคัญต่องานพิมพ์ไม่ว่าจะปริมาณมากหรือน้อย ถือเป็นบริการที่ดี และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะนำไปให้เกิดการกลับมาใช้บริการอีก

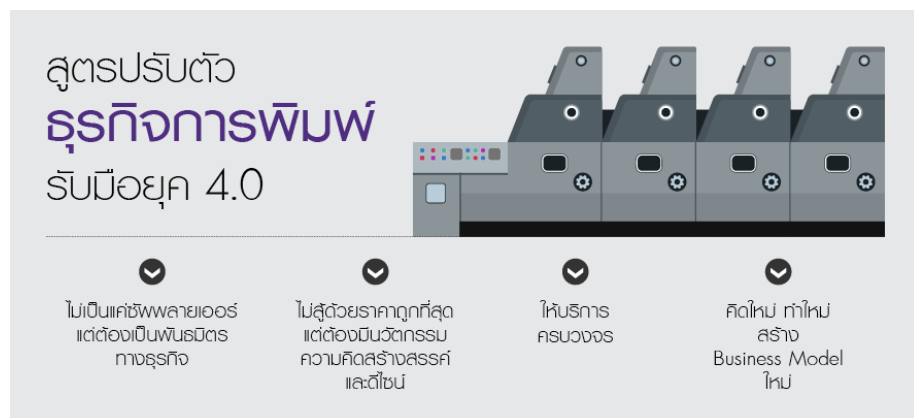
2.4.3 การส่งมอบ การส่งมอบงานพิมพ์ ความตรงต่อเวลาเป็นเรื่องสำคัญมาก ดังนั้นโรงพิมพ์จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ว่างานถึงมือทันกำหนดอย่างแน่นอน

2.4.4 ราคา ลูกค้าทั่วไปจะคำนึงถึงเรื่องราคาเป็นปัจจัยแรก ทำให้ธุรกิจโรงพิมพ์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจึงควรหาช่องทางในการประหยัดต้นทุนให้ได้มากที่สุด เช่น วิธีการลดการสูญเสียกระดาษในกระบวนการพิมพ์ให้น้อยที่สุด

2.5 การทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการให้บริการของโรงพิมพ์ ผู้ประกอบการควรมีการเตรียมพร้อมในการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพโดยใส่ใจในลูกค้าตั้งแต่การรับงานพิมพ์ การประสานงานการรายงานความคืบหน้าของงานและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นโดยมีเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลอยู่ในทุกขั้นตอน ในขณะเดียวกันก็ต้องควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ ทั้งวัสดุการพิมพ์ต่างๆ หรือทักษะแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการโรงพิมพ์ควรมีเครือข่ายหรือพันธมิตรที่สามารถพึ่งพากันในยามที่จำเป็น หรือรองรับงานในช่วงเวลาที่มีปริมาณงานมากก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจได้

Printing & Packaging 4.0 หมายความว่า จากนี้สิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ต้องหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน การพิมพ์บนพื้นฐานเดิมบนโครงสร้างเดิมจะใช้ไม่ได้อีกต่อไป แต่จะมีการใช้ออนไลน์และออฟไลน์มาผสมผสานกันมากขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพันธมิตรเป็นสิ่งสำคัญ โดยบริษัทต้องไม่เป็นแค่ซัพพลายเออร์แต่ต้องอัพเกรดขึ้นเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ต้องช่วยลูกค้าในการเพิ่ม Value ให้กับสินค้า ทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ไม่ใช่แค่ลูกค้าเลือกใช้บริการเพราะราคาถูกที่สุด แต่ต้องมาพร้อมกับนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และดีไซน์ ที่สำคัญต้องเป็นการบริการที่ครบวงจร การผันตัวเองจากผู้ประกอบการการพิมพ์ยุคดั้งเดิมไปสู่การเป็นอุตสาหกรรม การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ยุค 4.0 หรือ Printing & Packaging 4.0 ได้นั้น สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ วิธีคิด ซึ่งจะต้องเปลี่ยนตัวเองจากการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเก่ามาคิดใหม่ โดยต้องขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งการจะเป็น Printing & Packaging 4.0 ที่ประสบความสำเร็จได้คือ ต้องวางแผนใหม่ คิดใหม่ และสร้าง Business Model ใหม่

แผนภาพที่ 5-1 สูตรปรับตัวธุรกิจการพิมพ์รับมียุค 4.0



ที่มา : <https://businesslinx.globallinker.com/>

ถอดรหัสทางรอด ธุรกิจการพิมพ์ 4.0 : 28 มิถุนายน 2561

นอกจากธุรกิจมากมายที่ต้องปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัลและโลกออนไลน์ อาชีพมากมาย หลากหลายอาชีพก็ต้องรู้จักปรับตัวให้อยู่รอดในโลกดิจิทัลและโลกออนไลน์ เช่นกัน การว่าจ้างงานที่แสนสะดวกสบายผ่านทางออนไลน์ ความชำนาญในด้านเทคโนโลยีที่ต้องพัฒนาให้มากขึ้น ไม่ว่าจะทำอาชีพใดก็ต้องปรับตัวให้ทันเทคโนโลยีและกระแสของโลก กระแสของวงการอาชีพนั้น เมื่ออยู่ในสนามแข่งสุดดุเดือดแห่งโลกออนไลน์แล้ว การแข่งขันของแต่ละอาชีพก็จะสูงขึ้นมากกว่าเดิมอย่างแน่นอนเป็นเรื่องที่น่ากลัวแต่ก็เป็นความจริง เมื่อผู้ใดที่ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องล้มหายตายจากไปในโลกแห่งการแข่งขัน

โลกออนไลน์และโลกดิจิทัลในปัจจุบัน การเตรียมความพร้อม การรู้จักปรับตัว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง หากต้องการให้ธุรกิจหรืออาชีพดำเนินต่อไป อย่าหวาดกลัวแต่จงเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับมันและพัฒนาตัวเองโดยการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กระทรวง. แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ : กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559.
- วรรณนา สนั่นพานิชกุล, รองศาสตราจารย์ และ ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช, ผู้ช่วยศาสตราจารย์. “ความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการพิมพ์”. เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการธุรกิจการพิมพ์ หน่วยที่ 1. หน้า 10-13. 2551.
- พินชา อิมสมบูรณ์. “The Survival Kit ทางรอดของสื่อไทยในยุคดิจิทัล”. ในงานสัมมนาทางรอดของสื่อไทยในยุคดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร, 24 พฤศจิกายน 2559.
- พจมาน เตียวัฒน์รัฐติกาล. การบริหารและจัดการองค์กรอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2547.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ. ไอทีในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : แชนโพร่ พรินต์ติ้ง, 2546.
- ธีรวัจน์ อุดมสินเจริญกิจ. “ไทยแลนด์ 4.0 และการตลาด 3.0 กับความอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์”, Journal of Mass Communication Technology. RMUTP Issue 1 Volume 1 January - June 2016.
- นลินี เสาวภาคย์. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2542.
- นันทา วิฑูฒิตักติ. หนังสือและการพิมพ์. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2542.
- ยงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์ และคณะ. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูไชน่า, 2547.
- ยุวดี มณีกุล. “วัฒนธรรมองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์กับขีดความสามารถในการขยายธุรกิจข้ามสื่อของบริษัท เนชั่นพับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

### ภาษาต่างประเทศ

- Alisonhamm. “New Value Chain of Journalism”. [Online]. Available : <http://www.themediaconsortium.org/2010/01/28/new-value-chain-of-journalism>, 2018.
- Christensen, Clayton M. “Disruptive Innovation”. [Online]. Available : [http://www.interaction-design.org/encyclopedia/disruptive\\_innovation.html](http://www.interaction-design.org/encyclopedia/disruptive_innovation.html) journalism, 2018.
- Mckinsey. Why gender diversity at the top remains a challenge. New York : Mckinsey. 2014.

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นาย ชัยรัช เพราะสุนทร
วัน เดือน ปีเกิด	24 กรกฎาคม 2505
การศึกษา	ปริญญาตรี นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 8 (ปรม.8) สถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย รุ่นที่ 15 (ปปร.15) สถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรภูมิพลิ่งแผ่นดิน รุ่นที่ 3 (ภพผ.3) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่งปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ บริษัท พี เอส ที แอนด์แอสโซซิเอต จำกัด กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุขุมวิทการพิมพ์ จำกัด

# สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

ผู้วิจัย นาย ชัยธัช เพราะสุนทร

หลักสูตร วปอ.

รุ่นที่ 60

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท พี เอส ที แอนด์แอสโซซิเอต จำกัด และ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุขุมวิท การพิมพ์ จำกัด

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการค้า การผลิต การบริการในเชิงการตลาดเชิงพาณิชย์ เชิงอุตสาหกรรม เชิงบริโภค ตลอดจนการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างสิ้นเชิง รัฐบาลได้กำหนดโมเดลเชิงเศรษฐกิจเพื่อปฏิรูปเศรษฐกิจสังคม และพัฒนาประเทศที่เรียกว่าประเทศไทย 4.0 หมายถึง ประเทศไทยที่สามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมข้อมูลทุนมนุษย์และทรัพยากร

เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตโดยไม่รู้ตัวและทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการเชื่อมโยงข้อมูลที่มีแนวโน้มอัตราการเติบโตสูงที่สุดและส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมากที่สุด แนวโน้มของธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมทางดิจิทัลเข้ามาผสมผสานกับการทำธุรกิจเพื่อความอยู่รอด คือ กระบวนการที่องค์กรธุรกิจใช้เพื่อการปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรธุรกิจสามารถเติบโตต่อเนื่องได้แบบยั่งยืน โดยอาศัยการใช้ นวัตกรรมและการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งในเรื่องเทคโนโลยีและการตลาด โดยผลักดันให้ภาคธุรกิจใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ขณะนี้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมดิจิทัล ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง รวมทั้งการนำเสนอแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางให้รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง เพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลทางทุติยภูมิ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าของกิจการ และหรือ ผู้จัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง ผู้มีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง สภาพตลาดสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง และนโยบายประเทศไทย 4.0 สามารถวิเคราะห์และให้ทรรศนะถึงปัญหา ผลกระทบของนโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางได้ และยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย ซึ่งคาดว่าจะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน ตามวัตถุประสงค์

2.1 นาย นิพนธ์	มนตรีพิสุทธิ์	กรรมการผู้จัดการบริษัท พรินโพร จำกัด
2.2 นาย ธนิตพงศ์	ธีรณัฐพันธ์	กรรมการผู้จัดการบริษัท ธนากรการพิมพ์ และบรรจุมันต์ จำกัด
2.3 นาย พันธ์	ธีรภาพวงศ์	กรรมการผู้จัดการบริษัท โรงพิมพ์สว่างสิน (101) จำกัด
2.4 นาย ยง	หวังกิตติพร	กรรมการผู้จัดการบริษัท กิตติพรการพิมพ์ จำกัด
2.5 คุณเพ็ญจันทร์	ตันเจริญ	เจ้าของกิจการเมโทรการพิมพ์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ จากข้อ 1 และข้อ 2 มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง พบว่า นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลางโดยตรงอย่างชัดเจน 4 ด้าน คือ

1. ด้านการปรับตัวเชิงโครงสร้างของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
2. ด้านการปรับกลยุทธ์ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
3. ด้านการปรับกระบวนการทำงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง
4. ด้านการปรับแนวทางดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง

โดยมีแนวทางการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดกลาง คือ การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดสู่สากลด้วยดิจิทัล การส่งเสริมการลงทุนขยายฐานการผลิตทั้งในและนอกประเทศ การส่งเสริมการพัฒนาด้านคุณภาพการผลิต และด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของเศรษฐกิจ Environmental Friendly and Sustainability Influence

## ข้อเสนอแนะ

ในการดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์นอกเหนือจากเงินทุนที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการเตรียมความพร้อมเป็นลำดับต้นๆ แล้ว ยังจะต้องมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการที่เข้ามาสนับสนุนและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จและอยู่รอดอย่างยั่งยืน

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพงานพิมพ์ สิ่งพิมพ์เป็นงานที่มีการแข่งขันสูง ลูกค้ามีความต้องการงานพิมพ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ ระหว่างการพิมพ์ และหลังงานพิมพ์ เพื่อให้งานเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าและเกิดการบอกต่อหรือใช้บริการซ้ำ

1.2 การบริหารวัตถุดิบต้องมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ จะพบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 40 - 50 จะเป็นกระดาษ ซึ่งราคาจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยทางเศรษฐกิจราคาซื้อขายในตลาดโลก รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยน ดังนั้นการบริหารและสั่งซื้อสินค้าให้ได้รับราคาที่เหมาะสมจากแหล่งผลิตรวมทั้งการพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักรเพื่อลดการสูญเสียกระดาษในกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับลดต้นทุนลงได้

1.3 การวางแผนการบริหารบุคลากรให้เหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานฝีมือ ปัจจุบันธุรกิจสิ่งพิมพ์มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน หรือเปลี่ยนงานบ่อยโดยเฉพาะแรงงานฝีมือ ช่างเทคนิค พนักงานเรียงพิมพ์ คอมพิวเตอร์ พนักงานอาร์ตเวิร์ก รวมถึงพนักงานที่มีความรู้ทางด้านเครื่องพิมพ์ที่มีความทันสมัยทำให้เกิดปัญหาการแย่งแรงงานฝีมือในธุรกิจการพิมพ์ ดังนั้นเพื่อบรรเทาความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจผู้ประกอบการอาจใช้วิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยหันมาใช้เครื่องพิมพ์รุ่นใหม่ๆ ที่ช่วยลดการใช้แรงงานฝีมือลงในขณะที่เดียวกันยังสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานเดียวกันได้อีกทางหนึ่ง

1.4 การทำ **Corporate Innovation** และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง คือ มองเห็นการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น เริ่มปรับทิศทางการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ พยายามเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้ามากกว่าแค่การผลิตและขายสินค้าเท่านั้น เปลี่ยนแปลงในจุดที่เห็นได้อย่างชัดเจนเพื่อรับมือกับ Technology Disruption ยกตัวอย่างเช่น เมื่อ 6 - 7 ปีที่แล้วมีธุรกิจกระดาษขาวที่ขายสินค้าให้กับโรงพิมพ์เพื่อทำนิตยสาร แต่ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เริ่มอ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้โรงพิมพ์ต่างๆ ได้รับผลกระทบ หากเปลี่ยนจาก Paper เป็น Packaging มีการประกาศแนวทางการดำเนินธุรกิจใหม่ และนี่ก็เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในการได้รับผลกระทบเรื่อง Technology Disruption ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การทำ Product Innovation อย่างเดียวด้วยงบวิจัยและพัฒนาที่ทำมาอาจจะไม่เพียงพอ มันต้องมี Innovation ที่เกี่ยวข้องกับ Technology ที่ใช้เรื่อง Digital หรือ Business Model Innovation หรือ Service Innovation เข้ามาทำให้เริ่มปรับกลยุทธ์ใหม่ในการทำ Innovation โดยโฟกัสใน 2 มุมคือ การทำให้ธุรกิจเดิมดีขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกมุมคือการสร้าง Growth Platform ตัวใหม่ให้กับธุรกิจ จึงถือเป็นการพัฒนา Innovation ทั้ง 2 มุมควบคู่กันไป โดยใช้ Core Value 4 ตัว คือ ตั้งมั่นในความเป็นธรรม มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน และถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม

## 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 การเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกสำหรับการเดินทางติดต่อกับลูกค้าหรือใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ พื้นที่ซึ่งมีการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) ซึ่งมีกำลังซื้อรวมทั้งมีธุรกรรมทางเศรษฐกิจจำนวนมากจึงเป็นทำเลที่มีศักยภาพมีความต้องการงานด้านสิ่งพิมพ์สูงโดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในธุรกิจต่างๆ เช่น งานบิลใบเสร็จ ใบกำกับภาษีฟอร์มใบส่งสินค้า หัวจดหมาย ซองจดหมาย ซองเอกสาร รวมไปถึงงานสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในขณะเดียวกันพื้นที่ในต่างจังหวัดที่มีเขตแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างกลุ่ม CLMV กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ก็ถือเป็นแหล่งทำเลที่น่าลงทุนสำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้เพื่อรองรับงานพิมพ์จากประเทศเพื่อนบ้านที่เริ่มมีเพิ่มขึ้นตามการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ประเทศเหล่านี้ยังขาดแคลนเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยรองรับ

2.2 ผู้ประกอบการควรเลือกให้บริการชิ้นงานที่ทางโรงพิมพ์มีความถนัดมากที่สุด อาทิ งานโบชัวร์ งานพิมพ์แพคเกจจิ้ง ปฏิทิน แคตตาล็อก หนังสือ วารสาร กระดาษห่อของขวัญ เพราะการจะรับงานพิมพ์ได้ครบจำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์เครื่องจักรจำนวนมาก ส่งผลให้มีต้นทุนดำเนินการสูง

2.3 เลือกเทคโนโลยีและอุปกรณ์การพิมพ์ที่ทันสมัยที่จะเข้ามาช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันเทคโนโลยีการพิมพ์มีความก้าวหน้าและมีความทันสมัยกว่าแต่ก่อนมากโดยเฉพาะเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลที่ช่วยลดขั้นตอนการทำงานควบคุมคุณภาพของงานพิมพ์ รวมทั้งลดจำนวนช่างเทคนิคที่ขาดแคลนลง ซึ่งเครื่องพิมพ์ดังกล่าวไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการส่งมอบงานที่รวดเร็วแต่ยังตอบโจทย์สำหรับผู้ประกอบการโรงพิมพ์ทางด้านการลดบุคลากร

2.4 ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ แม้ว่าโรงพิมพ์ในปัจจุบันจะมีจำนวนมาก ตั้งแต่ขนาดเล็ก กลาง จนถึงใหญ่มาก แต่การพิจารณาเลือกใช้บริการโรงพิมพ์ของผู้บริโภคยุคใหม่จะครอบคลุมประเด็นหลักๆ 4 ประการ ได้แก่

2.4.1 คุณภาพของงาน หากคุณภาพของผลงานที่ส่งต่อให้ลูกค้าไม่ได้มาตรฐานย่อมส่งผลเสียต่อยอดขายอย่างแน่นอน และในทางตรงกันข้ามหากคุณภาพของผลงานออกมาดี ภาพลักษณ์ของโรงพิมพ์ก็จะดีตามไปด้วย

2.4.2 การบริการ ควรให้ความสำคัญต่องานพิมพ์ไม่ว่าจะปริมาณมากหรือน้อย ถือเป็นบริการที่ดี และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะนำไปให้เกิดการกลับมาใช้บริการอีก

2.4.3 การส่งมอบ การส่งมอบงานพิมพ์ ความตรงต่อเวลาเป็นเรื่องสำคัญมาก ดังนั้นโรงพิมพ์จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ว่างานถึงมือทันกำหนดอย่างแน่นอน

2.4.4 ราคา ลูกค้าทั่วไปจะคำนึงถึงเรื่องราคาเป็นปัจจัยแรก ทำให้ธุรกิจโรงพิมพ์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจึงควรหาช่องทางในการประหยัดต้นทุนให้ได้มากที่สุด เช่น วิธีการลดการสูญเสียกระดาษในกระบวนการพิมพ์ให้ได้น้อยที่สุด

2.5 การทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการให้บริการของโรงพิมพ์ ผู้ประกอบการควรมีการเตรียมพร้อมในการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพโดยใส่ใจในลูกค้าตั้งแต่การรับงานพิมพ์ การประสานงาน การรายงานความคืบหน้าของงานและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นโดยมีเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลในทุกขั้นตอน ในขณะเดียวกันก็ต้องควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ ทั้งวัสดุการพิมพ์ต่างๆ หรือทักษะแรงงาน เป็นต้น



นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการโรงพิมพ์ควรจะมีเครือข่ายหรือพันธมิตรที่สามารถพึ่งพากันในยามที่จำเป็น หรือรองรับงานในช่วงเวลาที่มีปริมาณงานมากก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจได้

Printing & Packaging 4.0 หมายความว่า จากนี้สิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ต้องหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน การพิมพ์บนพื้นฐานเดิมบนโครงสร้างเดิมจะใช้ไม่ได้อีกต่อไป แต่จะมีการใช้ออนไลน์และออฟไลน์มาผสมผสานกันมากขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพันธมิตรเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยบริษัทต้องไม่เป็นแค่ซัพพลายเออร์ แต่ต้องอัปเกรดขึ้นเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ต้องช่วยลูกค้าในการเพิ่ม Value ให้กับสินค้า ทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ไม่ใช่แค่ลูกค้าเลือกใช้บริการเพราะราคาถูกที่สุด แต่ต้องมาพร้อมกันนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และดีไซน์ ที่สำคัญต้องเป็นการบริการที่ครบวงจร การผันตัวเองจากผู้ประกอบการการพิมพ์ยุคดั้งเดิมไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ยุค 4.0 หรือ Printing & Packaging 4.0 ได้นั้น สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ วิถีคิด ซึ่งจะต้องเปลี่ยนตัวเองจากการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเก่ามาคิดใหม่ โดยต้องขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งการจะเป็น Printing & Packaging 4.0 ที่ประสบความสำเร็จได้คือ ต้องวางแผนใหม่ คิดใหม่ และสร้าง Business Model ใหม่

นอกจากธุรกิจมากมายที่ต้องปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัลและโลกออนไลน์ อาชีพมากมายหลากหลายอาชีพก็ต้องรู้จักปรับตัวให้อยู่รอดในโลกดิจิทัลและโลกออนไลน์ เช่นกัน การว่าจ้างงาน ที่แสนสะดวกสบายผ่านทางออนไลน์ ความชำนาญในด้านเทคโนโลยีที่ต้องพัฒนาให้มากขึ้น ไม่ว่าจะทำอาชีพใดก็ต้องปรับตัวให้ทันเทคโนโลยีและกระแสของโลก กระแสของวงการอาชีพนั้น เมื่ออยู่ในสนามแข่งสุดหฤโหดแห่งโลกออนไลน์แล้ว การแข่งขันของแต่ละอาชีพก็จะสูงขึ้นมากกว่าเดิมอย่างแน่นอน มันเป็นเรื่องที่น่ากลัวแต่ก็เป็นความจริง เมื่อผู้ใดที่ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องล้มหายตายจากไปในโลกแห่งการแข่งขัน

โลกออนไลน์และโลกดิจิทัลในปัจจุบัน การเตรียมความพร้อม การรู้จักปรับตัว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง หากต้องการให้ธุรกิจหรืออาชีพดำเนินต่อไป อย่าหวาดกลัวแต่จงเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับมัน และพัฒนาตัวเอง โดยการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ