

พรพิมล อมรโชติ 2553: การตลาดของอุตสาหกรรมแผ่นขึ้นไม้อัดซีเมนต์ในประเทศไทย
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากรป่าไม้) สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรป่าไม้
ภาควิชาการจัดการป่าไม้ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สันติ สุขสอาด, วท.ด.
113 หน้า

การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิต ส่วนประกอบการตลาด โครงสร้างตลาด พฤติกรรมทาง
การตลาด และวิเคราะห์พลังกดดันของการแข่งขันทั้ง 5 ของอุตสาหกรรมแผ่นขึ้นไม้อัดซีเมนต์ในประเทศไทย
โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุด

ผลการศึกษาพบว่า ในประเทศไทยมีผู้ผลิตแผ่นขึ้นไม้อัดซีเมนต์ซึ่งดำเนินการอยู่ 3 ราย โดยใช้วัตถุดิบ
หลักในการผลิต คือ ไม้ยูคาลิปตัสและปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปริมาณการผลิตในปี พ.ศ. 2548-2552 เพิ่มขึ้นอย่าง
ต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 37.88 ต่อปี ปัญหาการผลิตที่พบ ได้แก่ การเก็บไม้ท่อนเพื่อใช้ในการผลิต ขาดแคลนไม้ท่อน
เครื่องจักรเก่า และขาดแคลนแรงงาน ผลิตภัณฑ์แผ่นขึ้นไม้อัดซีเมนต์ที่ผลิตเป็นชนิดปูนเป็ลื้อย แผ่นขนาด
มาตรฐานที่ความหนา 8 10 12 16 20 และ 24 มิลลิเมตร ราคาเฉลี่ยแผ่นละ 359.03 409.24 466.76 586.91
703.50 และ 842.38 บาท ตามลำดับ สินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายในประเทศร้อยละ 66.67 และต่างประเทศร้อยละ 33.33
โดยมีการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การแสดงสินค้า การสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์
การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ และการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า โครงสร้างตลาดเป็นแบบผูกขาด มีความแตกต่าง
ทางด้านคุณภาพ ขนาด ความหนา รูปแบบ และการให้บริการ มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่
เนื่องจากใช้เงินลงทุนสูง ต้นทุนการผลิตสูง และผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับสินค้าของผู้ผลิตรายเดิม พฤติกรรม
การตลาดมีนโยบายในการกำหนดราคาส่งออกโดยพิจารณาจากราคาตลาดโลก การกำหนดราคาจำหน่าย
ในประเทศขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายใหญ่ และมีนโยบายด้านสินค้าในการแบ่งเกรดสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรับผลิต
สินค้าตามคำสั่ง ปัญหาการตลาดที่พบ ได้แก่ ตลาดในประเทศมีการกระจายสินค้าไม่ทั่วถึงโดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค
สำหรับตลาดต่างประเทศค่าขนส่งทางเรือสูง การวิเคราะห์พลังกดดันของการแข่งขันทั้ง 5 พบว่า คู่แข่งขันใน
อุตสาหกรรมแผ่นขึ้นไม้อัดซีเมนต์มีการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด คู่แข่งขันรายใหม่ที่มีศักยภาพ
มีความยากในการเข้ามาทำธุรกิจ สินค้าทดแทนได้แก่ แผ่นฟอยไม้อัดซีเมนต์ แผ่นใยไม้อัดซีเมนต์ และไม้ประกอบ
พลาสติก ผู้ผลิตแผ่นขึ้นไม้อัดซีเมนต์เป็นผู้กำหนดราคาซื้อไม้ท่อน ส่วนปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ผู้จำหน่ายปัจจัย
การผลิตเป็นผู้กำหนดราคา เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองสูง มีการให้
ส่วนลด ให้สินเชื่อในการชำระเงิน และรับคืนสินค้าที่ชำรุด