

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่ไร้พรมแดนนี้ผู้คนผูกพันกับคุณภาพชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับหลายมิติของการวัด (Measurement) ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านในตลาดการค้าหรือมหาวิทยาลัยในเชิงพาณิชย์ (Legal Metrology) ในโรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องมีการวัดในขบวนการผลิตเพื่อเหตุผลที่ต้องตรวจสอบว่าผลผลิตเป็นไปตามที่ออกแบบไว้หรือไม่ และการวัดเพื่อควบคุมขบวนการผลิตรวมไปถึงการวัดเพื่อสนับสนุนวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหรือในห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแล้วศาสตร์ของการวัดมีบทบาทสำคัญในทุกชั้นตอนนับตั้งแต่การวิจัยพัฒนาการควบคุม คุณภาพทั้งในระหว่างการผลิตจนถึงการทดสอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายซึ่งส่วนสำคัญยิ่งในระบบประกันคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อการค้าทั้งภายในและนอกประเทศ ดังนั้นจำเป็นต้องมีการวัดที่แม่นยำ (Precision) ถูกต้อง (Accuracy) โดยมีความไม่แน่นอนในการวัด (Uncertainty) หรือข้อผิดพลาด (Error) ที่เป็นที่ยอมรับได้ มีการสอบเทียบเครื่องมือ (Calibration) และอุปกรณ์การวัดกับมาตรฐานอ้างอิงและสามารถสอบเทียบย้อนกลับ (Traceability) ไปยังมาตรฐานแห่งชาติและต่อเนื่องไปยังมาตรฐานระหว่างประเทศได้

สำหรับปัจจุบัน พบว่าธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องมือวัด มีการแข่งขันกันสูงแต่ในทางสถิติมิได้ทำการบันทึกไว้เนื่องด้วยไม่มีการรวมตัวกันเป็นสมาคมผู้ประกอบการจำหน่ายและด้วยเหตุผลทางธุรกิจที่ไม่สามารถนำข้อมูลมาเผยแพร่ต่อกันได้ ในข้อมูลที่มีการบันทึกไว้ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันคือห้องปฏิบัติการสอบเทียบเครื่องมือวัดตามรายชื่อห้องปฏิบัติการสอบเทียบที่ได้รับการรับรองตาม มอก. 17025 จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมอยู่ทั้งสิ้นจำนวน 68 แห่ง (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2549 : ออนไลน์) และการเติบโตของการจำหน่ายเครื่องมือวัดแปรผันโดยตรงกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตธุรกิจและนวัตกรรมใหม่ๆของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากสาเหตุของการผลิตสินค้าให้ถูกต้องตามมาตรฐานอุตสาหกรรมจึงต้องมีการวัดและทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามขั้นตอนของการผลิต ข้อมูลการเติบโตของอุตสาหกรรมสนับสนุนการอีกจาก รายงานดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index : MPI) ที่จัดทำโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ซึ่งครอบคลุมอุตสาหกรรม 53 กลุ่ม พบว่า ในช่วงเดือนมกราคม – ตุลาคม 2548 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น จากช่วงเดียวกันของปี 2547 ประมาณร้อยละ 7.8 ซึ่งดัชนีเฉลี่ยทั้ง 10 เดือน ในปี 2548 มีค่า 149.01 และในปี 2547 มีค่า 138.22 โดยมีอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ อุตสาหกรรม

การแปรรูปและการถนอมสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องรับโทรทัศน์และวิทยุ และสินค้าที่เกี่ยวข้อง เป็นอุตสาหกรรมหลักที่ส่งผลให้ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมในช่วงเดือนมกราคม – ตุลาคม 2548 มีค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2547 (รายงานสรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2548 และแนวโน้มปี 2549 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม) และข้อมูลในไตรมาสที่ 1 ของปี 2549 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ผ่านมาและไตรมาสเดียวกันของปี 2548 ร้อยละ 2.7 และร้อยละ 8.2 ตามลำดับ อัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ผ่านมาและไตรมาสเดียวกันของปี 2548 เช่นกัน สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ผ่านมาและไตรมาสเดียวกันของปี 2548 (สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2549) (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม . 2549 : ออนไลน์)

ในข้อมูลการส่งออกของประเทศไทยในปี 2548 รวบรวมโดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร แสดงมูลค่าการส่งออกและในจำนวน 10 อันดับแรกของอุตสาหกรรมการผลิตของสินค้าดังนี้ ที่ประกอบไปด้วย

1. อุตสาหกรรม เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และ ส่วนประกอบ
2. รถยนต์และส่วนประกอบ
3. แผงวงจรไฟฟ้า
4. เม็ดพลาสติก
5. ยางพารา
6. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และ ส่วนประกอบ
7. อัญมณีและ เครื่องประดับ
8. เสื้อผ้าสำเร็จรูป
9. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์
10. เคมีภัณฑ์

ในอุตสาหกรรมเหล่านั้นในส่วนใหญ่ล้วนต้องมีการใช้งานเครื่องมือวัด เพื่อสนับสนุนการผลิต (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2549 : ออนไลน์) จากข้อมูลดังกล่าวมานั้นแสดงถึงการขยายตัวของอุตสาหกรรมและเครื่องมือวัดเป็นสิ่งจำเป็นในการสนับสนุนการผลิตผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องมือวัดนำเสนอลูกค้าด้วยกลยุทธ์ที่นำมาแข่งขันหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือราคาที่จูงใจลูกค้าเมื่อเทียบราคากับบริษัทอื่น ๆ ซึ่งการที่จะรักษฐานลูกค้าเอาไว้ได้นั้น ผู้ประกอบการต้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

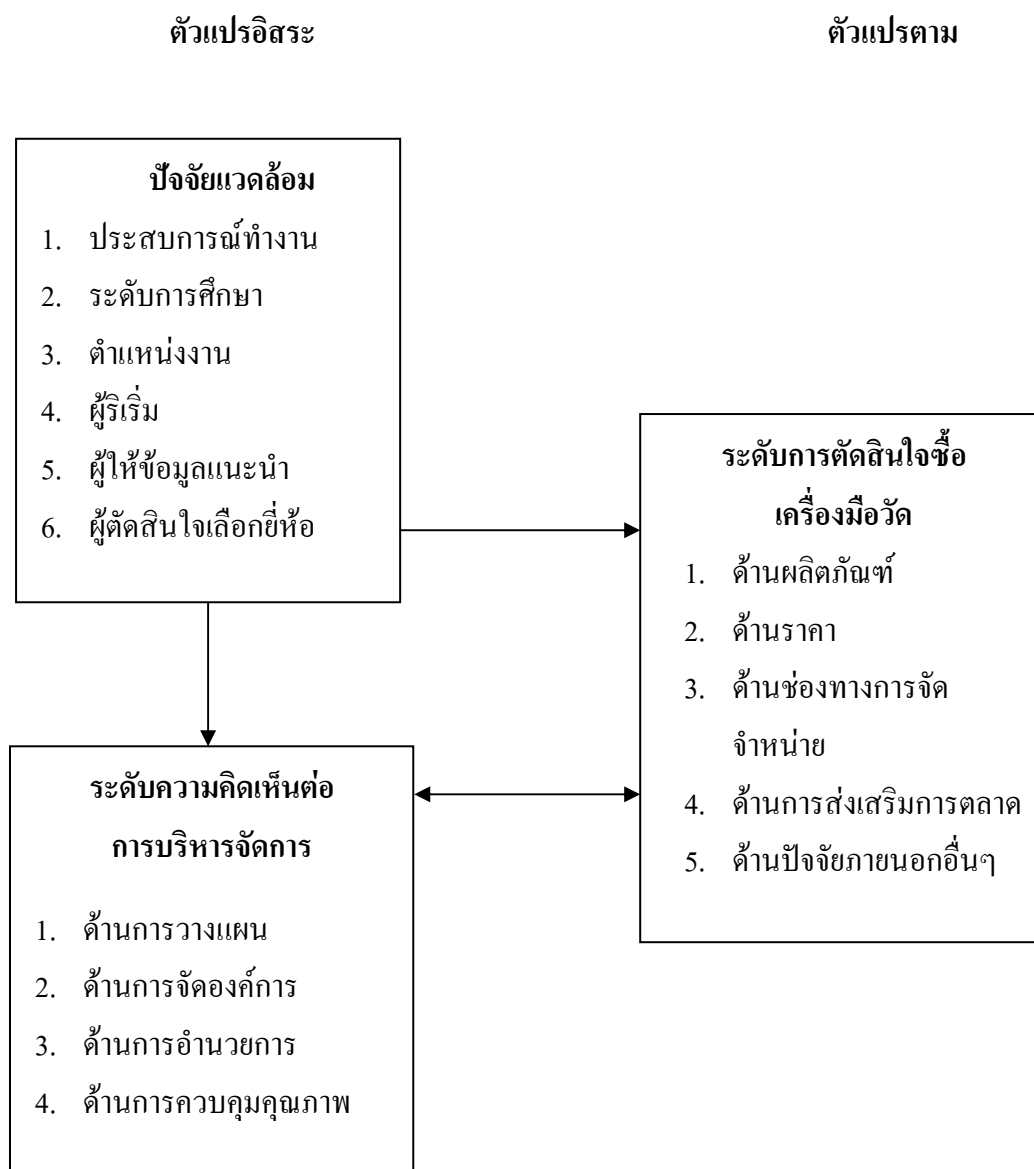
ชื่อเครื่องมือวัด ของโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้นการทำวิจัยนี้จึงมีความสำคัญเพื่อวิจัยข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจเพื่อการปรับปรุงการบริหารงานในทางที่จะเพิ่มกำไรให้ธุรกิจจำหน่ายเครื่องมือวัด โดยหวังว่าข้อมูลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องหรือเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของบริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของลูกค้า บริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของบริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยแวดล้อม
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของลูกค้าบริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยแวดล้อม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของลูกค้าบริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด

### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและการตัดสินใจ สามารถสรุปแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยเป็นการศึกษากลุ่มลูกค้าที่ใช้เครื่องมือวัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

1. ปัจจัยแวดล้อมต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการบริษัท ทีซีเอส เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัดแตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนแวดล้อมต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดบริษัท ทีซีเอส เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกัน
3. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดบริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยการบริหารจัดการด้านการตลาดของบริษัท ทีซีเอส เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของลูกค้าเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### 1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรคือ ลูกค้าที่เป็นพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานและผู้มีส่วนตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของโรงงานอุตสาหกรรม เขตนิคมอุตสาหกรรม 4 แห่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 329 โรงงาน

1.2 กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่เป็นพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานและผู้ที่มีส่วนตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 202 คน คำนวณจากประชากรโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่

#### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อม ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ผู้ริเริ่ม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำ และผู้ตัดสินใจเลือกยี่ห้อ

#### 2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

2.2.1 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของบริษัทฯ ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการควบคุมคุณภาพ

2.2.2 ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ

3. ขอบเขตด้านสถานที่ในศึกษา ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมเขตนิคมอุตสาหกรรม 4 แห่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน, นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า, สวนอุตสาหกรรมโรจนะ และนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร

#### 4. ขอบเขตด้านเวลาการวิจัย ระหว่างเดือน กรกฎาคม 2550 ถึง ตุลาคม 2550

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัดของลูกค้าในการซื้อเครื่องมือวัด
3. สามารถใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับผู้ดำเนินธุรกิจด้านจำหน่ายเครื่องมือวัดในการวางแผน เกี่ยวกับการตลาดของเครื่องมือวัด สำหรับ โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และในพื้นที่อื่นๆ

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**การบริหารจัดการ** หมายถึง กระบวนการทำงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของบริษัท ทีซีเอสเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ

**การวางแผน** หมายถึง การกำหนดการล่วงหน้าเพื่อปฏิบัติงานด้านการตลาดให้บรรลุตามเป้าหมาย เช่น การวางแผนการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการ การกำหนดสินค้าที่จำหน่ายมีหลายประเภท การกำหนดราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ เป็นต้น

**การจัดองค์การ** หมายถึง การจัดและแบ่งงานให้กับพนักงานขายที่จะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่ การจัดสรรทรัพยากรที่ใช้ในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยใช้คอมพิวเตอร์ รวมถึงการจัดสถานที่ เวลาการทำงานที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้

**การอำนวยความสะดวก** หมายถึง การส่งเสริมให้พนักงานขายมีความสะดวกในการบริหารลูกค้าของตนเองเพื่อประโยชน์แก่ลูกค้า และ กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสินค้า

**การควบคุมคุณภาพ** หมายถึง การควบคุมดูแลสินค้าให้มีมาตรฐานเช่นการจัดหีบห่อสินค้า การจัดให้มีเครื่องหมายรับประกันคุณภาพจากโรงงานผู้ผลิต รวมถึงเครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรมของประเทศผู้ผลิต เป็นต้น

**ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือวัด** หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ

**ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ทรายี่ห้อของเครื่องมือวัด รูปลักษณะของเครื่องมือวัด ประเภทวัสดุที่ใช้ทำเครื่องมือวัด ความแข็งแรงทนทาน และอายุการใช้งาน เป็นต้น

**ราคา** หมายถึง ราคาที่เหมาะสมเป็นราคาที่ไม่ต่างจากราคาท้องตลาดมาก รวมถึงราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะดวกในการชำระเงิน เช่น ลูกค้าน่าจะสะดวกชำระเงินโดยเงินสด และมีส่วนลดพิเศษ มีระยะเวลาเครดิต หรือ เงื่อนไขพิเศษการผ่อนชำระเป็นงวด เป็นต้น

**ช่องทางการจำหน่าย** หมายถึง ผู้แทนจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของผู้แทนจำหน่าย และการส่งมอบสินค้าตรงเวลา เป็นต้น

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การโฆษณาผ่านทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย การนำสินค้าตัวอย่างไปแสดงที่บริษัทลูกค้า การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรม หรือ การจัดทำเว็บไซต์ เป็นต้น

**ปัจจัยภายนอกอื่นๆ** หมายถึง เศรษฐกิจของประเทศ ค่าธรรมเนียมต่างๆที่ต้องจ่าย ค่าความนิยมการใช้เครื่องมือวัดยี่ห้อต่างๆที่บริษัทอื่นนิยมใช้ และ การใช้เทคโนโลยีใหม่มาเกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องมือวัด

**โรงงานอุตสาหกรรม** หมายถึง กิจกรรมที่เป็นผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม 4 แห่งของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) สวนอุตสาหกรรมโรจนะ และ นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จำนวน 329 โรงงาน

**การตัดสินใจซื้อ** หมายถึง การตัดสินใจที่จะเลือกซื้อเครื่องมือวัด ที่จะต้องใช้ตามความเหมาะสมของงาน

**ปัจจัยแวดล้อม** หมายถึง ประสบการณ์ทำงาน การศึกษา ตำแหน่งงาน ผู้ริเริ่มการซื้อ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำ และ ผู้ตัดสินใจเลือกยี่ห้อ

**เครื่องมือวัด** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการบอกคุณลักษณะของสสาร เช่นขนาด ปริมาตรของสสาร ประกอบไปด้วย เครื่องมือวัดทางกล เครื่องมือวัดทางไฟฟ้า