

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัญญิกเป็นหมู่บ้านที่ผลิตมีคอรัญญิก เพื่อใช้ในการศึกสงคราม รวมถึงเครื่องใช้ในครัวเรือนตั้งแต่ต้นสมัย กรุงรัตน โกสินทร์ ซึ่งสืบสานยาวนาน 200 กว่าปี โดยอาศัยทักษะการสืบทอดการตีขึ้นรูปจากเหล็กแท่งธรรมดาจนขึ้นเป็นรูปของมีดต่าง ๆ ซึ่งคุณลักษณะต้องอาศัยความชำนาญ และฝีมือในการทำด้วยมือเป็นหลัก สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เมื่อโลหะที่ดีให้เกิดความหนาแน่นของเนื้อโลหะสูงขึ้น ทำให้มีดและอุปกรณ์เครื่องใช้ของอัญญิกมีความคมและแกร่ง จึงทำให้มีคุณภาพทนต่อการใช้งาน และมีรูปแบบสวยงาม (สถาบันอยุธยาศึกษา. 2548 : ออนไลน์)

เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเป็นผลิตภัณฑ์อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการรับประทานอาหารส่วนมากจะผลิตจากโลหะเช่น เหล็กที่ไม่เป็นสนิม หรือที่เรียกว่า สแตนเลส เงินแท้ หรือเงินปลอมซึ่งมีมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในอดีตการผลิต เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนั้นมีจำนวนน้อยมาก เพราะการผลิตจะผลิตด้วยมือเป็นส่วนใหญ่ จึงต้องใช้ความประณีตและฝีมือ ซึ่งอุปกรณ์และเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จะเป็นที่นิยมมากในยุโรป ตอนเหนือและใช้เงินแท้ เป็นวัตถุดิบ แต่ปัจจุบันนี้เครื่องใช้เงินแท้ถูกแทนที่ด้วยของเลียนแบบจากพวกสแตนเลส ในสมัยพระเจ้าเฮนรี่ที่ 8 เป็นผู้ที่มิชื่อเสียงในอังกฤษมีวิธีการรับประทานเนื้อด้วยมือจนกระทั่งในปี ค.ศ. 1478-1529 และปี ค.ศ. 1576-1643 ได้มีผู้เขียนหนังสือเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร ด้วยอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ได้แพร่หลายมาจนปัจจุบัน สแตนเลสเป็นวัตถุดิบที่เกิดขึ้นมา 93 ปีก่อนจากการค้นคว้าของฮาร์รี่ เบรียร์เลย์ (Harry Brearley) ชาวเมืองเซฟฟีว ประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นโลหะทนต่อการกัดกร่อน และเกิดสนิมขึ้นได้ยาก มีความคงทนและเงางามในระยะยาว ในยุคแรก ๆ นำมาใช้เป็นมีดในครัวเรือน แล้วจึงแพร่หลายมาเป็นช้อนส้อม รวมทั้งอุปกรณ์บนโต๊ะอาหารและในครัว ส่วนมากจะเป็นการผลิตด้วยเครื่องจักรที่ออกมาเป็นจำนวนมาก

จุดเด่นของเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร คือ การตีขึ้นรูปจากฝีมือการตีจากช่างอัญญิก ทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนมากจะใช้สินค้าที่ผลิตจากเครื่องจักรที่มีจำนวนมาก เพราะเกิดจากความต้องการใช้ของประชากรโลกที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และสนองตอบต่อลูกค้าได้ทุกระดับ แต่มีบางกลุ่มเริ่มที่จะชินหรือเบื่อกับสินค้าที่ใช้ทั่วไปในท้องตลาดและมีความต้องการสินค้าที่แตกต่างจากตลาดทั่วไป นั่นคือสินค้ากลุ่มนี้ ส่วนมากจะมาจากเชิงวัฒนธรรม หรือมีตำนานการสืบสานจากอดีตเป็น

กลุ่มที่ทำจากฝีมือ (Handmade) และกลุ่มที่มีเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตบางส่วน เรียกว่า หัตถอุตสาหกรรม ซึ่งจะไปสอดคล้องเข้ากับยุคเมื่อ 400 – 500 ปี ที่มีการใช้ซ็อนส้อมในการรับประทานอาหารที่ใช้ทักษะเป็นฝีมือในการผลิต การตลาด ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมาสินค้า เครื่องใช้ บนโต๊ะอาหารจากอรัญญิก มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อันเนื่องจากสาเหตุของการผลิตบุคลากรที่ใช้ทักษะในการตีขึ้นรูป ซึ่งต้องใช้เวลาในการฝึกฝนเป็นเวลานาน (3-6 เดือน) กว่าจะมีความชำนาญสามารถตีขึ้นรูป ให้มีคุณภาพที่ดีได้ จึงเป็นปัจจุบันทำให้มีผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ที่แยกออกไปประกอบกับผู้จัดการจำหน่ายบางรายเข้ามาสนับสนุนให้มีการผลิต จึงเป็นเหตุให้สินค้าเริ่มไม่มีคุณภาพ เพราะไม่เข้าใจในขั้นตอนในการผลิตที่แท้จริง ประกอบกับผู้จัดการจำหน่ายซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง ได้เป็นผู้กำหนดราคาสินค้าให้กับผู้ผลิต ตลาดที่จัดจำหน่ายที่เกิดขึ้นใหม่ คือ สวนจตุจักร ที่เป็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มาเดินซื้อปลีก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่สินค้าด้อยคุณภาพ ผลของการที่ผลิตออกมามีจำนวนมาก แต่การตลาดมีจำกัด ทำให้จะต้องหาช่องทางจัดจำหน่ายที่ตรงเป้าหมายของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยที่การตลาดในยุคปัจจุบันเปิดกว้างมากขึ้นเพื่อตอบรับกับโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่ไม่หยุดนิ่งและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการวางแผนการตลาดในยุคนี้จะต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอยู่เสมอเพื่อให้ทันยุคทันสมัยและเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ทั้งผู้บริโภค ผู้ผลิต และคู่แข่งต้องเผชิญการตลาดจึงนับเป็นทัพหน้าที่ต้องมีศักยภาพ และพร้อมปฏิบัติการอย่างรวดเร็ว ว่องไว และทันสมัย (สุกันยา ไตรพัฒน์. 2550 : 3 – 4)

ด้วยสาเหตุดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

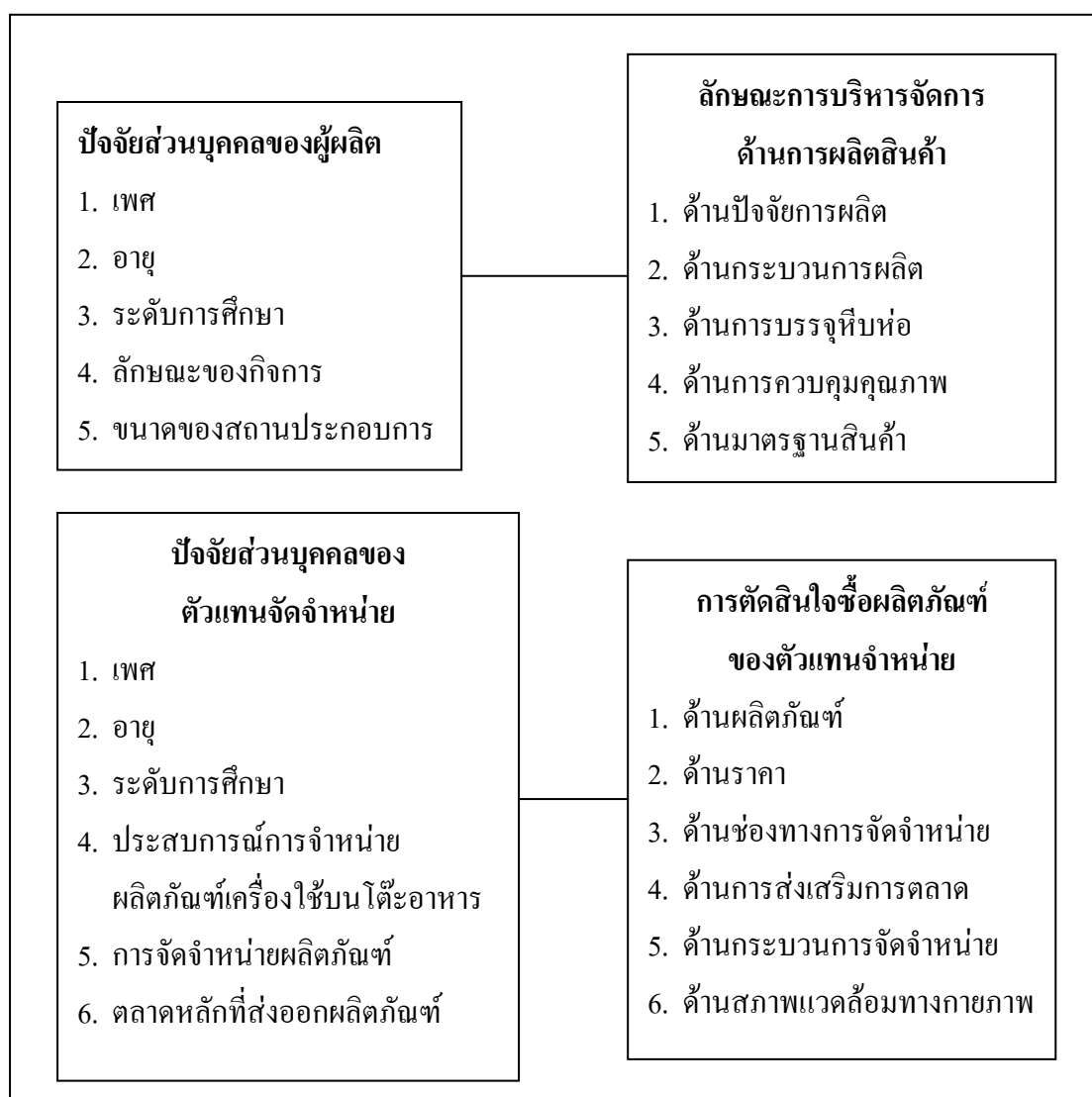
1. เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการผลิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก และความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิกของลูกค้า

3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อรัญญิกของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก

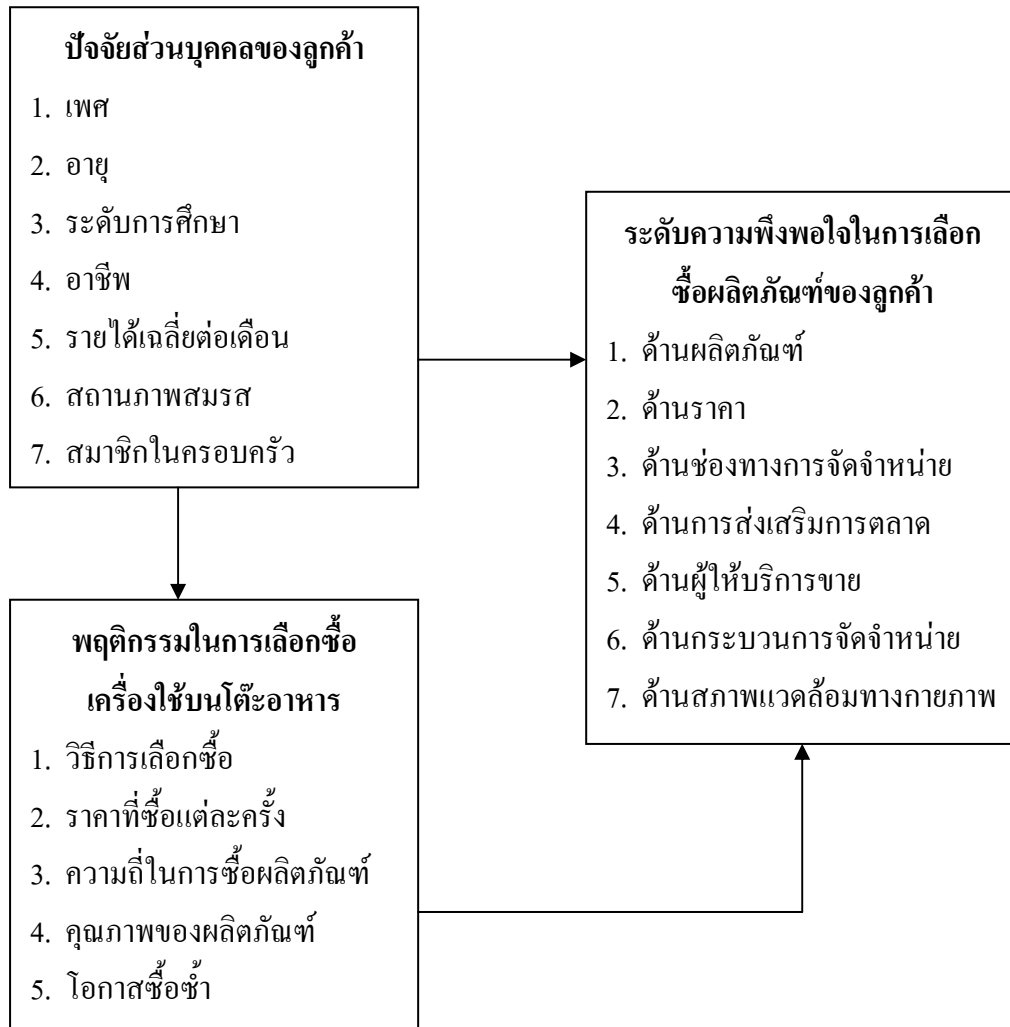
### กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิต การบริหารจัดการ พฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจ ความพึงพอใจ การตลาด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ บริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของ ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก จึงได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย สำหรับกลุ่มผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย และลูกค้าได้ ดังนี้



## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิกแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารต่างกัน มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิกแตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

#### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อรัญญิก จำนวน 7 ราย ตัวแทนจำหน่าย จำนวน 4 ราย และลูกค้าที่มาใช้บริการเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อรัญญิก จำนวน 400 ราย

2. ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

##### 2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และสมาชิกในครอบครัว

2.1.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ได้แก่ วิธีการเลือกซื้อ ราคาที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และโอกาสซื้อซ้ำ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมกายภาพ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ของผู้ผลิต คือ หมู่บ้าน อรัญญิก อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขอบเขตด้านพื้นที่ของผู้จัดจำหน่าย คือ กรุงเทพมหานคร และขอบเขตด้านพื้นที่ของลูกค้า คือ ลูกค้าทั่วไปที่เดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อรัญญิก

4. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เริ่มดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2552

### นิยามศัพท์เฉพาะ

การบริหารจัดการการผลิต หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพของปัจจัยนำเข้าให้เป็นผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ประกอบด้วย ด้านปัจจัยการผลิต ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุหีบห่อ ด้านการควบคุมคุณภาพ และด้านมาตรฐานสินค้า

ผู้ผลิต หมายถึง บุคคลที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่าย

ตัวแทนจำหน่าย หมายถึง พ่อค้าคนกลางที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก เพื่อไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้า

ลูกค้า หมายถึงบุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารอรัญญิกเพื่อนำไปใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัว ตั้งโชว์หรือตั้งประดับ

การตัดสินใจซื้อของตัวแทนจำหน่าย หมายถึง กระบวนการที่ตัวแทนจำหน่ายจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการจัดจำหน่าย และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ โดยมีส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นตัวกระตุ้นต่อความรู้สึกของลูกค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการขาย ด้านกระบวนการจัดจำหน่าย และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หมายถึง การกระทำ ความคิดหรือความรู้สึกของลูกค้าที่ใช้พิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าให้ตรงกับความต้องการ ได้แก่ วิธีการเลือกซื้อ ราคาที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และโอกาสซื้อซ้ำ

เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร หมายถึง สินค้าประเภทอุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร ได้แก่ ช้อน มีด ส้อม เขียงเทียน จาน แจกัน กระปุกพริกไทย ซาม เข็มน้ำ ถังไวน์ ชุดเครื่องปรุง ปลูกผัก ถาด และเหยือกกาแฟ

อรัญญิก หมายถึง หมู่บ้านที่ผลิตมีด รวมถึงเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ตั้งอยู่ในอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบลักษณะการบริหารจัดการทางการผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของ อนุรักษ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปวางแผนและพัฒนาด้านการบริหารจัดการด้านการผลิต เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอนุรักษ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ สูงสุด
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของอนุรักษ์ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยสามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นกรณีศึกษาสำหรับปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับการบริหาร จัดการผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอนุรักษ์และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น