

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การแข่งขันทั่วโลกในปัจจุบันที่ความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นตลาดผลิตภัณฑ์หรือตลาดบริการ โรงงานพรมศิลป์ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา บริษัท องค์กร ห้างร้านต่างๆ จึงไม่นิ่งเฉยในการพัฒนาแผนกลยุทธ์ของตนและส่วนมากยังคงยึดตามแนวคิดทางการตลาดที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวไว้ว่า ควรที่จะบรรลุเป้าหมายหลักขององค์กรได้นั้น จำเป็นต้องพสมพسانเครื่องมือทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งขัน ดังนั้นนักการตลาดจึงแสวงหาแนวทางที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ ดังนั้น นักการตลาดจึงแสวงหาแนวทางที่จะตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดเพื่อรับรับกับการแข่งขันที่เกิดขึ้น นอกจากนี้นักการตลาดยังต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะส่งผ่านข้อมูลไปยังผู้ลูกค้าได้.

หากกล่าวถึงผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ จะพบว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เราจะพบผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ในสื่อแทนทุกสื่อ เช่น ของที่ระลึก เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับ เครื่องหมายโลหะ ตราสัญลักษณ์ มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน นั่นตราสัญลักษณ์ถือได้ว่า เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้เป็นสื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน แม้ว่ามนุษย์จะมีเพียงพันธุ์ภาษา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การใช้เครื่องหมายตราสัญลักษณ์สามารถช่วยให้มนุษย์ทุกชาติ ทุกภาษาเกิดความเข้าใจร่วมกัน (โกสุม สายใจ, 2540, หน้า 19)

ปัจจุบันปี 2549 กิจการโรงงานพรมศิลป์เริ่มนีการขยายตัวของกิจการ โดยการพัฒนาขั้นตอนในองค์กร และพัฒนาการตลาดมากกว่าเดิม โดยปกติโรงงานทำหน้าที่ผลิตอย่างเดียว ยังไม่ค่อยได้ออกตลาด ลูกค้าส่วนมากเป็นลูกค้าประจำ ในปัจจุบันนี้ ต้องเสริมกำลังบุคลากรให้พร้อม เพราะอนาคตตลาดจะขยายตัวมากขึ้นประชากรหรือหน่วยงานต่างๆ จะสามารถมีกำลังซื้อมากขึ้น เพื่อสร้างการรองรับของตลาดให้พร้อม

ผู้วิจัยเชื่อมีความสนใจที่จะศึกษาถึงเจตคติของลูกค้าผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของโรงงานพรศิลป์ ซึ่งผลในการศึกษารั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน และพัฒนาบุคลากรในหน่วยงาน ให้ตระหนักรถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้าในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและส่งผลให้ธุรกิจของโรงงานพรศิลป์ประสบความสำเร็จมากขึ้น ผู้ที่สนใจศึกษา ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาเจตคติของลูกค้าผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของโรงงานพรศิลป์
- เพื่อเปรียบเทียบเจตคติ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของโรงงานพรศิลป์ของลูกค้าผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ จำแนกตามสถานภาพของลูกค้า

สมมุติฐานของการวิจัย

เจตคติที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของโรงงานพรศิลป์ของลูกค้าผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ จำแนกตามสถานภาพของลูกค้า แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเจตคติของลูกค้าผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของโรงงานพรศิลป์ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบริหารจัดการ

1. ขอบเขตด้านประชากร

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าของโรงงานพรศิลป์ซึ่งเป็น หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา บริษัท องค์กร ห้างร้านต่างๆ ที่มาสั่งทำผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ จำนวน 150 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ลูกค้าของโรงพยาบาลปีชั่งเป็นหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา บริษัท องค์กร ห้างร้านต่างๆ ที่มาสั่งผลิตภัณฑ์โภชนาตรสัญลักษณ์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ ประเภทการดำเนินธุรกิจ เงินทุนของธุรกิจ ปริมาณในการสั่ง จำนวนครั้งที่สั่งซื้อ ถูกการสั่งซื้อ ยอดขายต่อปี

2.1 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ เจตคติของลูกค้า ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของโรงพยาบาลปีชั่ง 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาพลักษณ์และด้านการบริหารจัดการ

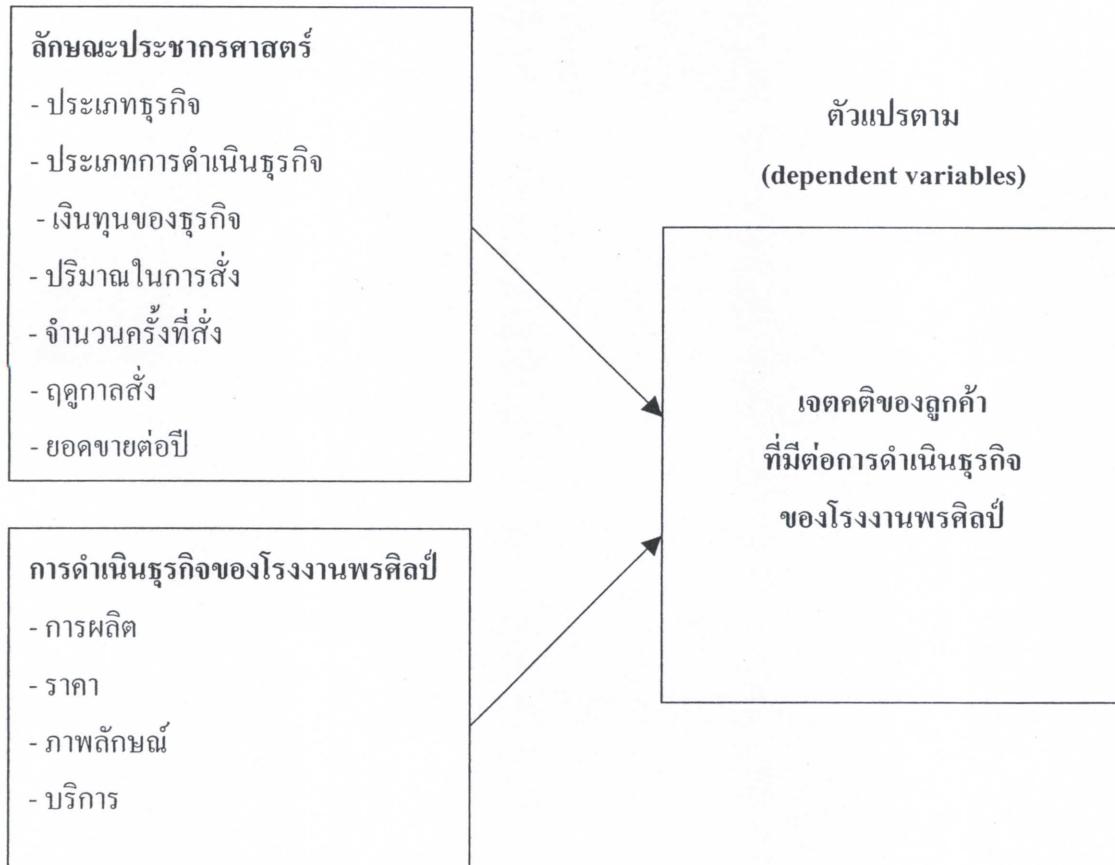
3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการวิจัย เดือนมิถุนายน ถึง ตุลาคม 2551

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงเป็นดังแผนภูมิได้ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (independent variables)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ซื้อและผู้สั่งทำของโรงงานพรศิลป์ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา บริษัท องค์กร ห้างร้านต่างๆ ที่มาสั่งผลิตภัณฑ์โดยจะ ตราสัญลักษณ์

เขตคิดของลูกค้า หมายถึง ความคิดเห็น สิ่งที่เห็น ความชอบ ไม่ชอบ ความพอใจ ไม่พอใจ ความเหโนะสม ความรู้สึกต่อการดำเนินธุรกิจของโรงงานพรศิลป์

ด้านการผลิต หมายถึง การนำทรัพยากรต่างๆทางด้านแรงงาน เงินทุน เครื่องจักร เทคโนโลยี วิธีการ วัตถุคิบ ความต้องการของตลาด การจัดการและเวลา ซึ่งรวมกันว่าปัจจัยการผลิต (สิ่งนำเข้า) ผ่านขั้นตอนการผลิตต่างๆจนออกมารูปผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (สิ่งนำออก)

ด้านการให้บริการ หมายถึง ความพร้อมในการให้ความสะดวกในด้านต่างๆ ได้แก่ การให้คำแนะนำในการบริการเกี่ยวกับตัวสินค้า ความรวดเร็วในการสั่งผลิต และ สั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการติดต่อกับ โรงงานพรศิลป์

ด้านภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพโดยรวมของ โรงงานพรศิลป์ ที่ออกสู่สายตาลูกค้า หรือ ผู้ใช้บริการกับ โรงงานพรศิลป์ ได้แก่ ความมั่นคงในเรื่องเงินทุนสูง ความมีชื่อเสียงในทางบวกของ โรงงาน ความรู้ความสามารถของบุคลากร ความสุภาพเรียบร้อย ความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน ความกระชับกระชeng และความตื่นตัว ความสนใจในการติดตามงาน ความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย ของ โรงงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ โรงงานพรศิลป์ และนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายวางแผนการการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์

2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนางานด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ ให้มีความคล่องตัว ทันเวลาตามภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงของตลาด และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ไป

3. ทำให้ทราบถึงเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อหรือ สั่งทำผลิตภัณฑ์โลหะ ตราสัญลักษณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในอนาคต